

HATODIK RÉSZ

KOMMUNIKÁCIÓS ESZKÖZÖK ÉS VISSZAJELZÉS

XIII. PROJEKTEK

Az alábbi projektek nem tükrözik az időbeli alkalmazás sorrendjét, inkább egyfajta ötlettárként, étlapként szolgálnak a stratégiát végrehajtó szervezetek (kormányiszervek, az EU-kommunikációs Közalapítvány, a szakmai, érdek-képviseleti és civil szervezetek, az önkormányzatok és más szervezetek) számára.

1. Általános kommunikációs eszközök

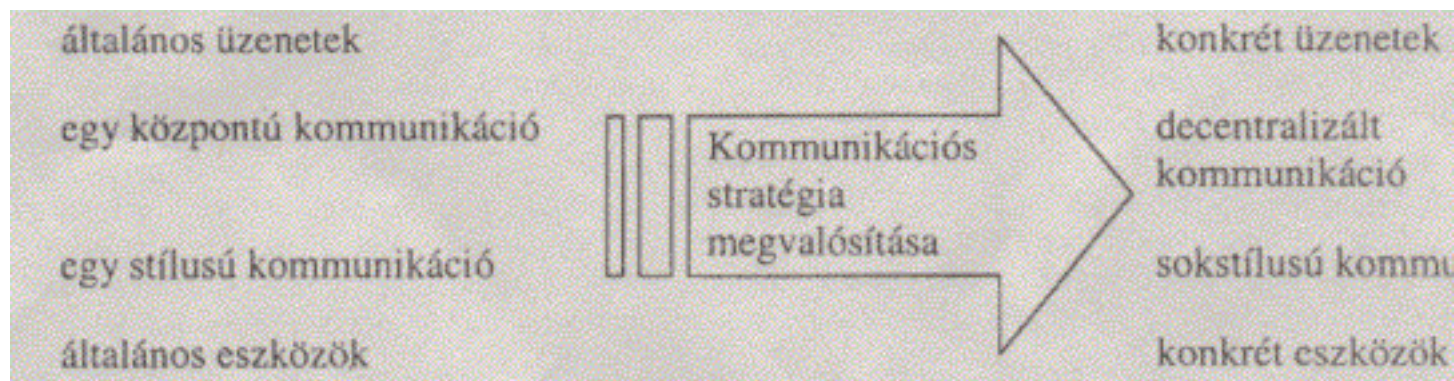
Azok az eszközök kerülnek itt bemutatásra, amelyek:

- minden célcsoportra kiterjedően, általános érvénnyel működnek és fejtik ki hatásukat,
- nem köthetők specifikusan egy-egy célcsoporthoz, és ilyen értelemben maradnak általános eszközök,
- jó részük olyan kereteket biztosít, amelyek az ország egésze számára hozzák közelebb, jelképezik az Európai Uniót és az ahhoz történő csatlakozást.

1.1. Általános szempontok a kommunikációs eszközök kialakításához

Az általános eszközök az általános üzenetek célba juttatását hivatottak elősegíteni. A stratégia keretében olyan jellegű általános üzenetek kerültek megfogalmazásra, amelyek nem önállóan jelennek meg, hanem keretnek szabnak a kommunikációnak. Így tehát ebben az esetben az általános eszközök szerepe - az általánosan megfogalmazott üzenetek célba juttatásán túl - a kommunikáció kereteinek pontos kialakítása is.

Nagyon fontos annak kihangsúlyozása, hogy a kommunikáció ezen szakaszában kell minden érintett számára tudatosodnia annak, hogy a csatlakozás sikere egyben az ő aktív részvételén is múlik. Az érintettség egyre nagyobb mértékben kell, hogy érzelmi azonosulást is kiváltson. Az esély megragadásának lehetősége, a népszavazáson való részvétel valószínűsége azok körében lesz várhatóan a legnagyobb, akik mind értelmi, mind pedig érzelmi síkon fontosnak tartják ezt a kérdést és az ebben történő cselekvő részvételt.



Ennek a törekvésnek a szellemében ezek a folyamatok már elindultak. Azok a célcsoportok, amelyek másoknál jobban felismerték információk szükségleteiket, átfogó nemzetközi és szakmai kapcsolatrendszerrel rendelkeznek, azok jobban tudják kommunikációs érdekeiket érvényesíteni, és így céltudatosabban tudtak már eddig is hozzájutni a csatlakozással kapcsolatos információkhoz. Az eddigi kommunikációs tevékenység eredményeként, illetve a csatlakozás dátumának közeledtével egyre markánsabban jelentkezik a felkészülésre vonatkozó konkrét, célcsoportokra szabott információ iránti igény. Ugyanakkor fokozni kell azt az erőfeszítést, ami mindenkinen tudatosítja a cselekvés, az esély megragadásának, az egyéni felelősségnek a fontosságát.

A kommunikációs stratégia azt a célt szolgálja, hogy minél nagyobb mértékben elősegítse a társadalom, a gazdaság egyes csoportjainak felkészülését a csatlakozásra, illetve a csatlakozást követő időszakra. Mivel jelenleg mind a csatlakozás támogatói, mind pedig a népszavazáson részt venni szándékozók jelentős többségben vannak, így a legtöbb esetben a több információval rendelkezők azok, akik egyben nagyobb arányban is támogatják az EU-csatlakozást. A kommunikáció intenzitásának növekedése tehát nagyobb érdeklődést, motiváltságot jelent. Azoknál a csoportoknál, amelyek jelenleg a csatlakozás veszteségeinek tekintik magukat, a több információ a csatlakozásra történő

jobb felkészülést segítheti elő. Ez is tovább erősíti a kommunikáció jellegének módosításán, a konkretizáláson és az érzelmi tényezők beemelésén alapuló stratégia jogosultságát.



1.1.1. Média

Az általános üzenetek hatékony kommunikálásának egyik lényeges eleme a koncepciózusan végzett médiamunka. Ennek legfontosabb elemei a következők:

a) Üzenetek

Az átlagpolgár a legkülönbözőbb forrásokból értesülhet Magyarország EU-csatlakozás iránti szándékáról, a lépésekről, a tennivalókról. A csatlakozási tárgyalásokról a Külügyminisztériumtól, a szükséges felkészülés egyes követelményeiről a szakmai-érdek-képviselői vagy civil szervezetektől, a lehetőségekről pedig lehet, hogy éppen valamelyik családtagtól kapott információ játssza a legfontosabb szerepet. A média kiemelt szerepet játszott már eddig is és játszik várhatóan a jövőben is a fontos információ eljuttatásában, értelmezésében. A most kialakuló struktúra értelmében a kormányzat és az EU Kommunikációs Közalapítvány feladata lesz, hogy a magyarországi média számára a szükséges információt eljuttassa. Arra kell törekedni, hogy az aktív kommunikációban részt vevő többi szereplő (pl. önkormányzatok, szakmai szervezetek stb.) is ebben az üzenetrendszerben gondolkodjon. Természetesen ehhez a többi szervezet - saját érdekei alapján és hitelessége érdekében - hozzá kell tegye saját üzeneteit. Kell azonban lenniük olyan közösen elfogadott üzeneteknek, amelyeknek minden hangsúlyos kommunikáció során visszaköszönnék. Ezek az üzenetek csak ebben az esetben képesek egymást erősíteni, egymásra épülni. Ezek az általános üzenetek a IV. fejezetben kerültek megfogalmazásra.

A kommunikáció teljes időszakában végigvonuló alapüzenetek mellett elképzelhető, hogy bizonyos időszakokra bontva az egyes szakaszok kommunikációs céljainak megfelelően létezzon egy, a fő üzeneteket támogató kiegészítő hangsúly is. Ez hatékonyan ismét csak akkor képes működni, ha kommunikációjában szerepet vállalnak multiplikátorként működő más intézmények és szervezetek is. Ennek hatékony működtetéséhez szükség van a kommunikáció hatásainak rendszeres felmérésére, monitorozásra és ez alapján a követendő kiegészítő üzenetek megfogalmazására.

b) Nyelvezet

A sikeres kommunikáció egyik fontos eleme, hogy milyen módon képes szakmailag bonyolult, a kívülálló számára nehezen érthető, befogadható gondolatokat közérthetővé tenni a célközönség számára. Ráadásul nem elég önmagában csak érthetőnek, hanem vonzóknak, izgalmasnak is kell lenniük. Bár triviálisnak tűnhet, de nagyon fontos kiemelni, hogy a befogadó csoport nyelvén, számukra hangszerelve kell az üzeneteknek, az információnak megjelennie. Ebben óriási szerep hárul a média munkatársaira, akiknek feladata az információ átültetése a szakma nyelvéről a köz nyelvére. Ezt a feladatot reálisan csak akkor képesek ellátni, ha ehhez a szükséges támogatást (érthető mondanivaló, szakmai képzés, visszakérdezési lehetőség) ők maguk is megkapják. Ebben tehát

mindenképpen jelentős az üzenetek eredeti kibocsátójának a felelőssége. Ennek a bonyolultságnak a megértéséhez elég arra utalni, hogy a szavazópolgárral szemben várhatóan az lesz az elvárás, hogy egy ezer oldalt meghaladó csatlakozási dokumentum alapján nyilvánítson véleményt a népszavazás során, vagy képes legyen felmérni azt, hogy az ő számára milyen hatásokkal jár majd a csatlakozás, és erre hogyan tud előzetesen felkészülni.

c) Stílus

A téma alapos komolysága ellenére törekedni kell a hangvétel, a stílus alkalmanként történő lazítására. A kommunikáció hitelességét is nagymértékben növeli, ha előre végiggondolt, megtervezett módon (nem ellentmondás!) sor kerül könnyedebb hangvételre, humorra vagy éppen improvizálásra. Egy kabaréműsorban történő részvétel vagy a karikatúrapályázat nyilvános bemutatása elősegíti a téma el- és befogadását. A téma és a kommunikátor elfogadását nagymértékben elősegíti, ha ilyenre is sor kerül.

d) Kommunikátorok

A politikai szintű kommunikáció mellett a csatlakozás közeledtével előtérbe kerül a lehetséges kommunikátorok 2 további köre.

Az első csoportot a csatlakozás különböző vonatkozású témáinak szakértői alkotják. Természetesen ők nem a kommunikációs stratégia megvalósításának közreműködői, hanem az egyes területek felkészülését elősegítő szakemberek. Szerepléseiket, véleményformáló szerepüket azonban nem szabad figyelmen kívül hagyni, mivel ők is nagymértékben képesek formálni az EU-csatlakozásról kialakuló képet. Ők azok, akik hitelesen tudnak választ adni olyan speciális kérdésekre, amelyek a társadalom, a gazdaság, a civil szféra bizonyos részeit érintik csupán.

Kommunikátorok egy további csoportjának bevonása merül fel a kommunikáció egy bizonyos szakaszában, a népszavazást megelőző időszakban. Olyan ismert, hiteles és elfogadott közéleti személyek bevonására lehet szükség, akik akár a lakosság széles köre számára is képesek megjeleníteni a csatlakozás jelentőségét, illetve a népszavazáson történő részvétel fontosságát. Olyan személyekre - művészek, sportolók, közéleti személyiségek - van szükség, akikkel a lakosság széles köre azonosulni tud.

Ezek a személyek rendkívül fontos szerepet tölthetnek be a közvetlen kommunikáció során. A politikához fűződő apátia legyőzésének, az EU-apátia megelőzésének közvetítői lehetnek ezek a személyek. Ugyanakkor személyükben ők testesíthetik meg a témához fűződő érzelmi azonosulást.

1.1.2. Kiadványok

Az elmúlt évek során a kiadványok széles köre jelent meg az EU-csatlakozási felkészülés témájában a Külügyminisztérium, a delegáció vagy éppen különböző szakmai szervezetek gondozásában vagy támogatásával. A különböző szakmai kiadványok az EU-csatlakozás felé közeledve egyre nagyobb szerepet játszanak. Annak érdekében, hogy a kiadványok megjelentetése a lehető legtöbb közvetett és közvetlen haszonnal járjon, az alábbi szempontokat kell mérlegelni:

a) Tematika

Egy átfogó, szakmai és érdek-képviselői szervezetek és minisztériumok bevonásával végzett vizsgálat keretében kell felmérni, hogy az egyes szakterületeken milyen jellegű kiadványok jelentek meg. Hasonlóképpen meg kell vizsgálni, melyek éppen azok a területek, amelyek hiányt szenvednek, vagy amelyek magyar nyelven hozzáférhető szakirodalma elavult. Az így elvégzett igényfelmérés alapján lehet a csatlakozást megelőző időszak kiadványainak tematikáját kezdeményező módon összeállítani.

A tematika összeállításánál különösen az alábbi, jelentős kiadvány kibocsátó intézmények, szervezetek együttműködésére van szükség:

- EU-kommunikációs Közalapítvány,
- MeH (KITKH, NPTH),
- Külügyminisztérium,
- szaktárcák,
- delegáció, ETK,
- szakmai és érdek-képviselői szervezetek,
- EIC-k,
- EIP-k,
- Euro Info Service.

Az ezen a területen aktívan jelen lévő szakmai könyvkiadókkal szintén koordinációt érdemes kezdeményezni.

b) Anyagi források

A kiadványok finanszírozása sokféleképpen valósítható meg. A finanszírozás szempontrendszerét az alábbi alternatívák szerint érdemes mérlegelni:

- egyedüli támogatóként,
- társtámogatóként,
- szakmai támogatóként.

Ennek koncepciózus végigvitele akár megsokszorozhatja a rendelkezésre álló összeget, és lényegesen több kiadvány megjelentetését teszi lehetővé. A társtámogatás széles körű bevezetésével lehetővé válna a források hatékony kihasználása, ami mind szakmai, mind pedig anyagi szempontból hasznot jelent.

Ugyanakkor a tárgyalások lezárásával és a csatlakozási feltételrendszer véglegesedésével újtára bocsátható egy olyan sorozat, amely széles körben, ingyenesen válna hozzáférhetővé, és amely egységes módon öleli fel az uniós lét minden területét. Ez a füzet sorozat például a postahivatalokon, az önkormányzati hivatalokon vagy más szervezeteken keresztül jut el a lakossághoz.

c) Szakmai tartalom és hatékonyság

Azoknál a kiadványoknál, amelyek támogatásban részesülnek, kontrollon keresztül biztosítani kell, hogy tördelésük, tipográfiájuk, képi világuk élvezhetővé, színessé tegye a tartalmat. Természetesen a különböző típusú kiadványoknál más lehet az elvárás - mást igényel a cégvezetőknek kiadott szakkönyv és megint mást a nyugdíjasok tájékoztatását szolgáló szórólap. Mégsem szabad szem elől téveszteni, hogy célunk az EU-csatlakozást vonzóvá tenni, nem pedig az olvasót elriasztani. Minden célcsoportnak megvannak a sajátos igényei, a nyugdíjasoknak szóló, az átlagosnál nagyobb betűs szedéstől a fiataloknak szóló harsánysáig. Mindezek figyelembevételével, biztonsággal állítható, a támogatással megjelenő kiadványok szakmai és grafikai kontrollt igényelnek.

d) Terjesztés

Az esélyegyenlőség jegyében biztosítani kell, hogy a lakosság minden csoportja hozzájuthasson a saját maga számára fontos információhoz. A cél mindenképpen az, hogy a lakosság minél nagyobb csoportja rendelkezzen információval az EU-csatlakozásnak a saját életére várhatóan gyakorolt hatásáról, képes lehessen az információ alapján saját egyéni, családi, közösségi stratégiát kialakítani. Ennek során tekintettel kell arra is lenni, hogy az információhoz történő hozzájutás lehetősége óriási különbségeket mutat. Mindezek alapján a nyomtatott kiadványok terjesztésének többféle módja lehet, az egyes kiadványok esetében a következő alapelveket érdemes követni.

Az alapvető, átfogó információhoz ingyenesen jut hozzá minden érintett. Ezek a kiadványok különböző módon kerülnek terjesztésre, de közös elemük, hogy nem kell értük fizetni. Az információk másik, pontosan behatárolható körét azok az információk jelentik, amelyek egy speciális célcsoport számára fontos speciális információt tartalmaznak. Különösen az üzleti jellegű információ esetén értelemszerű térítéses kiadványokban gondolkodni.

A két végső pont között helyezkednek el azok a kiadványok, amelyek nem sorolhatók egyik előbb leírt csoportba sem. Ezek esetében az alábbi szempontrendszer szerint érdemes mérlegelni.

Speciális információ	INGYENES VAGY TÉRÍTÉSES	TÉRÍTÉSES
Alapvető információ	INGYENES	INGYENES VAGY TÉRÍTÉSES
	Átfogó célcsoport	Szakmai célcsoport

A terjesztés módját illetően is természetesen sokféle lehetőség adódik. A terjesztés módjának eldöntését minden egyes kiadvány esetében a kiadvány céljától, jellegétől függően érdemes eldönteni. Az alábbi lehetőségek jelentik a leggyakrabban előforduló terjesztési módokat.

Ingyenes kiadványok esetében:

- közvetlen terjesztéssel, saját hálózaton keresztül (pl. EIP, megyei könyvtárak stb.),
- közvetítő szervezetek révén (pl. postai úton, postákon elhelyezve, EU-klubokban, szakkönyvtárakban, önkormányzati hivatalokban, rendezvények alkalmával stb.),

Térítéses kiadványok esetében:

- saját hálózaton belül (pl. helyszínen történő árusítással, call-center révén, internetes terjesztéssel stb.),
- külső terjesztő révén (postai utánvétellel, kereskedelmi forgalomban stb.).

A térítéses kiadványok túlnyomó részét kitevő, szakmai célcsoportoknak szóló, speciális kiadványok kiadása, terjesztése elsősorban az ezzel foglalkozó profitorientált cégek feladata.

1.1.3. Rendezvények

A rendezvények a kiadványokhoz hasonló széles körét alkotják a lehetséges kommunikációs eszközöknek. Céljuk, tartalmuk, jellegük szerint meglehetősen szerteágazóak. A rendezvények rendszerének sikeressége nagymértékben azon múlik, hogy ezek kialakításában, előkészítésében, lebonyolításában, archiválásában milyen együttműködés alakul ki a különböző intézmények között.

A rendezvények fontosságát növeli, hogy a sikeres rendezvények jelentős multiplikátorhatást fejtenek ki. A résztvevők között érdemi párbeszéd alakítható ki, és ez elősegíti az EU-csatlakozásról szóló aktív gondolkodást.

A rendezvények hatékonyságának további növeléséhez az alábbi szempontokat érdemes figyelembe venni:

a) Támogatás formája

A Közalapítvány részéről biztosított támogatás különböző formákat ölthet. Mindenekelőtt azt érdemes mérlegelni, hogy gyakran nem a pénzügyi források szűkösségén, hanem a rendezvény tartalmi, szakmai előkészítésén múlik a rendezvény sikere. Így mindenképpen a rendezvény szakmai, tartalmi érlelttségét, a koncepciót érdemes elsődlegesen mérlegelni. A támogatás formája eltérő lehet:

- szakértői támogatás,
- szervezési támogatás (pl. direct-mail lista, helyszín rendelkezésre bocsátása stb.),
- pénzügyi támogatás.

b) További információk a résztvevőknek

Azok, akik az EU-csatlakozással összefüggő szakmai rendezvényen történő részvételre szánták el magukat, az átlagosnál érdeklődőbbek a téma iránt. Érdeklődésüket hosszú távon is fenn kell tartani, mégpedig úgy, hogy a későbbiekben is megkapják a témához kapcsolódó információkat, anyagokat. A nevek, címek karbantartása a Közalapítvány feladata. A szervezők felé elvárás lehet, hogy a neveket, címeket megőrizzik, direct-mail-lista jelleggel karbantartják, és vállalkoznak arra, hogy a Közalapítványtól vagy más szervezettől a témában érkező információt továbbítják.

c) Szakmai anyagok archiválása

Szintén a támogatás fejében reális annak elvárása, hogy a rendezvényre vonatkozó minden szakmai információt a szervezők a Közalapítvány részére eljuttatnak. Ennek csak akkor van értelme, ha kidolgozásra kerül egy olyan adatbázisrendszer, amely lehetővé teszi a szakmai rendezvények információinak egységes, áttekinthető, visszakereshető archiválását. Ilyen szempontok lehetnek az alábbiak:

- célcsoport,
- résztvevők száma,
- előadók neve,
- előadásvázlatok,
- írásban átadott anyagok.

A rendezvények átfogó nyilvántartása, legfontosabb adatainak megőrzése több szempontból is fontos. Az archiválás elősegíti az alábbiakat:

- értékelés,
- tervezés,
- programsorozatok kialakításának támogatása,
- szakmai, tartalmi és logisztikai átfedések csökkentése,
- kommunikációs tevékenység folyamatossága,
- tanácsadás.

1.2. Minden célcsoportra kiterjedő eszközök

Az alábbiakban azokat az eszközöket mutatjuk be, amelyektől az EU-csatlakozás gondolatának, érveinek, értelmének átfogó megismerése várható. Ezek az eszközök gyakorlatilag átfogják a társadalom egészét. Különös jelentősége van annak, hogy ezek az eszközök egymásra épülnek, hatásukat csak a modulrendszerű építkezés révén érik el. Az áttekinthetőség érdekében egy időrendi táblázat foglalja egybe a legfontosabb kommunikációs eszközök ütemezését.

1.2.1. Alapítványi levél intézményi támogatók megnyerésére

Koncepció

Az EU-kommunikációs Közalapítvány egyik első, a nyilvánosság számára is érzékelhető lépését jelenti az a levél, amelyet jelentős intézményeknek, gazdálkodó szervezeteknek, szakmai-érdek-képviseleti és civil szerveződéseknek tud kiküldeni, és amely Magyarország EU-csatlakozásának támogatására hívja fel az érintetteket. A levél ennek a kommunikációs stratégiának az üzeneteire épül, és a csatlakozást, mint az ország előtt álló legjelentősebb gazdasági, politikai és társadalmi kihívását és lehetőségét érzékelteti. Az Alapítvány ezzel a levéllel partnerséget kínál azoknak

a szervezeteknek, intézményeknek, amelyek a csatlakozás ügyét fontosnak tartják, és megteremti számukra a folyamatban történő cselekvő részvétel lehetőségét.

A levél egyben tartalmazza minden szervezet, intézmény számára a csatlakozás lehetőségét, vagyis azt, hogy a levélhez csatolt felhívás támogató értelmű visszaküldésével nyilvánosan is kiállnak Magyarország belépése mellett. A támogató visszajelzések fogadásával az Alapítvány előtt két fontos lehetőség nyílik meg. Mindenekelőtt már az első pillanattól fogva megteremti annak lehetőségét, hogy a megnyíló EU-portál nyitólapján akár több száz közismert intézmény, vállalat, szakmai-érdek-képviselői és civil szerveződések jelenjen meg a csatlakozás támogójaként. Ennek a ténynek nagyon komoly jelentősége van a kommunikációs jelenléthez szükséges hatás gyors elérésében. Másrészt mivel ennek a levélnek a fogadtatása egyfajta társadalmi lakmuspapírként is szolgál, a kezdeményezést támogató szerveződések várhatóan a kommunikációs és cselekvési program későbbi szakaszában, a program társadalmasítása során fontos szövetségesek lehetnek.

Lényeges végül megemlíteni azt a szimbolikus lépést is, amely az EU-portálon történő megjelenést, az on-line kommunikációt már az első pillanattól fogva komoly szereppel ruházza fel, és amely a csatlakozási érettség egyik fontos bizonyítéka.

Eszköz	Alapítványi levél intézményi támogatók megnyerésére
Célkitűzés	- a jelentős intézmények, gazdálkodó szervezetek, szakmai-érdek-képviselői és civil szerveződések bevonása, mobilizálása - támogató nyilatkozatok gyűjtése
További lehetőségek	- média aktív bevonása - visszajelzések feldolgozása, értékelése
Ütemezés	- 2002. december 1. után
Kapcsolódó eszközök	- EU-portál - program társadalmasítása
Mérés módja	- visszajelzések száma és tartalma alapján - médiavisszhang alapján

1.2.2. Alapítványi levél az állampolgárok tájékoztatására

Koncepció

Az alkotmánymódosítás után szükség van arra, hogy erről a történelmi léptékű eseményről, a következő lépésekről és a mindenki előtt megnyíló lehetőségek megragadásának módjáról a Közalapítvány tájékoztasson minden magyar állampolgárt. A levél ténye egyértelműen aláhúzza a történelmi pillanat súlyát.

A levél röviden aláhúzza az EU-csatlakozás fontosságát, a Magyarország előtt megnyíló egyedülálló történelmi lehetőség tényét, és bemutatja a csatlakozás várható menetrendjét. A levél a személyes felelősség tudatosítására felhívást tartalmaz minden magyar állampolgár számára arra, hogy személyesen is vegyen részt a települését érintő Hozomány-program kialakításában, járuljon hozzá annak kiválasztásához, hogy az ő települése vajon mit is visz az Európai Unióba, mivel járul hozzá az európai kultúra, sokszínűség gazdagításához.

A levél ugyanakkor tartalmazhat egy olyan visszajelzési kártyát, amelynek kitöltésével és visszaküldésével mindenki felteheti az öt leginkább foglalkoztató kérdéseket, és egyben hozzájárulást tud adni ahhoz, hogy a csatlakozással kapcsolatos információkkal a későbbiekben is megkeressék. Ez a lehetőség a későbbi kommunikációs tevékenység fontos elemét képező kapcsolattartáshoz szükséges adatbázis és címlista építés szempontjából kiemelt fontosságú.

Eszköz	Alapítványi levél az állampolgárok tájékoztatására
Célkitűzés	- a lakosság ünnepélyes tájékoztatása és mobilizálása - az egyéni és közösségi felelősség tudatosítása
További lehetőségek	- média aktív bevonása - társadalmi célú kommunikációs kampány ösztönöz a honlap felkeresésére
Ütemezés	- 2002. december 1. után
Kapcsolódó eszközök	- Hozomány-program

	- adatbázis
Mérés módja	- visszajelzések száma alapján

1.2.3. Hozomány-program

Konceptió

A felkészülési időszak egyik legfontosabb feladata annak a gondolkodásnak az előmozdítása, amely arról szól, vajon a most csatlakozó Magyarország, annak régiói, települései és állampolgárai mit visznek Európába. Mi a mi hozzájárulásunk a közös európai fejlődéshez, sokszínűséghez? Mire vagyunk mi a legbüszkébbek?

A cél az, hogy minden magyarországi település meghatározza azt az egy elemet, amivel hozzájárul Európához, az európai kultúra gazdagításához, bővítéséhez. A hozzájárulás meghatározása olyan közös feladat, amelybe a település minden lakosát érdemes bevonni, az összes ott élő ember számára lehetővé kell tenni a véleményalkotást. A hozomány tartalma - a kulturális, történelmi örökségek és nem utolsósorban a képzelőerő gazdagsága révén - elképzelhetetlenül széles palettán mozog, így lehet akár:

- híres épület,
- a település híres szülöttje,
- régészeti emlék,
- népszokás,
- nevezetesség,
- kezdeményezés,
- étel, ital.

A Hozományt alkotó hozzájárulást a település önkormányzatának ünnepi ülése határozza meg az ott élők javaslatai közül választva. A több mint 3000 település hozománya adja majd azt a sokszínű palettát, amit országunk az Európai Unióba visz.

A Hozomány-program összegzéseként egy olyan díszes album és CD-ROM összeállítását javasoljuk, amely tartalmazza azokat az örökségeket, amelyekkel Magyarország járul hozzá az unió sokszínűségéhez. Ez az album a későbbiekben mind a csatlakozás jelképeként, mind pedig akár állami szintű reprezentatív ajándékként átadható.

Eszköz	Hozomány-program
Célkitűzés	- elősegíteni a közös értékekről szóló gondolkodást - minél több ember bevonása egy fontos döntés előkészítésébe - a nemzeti büszkeség erősítése
További lehetőségek	- helyi szinten folytatni és kifejleszteni a megőrzendő értékekről szóló munkát - ezeknek helyi vagy regionális szinten történő megjelentetése - fotóalbum és CD-ROM megjelentetése
Ütemezés	- 2002. december 1-2003. március 15.
Kapcsolódó eszközök	- Alapítványi levele - Európa üzenete
Mérés módja	- csatlakozási hajlandóság alapján - visszajelzések alapján

1.2.4. Európai üzenet: Harangzúgás hirdesse lobogásod

Konceptió

Egyszerre van arra szükség, hogy az ország szimbolikus módon jelezze, csatlakozni kíván Európához, az Európai Unióhoz, illetve arra, hogy az uniónak hirdesse Magyarország közelgő csatlakozását. Ennek a kettős jelképnek a kiemelésére javasoljuk a következő ünnepélyes eseményt.

Minden egyes magyarországi település kapjon egy európai uniós zászlót, amelyet az európai szabadság magyar ünnepén, március 15-én a magyar zászlóval együtt húznak fel. A zászló jelképének üzenete: 1000 éves törekvésünk válik teljessé akkor, amikor az ország újból az európai népek közösségének tagjává válik. A zászló felhúzása ugyanakkor egybekapcsolódik az egyik legfontosabb - és ugyanakkor külföldön legkevésbé ismert - magyar hagyománnyal, a déli harangozással. A 2003. március 15-i déli harangszó, az európai zászlónak a magyar zászlóval együtt történő felhúzása tehát azt üzeni: az ország újból teljes jogú része lett Európának, Európának pedig üzeni,

hogy egy olyan ország csatlakozik most a közösséghez, amelyik évszázadok óta küzd az európai népek függetlenségének megőrzéséért.

Minden egyes település számára van ugyanakkor egy fontos felhívás: az a település kap európai uniós zászlót, amelyik vállalja, hogy részt vesz a Hozomány-programban, és meghatározza azt a jelképet, amelyet települése az unióba visz.

További lehetséges programelemként elképzelhető még egy fontos lépés: ezen a napon minden település ültessen egy olyan fát is, amely az Európához tartozását jelképezi. A faültetés egyben a hosszú távú jövőbe vetett alkotó hit jelképe is lehet.

Eszköz	Európai üzenet: Harangzúgás hirdesse lobogásod...
Célkitűzés	- megteremteni a csatlakozás ünnepélyességét - egyensúlyt teremteni a Mit kapunk Európától? és a Mit nyújtunk mi Európának? kérdések között - kiemelni a lehetőségért tenni kell elvet
További lehetőségek	- faültetés
Ütemezés	- 2003. március 15.
Kapcsolódó eszközök	- Hozomány-program
Mérés módja	- települések részvétele alapján - az egyes ünnepeken való részvétel alapján - visszajelzések alapján

1.2.5. Európai Tájéoló

Koncepció

Az egyes települések, régiók bevonását, az EU átfogó megismerésének bevezetését szolgálja a több helyen (pl. Finnország, Csehország, Szlovénia) sikerrel működtetett EURO-BUSZ-program mintájára az Európai Tájéoló-program. A program lényege, hogy a más területekről ismert országjáró roadshow mintájára egy külön erre a célra kialakított, speciális kamion járja az országot, és képzeletbeli fonalat, hálót teremt az ország különböző települései között. Az országot körbejáró kamion egyes megállóinak programját a régiók szervezik, az előzetes beharangozás révén az egyes állomások körzetéből is oda tudják vonzani az érdeklődőket, így az egész országra kiterjed az Európai Tájéoló hatása. A kamion az egyes megállóknál átalakítható és az alábbi programokra teremt lehetőséget:

- előadások,
- fórum politikai és szakmai témákról,
- kiállítás,
- filmvetítés,
- interaktív információszerezési lehetőség,
- gyerekprogramok,
- személyes találkozások,
- kiadványok, szórólapok terjesztése,
- szórakoztató programok,
- vetélkedők, kvízzjátékok,
- helyi és európai nemzetiségi konyhákat bemutató vendéglátás.

Természetesen minden programelem középpontjában az Európai Unió áll. A programsorozat révén nagyon sok olyan ember számára teremthető személyes élmény, akik más eszközökkel egyébként nehezen érhetők el. Azt is fontos kiemelni, hogy a kamion annak kereteit is biztosítja, hogy a társadalom legkülönbözőbb csoportjainak, a legváltozatosabb módon nyújtson programot és adjon információt.

Eszköz	Európai Tájéoló
Célkitűzés	- az EU-csatlakozás gondolatának széles körű népszerűsítése - aktív, részvételen alapuló ismeretszerzés - személyes élményszerzés lehetőségének ösztönzése
További lehetőségek	- a karikatúrapályázat nyertes műveinek bemutatása

	- írásos kérdések összegyűjtése - nyertes fotó-, illetve filmanyagok bemutatása - a call-center, illetve az EU-portál népszerűsítése
Ütemezés	- 2003. március 15-től folyamatosan
Kapcsolódó eszközök	- kiadványok - film
Mérés módja	- az egyes rendezvényeken megjelenők száma alapján - az ott terjesztett kérdőív visszajelzései alapján - médiavisszhang alapján

1.2.6. Közösségi Fesztivál

Koncepció

A népszavazás napját a helyi közösségek fesztiváljának napjává kell tenni. Az egész napos helyi ünnepek kettős célt szolgálnak: újból megerősítik annak az örökségnek az elemeit, amelyet Magyarország az Európai Unióba visz, ugyanakkor oldják a népszavazás hivatalos jellegét, és az eseményt a közös öröm eseményévé emelik. A helyi ünnepek kialakításánál a helyi kezdeményezéseket érdemes előtérbe helyezni, így annak formája bizonyára változatosságot mutatva lehet például:

- kirakodóvásár,
- színjátszó körök műsorai,
- dalárdák, énekkarok műsorai,
- nemzetiségi műsorok,
- bábozás,
- népi hagyományú kézművesség,
- koncertek,
- utcabál.

Abban az esetben, ha a népszavazás napja a megítélés szerint nem a legalkalmasabb nap a kötetlen, a helyi közösségekre építő ünneplésre, akkor ugyanezt a Közösségi Fesztivált a csatlakozási szerződés ünnepélyes aláírásának napjára, 2003. április 16-ra érdemes ütemezni.

A budapesti Közösségi Fesztivált az Európa Óra színhelyére érdemes szervezni.

Eszköz	Közösségi Fesztivál
Célkitűzés	- a népszavazás egybekötése az ünnepléssel - Európát gazdagító örökségünk újbóli megerősítése
További lehetőségek	- nyertes fotó-, illetve filmanyagok bemutatása - a call-center, illetve az EU-portál népszerűsítése
Ütemezés	- a népszavazás napján, vagy esetleg 2003. április 16-án, a csatlakozási szerződés ünnepélyes athéni aláírásakor
Kapcsolódó eszközök	- Európa Óra
Mérés módja	- az egyes rendezvényeken megjelenők száma alapján - médiavisszhang alapján

1.2.7. Európa Óra

Koncepció

A csatlakozási szerződés athéni ünnepélyes aláírásával vagy esetleg a népszavazás lezajlásával visszavonhatatlanul elindul a visszaszámlálás a csatlakozásig. Bár a felkészülés üteme, intenzitása és ennek kisugárzása várhatóan egyre erősödni fog, mégis sokak számára a szerződés aláírásának híre ad fontos impulzust arra, hogy saját maga is utánajárjon, utánanézzon a reá vonatkozó információknak. Ennek megerősítését, a jelképes visszaszámlálást és a visszavonhatatlanságot bizonyítja az az óra, amelyet Budapest egyik központi fekvésű helyén érdemes felállítani. Az Európa Óra, miközben a pontos időt is mutatja, eközben - a Millenniumi órához hasonlóan - minden percenkénti visszaszámlálással tudatosítja a csatlakozás közeledtét.

Az óra egyébként hagyományosan is komoly jelképes erővel rendelkezik: jelzi, mi az, amihez igazodnunk kell.

Az Európa Óra koncepcionális és műszaki terveitől függően további funkciók is az órához rendelhetőek: képes jelezni a pontos időt az Európai Unió fővárosaiban, mutathatja az egyes fővárosok irányát és a légvonalban mért távolságot, vagy éppen szolgáltathat meteorológiai adatokat, beleértve a környezetszennyezési értékeket is. Figyelemfelkeltő jellege révén alkalmas a call-center telefonszámának, illetve az EU-portál honlap címének közlésére.

Eszköz	Európa Óra
Célkitűzés	- a csatlakozásig hátralévő idő figyelemfelkeltő módon történő jelzését szolgálja
További lehetőségek	- kiegészítő információk jelzése (európai fővárosok adatai, időjárási adatok stb.) - a call-center, illetve az EU-portál népszerűsítése
Ütemezés	- 2003. április 16., a csatlakozási szerződés athéni ünnepélyes aláírásakor
Kapcsolódó eszközök	- Közösségi Fesztivál
Mérés módja	- médiavisszhang alapján

1.2.8. Május 9. - Európa Nap

Koncepció

Az EU-hoz történő közeledés egyik legkézzelfoghatóbb jele, ha Magyarországon is méltó módon megtörténik a május 9-ei Európa Nap (Schuman-nap) megünneplése. Az ünnepek alaphangulatát nem protokolleseményeknek kell megadniuk, hanem sokkal inkább sok apró ünnepségből érdemes összeállítani. Ennek a megünneplése minden értelemben óriási kommunikációs értéket hordoz:

- jelzi az ország minden lakója számára, hogy Európa része vagyunk,
- érzékelteti, hogy egy olyan ünnepről van szó, ami a mi ünnepünk, minden kis közösség ünnepe,
- fontos jelzés a külvilág számára is, hogy Magyarország Európa részének tekinti magát.

Tekintettel arra, hogy ez a nap hagyományos ünnep az EU országokban, a nap megtervezését a Delegáció, illetve az EU tagállamok Magyarországon működő követségeinek bevonásával érdemes megtervezni.

Eszköz	Május 9. - Európa Nap
Célkitűzés	- jelképet teremteni - lehetőséget teremteni arra, hogy mindenki kifejezhesse, számára, közössége számára mit jelent az európai eszme
További lehetőségek	- lezárni a március 15-ével kezdett európai ív programjait
Ütemezés	- minden évben május 9-én
Kapcsolódó eszközök	- Egy nap Magyarország életéből album
Mérés módja	- résztvevők száma - médiavisszhang alapján

1.2.9. Egy nap Magyarország életéből album

Koncepció

Néhány ország példáját követve (Egyesült Államok, Oroszország, Kína) megvalósítható egy olyan, reprezentatív kiadású fotóalbum, amely Magyarország egy napját rögzíti képekben. Az ország sokszínűségének megőrzésére szolgáló album megvalósításában az ország legnevesebb fotóművészei vesznek részt. Jelképként is szolgáló dátumként 2003. május 9-ét javasoljuk, mely egyszerre képes fontos, pozitív képi üzeneteket megjeleníteni:

- tavasz, a természet, az élet fejlődése,
- Európa Nap, a szabad Európához tartozás jelképe,
- a vakációk előtti utolsó teljes iskolai hónap, az érettségire készülődés időszaka,
- a kiegyensúlyozottság, a harmónia időszaka,
- 2003-ban ez egy pénteki nap, ami alkalmas mind a hétköznapi munka, mind pedig az esti szórakozás, kikapcsolódás bemutatására.

Az önálló módon kereskedelmi forgalomba kerülő album megvalósításában komoly szerepet játszhat a Magyar Fotográfusok Háza.

A fotógyűjtemény bemutatására Magyarországon és külföldön egyaránt bemutatható fotókiállítást érdemes szervezni.

Eszköz	Egy nap Magyarország életéből album
Célkitűzés	- megörökíteni a sokszínű Magyarországot - különleges módon megünnepelni, megemlékezni május 9-éről
További lehetőségek	- fotókiállítás akár vándorkiállítás formájában
Ütemezés	- 2002. május 9.
Kapcsolódó eszközök	- május 9. - Európa Nap
Mérés módja	- az album fogadtatása - médiavisszhang - kiállítás látogatottsága

1.2.10. Ablak Európára, ablak Magyarországra - országos vetélkedő

Egy országos vetélkedősorozat egyszerre képes arra, hogy ösztönözze a felkészülést, ugyanakkor elismerést szerezzen a legfelkészültebbeknek. A jelképesnek is tekinthető, május 9-ével induló vetélkedő koncepcióját olyan módon érdemes kialakítani, hogy egyszerre legyen képes az alábbiakra:

- a település fejlődése és a vetélkedőn nyújtott teljesítmény egyaránt szerepet játsszon,
- ne elit csapatok versengésén alapuljon, hanem ténylegesen a település apraja-nagyját tudja megmozgatni,
- mozgósító hatású legyen akár az egész ország számára,
- ötvözze a készülést igénylő - ezen belül a gondolkodás elmélyítését segítő és kevésbé a lexikális tudást értékelő - feladatokat és a spontán megoldást igénylő tennivalókat.

A vetélkedő különlegességét az a szemlélet adja, amely egyforma fontosságot tulajdonít a sikeres csatlakozáshoz szükséges európai ismereteknek és az Európai Uniónak adott magyar hozománynak.

A vetélkedőnek komoly szerepe lehet a közösségi kapcsolatok erősítésében, a hagyományok tudatosításában és a különböző ismeretek, szemléletek, nézőpontok összehasonlítására építő tanulásban.

Eszköz	Ablak Európára, ablak Magyarországra - országos vetélkedő
Célkitűzés	- a lakosság bevonásán alapuló felkészülésösztönzés - közösségi kapcsolatépítés - új ismeretek és rendszerek elsajátítása
További lehetőségek	- vetélkedősorozat többlépcsős egymásra építése - készületesi segédanyagok összeállítása
Ütemezés	- 2003. május 9-től folyamatosan
Kapcsolódó eszközök	- kiadványok - EU-klubok Hálózata - EU-portál
Mérés módja	- résztvevők száma - résztvevők körében végzett felmérések alapján - médiavisszhang alapján

1.2.11. Regionális Európa Napok

Koncepció

Az Európa Napok nemes hagyományát érdemes folytatni, szervezésüket, koordinálásukat azonban a helyi önkormányzatoknak kell végezniük. Helyszínül azok a helyi önkormányzatok szolgálnak, amelyek az ott, illetve a környéken élők - és így a várható résztvevők - száma alapján a rendezvényt hitelesíteni tudják. Az Európa Napok teszik lehetővé a lakosság tájékoztatását és mobilizálását az unióval kapcsolatos kérdésekben, közvetlen kapcsolatot teremtenek politikusokkal, diplomatakkal, és lehetőséget biztosít az értékek őrzésére, közvetítésre is.

A politikai fórumok célja, hogy párbeszédet kezdeményezzenek a helyi lakosokkal, míg a szakmai fórumok az adott szakma/terület (turizmus, civil szervezetek, környezetvédelem stb.) képviselőinek találkozását szorgalmazzák. Azt javasoljuk, hogy maximum három diplomata (köztük a soros EU-elnök ország és a delegáció diplomatája), a Kormány, illetve a parlamenti pártok képviselői, valamint a helyi polgármester legyenek a panel résztvevői.

A témák tekintetében aktuális integrációs kérdéseket (magyar csatlakozás, az unió fontosabb eseményei) megvitatását javasoljuk, amelyeket a moderátornak szakmailag felkészült módon kell vezetnie. Értelemszerűen olyan témákat érdemes előtérbe helyezni, amelyek az adott térség számára különös jelentőséggel bírnak.

A politikai és szakmai fórumok mellett lehetőséget kell teremteni arra, hogy a helyi lakosok érintkezhessenek és beszélhessenek a meghívott nagykövetekkel. A nagykövetek, diplomaták is szívesen vesznek részt vállalat- és iskolalátogatásokon, főleg ha azoknak vannak kapcsolataik partnerintézményekkel az unióban.

A rendezvény sikerét elősegíthetik továbbá az alábbiak:

- szervezőknek támogatás, segítség kézikönyv, illetve on-line tanácsadás formájában,
- kiadványok, szóróanyagok terjesztése,
- EU-klubok, művelődési intézmények, iskolák bevonása,
- médiatámogatás megteremtése.

Természetesen van hasonlóság a Tájéoló-program és az Európa Napok céljai között, azonban az átfogó módon kezelt Regionális Európa Napok-sorozat képes arra, hogy viszonylag sok emberhez jusson el egy meghatározott idő alatt az ország különböző részein.

Eszköz	Regionális Európa Napok
Célkitűzés	<ul style="list-style-type: none"> - a lakosság tájékoztatása és mobilizálása az unióval kapcsolatos kérdésekben - közvetlen kapcsolat politikusokkal, diplomatákkal - kezdeményezés, öntevékenység, civil kezdeményezések támogatása
További lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> - média aktívabb bevonása - kézikönyv elkészítése
Ütemezés	- folyamatos
Kapcsolódó eszközök	<ul style="list-style-type: none"> - kiadványok - EU-klubok Hálózata - EU-portál
Mérés módja	<ul style="list-style-type: none"> - résztvevők száma - résztvevők körében végzett felmérések alapján - médiavisszhang alapján

2. Általános strukturális kommunikációs eszközök

Az alábbiakban bemutatásra kerülő eszközök sajátossága, hogy kialakításuk, megvalósításuk és működtetésük folyamatos munkát igényel, hatásukat pedig a kommunikációs stratégia megvalósítása során végig kifejtik. Ezek az eszközök nyújtják annak az alapját, hogy a részben az előzőekben bemutatott általános kommunikációs eszközök, részben pedig a későbbiekben leírt közvetítői célcsoportokhoz és a társadalmi célcsoportokhoz tartozó eszközök megvalósulhassanak.

2.1. EU-portál és adatbank

Koncepció

Szükség van arra, hogy legyen egy olyan, széles körben hozzáférhető, magyar nyelvű adatbázis, amely az érdeklődők számára kezelhető módon tartalmazza az EU-val és a csatlakozással kapcsolatos tudnivalókat.

Ez a portállal egybekapcsolt adatbank képes arra, hogy nemcsak a közvetlenül hozzáférhető személyeket és szervezeteket lássa el információval, hanem szolgálja egyben az EU-központokat, a könyvtárakat, az EU-klubokat és természetesen a médiát. Az EU-portál, az adatbank és az ehhez kapcsolódó call-center akkor lesz funkcióját hatékonyan képes ellátni, ha ez a külvilág számára mindig egységes módon, egységes megjelenéssel és mindenki számára azonosítható módon jelenik meg.

Fontos, hogy a honlap ne csak elméleti vagy éppen szabályozási kérdésekben jelentsen támaszt, hanem képes legyen gyakorlati kérdésekre is választ nyújtani. A hitelességet növeli, ha ezen - vitafórum formájában - az EU-csatlakozás ellenzői is megszólalhatnak. A honlap lehetőséget ad ismert közéleti személyiségek megszólalására is.

Az adatbázis és az EU-portál értékelése szempontjából egyaránt elengedhetetlen, hogy a kezdetektől fogva megtörténjen minden egyes telefonos, illetve számítógépes érdeklődő regisztrálása legalább az alábbiak szerint:

call-center esetében:

- honnan ismerte a telefonszámot,
- milyen típusú téma iránt érdeklődött,
- megkapta-e a feltett kérdésére a választ,
- általános személyi adatok (kor, nem, milyen településtípus stb. természetesen az azonosítható személyi adatok nélkül!);

EU-portál esetében (regisztrálás révén):

- honnan linkelt rá, hogyan jutott el az adatbázishoz,
- milyen téma iránt érdeklődött,
- vendégkönyvi bejegyzés,
- általános személyi adatok (kor, nem, milyen településtípus stb. természetesen nem az azonosítható személyi adatok!).

Eszköz	EU-portál és adatbank
Célkitűzés	<ul style="list-style-type: none"> - a lakosság tájékoztatása és mobilizálása az unióval kapcsolatos kérdésekben - tájékoztató pontot teremteni az információk továbbközvetítésével foglalkozó szervezeteknek
További lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> - média aktív bevonása - társadalmi célú kommunikációs kampány ösztönöz a honlap felkeresésére
Ütemezés	- az indítástól - a tervek szerint 2003. január 1-jétől - kezdve folyamatosan
Kapcsolódó eszközök	
Mérés módja	<ul style="list-style-type: none"> - látogatók száma - aktív résztvevők száma - látogatók körében végzett felmérések alapján - médiavisszhang alapján

2.2. EU-klubok Hálózata (EKH)

Koncepció

A helyi kezdeményezések terének megteremtésére javasoljuk az EU-klubok Hálózata létrehozását. Az EKH célja, hogy rendszert, rendszerességet vigyenek azokba a kezdeményezésekbe, amelyek a településen élők információval való ellátását, a lakosság felkészülését szolgálják. A klubok sikeres létrejöttének és működésének támaszát több, már létező szervezet és intézmény együttműködésének kell biztosítania:

a) Teleházak

Az országban ma már több mint 550 teleház működik és ezek száma - a Fehér Folt-program eredményeként - várhatóan a közeljövőben is tovább nő. A teleházak képesek arra, hogy az EU-klubok működéséhez szükséges informatikai hátteret, az információhoz való hozzáférést biztosítani tudják.

b) Közművelődési intézmények

Az ország jó néhány művelődési házában létezik már az Európai Unió bizonyos témáival foglalkozó klub. A művelődési házak infrastrukturális adottságaikkal, a már meglévő programok betagozásával, lakossági kapcsolatteremtő hálózatuk bevonásával tudnak hozzájárulni az EU-klubok sikeréhez. Bekapcsolásuk különösen azért fontos, mert képesek az idősekhez is eljutni, akik esetében különösen fontos az értelmi és érzelmi azonosulás megteremtése.

c) Iskolák

Az iskolák diáksága alkotja azt a kört, akik a leginkább mozgósíthatóak, bevonhatóak az EU-klubok működtetésébe, programjaiba. A programok egy része tartalmazhat olyan részeket, melyek a diákság részére előzetes felkészülést, tanulást, majd az Európai Unióról tanultak hasznosítását is jelenti. Érdemes kihasználni tehát a diákok nyitottságát, különösen annak fényében, hogy várhatóan ők lesznek a csatlakozás első számú nyertesei.

d) Európai Információs Pontok (EIP)

Az országos lefedettséget biztosító EIP-k bizonyos helyszíneken képesek arra, hogy az EU-klubok támaszai legyenek. Az évek során felhalmozott EU-ismeretanyag, illetve működési tapasztalat elősegítheti, hogy ne kelljen már egyszer végigtaposott utakat újból kitalálni. Az EIP-k tényleges bevonásának, terhelhetőségének mértéke minden egyes megye esetében csak külön-külön állapítható meg.

A négy felsorolt elem biztosítja tehát az országos kiterjedésű EU-klub Hálózat infrastrukturális hátterét, informatikai szükségleteit, tagságának aktív magját és célját, a klubok pedig így regionális vagy akár országos kezdeményezések kereteit is képesek biztosítani.

Az EU-klubok Hálózata kialakításakor érdemes támaszkodni továbbá azokra az ismeretekre és ismeretségekre, amelyeket az elmúlt években a PHARE, ISPA és más programok kapcsán halmozódtak fel, és amelyek bőséges számban tartalmazzák olyan személyek és szervezetek adatait, akik a Klubok kialakításában partnerek lehetnek. Hasonlóan fontos szerepet tölthetnek be az EU-klubok kialakításában és támogatásában a kistérségi megbízottak is.

Az EU-klubok programjainak kialakításakor azokat a programokat érdemes előnyben részesíteni, amelyek a résztvevők számára a személyes élmény, a személyes felismerés és cselekvésre ösztönzés elemeit tartalmazzák. Néhány ilyen program kerül az alábbiakban felsorolásra.

A) Filmklub

Az uniós országok polgárainak életéről készített filmek képesek plasztikusan bemutatni azt a fejlődést, ami a csatlakozást követően a legtöbb országban végbement. Akár egy tájékoztató vagy fórum keretében, akár pedig önálló filmsorozatként bemutathatóak ezek a filmek. Ezek a spanyol, portugál, ír példán keresztül képesek érzékelteni, hogy milyen változásokkal és lehetőségekkel járt a tagság és ezeket hogyan voltak képesek a társadalom különböző csoportjai megragadni. Egy koncepciózus megvalósítás esetén akár az is elképzelhető, hogy ezeket a filmeket egy közszolgálati tv-csatorna vagy az Art mozi hálózat is műsorra tűzi.

B) Fotókiállítás

Összeállítható egy hasonló célú fotókiállítás, amely nem csak a tagországoknak a tagság óta lezajlott fejlődését képes bemutatni, hanem egyben azt az üzenetet is aláhúzza, hogy az Európai Unió erejét éppen sokszínűsége adja. Az európai kultúra: egység a sokféleségben érzékeltetésére pontosan alkalmas egy ilyen fotókiállítás.

Eszköz	EU-klubok Hálózata
Célkitűzés	<ul style="list-style-type: none"> - kézzel fogható közelségbe hozni az EU-t a településeken - kereteket biztosítani az interaktivitáson alapuló bevonáshoz - az európai gondolat elősegítése - az egyéni és közös felkészülés fontosságának kiemelése és egyben ehhez történő támogatás nyújtása
További lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> - filmklub - fotókiállítás
Ütemezés	- folyamatos
Kapcsolódó eszközök	
Mérés módja	<ul style="list-style-type: none"> - részvétel alapján - visszajelzések alapján

2.3. Kiadványsorozat

Koncepció

A csatlakozási feltételrendszer véglegesítését követően fokozott ütemben szükséges a társadalmi, illetve a szakmai célcsoportok számára olyan kiadványok megjelentetése, amelyek tartalmazzák a feltételrendszerrel kapcsolatos - az adott csoportra vonatkozó - legfontosabb tudnivalókat. Az egységes struktúrájú, felépítésű kiadványok sorozatot alkotnak; minden csoport ingyenesen kapja kézhez a számára fontos információkat.

Az egyes kiadványokat szakértők írják meg a Közalapítvány/szaktárcák koordinálásában, a szakmai és civil szervezetek bevonásával. A már korábban jelzett szempontok szerint a kiadványok kialakítása során grafikusok, vizuális szakemberek gondoskodnak arról, hogy a kiadványok ne csak tartalmukban legyenek vonzóak, hanem megjelenésük, kivitelük is elősegítse az olvashatóságot. Ezek a specifikus kiadványok hangsúlyozottan tömör, néhány oldalas kivitelben jelennek meg.

A kiadványok információtartalma egybe kell, hogy csengjen az EU-portálon és adatbázisban fellelhető információival.

Természetesen a kiadványok igazi értéke akkor bontakoztatható ki, ha eljut azok kezébe, akiknek szól. A kiadványsorozat gondolatához tehát mindenképpen hozzátartozik, hogy ingyenes terjesztés révén kell eljuttatni a megfelelő célcsoportokhoz.

A közös információforrás használata egyben azt is elősegíti, hogy adott kérdésekre válaszolva egységes, egymással egybecsengő információk, üzenetek hangozzanak el.

Eszköz	Kiadványsorozat
Célkitűzés	- a társadalmi és a szakmai csoportok tájékoztatása a csatlakozással kapcsolatos kérdésekben, a rájuk vonatkozó és őket közvetlenül érintő területeken - az európai gondolat elősegítése - az egyéni felkészülés fontosságának hangsúlyozása
További lehetőségek	- visszajelzések alapján bővíteni a kiadványok körét - összegyűjtött formában történő megjelentetés
Ütemezés	- folyamatos
Kapcsolódó eszközök	- EU-portál és adatbázis
Mérés módja	- visszajelzések alapján

2.4. EU Csatlakozási Védjegy

Koncepció

A céltudatos kommunikáció jegyében szükség van arra, hogy egyértelműen meghatározásra, ha szükséges újragondolásra vagy éppen megerősítésre kerüljenek az eddig eltérő módon használt vizuális jelképek. Ezt követően tudatos módon építeni kell azt a logót, amely az EU-csatlakozáshoz kapcsolódó tevékenységeket jelzi.

Arra van szükség, hogy a szigorú kritériumok alapján használt logó egyben védjegyként is képes legyen funkcionálni, összefogva mindazokat a kezdeményezéseket, amelyekben a Közalapítvány és a kormányzat részt vesz, vagy amelyeket támogat. A céltudatos használat eredményeként egy olyan, önálló termék jön létre, amely minőséget, színvonalat, EU-kompatibilitást sugároz és ezzel önmagában is jelentős támogatást képes nyújtani.

A védjegy alkalmas arra, hogy fémjelezze azokat a kezdeményezéseket, amelyek a szigorú kritériumrendszernek megfelelnek és jelölje azokat a támogatókat, csatlakozókat, akik az Alapítványi levélre támogatólag reagáltak és nevüket adják Magyarország EU-csatlakozásához.

Eszköz	EU Csatlakozási Védjegy
Célkitűzés	- a logó egységes használata révén erősödjön meg pozíciója és váljon jelképpé - képes legyen minden EU-csatlakozási kezdeményezés pozitív azonosítására
További lehetőségek	- önálló piaci értéket nyerjen az embléma - a logó használatára pályázni lehessen
Ütemezés	- folyamatos
Kapcsolódó eszközök	- alapítványi levél
Mérés módja	- közvélemény-kutatás - önálló kereslet a logó iránt

3. A közvetítő csoportok kommunikációs eszközei

A közvetítő csoportok kommunikációs eszközei az egyes csoportoknak megfelelő bontásban kerülnek bemutatásra. Az eszközök megjelenítése során külön szerepelnek az ún. kiemelt eszközök, amelyek megvalósítását elengedhetetlenül fontosnak tartjuk, illetve az ún. ajánlott eszközök, amelyek az adott célcsoport hatékony elérését segítik.

3.1. Újságírók

A KS időszakában az EU-csatlakozáshoz kapcsolódó média kommunikációs tevékenység már jelentős múltra tekint vissza. Az újságírók munkáját segítő kommunikációs eszközök alkalmazásánál ezért hasznosítani kell a korábbi időszakokban összegyűlt értékes tapasztalatokat, fel kell használni az EU-kommunikációban rendelkezésre álló

- jelentős adatbázisokat (EU-, illetve belső felkészülési témákkal foglalkozó újságírók és tudományos szakértők listái, az újságíró-továbbképzéseken felhasznált források és oktatási segédanyagok stb.),
- emberi erőforrásokat, menedzment- és szakértői tapasztalatokat (a KüM EU-közvélemény felkészítési programjában, illetve a PHARE kommunikációs projektek menedzseri és szakértői munkájában összegyűlt tapasztalatok stb.).

Az alábbi projektlista az EU-kommunikáció 1995-2001. közötti időszakának tapasztalatai alapján, az újságírók és a kormányzat által leghasznosabbnak tartott, legjobban sikerült projektek folytatásait javasolja.

Kiemelt eszközök

3.1.1. EU-információs csomag - újságírói hálózat

Az újságírókkal való partnerkapcsolat keretében a kormányzat támogatja EU-információs csomagok rendszeres elkészítését a csatlakozással foglalkozó újságírók számára. Az információs gyűjteményekben többek között a következőket találhatják az újságírók:

- szakmai tanulmányok,
- a közösségi joganyag egyes részeinek értelmezése,
- a magyar felkészüléssel kapcsolatos információk,
- közvélemény-kutatási eredmények,
- további EU-információs források megnevezése (internetes honlapok, újságok, szaklapok stb.).

Az EU-információs csomagok készítésének célja, hogy az újságírók adatokban és összefüggésekben gazdag háttéranyagot kapjanak. Az EU-információs csomagok információinak felhasználása többféle lehet:

- egyes anyagok (pl. közvélemény-kutatási eredmények) közvetlenül hírértékűek, és így azonnal közölhetőek,
- más anyagokat feldolgozva, szerkesztve lehet közölni,
- az információkat aktuális ügyek háttéréként lehet használni,
- egyes információkat önálló kutatással ki lehet egészíteni, tényfeltárással sztorit készíteni.

Ugyanakkor a minisztériumok számára előnyt jelent, hogy elkészített szakértői anyagaik és egyéb információik nyilvánosságot kapnak és eljutnak a címzettekhez.

A korábban rendszeresen küldött EU-információs csomagokat a KS keretében folytatni kell. Meg kell szervezni, hogy az EU Kommunikációs Közalapítvány, a KüM és a szaktárcák szakértői rendszeresen adjanak információt az EU-információs csomagok számára.

Az EU-információs csomagokat

- az interneten, az EU-portálon is hozzáférhetővé kell tenni, és
- meg kell küldeni az Európai Információs Pontok, az Európai Tanulmányi Központok, a KüM, a MeH, a szaktárcák és a Delegáció könyvtárának, a fontosabb közkönyvtáraknak, illetve az önkormányzati EU-gyűjteményeknek archiválásra, hogy így hosszú távon is hozzáférhetőek legyenek a felhasználók számára.

Az információs csomag rendkívül költséghatékony, ugyanakkor ez a rendszer jól felhasználható az újságírókkal való hosszú távú partneri kapcsolatépítésben, hálózatalakításban.

Eszköz	EU-információs csomag - újságírói hálózat
Célkitűzés	- újságírók rendszeres tájékoztatása - partnerkapcsolat erősítése
További lehetőségek	- anyagok tematikájának bővítése - gyakoribb kiküldés

Ütemezés	- folyamatos
Kapcsolódó eszközök	- EU-portál
Mérés módja	- az anyagok alapján generált cikkek mennyisége és tartalma - közvetlen újságírói megkeresések alapján

3.1.2. Regionális EU-Médiaklubok

Az EU-Médiaklubok célja, hogy

- rendszeres fórumot nyújtsanak a csatlakozás és a belső felkészülés kérdéseiről szóló szakmai és politikai eszmecsere érdekében,

- az elhangzott érveket, információkat az újságírók háttér-információkként használják,

- első kézből elérhetővé tegye az újságírók számára a hírtértékű mondanivalóval rendelkező közéleti szereplőket.

Korábban rendszeresen sorra kerültek az Országos EU-Médiaklub rendezvényei, amelyeken kormányzati tisztviselők, politikusok, szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetek, kutatók és újságírók vettek részt és ütköztették nézeteiket a csatlakozás különböző kérdéseiről.

A korábban zajlott országos EU-Médiaklubokon a különböző témákban 15-20 újságíró vett alkalmanként részt. A program folytatását a regionális EU-Médiaklubok megalakításával, támogatásával érdemes megtenni. Bár a résztvevők nem a regionális médiát fogják képviselni, hiszen ez ilyen formájában nem létezik, az eseménysorozat mégis alkalmas arra, hogy a megyei rendszerben felépített média képviselői között erősítse a regionális szemléletet.

A regionális EU-Médiaklubok célja a regionális, megyei és helyi média újságíróinak informálása. Ezekben a rendezvényeken

- a minisztériumi tisztségviselők, és

- az országos szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetek képviselői mellett

- helyi tudományos kutatók, szakértők,

- önkormányzati vezetők,

- regionális, megyei és helyi szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetek képviselői, valamint a

- regionális és helyi sajtó képviselői,

- EU-regionális szakemberei

vesznek részt előadóként, illetve meghívottként.

A regionális EU-Médiaklubok szervezésére pályázatokat kell kiírni, amelyeken az EU-klubok hálózata, az EIP-k, az önkormányzatok és a helyi szakértők vehetnek részt.

Az EU-Médiaklubok költséghatékony módon, sikeresen járulhatnak hozzá az újságírókkal való hosszú távú partneri kapcsolatépítésben, hálózatalakításban.

Eszköz	Regionális EU-Médiaklubok
Célkitűzés	- újságírók rendszeres tájékoztatása - regionális szemlélet erősítése
További lehetőségek	- médiaklubok rendszeressé tétele
Ütemezés	- folyamatos
Kapcsolódó eszközök	
Mérés módja	- az anyagok alapján generált cikkek mennyisége és tartalma - közvetlen újságírói megkeresések alapján

3.1.3. Újságíró szemináriumok

Az újságíró szemináriumok és egyéb szakmai továbbképzési formák célja, hogy

- tanulmányi lehetőséget biztosítsanak az EU-csatlakozáshoz kapcsolódó témákban,

- segítsék a szakértő újságírók elmélyedését szakterületükön, illetve újabb témákban,

- a nem szakértő újságírók számára bevezetést, inspirációt adjanak, érdeklődést keltsenek az EU-csatlakozás fontos témái iránt,

- fórumot nyújtsanak a csatlakozás és a belső felkészülés kérdéseiről szóló szakmai kommunikációnak a kormányzat, a szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetek, a hazai és külföldi szakértők és az újságírók között,

- az elhangzott érveket, információkat az újságírók háttér-információkként használhassák,

- első kézből tegyék elérhetővé az újságírók számára a hírtértékű mondanivalóval rendelkező előadókat.

A korábbi újságíró szeminárium sorozatban többek között a következő témákban mélyedtek el a résztvevők:

- az EU regionális és vidékfejlesztési politikája,

- az EU támogatási politikája,
- az EU környezeti politikája és a magyar jogharmonizáció,
- az EU médiapolitikája és a magyar jogharmonizáció,
- az EU működése, intézményei és döntéshozatal,
- az EU belső reformja és a francia elnökség,
- az euró,
- eEurope,
- a csatlakozási folyamat és a csatlakozási tárgyalások,
- a PHARE, a SAPARD és az ISPA alapok és pályázatok,
- EU-témák megjelenése a magyar médiában,
- EU-terminológia,
- EU-információforrások és témakeresés,
- az EIP-k ismertetése,
- az EU-tudósító munkája,
- újságírói gyakorlatok egy EU-esemény kapcsán.

A folytatást olyan témákban lenne érdemes folytatni, amelyek

- különleges jelentőséggel, fontossággal bírnak Magyarország számára,
- a publikációk nyomán jelentős mértékben elősegítik a felelős véleménynyilvánítást a majdani népszavazáson,
- jelentős átalakuláson mentek keresztül az elmúlt időszakban.

Lehetséges témaként így felmerül:

- az EU és a szociális jogok,
- a nők helyzete az EU-ban,
- a fogyasztóvédelem helyzete az EU-ban,
- mezőgazdaság és élelmiszer,
- kulturális sokszínűség az EU-ban,
- döntési felelősség az egyén és a társadalom számára,
- munkaerő-piaci trendek és követelmények.

Az újságíró szemináriumok előadásait, információit az EU-portálon és adatbázison keresztül széles kör számára hozzáférhetővé lehet tenni.

Eszköz	Újságíró szemináriumok
Célkitűzés	- tanulmányi lehetőség újságírók számára
További lehetőségek	- téma és résztvevők számának bővítése
Ütemezés	- folyamatos
Kapcsolódó eszközök	- EU-portál
Mérés módja	- a szemináriumok alapján generált cikkek mennyisége és tartalma

3.1.4. Európai Újságírók Szervezete magyarországi konferenciája

2003-ban Magyarországon kerül megrendezésre az Európai Újságírók Szervezetének konferenciája. A konferencia a helyszínválasztás, az időpont és a várható publicitás révén kiváló alkalom arra, hogy Magyarországot mint az EU-csatlakozásra készülő és egyben készen álló országot bemutassa. Az elképzelések szerint akár arra is van mód, hogy a világon egyedinek számító Médiahajóval közös megjelenése is legyen a konferenciának. A konferencia fényét emeli:

- világsztár újságírók várható részvétele,
- vezető orgánumok kolumnistáinak részvétele,
- magyar és nemzetközi politikai és közéleti személyek szereplésének lehetősége,
- a 4 újságírói szervezetet tömörítő újságíró kamara létrejötte.

Mindenképpen érdemes az eseményben rejlő publicitást a magyar csatlakozás belső és külső támogatottságának növelésére használni.

Eszköz	Európai Újságírók magyarországi konferenciája
Célkitűzés	- publicitásteremtés a csatlakozás küszöbén álló Magyarország számára

További lehetőségek	- az EU-csatlakozás szempontjából kiemelt témákban szeminárium szervezése
Ütemezés	- 2003. március
Kapcsolódó eszközök	
Mérés módja	- a rendezvény alapján generált cikkek mennyisége és tartalma

Ajánlott eszközök

3.1.5. Médiavezetői kapcsolatépítés

A médiavezetői kapcsolatépítés célja, hogy a média szakmai döntéshozói és a médiamenedzserek is megismerjék az EU-kommunikáció fontosságát és a médiával kapcsolatos kiemelt kérdéseit.

A médiavezetői kapcsolatépítésnek célja tehát nem a független médiumok politikai befolyásolása, hanem a KS néhány fő általános üzenetének ismertetése, és az EU-kommunikáció, ezen belül különösen a belső felkészülés fontosságának kiemelése. Ennek következményeként a felkészülés témája több teret, illetve kedvezőbb adásidő-adáshelyet kaphat.

Az eddig tárgyalt, kiemelt kommunikációs eszközök - az EU-információs csomag, a regionális EU-Médiaklubok, az EU-újságíró szemináriumok - elsősorban a hírszerkesztők, rovatvezetők, beosztott újságírók, riporterek tájékoztatását célozta

- az újságírók gazdag uniós anyaga azonban nemegyszer kimarad a lapból vagy a hírműsorokból, illetve
- nem a súlyának megfelelően jelenik meg,
- csekély nézettségű műsorsávba kerül.

A médiavezetők felelőssége természetesen a média jövedelmezősége, az érdekes, eladható újság és a nagy nézettségű műsorok biztosítása. A média-döntéshozói kapcsolatépítés célja, hogy lehetőséget adjon a vezetők kreativitására abban, hogy a belső EU-felkészülés összetársadalmi fontosságát, tematikáját és az érdekesség-jövedelmezőség szempontját a médium stratégiai kérdései között fontolják meg. A média műfaji és tematikai sokfélesége lehetőséget ad a két szempont összeegyeztetésére.

A csatlakozás közeledtével feltehetően időszerű lesz a médiumok rovatstruktúrájának megváltoztatása, s az eddig határozottan elkülönülő bel- és külpolitikai rovat helyett egy árnyaltabb rovatstruktúra kialakítása, amelyben a közösségi tematika harmadik, külön rovatot kap, illetve a három rovat újszerű módon hatja át egymást. Ez jó alkalmat teremt a fenti kihívás kreatív megválaszolására, amelyet segíthet a médiavezetői kapcsolatépítés is.

A médiavezetői kapcsolatépítésre többek között

- az elektronikus média esetében a médiaelnökök, a gazdasági menedzserek és hírigazgatók,
 - a nyomtatott sajtó esetében a főszerkesztők és a főszerkesztő-helyettesek, kiadói elnökök-vezérigazgatók, marketingmenedzserek,
 - az on-line média esetében a stratégiai döntéshozók, tartalomfejlesztési vezetők, hírigazgatók, elnökök-vezérigazgatók,
 - a kormányzat vezető tisztségviselői (miniszterek, államtitkárok, helyettes államtitkárok) találkozóin kerülhet sor.
- Ezekre számos keret adhat alkalmat, többek között
- más céllal szervezett reprezentatív ünnepség,
 - társadalmi esemény,
 - szakmai konferencia,
 - munkaebéd vagy munkavacsora.

3.1.6. Tulajdonosi kapcsolatépítés

A médiatulajdonosi kapcsolatépítés célja, hogy a médiumok, lapok meghatározó tulajdonosi köre is megismerhesse a magyarországi EU-kommunikáció és a belső felkészülés fontosságát és a médiával kapcsolatos kiemelt kérdéseit.

A privatizáció nyomán a magyar elektronikus média és sajtó túlnyomó többsége külföldi tulajdonba került. Az EU-csatlakozás szempontjából nem érdektelen, hogy a tulajdonosi körökön belül többségben vannak az EU-tagországbéli - többek között német, holland, brit, francia, skandináv - multinacionális médiavállalatok. A médiatulajdonosok alapvető érdeke a médiumok nyereséges működése. Ugyanakkor szintén alapvető érdekük a médiapiac és tágabban az egész magyar gazdaság hosszú távú, stabil működése. Az EU-tagállami médiatulajdonosok túlnyomó része - más okok mellett - mindezért támogatja Magyarország csatlakozását. A médiatulajdonosokkal való kapcsolatépítés így már meglévő támogatásra támaszkodhat - például a belső felkészülés kérdéseinek több teret adó rovatstruktúra, illetve műsorterv engedélyezése, támogatása ügyében.

A médiatulajdonosi kapcsolatépítésre többek között a kormánytagok EU-tagállambéli látogatásain, illetve a tulajdonosok képviselőinek magyarországi útjai alkalmával kerülhet sor. A médiatulajdonosi kapcsolatépítés további érvei és módszerei azonosak a médiavezetői kapcsolatépítés fenti leírásával.

3.1.7. EU-tanulmányutak

Az EU-tagországokba tett újságírói tanulmányutak célja, hogy

- a személyes élmény szintjén mutassa be az EU-intézmények működését,
- az EU-állampolgárok mindennapjait,
- az EU információs szolgáltatásait és az ott dolgozó újságírók munkáját,
- tanulmányi lehetőséget biztosítson az EU-csatlakozáshoz kapcsolódó témákban,
- segítse a szakértő újságírók elmélyedését szakterületükön, illetve újabb témákban,
- az elhangzott érveket, információkat az újságírók háttér-információként használhassák,
- a brüsszeli utak során az újságírók megismerhessék a magyar misszió és esetleg egyes magyar érdekképviselők tevékenységét.

Az 1990-es években több szervezet támogatásával vettek részt magyar újságírók brüsszeli tanulmányutakon. A fenti előnyök mellett azonban azt is tekintetbe kell venni, hogy

- a viszonylag rövid tanulmányutak sokszor csak mozaikszerű, felszínes ismereteket nyújthatnak,
- a szükséges nyelvtudás hiánya akadályozhatja a kommunikációt (másképpen persze az újságírók éppen Brüsszelben ébredhetnek rá a nyelvtudás fontosságára),
- az utak költségigénye magas.

Mindezek alapján a KS keretében akkor indokolt a tanulmányutak meghirdetése,

- ha az újságírók részéről nagy igény mutatkozik,
- ha a szakértő újságírók továbbképzése így a leghatékonyabb,
- ha a média speciális közönsége miatt ez különösen indokolt.

Továbbá meg kell fontolni, hogy a brüsszeli út mellett más - a magyar tapasztalatokhoz bizonyos szempontból közel álló tagországokba - pl. Portugáliába, Írországra, Görögországra - is meghirdessenek tanulmányutakat. Fel kell tárnunk annak a lehetőségét, hogy egyéni pályázatok alapján újságírók is pályázhassanak hosszabb időtartamú tudományos és szakmai kutatási ösztöndíjakra EU-tagállamokba.

3.1.8. Hálózatépítés: újságírók adatbankja és elektronikus levelezési listája

A hálózatépítés célja a támogatott újságírók követése, további képzése, információkkal és kapcsolatokkal való segítése. Támogatni kell az EU-szakértői újságírói hálózat létrejöttét, amelynek tagjai közös tudásra építenek, közös nyelvet beszélnek és segítik a magyar társadalom hatékony felkészülését a teljes jogú tagságra.

Újságírók adatbankja

Fontos feladat összeállítani, nyilvánosságra hozni és rendszeresen bővíteni, megújítani az EU és a csatlakozás egyes részterületeivel foglalkozó szakújságírók, illetve az EU-képzéseken részt vett újságírók adatbankját. Ez az adatbank a KüM, a szakminisztériumok, az EIP-k és az eddigi EU-kommunikációs menedzszervezetek listáiról összeállítható. Az adatbankban szereplő újságírók számára segítséget nyújthat az EU-információs csomagok, illetve az unióval kapcsolatos eseményekre való meghívók rendszeres küldése, valamint az, ha a szakértők és a szakmai szervezetek az adott eseményekről szóló információt és szakmai anyagokat juttatnak számukra. A másik oldalon a tárcák, szakmai szervezetek stb. is pontosan tudják, mely újságírók érdeklődésére tarthatnak számot hírértékű szakmai információik.

Újságírók elektronikus levelezési listája

A hálózat több, mint tagjainak összessége. Elő kell segíteni, hogy az EU-val foglalkozó újságírók egymással is kommunikáljanak, egymástól is tanuljanak. Erre nyújt lehetőséget az újságírók elektronikus levelezési listája. Ezt indokolt lehet az általános eszközök között bemutatott EU-portálhoz kapcsolni. Ha a levelezési lista a honlaphoz kapcsolódik és annak interaktív részeként működik, akkor az újságírók közvetlenül is reflektálhatnak az ott olvasottakra, megoszthatják egymással információikat, nézeteiket. A listán ugyanakkor azonnal eljuttathatók az eseményekre szóló meghívók és a csatlakozással kapcsolatos szakmai anyagok az újságíróknak.

3.1.9. EU-s cikk és műsor adatbank

A magyar sajtóban megjelent EU- és csatlakozás tematikájú cikkeiből indokolt on-line adatbankot létrehozni. Ez egyfelől elősegíti, hogy az EU-val foglalkozó újságírók egymás munkáiból is inspirációt merítsenek, tanuljanak. Másfelől a gazdag gyűjtemény minden internethez közvetlenül vagy közvetetten hozzáférő állampolgár számára elérhetővé teszi a magyar sajtóban megjelent információkat. Az anyag összeállítását megkönnyítik a sajtófigyelő

szolgáltatások. A cikkgyűjtemény ugyanakkor az EIP-k, ETK-k, szakmai szervezetek, üzleti szereplők stb. számára is témák szerint kereshetővé teszi a megjelent információkat.

Az EU-témájú gyűjtemény összeállítása megfontolandó a csatlakozásról szóló egyes fontos televízió- és rádióműsorokból is. A kiemelkedően fontos rádióműsorok legépelet anyagát a honlapon lehet közzétenni, egyes tévéműsorok videoanyagát pedig az EIP-hálózatban indokolt videoformában terjeszteni. Ez - a szerzői jogok szükséges tisztázásával - módot teremt a helyben való kutatási célú megtekintésre, illetve lehetőséget biztosít a helyi tévékben való ismétlésre is. Az esetleges média- és laptámogatási pályázatokon a pályázati feltételek között érdemes lehet kikötni, hogy - a szerzői jogok megfelelő tisztázásával - az elkészült cikkek, illetve műsorok részévé válnak az itt vázolt adatbankoknak.

3.1.10. Média- és laptámogatás

A média- és laptámogatás pályázati rendszerét elsősorban a következő médiatípusoknál indokolt folytatni:

- szaklapok, szakmai periodikák,
- megyei és helyi újságok,
- folyóiratok,
- helyi tévék és rádiók.

A pályázati támogatásnál arra kell törekedni, hogy a támogatás összhangban legyen a KS céljaival:

- a) a médiatartalom segítse a szakmai és társadalmi felkészülést a csatlakozás lehetőségeire és hatásaira,
- b) a mezőgazdaság, környezetvédelem, gazdaság, közlekedés, oktatás csatlakozással kapcsolatos témái kiemelt hangsúlyt kapjanak, a médiumok részletesen dolgozzák fel e területeket,
- c) a nonprofit alapon működő, illetve nem nyereséges médiumok támogatása előnyt élvezzen.

3.2. Tanárok, pedagógusok

Kiemelt eszközök

3.2.1. Tanári munkaközösségek: az európai dimenzió oktatása

A tapasztalatok szerint az EU-hoz kapcsolódó témákat a keresztntantervek és a tantárgyköziség elvei szerinti, tanterven belüli oktatási projekteknél a legcélszerűbb strukturálni. Ez lehetőséget ad arra, hogy különböző szaktanárok együttműködjenek az európai dimenzió tanításában. Az európai dimenzió tanításához újfajta pedagógiai munkaközösséget kell kialakítani az oktatási intézményekben. Ez azt jelenti, hogy több szaktanár összehangolja szaktárgyi tematikáját - esetleg csoportos tanításban vesz részt - azért, hogy megjelenítse az európai kultúra, gazdaság, politika, történelem, technikatörténet stb. szempontjait közös vagy érintkező területükön.

A KS keretében pályázatokat kell kiírni pedagógus munkaközösségek számára, az európai dimenzió, az EU-hoz kapcsolódó témák oktatására a keresztntantervek és a tantárgyköziség elvei szerint. E pályázatok az alábbi példákhoz hasonló, a tanterven belül megvalósuló oktatási projekteket támogatnak.

Néhány példa a tanári munkaközösségi együttműködésre: *

Az erdő Európában

oktatási projekt biológia, földrajz, magyar nyelv és irodalom szakos tanárok együttműködésével valósul meg 11 tanórán és 4-5 héten át tanórán kívüli programokon (9-11. évfolyamos diákoknak).

Céljai:

- Az EU agrár- és környezetvédelmi politikája, és az ezeket szabályozó egyezmények megismerése és megvitatása.
- Az európai és hazai erdők mint életközösségek megismerése, az erdőt alkotó élőlények egymásra utaltságának tudatosítása.
- Az erdők európai és hazai gazdaságban betöltött szerepének bemutatása, az ide kapcsolódó iparágak megismerése.
- Az emberi tevékenység környezetre gyakorolt hatásainak tudatosítása, a diákok környezet iránti felelősségérzetének fejlesztése, környezettudatos magatartás kialakítása európai oktatási programok anyagainak felhasználásával.
- A természet megjelenítése a művészetekben, az erdő az irodalomban, a képzőművészetben.
- A diákok önálló megfigyelő- és elemzőképességének fejlesztése, a terepen való ismeretszerző módszerekben való jártasság elsajátítása
- Az eredmények változatos módszerekkel történő értelmezése.

A vasút Európában

Ez az oktatási projekt fizika, magyar nyelv és irodalom, idegen nyelv, történelem és informatika szakos tanárok részvételével valósul meg, 25-30 órában (11. évfolyamos diákoknak).

Céljai:

- A vasút jelentőségének, szerepének felismerése az európai történelemben.
- Az európai tudósok, feltalálók vasútfejlesztésben játszott szerepének megismerése.
- Az európai utazások során más népek, országok megismerése.
- Utazási kultúra, közösségi magatartás kialakítása.
- Idegen környezetben való gyakorlatiasság és gyors eligazodás képességének kialakítása.
- Az internet, lexikonok, szakszótárak, atlaszok, táblázatok önálló használata.

Ruhatárunk régen és ma

Ez az oktatási projekt történelem, társadalomismeret, magyar nyelv és irodalom, idegen nyelv, kémia, fizika, földrajz szakos tanárok együttműködésével jön létre 18 tanórán és egy éven át tartó tanórán kívüli programokon (12. évfolyamos diákoknak).

Céljai:

- Az európaiság, az európai kulturális összetartozás erősítése.
- A korábban tanult ismeretek felhasználása új, európai kontextusban.
- Ízlésformálás és az öltözködéskultúra kialakítása, fejlesztése európai minták alapján.
- A másság, a megszokott, általánosan követett normáktól való eltérés elfogadásának tudatosítása. A toleráns magatartás fejlesztése.
- Az egészséges öltözködéshez szükséges alapanyagok megismerése.

Eszköz	Tanári munkaközösségek: az európai dimenzió oktatása
Célkitűzés	- új szemléletű oktatás elősegítése
További lehetőségek	- legsikeresebb pályázatok széles körű átvételének ösztönzése
Ütemezés	- folyamatos
Kapcsolódó eszközök	
Mérés módja	- a pályázati anyagok száma és színvonala alapján

3.2.2. Kiváló Európai Iskola

A Kiváló Európai Iskola minősítés az EU European School of Excellence rendszeréhez kötődik. E rendszer a magas feltételeket teljesítő iskoláknak a nagy presztízsű Kiváló Európai Iskola címet adományozza. A pontos feltételeket a nemzetállami oktatásügyi intézmények határozzák meg európai minőségbiztosítási keretek között.

A Kiváló Európai Iskola rendszer hazai bevezetése a következő előnyökkel járna:

- Az EU-csatlakozás és az oktatás európai dimenziója tematika összekapcsolódik, s a magyar oktatási rendszer állandó elemévé válik; a tematika nagy hangsúllyal és folyamatosan jelenik meg a nyilvánosságban.
- A minősítés nagyban emeli az iskolák presztízsét.
- A kiemelkedő magyar oktatási intézmények színvonalát európai minőségbiztosítási rendszer szavatolja.
- Az intézmények között verseny indul a cím elnyeréséért, s ez a hazai oktatási rendszer egészére pozitív hatással van.
- A cím elnyerésének vágya az iskolán belül motiválja az európai dimenzió oktatásában együttműködő tanári munkaközösségek kialakulását és a megfelelő pedagógiai módszertan alkalmazását.
- A cím elnyeréséért folytatott tevékenység, illetve a cím elnyerése új szakmai lehetőségeket kínál az aktív, innovatív pedagógusoknak és intézményvezetőknek.
- Az oktatásirányítás koordináló szerepe a programban növeli a szaktárca EU-szakértői kapacitását, és segíti az oktatás európai dimenziója koncepció gyakorlati értelmezését.
- A magyar Kiváló Európai Iskolák hálózatot alkotnak. E hálózat rendezvényeket, versenyeket szervez, belső képzést folytat, az EU-képzés hazai motorjává válik.
- A hazai Kiváló Európai iskolák szervezeten és hatékonyan építhetnek diák- és tanár cserekapcsolatokat EU-béli partnerintézményekkel a Socrates, Youth, Leonardo, illetve más programokban.
- A legjobb példák az EU-portálon bemutatásra kerülnek.
- A magyar iskolarendszer egésze előrelép az EU-integrációban.

Eszköz	Kiváló Európai Iskola

Célkitűzés	- új szemléletű oktatás elősegítése - versenyszemlélet erősítése
További lehetőségek	
Ütemezés	- folyamatos
Kapcsolódó eszközök	- EU-portál
Mérés módja	- a pályázati anyagok száma és színvonala alapján - a diákok visszajelzései alapján

3.2.3. EU-továbbképzés pedagógusoknak

A pedagógusok EU-tematikájú továbbképzésének célja, hogy

- tanulmányi lehetőséget biztosítson az EU-csatlakozáshoz és a tagsághoz kapcsolódó témákban (az EU felépítése, szervezete, jogrendszere stb., illetve speciálisan oktatásügyi kérdések),
- segítsék a szaktanárok tájékozódását, elmélyedését szakterületük (történelem, idegen nyelv, földrajz, társadalomismeret, reál tárgyak stb.) európai dimenziójában,
- az EU-s oktatásban és képzésben még részt nem vett tanárok számára bevezetést, inspirációt adjon, érdeklődést keltsen az EU-csatlakozás és -tagság iránt,
- fórumot nyújtson a csatlakozás és a belső felkészülés kérdéseiről szóló szakmai kommunikációnak a kormányzat, a pedagógus szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetek, a hazai és külföldi szakértők között,
- az elhangzott érveket, információkat a pedagógusok háttéranyagának használhassák,
- első kézből elérhetővé tegye a pedagógusok számára a szakértőket és oktatásirányítókat.

A továbbképzésben érdemes az eddig végzett képzések munkáját folytatni, illetve kezdő csoportokat indítani.

A pedagógus-továbbképzési formákat a KS időszakában rendszeressé kell tenni. Biztosítani kell, hogy az OM, a KüM, illetve további szaktárcák tisztségviselői és szakértői rendszeresen előadóként vegyenek részt a továbbképzéseken.

Eszköz	EU-továbbképzés pedagógusoknak
Célkitűzés	- tanulási lehetőséget biztosítson a tanárok részére - ösztönözze a pedagógusokat az új típusú ismeretek megszerzésére
További lehetőségek	
Ütemezés	- folyamatos
Kapcsolódó eszközök	
Mérés módja	- a továbbképzésen résztvevők visszajelzései alapján

Ajánlott eszközök

3.2.4. Felmérés az EU-tematika tanításáról

Szakértői vélemények szerint az országban korlátozott számú iskolában alakult tanári munkaközösség az európai dimenzió oktatására. Emellett néhány gimnázium 3-4. osztályában tanítanak EU-ismeretek című fakultatív tantárgyat. E kezdeményezésekről azonban nem rendelkezünk pontos és módszeres ismeretekkel. Mindkét területen empirikus felmérésre van szükség. Nem megoldott a tapasztalatok cseréje és a jól működő módszerek elterjesztése sem. A létező tevékenységek felmérése ezért a további EU-kommunikáció hatékony folytatásának, illetve az új projektek indításának feltétele. E felmérésekkel lehet meghatározni a további tevékenységekbe bevonható pedagógusok körét, az eddigi munka eredményességét, és az EU-tevékenységekkel kapcsolatos kezdeményezéseket és támogatási igényeket.

3.2.5. Módszertani műhelymunka, kézikönyv, tananyagtervezés: az európai dimenzió pedagógiája

A KS pályázati formában támogatja az európai dimenzió kreatív, együttműködést, kommunikációt és önálló kutatást támogató pedagógiai módszereinek elterjesztését. A pályázatokat tanári műhelymunkára, módszertani tréningekre érdemes kiírni, ahol a cél esettanulmányok ismertetése, tantervfejlesztés, tananyagtervezés, módszertani segédkönyvek és tankönyvek létrehozása.

A pályázati folyamatban elsőbbséget kell adni a kooperatív, személyiségfejlesztő, játékos tanulási módszereknek. A pusztán leíró tankönyvek helyett a módszertani szempontokat is előtérbe helyező munkák - projektek, módszertani könyvek, fényképgyűjtemények stb. - létrejöttének támogatása a cél. A pályázatok támaszkodjanak az eddigi

módszertani munka tapasztalataira. Az EU-s tartalom feldolgozásában a pedagógiai módszerek mellett fejlesszék a diákok kommunikációs készségeit, érvelési és vitakészségét, a szövegfeldolgozás képességét, az együttműködést a közös produktumok létrehozására.

Az EU-ismeretek oktatásában az EU-s tartalom kapcsolódhat

- az EU-n belüli és kívüli közvélemény számára fontos intézkedésekhez, döntésekhez, tervhez, tapasztalathoz;
- az EU történetében, fejlődésében, intézményrendszerében meghatározó rendelkezéshez, irányelvhez, témakörhöz, altémához, ezeket elemző irodalomhoz, háttéranyaghoz;
- az EU-tag és a tagjelölt országokkal kapcsolatos tematikus információkhoz, gazdasági, politikai, kulturális, földrajzi és társadalmi ismeretekhez;
- EU-hoz kapcsolódó személyiséghez, aktuális hírekhez;
- a magyar EU-integráció és általában a bővítés kérdéseire stb.

3.2.6. EU-klub az iskolában

Több tucat iskolában (elsősorban középiskolában és néhány általános iskolában) évek óta működik EU-klub. Ezek a klubok tágran értelmezett EU-témákkal és a bővítés témáival foglalkoznak. Támogatásukat a KS időszakában érdemes előre kiszámítható pályázati rendszerben végezni. A támogatásnál előnyt élvez az pályázó, aki

- tantárgyközi felfogásban, több szaktanár bevonásával tevékenykedik a Klubban,
- a diákokat aktívan bevonja a Klub szervezésébe,
- a hangsúlyt a diákokat és a felnőtteket közvetlenül érintő kérdésekre is helyezi (nemcsak pl. intézménytörténettel foglalkozik),
- az európai dimenzió megközelítésének kreatív és informális módszertanát használja, több, EU-val foglalkozó intézmény, szakértő és más információforrás bevonásával működik (EIP, ETK, kutatóintézet, szülők stb.),
- közvetlen kapcsolatot is előkészít vagy tart EU-béli iskolákkal,
- együttműködik más hazai iskolák EU-klubjaival legalább a tapasztalatcsere szintjén,
- az iskola létszámához képest viszonylag sok diákot bevon.

Mivel az EU-klubok tanórán kívüli tevékenységet jelentenek, a pályázati keretből indokolt a szervező tanárok honorálása.

3.2.7. Iskolai Európa-nap

Az iskolai Európa-napok célja

- az egész iskola - a teljes tanári kar, a teljes hallgatóság - és a szülők bevonása,
- az EU-nak és a csatlakozásnak a diákok és családjaik számára fontos témáinak a megismerése,
- kulturális eseményeken és informális programokon az európai dimenzió megjelenítése.

Ahol már működik EU-klub, ott az a legcélszerűbb, ha az iskolai Európa-napot a Klub szervezi az iskolavezetés támogatásával. Az iskolai Európa-napok támogatását a KS időszakában érdemes előre kiszámítható pályázati rendszerben végezni. A támogatásnál előnyt élvez az pályázó, aki

- a fiatalokat érdeklő, tartalmas programot szervez (pl. továbbtanulási és munkavállalási lehetőségekről),
- számos tanárt bevon az Európa-nap szervezésébe,
- a diákokat is aktívan bevonja az Európa-nap szervezésébe és a szereplésbe,
- több EU-val foglalkozó intézmény, szakértő és más információforrás képviselőjét kéri fel a rendezvényen előadónak (EIP, ETK, kutatóintézet, szülő, külföldi előadó, cserekapcsolatokon részt vett diák stb.),
- a hangsúlyt a diákokat és a felnőtteket közvetlenül érintő kérdésekre is helyezi (pl. nem csak nagypolitikai kérdésekkel foglalkozik),
- a helyi és regionális szempontot és kapcsolatokat előtérbe helyezi,
- számos szülőt, családot, illetve öregdiákokat meghív, bevon a programba,
- a kreatív, informális szervezést helyezi előtérbe és nem a reprezentatív, protokolláris kapcsolatokat,
- helyet ad a szórakozásnak is.

Az iskolai Európa-napot érdemes a diákok szülei, családja, illetve az öregdiákok számára is megnyitni és aktívan bevonni őket. Ezért a rendezvényt érdemes a családok számára is viszonylag kényelmes időpontra tenni, illetve összekötni más iskolai eseménnyel (iskolanappal, öregdiák-találkozóval, gólyabállal stb.). Az is elképzelhető, hogy az Európa Nap akár országos szinten május 9-én kerüljön megrendezésre. Mivel az Európa-napok is tanórán kívüli tevékenységet jelentenek, a pályázati keretből indokolt a szervező tanárok honorálása.

3.2.8. EU- és pedagógiai szaknyelvi képzés idegen nyelven

Az EU- és pedagógiai szaknyelvi képzésére idegen nyelvi oktatási és tréning programokat kell létrehozni. E szaknyelv az EU-intézményrendszer, oktatáspolitikai és a pedagógia szakanyagát fejezi ki a főbb nyugati nyelveken. Elsajátítása azok számára is feladat, akik már beszélik az adott nyelvet. A szaknyelvi képzésbe, tréningekbe a

pedagógusokat, az iskolai vezetőket és az oktatással foglalkozó döntéshozókat, minisztériumi szakembereket is be kell vonni.

3.2.9. Pedagógus szakmai-érdek-képviselői, civil szervezetek támogatása

Több hazai pedagógus szakmai-érdek-képviselői, civil szervezet jelentős tapasztalatokkal rendelkezik az európai dimenzió oktatásában, módszertanának és projektjeinek kidolgozásában (a legaktívabb e területen a Történelemtanárok Egyesülete). A pedagógus szervezeteket be kell vonni az európai dimenzió oktatásának elterjesztésébe, a módszertan és a tananyag elkészítésébe. Erre célszerű pályázatot kiírni a pedagógus civil szervezetek számára.

A pályázatok kiírásánál arra kell törekedni, hogy

- számos szaktárgy pedagógus egyesülete részt vegyen a munkában,
- az európai dimenzió oktatásában a tantárgyköziség, keresztntantervi jelleg érvényesüljön, és ennek megfelelően tanári munkaközösségek jöjjenek létre,
- az európai dimenzió oktatásának módszertani kérdései is a középpontban álljanak,
- erősödjenek a kapcsolatok a szaktanárok és az intézményvezetők EU-s szakmai-érdek-képviselői, civil szervezeti és a hazai szervezetek között.

3.2.10. Pedagógus EU-klubok

A pedagógus EU-klubok tevékenysége továbbképzési, informálódási és hálózatépítési lehetőséget nyújt. A pedagógus EU-klubok több előadó részvételével zajló fórumok, amelyeken

- magyar és EU-s oktatáspolitikusok és más szakpolitikusok, illetve kormányzati tisztségviselők,
- önkormányzati vezetők,
- szakmai-érdek-képviselői szervezetek képviselői,
- tudományos kutatók, szakértők,
- pedagógusok

fejtik ki álláspontjukat az EU-csatlakozás aktuális és hosszú távú kérdéseiről az oktatásban, illetve más területeken (pl. mezőgazdaság, környezetvédelem).

A KS időszakában biztosítani kell, hogy az OM, a KüM, a további szaktárcák és más intézmények tisztviselői rendszeresen előadóként részt vegyenek a pedagógus EU-klubok rendezvényein.

Meg kell vizsgálni a regionális és helyi pedagógus EU-klubok kialakításának lehetőségét, és realitás esetén támogatni kell kialakításukat. Ezeken a rendezvényeken

- a minisztériumi tisztségviselők, és
- az országos szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetek képviselői mellett,
- helyi tudományos kutatók, szakértők (pl. ETK-k kutatói, EIP-k munkatársai),
- önkormányzati vezetők,
- regionális, megyei és helyi szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetek képviselői, valamint
- a régióban dolgozó, illetve helyi pedagógusok

vesznek részt előadóként, illetve meghívottként.

A pedagógus EU-klubok szervezésére pályázatokat kell kiírni, amelyeken többek között az iskolák, pedagógus civil szervezetek, ETK-k, EIP-k, önkormányzatok, szakértők vehetnek részt. A pályázatok kiírásánál érdemes előnyben részesíteni e különböző típusú szervezetek konzorciumait annak érdekében, hogy a különböző elméleti és gyakorlati közelítések képviselői hatékonyan együttműködhessenek.

A pedagógus EU-klubok költséghatékonyak, ugyanakkor jól felhasználhatóak a pedagógusoknak a szakmapolitikusokkal, a szakértőkkel és egymással való hosszú távú szakmai partneri kapcsolatépítésben, hálózatalkításban.

A pedagógus EU-klubok létrehozása előtt az EU-tematikában aktív pedagógusokat érdemes meghívni az Újságíró Médiaklub rendezvényeire. A pedagógus EU-klubok létrehozása után is érdemes megfontolni az EU rendszeres, illetve alkalmi együttműködést az Újságíró Médiaklubokkal (közös levelezési listák, rendezvények stb.)

3.2.11. Pedagógiai szakfolyóiratok támogatása

A KS keretében javasolt pedagógiai szakfolyóiratok - Új Pedagógiai Szemle, Köznevelés stb. - EU-csatlakozással foglalkozó rovatának, illetve tematikus összeállításainak rendszeres támogatása. Az EU-tematikával foglalkozó anyagokat elérhetővé kell tenni az EU-portálról, az OM honlapjáról és a Sulineten.

3.2.12. Hálózatépítés: EU-integrációs pedagógus honlap, elektronikus levelezési lista és adatbank

A hálózatépítés célja az EU-tematikát tanító pedagógusok tapasztalatcserejének megkönnyítése, további képzése, szakmai információkkal és kapcsolatokkal való segítése. Támogatni kell az európai dimenzió oktatásában elmélyedő pedagógushálózat létrejöttét, amelynek tagjai közös tudásra építenek, közös nyelvet beszélnek, és segítik a magyar

társadalom fiatal nemzedékének hatékony felkészülését. A hálózatépítésben kiemelkedő szerepet játszhat a Sulinet internetes hálózat, amely tanárokhöz és diákokhoz egyaránt hatékonyan juttathat el EU-s információkat.

EU-integrációs pedagógus honlap

A KS és a szaktárca céljait döntő mértékben segítené egy EU-integrációs pedagógus internetes honlap (portál) létrehozása. E honlapon, egységes helyen és formában, könnyen elérhetővé lehetne tenni a következő, ma elszórtan és nehezen elérhető információkat:

- Az EU oktatáspolitikai dokumentumai.
- Oktatáspolitikai irányelvek.
- Nagyobb pályázati irányok információi és konkrét pályázati felhívás.
- Oktatásügyi szakmai anyagok.
- A fenti dokumentáció magyar nyelvű változata.
- Adatbázisok.
- EU-s tanári szakmai fórumok, chatek.

A magyarországi oktatási kínálat és kapcsolatteremtési igények megjelenítése a potenciális EU-partnerintézmények számára szintén nem megoldott. Az EU-integrációs pedagógus honlap erre is lehetőséget nyújt. A honlapon megjelenhetnek:

- A hazai tantervek, az oktatási törvény és egyéb szabályok.
- A Sulinet program bemutatása.
- Linkek több száz magyar iskola honlapjára.
- EU-s és jelölt országokbeli iskolákkal diákcsere ajánlatok és lehetőségek.
- EU- és jelölt országbeli nyelvtanár fogadására iskolai igények.
- Pedagógusok szakmai kapcsolatteremtési igényei EU- és jelölt országbeli kollégákkal.

Pedagógusok elektronikus levelezési listája

Elő kell segíteni, hogy az EU-val foglalkozó pedagógusok egymással is kommunikálhassanak, egymás tapasztalataiból is tanulhassanak. Erre nyújt lehetőséget a pedagógusok elektronikus levelezési listája. Ezt indokolt lehet a Sulinethez kapcsolni, más hálózatok mellett. Az interaktív levelezési listán a pedagógusok kapcsolatot tarthatnak egymással, megvitathatják az európai dimenzió oktatási tapasztalatait, megoszthatják egymással információikat, nézeteiket. A listán ugyanakkor azonnal eljuttathatók az eseményekre (például a Pedagógus EU-klubra) szóló meghívók és a csatlakozással, illetve tagsággal kapcsolatos oktatáspolitikai anyagok a pedagógusoknak.

Pedagógusok adatbankja

Fontos volna létrehozni és rendszeresen megújítani az EU-oktatással foglalkozó tanárok, szakemberek, illetve az EU-képzéseken részt vett pedagógusok adatbankját. Az adatbankban szereplő pedagógusok így szakterületük, érdeklődésük szerint kapcsolatba léphetnek egymással. A lista emellett alkalmas lehet arra, hogy az EU-információs csomagokat, illetve az EU-val kapcsolatos eseményekre rendszeresen küldjenek meghívókat, valamint az, ha a szaktárcák, szakmai szervezetek stb. szakirányú eseményekről szóló információt és szakmai anyagokat juttatnak számukra.

3.2.13. Oktatáspolitikai műhely

Az európai dimenzió alkalmazása kulcsfeladat az EU-kommunikációban és a magyar oktatáspolitikában egyaránt. A magyar társadalom EU-felkészülését hosszú távon nagymértékben segíti az oktatás európai dimenziójának alkalmazása a magyar oktatási rendszer egészében. A Nemzeti Alaptanterv (NAT) és a kerettantervek egyaránt említik az európai dimenzió fogalmát. Míg a kerettantervekben azonban ma nincs kiemelt szerepben az EU-tematika és a környezeti nevelés, a felkészülés során ezeket prioritássá kell tenni.

Az EU-felkészülés során azonban az oktatás európai dimenziójának fogalmát ki kell bontani, el kell mélyíteni és prioritássá kell tenni a tantervekben és valamennyi oktatáspolitikai dokumentumban. Az oktatás európai dimenziójának tartalmi összetevői prioritásként meg kell jelenjenek az oktatás-szabályozás minden területén, a stratégiai dokumentumokban, tantervekben, tankönyvekben, vizsgakövetelményekben, taneszközökben, alacsonyabb szintű jogi anyagokban.

Célszerű olyan oktatáspolitikai műhely létrehozása, amelynek alapvető feladata az oktatás európai dimenzióját meghatározó pedagógiai alapidokumentum elkészítése. E dokumentumot először oktatáspolitikai ajánlásokat megfogalmazó koncepcióként kellene szakmai vitára bocsátani. Az oktatáspolitikai műhely résztvevői:

- A képzésben részt vevő pedagógusok.
- Vezető tanárok, tankönyvírók, tantervfejlesztők.
- Oktatáspolitikai szakértők.

3.3. Tudományos kutatók, egyetemi és főiskolai tanárok

Ajánlott eszközök

3.3.1. Szakirodalmi felmérés

A kutatói-oktatói támogatási pályázatok kiírása előtt fel kell mérni az EU-tematikában megjelent szakirodalmat. Ezen belül összegezni kell az eddigi kommunikációs támogatások tapasztalatait. Ez a felmérés lehetőséget ad az átgondolt támogatási preferenciák kialakítására. A felmérés eredményét és az elkészült bibliográfiákat az EU-portálról, az EU-integrációval foglalkozó szakmai üzleti honlapokról, a Sulinetről, az EIP-kből, az Európai Tanulmányi Központokból (ETK-kből) is elérhetővé kell tenni. A munka során - az Országos Széchényi Könyvtárra és az Országgyűlési Könyvtárra támaszkodva - létre kell hozni egy átfogó, tematikus EU-bibliográfiát.

3.3.2. Kutatói-szerzői pályázatok

A kutatói-szerzői pályázatokat többek között társadalomtudományi, közgazdasági, jogi, tanárképző kutatók, egyetemi-főiskola oktatók számára indokolt kiírni a KS keretében. A kutatások az unió politikájával, valamely terület szakpolitikájával, szabályozásával, a társadalom, gazdaság, kultúra stb. uniós és csatlakozási kérdéseivel foglalkoznak. Külön hangsúlyt kell fektetni arra (adott esetben külön pályázatot kell kiírni), hogy a kutatók helyezték előtérbe a Magyarország számára különösen fontos témákat. Ezek a következők:

- A csatlakozásnak a magyar társadalom által várható hatása ágazatok, szakterületek szerint.
- Az EU-n belül a kevésbé fejlett országok - Görögország, Portugália, Spanyolország, Írország - és régiók tapasztalatai.
- A bővítés eddigi utolsó körében érintett országok (pl. Ausztria, Svédország, Finnország) tapasztalatai.
- A sikeres felkészülés tapasztalatai.

A pályázati preferenciák kidolgozásakor tekintetbe kell venni az EU-t általánosságban leíró és az EU-intézményeket ismertető munkák viszonylagos bőségét. Ugyanakkor a speciális kérdésekkel, szakpolitikákkal, a tagállamokkal az EU-tagság szempontjával foglalkozó országtanulmányokra, monográfiákra, tanulmánykötetekre, minőségi tankönyvekre van elsősorban szükség. Nem elsősorban a feltételek megismerését, hanem ezek sikeres adaptálásának, megoldásának rendszerét érdemes kutatni és megismertetni. A pályázatok keretében az így szerzett tudásanyaggal - előzetes megegyezés esetén - bővíthető az EU-adatbázis.

3.3.3. Szakmai konferencia, előadássorozat

A KS időszakában érdemes pályázatot kiírni azon szakmai konferenciák - s azokon különösen a kutatók-oktatók részvételének - támogatására, amelyek

- az ország egyes térségeinek csatlakozási kérdéseivel, érdekeivel,
- egyes szakmák, iparágak számára fontos kérdésekkel, érdekeivel foglalkoznak.

A pályázati kiírásban érdemes előnyben részesíteni

- az interdiszciplináris megközelítéseket (például jogi és gazdasági aspektusok együttes tárgyalása),
- a regionális tematikák feldolgozását,
- egy-egy ágazat legfontosabb, a versenyképességet érintő témáinak feldolgozását,
- azon pályázókat, akik vállalják, hogy a konferencia anyagát publikálják (szakmai folyóiratban, kötetben vagy az interneten).

3.3.4. EU-tárgyak és tematika bővítése a társadalomtudományi oktatásban

Az egyetemi és főiskolai oktatók számára többek között a társadalomtudományi, közgazdasági és jogi felsőoktatás területén az EU-tematika bővítése érdekében indokolt pályázat kiírása a következő területeken:

- Új EU-s tantárgyak tanmenetének összeállítása

Ezek az unió politikájával, valamely terület szakpolitikájával, szabályozásával, a társadalom, gazdaság, kultúra stb. uniós és csatlakozási kérdéseit tárgyalják.

- Részben az EU-val foglalkozó tantárgyak tanmenetének összeállítása

E tárgyak nem foglalkoznak teljes egészükben az unió aspektusaival, de egy más tematikán belül jelentős szerepet adnak az EU-val kapcsolatos anyag tárgyalásának (pl. egy médiajogi kurzus részletesen elemzi az EU audiovizuális politikáját, irányelveit).

A pályázó oktatónak és a felsőoktatási intézménynek vállalnia kell, hogy a támogatást nyert kurzus elérhetővé válik a hallgatók számára.

3.3.5. ETK-k bevonása a tanárképzésbe és az egyetem főiskola munkájába

Azokban a felsőoktatási intézményekben, ahol ETK működik, arra kell törekedni, hogy jelenlétük tartalmi hatással legyen a tanárképzésre és az egyetem-főiskola egész hallgatóságára. Az ETK segítse a középiskolai és általános iskolai tanárok, tanítók, illetve a nem társadalomtudományi karok, szakok hallgatóinak felkészülését is. Ennek részleteit ki kell dolgozni.

3.3.6. Szaknyelvi képzés

A csatlakozás közeledtével egyre szélesebb kutatói-oktatói körben fogalmazódik meg a szaknyelvi tudás igénye. Ezzel összefüggésben szintén felmerül a szaknyelv tanár- és szakfordító képzés jelentős bővítésének igénye, mert az integráció előrehaladtával e készségekre nagy kereslet nyílik. Fel kell tárni annak lehetőségeit, hogy a bölcsészkarok melletti a szakirányú egyetemek, főiskolák milyen szerepet játszhatnak e képzés fejlesztésében.

3.4. Közéleti személyek

Kiemelt eszközök

3.4.1. Európai Közéleti Társaság

A közéleti személyeket nagyon gyakran keresi a média különböző témákkal kapcsolatos véleménynyilvánításra. Szükség van annak ösztönzésére, hogy ezek az Európai Közéleti Társaság (EKT) tagjai felelős, cselekvő emberekként, akár az Európai Unió csatlakozás szószólóiként, véleményt formálni képes interjúalanyként tudjanak megjelenni különböző eseményeken, és válaszaik, véleményük kifejtése során utaljanak olyan üzenetekre, melyek egybecsengenek az EU-csatlakozás üzeneteivel, elősegítik azok tudatosítását. Ezek hangsúlyozottan nem a direkt üzenetek kategóriába tartoznak, hanem azoknak az értékeknek a tudatosítását segítik elő, melyek az EU-tagság felé tartó Magyarország számára egyre inkább jellemzőek kell legyenek:

- lehetőségek,
- jövő,
- európai értékek,
- szolidaritás,
- sokszínűség,
- alkotóerő,
- hagyományok őrzése, tisztelete,
- tanulás fontossága.

Az EKT körének kialakítását a Közalapítványnak kell kezdeményeznie, a részvételre a személyeket felkérni, ennek mindenképpen nyílt és mindenki előtt nyitva álló módon kell megvalósulnia. A közéleti személyek körét is a lehető legszélesebb módon kell értelmezni. Az EKT tagjai művészek, tudósok, sportolók, médiaszemélyiségek, orvosok, egyházi vezetők vagy akár üzletemberek egyaránt lehetnek. Tekintettel arra, hogy tevékenységük a társadalmi célcsoportok legszélesebb körére gyakorol hatást, így ennek kritériuma csak az ismertség, az elfogadottság, a hitelesség, a saját szakterületen végzett példaértékű, európai és magyar értékeket hordozó munka lehet.

A közvetlen médialehetőségeken túl törekedni kellene arra, hogy ugyanezek a személyek más eszközök révén is az EU-csatlakozás támogatói lehessenek. Így ezek a személyek lehetnek például:

- rendezvények résztvevői,
- az EU-portálon, fórumokon megjelenő szereplők,
- iskolai rendezvények, vetélkedők védnökei, zsűritagjai,
- Regionális Európa Napok fellépői,
- EU-klubok megnyitásának szereplői.

Az is elképzelhető, hogy támogató hozzáállásuk az EU-portálon is megjelenik, ezzel nevet, arcot és hitelességet adnak az Európai Unió ügyének.

Eszköz	Európai Közéleti Társaság
Célkitűzés	<ul style="list-style-type: none"> - közéleti személyek részvételét, támogatását megnyerni a csatlakozás ügyének - hitelességet rendelni az uniós üzeneteknek, a különböző véleményeknek
További lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> - a személyek intenzív bevonása a népszavazást megelőző mozgósítási szakaszban

	- a team tagjait elérhetővé tenni a helyi rendezvények szervezői számára is és akár 1-1 helyi, megyei Európai Közéleti Társaságot létrehozni
Ütemezés	- folyamatos
Kapcsolódó eszközök	- EU-portál - Regionális Európa Napok - EU-klubok
Mérés módja	- a cselekvő részvétel aránya

3.4.2. Magyarország Klub megalakítása

Neves külföldi közéleti személyek részvételével érdemes megalakítani a Magyarország Klubot. Az élet különböző területein - művészet, tudomány, sport, politika, gazdaság, kultúra - tevékenykedő személyek közös vonása, hogy támogatják Magyarország uniós csatlakozását. A Team Europe tagjaihoz hasonló módon olyan személyek felkérésére, megnyerésére van szükség, akik hiteles módon tudják képviselni Magyarország csatlakozásának mindkét vetületét: Európa gazdagodik Magyarország csatlakozásával és Magyarország nyer az Európai Unió belépéssel.

A kör kialakításához érdemes támaszkodni a külföldön működő magyar képviseletekre, kulturális és tudományos intézményekre, az EU tagországok Magyarországot jól ismerő diplomatáira, valamint a nemzetközi kapcsolatrendszerrel rendelkező magyarországi szakmai-érdek-képviseleti és civil szervezeteket.

A Klub tagjainak részvétele kétféle módon történhet. Mindenekelőtt érdemes olyan magyarországi eseményeket - konferenciákat, kiállításokat, szakmai összejöveteleket - szervezni, amelyeken részt vesznek a klub egyes tagjai. Ugyanakkor elképzelhető egy olyan, ünnepi esemény, amely egyszerre invitálja Magyarországra a Klub tagjait, és amely így nemzetközi léptékű médiaeseménnyé léphet elő.

Eszköz	Magyarország Klub
Célkitűzés	- Magyarország EU-tagságának megerősítése itthon és külföldön - médiaesemények generálása
További lehetőségek	- egyszeri nagyszabású ünnepélyes eseményt alakítani a Klub összes tagjának részvételével
Ütemezés	- folyamatos
Kapcsolódó eszközök	- rendezvények - Regionális Európa Napok
Mérés módja	- a cselekvő részvétel aránya

3.4.3. Bevonás a települési döntéshozatali folyamatokba

Egyes kiemelt csoportok, például a Kossuth-díjasok vagy a település híres szülöttjei számára meg kell teremteni annak lehetőségét, hogy részt vehessenek a település EU-csatlakozással összefüggő döntéshozatali folyamatának kiemelt mozzanataiban, ünnepélyes pillanataiban. Az uniós csatlakozásra történő felkészülési folyamat több ilyen alkalmat is kínál:

- a Hozomány-programban való részvételről szóló döntés,
- a helyi EU-klub megalakítása,
- az Európa Nap, május 9. megünneplésének módjáról szóló döntés,
- az Európai Tájékoztató érkezésének előkészítése.

Részvételük ezekben a folyamatokban két szempontból is lényeges. Mindenekelőtt szimbolikus jelentőséggel bír, ha a település rangját, nevét emelő személyek részt vesznek a helyi ügyekben, ennek mind közvetlenül a lakosságra, mind a médián keresztül akár a tágabb társadalomra fontos üzenete van. Ugyanakkor részvételük gyakorlati szempontból is lényeges, hiszen ezzel olyan személyek részvételére támaszkodik a helyi közösség, akik már egy tágabb közösség előtt bizonyítottak. A tapasztalatok hasznosítására, az értékek gyarapítására alkalmas ez az eszköz.

Ennek gyakorlati megvalósításához vezető út első lépéseként - akár a Hozomány-programra történő felkészüléssel párhuzamosan - arra van szükség, hogy a települések összeállítsák azok névsorát, akiket ebbe a folyamatba be kívánnak vonni, majd közvetlenül keressék meg őket. Erre már akár az Alapítvány által minden magyar állampolgárhoz eljuttatandó levél is tartalmazhat felhívást.

Eszköz	Bevonás a települési döntéshozatali folyamatokba
Célkitűzés	- közfigyelmet és hitelességet rendel a kiemelt települési döntéseknek - fontos szempontokkal gazdagítja az unióra való felkészülést
További lehetőségek	- közéleti tanácsadói testület kialakításával folyamatos támogatást biztosítani a helyi közösség EU felkészüléséhez
Ütemezés	- folyamatos
Kapcsolódó eszközök	- Hozomány-program - Regionális Európa Napok - EU-klubok - Európai Tájéoló
Mérés módja	- a cselekvő részvétel aránya

Ajánlott eszközök

3.4.4. Szakmai szerveződések megszólítása

A közélet kiemelkedő szereplőinek szakmai szerveződései (pl. színész kamara, újságíró kamara stb.) fontos szerepet tölthetnek be a kommunikációban. Az adott hivatást, foglalkozást vagy kiemelt csoportot csoportként is érdemes megszólítani, ösztönözni őket a tagságból eredő kihívásokra való felkészülésre, és számukra felkínálni az EU-tagsági felkészüléshez kapcsolódó kommunikációban a részvételt. A megszólításnak több célja is lehet.

Kifejezetten az egyes csoportokra bontva külön-külön össze kell állítani, hogy hol tudnak hozzájutni az őket elsődlegesen érintő információkhoz, milyen tájékozási lehetőségeik vannak.

Meg kell vizsgálni, hogy szakmai munkájukhoz illeszkedően hol van szükség speciális EU-ismeretek átadására, és ki kell dolgozni, dolgoztatni ennek legmegfelelőbb módját.

Érdemes a szakmai szerveződések arra ösztönözni, hogy saját nemzetközi kapcsolatrendszerük kialakítása, erősítése révén segítsék elő tagságuk minél hatékonyabb EU-felkészülését.

4. A társadalmi célcsoportok elérésének kommunikációs eszközei

4.1. Fiatalok

A fiatalok esetében különösen igaz, hogy az eszközválasztást a korosztály gondolkodásának, igényeinek, lehetőségeinek, szokásainak ismeretében kell megtenni. Ez az a célcsoport, amely

- nyitott új típusú kommunikációs eszközök befogadására, használatára, elsajátítására,
- fogékony, nyitott szemléletű,
- alkalmazkodó és adaptációs készsége magas fokú,
- különösen nyitott a vizuális, a részvételen alapuló és az interaktivitást igénylő eszközök iránt,
- egyaránt fogékony az emocionális és a racionális eszközökre.

Érdemes azt is figyelembe venni, hogy a korosztály jellegéből adódóan a fiataloknak szóló kommunikáció jelentős mértékben érinti, befolyásolja indirekt célcsoportok, így a szülők, a nagyszülők, a tágabb család, a tanárok, nevelők gondolkodását is. Természetes emberi tulajdonságként él a ha jó a gyerekeknek, jó nekem is elv, erre alapozva a fiatalokat tudatosan is lehet multiplikátor hatású csoportként tekinteni.

Kiemelt eszközök

4.1.1. Fiatal Európai Önkéntesek

Koncepció

Az elmúlt években a kommunikációs szakemberképzés területén egy sajátos kettősség alakult ki. Az egyik oldalon évente több ezer főiskolai és egyetemi diák tanul kommunikáció vagy ahhoz szorosan kapcsolódó szakon, és készül arra, hogy a kommunikáció, a média, a marketingkommunikáció, a PR valamely területén majd elhelyezkedjen, ugyanakkor legtöbbjük - a jelenlegi helyzet szerint - nem lesz képes végzettségének megfelelő munkát találni. A másik oldalon viszont a magyarországi gazdasági, társadalmi, szakmai-érdek-képviseleti és civil szervezetek jelentős része küzd azzal, hogy nem bízhatja - gyakran anyagi okokból - a kommunikációt képzett szakemberre. Az Európai Unió csatlakozás kiemelten nagy arányban követeli majd meg, hogy az egyes szervezetek, települések, önkormányzatok kialakítsák kommunikációs stratégiájukat, programjaikat, eszközeiket.

A fenti dilemma feloldását szolgálja a Fiatal Európai Önkéntesek program. A program keretében utolsó éves kommunikáció szakos hallgatók azt a feladatot kapják, hogy egy 2 hónapos szakmai gyakorlat keretében nyújtsanak támogatást egy tetszés szerint kiválasztott település EU-kommunikációs felkészülési programjának kialakításához. A településen eltöltendő idő alatt - a KS anyagára támaszkodva - kell a helyi igényeknek, lehetőségeknek, kihívásoknak megfelelő anyagot összeállítaniuk, szakmai segítséget nyújtaniuk.

Az egyedülálló kezdeményezés lehetővé teszi, hogy eddig soha nem látott méretekben koncentrálódjon a kommunikációs szakmai tudás egy adott feladat megoldására.

Tekintettel arra, hogy nyilvánvalóan sokan törekednek majd arra, hogy szülőfalujukba, -városukba menjenek vissza, ez elősegíti többek között a helyi EU-szószólók rendszere, a helyi Európai Közéleti Társaság kialakítását, a Hozomány-program megvalósítását vagy az Európa Nap megünneplését.

Akár az is kialakítható, hogy a 2 hónapos szakmai gyakorlat 1 hetét a diákok egy európai uniós településen töltsék, és így az ottani tapasztalatokat is be tudják építeni a helyi programok véglegesítésekor.

Eszköz	Fiatal Európai Önkéntesek
Célkitűzés	- jelentős szaktudást rendelni a helyi kommunikációs programok kialakításához - erősíteni a helyi kezdeményezések erejét
További lehetőségek	- nemzetközi méretű mozgalommá szervezni a programot
Ütemezés	- 2003. tavasz
Kapcsolódó eszközök	- Hozomány-program - helyi Európai Közéleti Társaság
Mérés módja	- az aktív résztvevők száma - a kialakított tervek minősége - médiavisszhang

4.1.2. Bolyai beszélgetések

Koncepció

A kiemelt tudás, a gondolkodó ismeretszerzés és a tudás megbecsülése hangsúlyos Magyarország további fejlődése szempontjából. A legjobb diákok továbbfejlődésének elősegítését szolgálja a Bolyai beszélgetések programja. Az interaktivitáson alapuló előadássorozat a tudomány különböző területeit ismerteti meg a kiemelkedő diákokkal, egyben lehetőséget ad nézeteik, ismereteik összehasonlítására, ütköztetésére egymással és a beszélgetéseket vezető tudósokkal, tanárokkal, szakértőkkel. A gazdag dokumentáció, az egyedi előadások, az interaktivitás lehetősége biztosítja a részvétel rangját diáknak és előadónak egyaránt.

Eszköz	Bolyai beszélgetések
Célkitűzés	- a kiemelkedő tudás méltatása mind előadói, mind pedig résztvevői oldalon - az EU-ban történő fejlődéshez kapcsolódó ismeretek interaktív módon történő elsajátítása
További lehetőségek	- publicitás teremtés - előadások rögzítése és széles körben történő elterjesztése
Ütemezés	- kidolgozást követően folyamatosan
Kapcsolódó eszközök	
Mérés módja	- résztvevők száma alapján - résztvevők beszámolóí alapján - szakmai- és médiavisszhang alapján

4.1.3. Nyelviskolai együttműködések kibővítése

Koncepció

A nyelviskolákkal történő kapcsolatbővítés célja, hogy elősegítse az EU-konform szintű idegennyelv-tudás minél szélesebb körben történő elsajátítását. Arra kell törekedni, hogy minél többen felismerjék, hogy a használható (európai) idegennyelv-tudás az egyik legfontosabb eleme a sikeres egyéni életstratégiának. Az EU-csatlakozással megnyíló lehetőségek kiaknázásának egyik kulcsát az jelenti, ha az illető elsajátított legalább egy idegen nyelvet, illetve fordított értelemben pedig, ha nem rendelkezik ilyennel, jóval kisebb esélye van a boldogulásra. (Az EU elvárása tagállamai felé egyébként az, hogy a középiskola elvégzésekor minden diák saját anyanyelvén kívül legalább két európai nyelvet beszéljen.) Lényeges annak tudatosítása is, hogy ez azokra is igaz lehet, akikkel szemben ma nem követelmény az idegen nyelv ismerete.

A kommunikációs stratégia kereteit meghaladja önmagában a nyelvtanulás népszerűsítése. Ez az alapvetően ezzel foglalkozó szervezetek, vállalkozások célja és feladata. Ellenben a program részt vállalhat abban, hogy az oktatás tartalmazzon EU-ismeretanyagot, vegye figyelembe az Európai dimenziót.

Eszköz	Nyelviskolai együttműködések kibővítése
Célkitűzés	- a nyelvtanulás fontossága felismerésének elősegítése - EU-konform nyelvismeret ösztönzése - EU-tudásanyag idegen nyelvű elsajátításának előmozdítása
További lehetőségek	- védjegy formájában a kritériumoknak megfelelő nyelviskolák tanúsíthatók, hogy megfelelnek az EU-normáknak, és tananyaguk tartalmazza az EU-val kapcsolatos ismereteket - támogatás az egyes szakmák kifejezetten EU-ra vonatkozó nyelvi továbbképzésének elősegítésére
Ütemezés	- kidolgozást követően folyamatosan
Kapcsolódó eszközök	- tanári munkaközösségek: európai dimenzió kialakítása
Mérés módja	- részt vevő nyelviskolák száma alapján - a részt vevő hallgatók visszajelzései alapján - átfogó értékelési rendszer alapján

4.1.4. Szociális csereprogramok

Konceptió

Fontos törekvés lehet annak elősegítése, hogy ne csak az oktatási intézményekben tanulók vehessenek részt a nemzetközi csereprogramokban. A hátrányos helyzetű fiataloknak is lehetőséget kell teremteni a közvetlen, személyes tapasztalatszerzésre. Elő kell segíteni, hogy minél szélesebb körben legyenek ismertek azok a lehetőségek, amelyek egy EU-tagországon belül végzett közösségi projekthez kapcsolódnak.

Eszköz	Szociális csereprogramok
Célkitűzés	- egyéni tapasztalatszerzés elősegítése - EU-értékek hétköznapi életben történő megismertetése
További lehetőségek	
Ütemezés	- folyamatosan
Kapcsolódó eszközök	
Mérés módja	- résztvevők száma alapján - résztvevők beszámolója alapján

4.1.5. Európai testvériskola-rendszer bővítése

Konceptió

Az Európai Unió működésének tényleges megismerését csak a közvetlen, személyes tapasztalatszerzés biztosíthatja. A testvériskolai rendszer azokat a kereteket teremti meg, amelyek révén személyes találkozásokra, egymás meglátogatására, a hétköznapi élet megismerésére nyílik lehetőség. Az ilyen kapcsolatrendszer lehetőséget ad a közös munkára, egymás gondolkodásának alapos megismerésére is. Szükség van az ilyen kapcsolatok bővítésére, elmélyítésére, új kapcsolatok létrehozásának biztosítására. Ezt alapvetően információk közvetítésével, a

keretek biztosításával, az egységes feltételrendszer kialakításának elősegítésével lehet elérni. Nem utolsósorban érdemes figyelembe venni azt a szempontot is, hogy a fiatalok pozitív élményei kisugárzódnak, befolyásolják a család és a környezet gondolkodását, az Európai Unióról alkotott képet, akár megsokszorozva a testvériskolai kapcsolat erejét, hatását. Ez a hatás azokban a családokban is érvényesül, amelyet a kommunikáció más, direkt eszközeivel nehéz elérni.

Szintén pozitív hatása van a testvériskolai kapcsolat másik oldalának, a fogadó oldali elemnek. Magyarország megismertetésében, elfogadtatásában jelentős szerepet játszhatnak a diákok személyes élményei, amelyek kisugárzása ezt követően az otthoni családi környezetben is érezhető. Jó ütemezéssel megvalósítható, hogy a külföldi diákok a helyi Európa Napok idején vagy az Európai Tájéoló kamion érkezésekor jönnek Magyarországra.

Eszköz	Európai testvériskola-rendszer bővítése
Célkitűzés	- EU-ismeretek közvetlen, személyes elsajátítása - testvériskolai kapcsolatok tartalmának bővítése - a kevésbé tehetséges iskolák bevonása, támogatása
További lehetőségek	- átfogó koncepció kialakítása a testvériskolai kapcsolatrendszer fejlesztésére - a kapcsolat megtöltése a hétköznapokra is (közös diákújság, számítógépes chat kapcsolat támogatása, közös üzenettábla fenntartása, számítógépes és hagyományos levelezés ösztönzése stb.)
Ütemezés	- a már korábban elkezdett munka folytatásaként
Kapcsolódó eszközök	- Regionális Európa Napok - Európai Tájéoló
Mérés módja	- testvériskolai kapcsolatok formai és tartalmi elemeinek elemzésével

4.1.6. Diákújságok szerkesztőinek továbbképzése, illetve csereprogramja

Koncepció

Szinte minden iskola (közép- és felsőfokú) rendelkezik saját diákújsággal. A diákújság jelenti az egyik legfontosabb lehetőséget az iskolán belüli kommunikáció megteremtésére, életben tartására. A diákújságok szerkesztői, az újságban rendszeresen író diákok véleményvezéri szerepet töltenek be az iskola kisebb közösségein belül. Tájékoztatásuk, megnyerésük hatással van az EU-csatlakozás iskolai megítélésére. A szerkesztők képzése kétféleképpen is elképzelhető: a Brüsszelben/Maastrichtban (Európai Újságíró Iskola) tett látogatás elsősorban az EU-val, intézményeivel, működésével kapcsolatos ismeretek elsajátítására alkalmas, míg a tagországok iskoláiba tett látogatás révén elsősorban egy EU-tagország iskoláját és azon belül a diákújság működését ismerhetik meg. Szintén izgalmas vonzat lehet egy uniós tagország iskolája diákújságírójának vendégül látása. A többféle program akár kombinálható is.

Eszköz	Diákújságok szerkesztőinek továbbképzése, illetve csereprogramja
Célkitűzés	- az EU-ról szóló ismeretek gyakorlati módon történő elsajátítása - összehasonlítási lehetőség megteremtése más diákújságokkal - a diákújságok tematikájának bővítése az EU-csatlakozásnak a diákokra vonatkozó részével - iskolán belüli információáramlás eszköztárának bővítése (elektronikus eszközök, chat board, iskolai honlap stb.)
További lehetőségek	- diákújságok közötti szervezett kapcsolat ösztönzése - közös diákújságok ösztönzése - folyamatos kitekintés az Európai Unióra
Ütemezés	- kidolgozást követően folyamatosan
Kapcsolódó eszközök	- Regionális Európa Napok

Mérés módja	- résztvevők száma alapján - résztvevők beszámolója alapján - az újságok tematikai, tartalmi, formai változásai alapján
-------------	---

Ajánlott eszközök

4.1.7. Út az EU-ba - internetes, illetve számítógépes játék

Konceptió

Az internetről letölthető, illetve adott esetben megvásárolható számítógépes játék története szerint a jelöltnek (játékosnak) az a feladata, hogy eljusson az Európai Parlament ülésére, és ott képviselve Magyarországot válaszoljon a Magyarországra vonatkozó kérdésekre. A játék szakaszai a következők:

a) A játékosnak először válaszolnia kell az Európáról (tagországok, szokások, kultúra, történelem, látványosságok, törvények, fiatalokat érintő vonatkozások stb.) szóló kérdésekre. Minden helyes válasz után jelentkezik az újabb kérdés, mégpedig fokozatosan egyre nehezedő kérdések formájában. A más számítógépes játékokhoz hasonlóan ebben a játékban is vannak szintek, öt szintet kell ahhoz teljesíteni, hogy a játékos eljusson az Európai Parlamentbe.

b) Azt követően, hogy az 5. szintet is sikeresen teljesítette és leült a számára fenntartott, nevére szóló helyre, válaszolnia kell a képviselőtársak részéről hozzá intézett, Magyarországra vonatkozó kérdésekre. Ezek a kérdések szintén egyre nehezedő formában jelentkeznek és szinteket kell teljesíteni. Amennyiben itt is helyesen válaszol minden kérdésre, akkor a többi képviselőtárs megtapsolja a játékost.

c) Az internetes játék ezt követően automatikusan generál egy névre szóló oklevelet, amely tanúsítja, hogy a játékos teljesítette a szinteket és így az Európai Parlament teljes jogú magyar képviselője lett.

4.1.8. SMS-kampány

Konceptió

A mobiltelefonok tömegessé válása és különösen a fiatalok körében az SMS-nek, mint egyik legfontosabb kommunikációs eszköznek az elfogadása már megtörtént. A trendeket figyelembe véve könnyűszerrel megjósolható, hogy az EU-csatlakozáshoz közeledve ez válhat az egyik elsődleges kommunikációs eszközzé. A fiatalok számára vonzó EU-kép megrajzolásában és a magyar csatlakozás népszerűsítésében tehát mindenképpen érdemes erre az eszközre is támaszkodni.

A robbanásszerűen fejlődő viral marketing koncepció értelmében maguk az SMS-ező fiatalok válnak az információ továbbítóivá. Egy egyszerű, könnyen megválaszolható kérdés továbbküldése révén egyre több emberhez jut el a kérdés. Mindenki, aki részt vesz a kérdés továbbküldésében maga is nyerhet, ha megválaszolja a kérdést.

4.1.9. Magyarország útja az Európai Unióba képernyővédő

Szintén a kor szellemének és technológiájának megfelelő eszköz a képernyővédő. Ez tényleges védő funkcióján túl ma már elsősorban kommunikációs eszközként működik. Az EU-csatlakozás előnyeit, a magyar csatlakozási szándék mozgatórugóit bemutató, a fiatalok számára érdekes tartalmú képernyővédő szabadon letölthető az EU-portál, más érintett szervezetek, de akár népszerű portálok site-jairól is. A képernyővédő a gép inaktív állapotában bizonyos kérdéseket tesz fel, amelyekre egy idő múlva választ is ad. Az eredeti funkciót és a számítógép zavartalan működését előtérbe helyezve - vonzó grafika mellett - néhány kérdés helyezhető el a képernyővédőn. A kérdések például az alábbi tartalmúak lehetnek:

- (Kérdés) Van-e az EU-nak a fiatalok nyelvtanulását segítő programja?
- (Válasz) Igen, a Lingua, amely ... Bővebb információért fordulj a ...

Hasonló kérdések vonatkozhatnak például a szakképzésre, diákcserekre, ösztöndíjakra, integrációs tartalmú szakdolgozatok támogatására is.

4.1.10. EU-portál és -adatbázis bemutatása, népszerűsítése

Konceptió

A fiatalok lehetnek a központilag, de mégis távolból hozzáférhető EU-adatbázisok leggyakoribb felhasználói. Számukra már kevésbé jellemző, hogy információt csak személyesen szereznek. Ők azok, akik a világhálón keresztül kérnek, keresnek információt. Pusztán az EU-adatbázis és az informálódási lehetőség létrejötte azonban nem elégséges. Ezek meglétét be kell vezetni a köztudatba, használatukat - különösen a bevezetés időszakában - népszerűsíteni kell. Ennek a fiatalok számára legfontosabb eszközei a következők:

- a) *Ingyenes levelezőlap*

A fiatalok elérésének egyik népszerű eszköze a szórakozóhelyeken, rendezvényeken, kulturális és vendéglátó-ipari egységekben terjesztett ingyenes levelezőlapok (free card). Ezek használata többirányú lehet:

- A kártya képeslap oldala arra hívja fel a figyelmet, hogy minden egyes fiatalnak milyen teendője van, mire és hogyan tud felkészülni az EU-csatlakozás kapcsán. A másik oldalán viszont lehetőség van az írásra és ezen megfogalmazhat olyan kérdést, amely számára még nem világos. Lehetőség van a lapok beküldésére és - amennyiben a feladó feltüntette adatait - a megfelelő válasz kézhezvételére. Ennek a lehetőségnek azonban két tényező jelenthet akadályt: nagyarányú lehet a nem igazából kezelhető megjegyzések, kérdések, visszajelzések száma, illetve adott esetben sok munkaerőre lehet szükség a levelezőlapok megválaszolásához. Éppen ezek miatt tűnik reálisabbnak a másik lehetőség.

- A kártya képeslap oldala továbbra is változatlan, míg az írásos oldalán is információk vannak, illetve lehetőség van a kártya bárki részére történő elküldésére. Ebben az esetben a képes oldal ösztönzi az EU-portál felkeresését.

b) Szórólap

Egy rövid, néhány oldalas szórólap tartalmazza azokat a legfontosabb információkat, amelyeket a telefonos, illetve a számítógépes adatbázis használóinak tudniuk kell. A szórólap lényeges eleme, hogy a felhasználó szempontjából közelíti meg a témát, vagyis

- nem a rendszerek technikai leírására koncentrálnak,
- a használó számára jelentkező előnyöket helyezi előtérbe,
- érthető, vonzó módon kerül kialakításra,
- vizuálisan is bemutatja a struktúrát, a tematikát,
- előzetesen választ ad a várhatóan leggyakrabban felmerülő kérdésekre.

A szórólapok terjesztése iskolákon keresztül, rendezvényeken, az EU-információs csatornáin, helységein keresztül történik.

c) Linkcsere

Az EU-portál internetről hozzáférhető részének az Európai Unióval és a csatlakozással foglalkozó különböző honlapok közé történő beillesztését szolgálja a kölcsönösség alapján megvalósuló linkcsere. Ez a rendszer a szakmailag igényes és hasonló témájú honlapok között jelent átjárhatóságot. Egy új honlap bevezetésének, megismertetésének ez adja az egyik legfontosabb eszközt.

d) Válaszol a ...

Mindig megnöveli akár a telefonon, akár az elektronikusan érkező érdeklődést, ha valamilyen ismert, a témában járatos személy válaszol az éppen akkor érkező kérdésekre. Megfelelő előkészítés révén elérhető, hogy külön kérdéseket generáljon az a tény, hogy x napon délelőtt az EU-csatlakozással összefüggő valamelyik téma szakértője válaszol. Ebből akár rendszeres alkalmat is lehet teremteni (pl. havi egy alkalommal), ami bizton generálhat érdeklődést a média részéről is.

4.1.11. Vetélkedők

Koncepció

Érdemes törekedni a már meglévő és sikeresen működő vetélkedők (pl. Schuman verseny, Regionális Európa Napokhoz kapcsolódó vetélkedők stb.) számának bővítésére. A fiatalok azok, akik leginkább vállalkoznak arra, hogy tudásukat összemérik. Ez az a kor, amikor meg kell tanulni, el kell sajátítani a versenyzés, a győzelem, a kudarc érzését. Ezek olyan erények, amelyeket a későbbiekben egy Európai Unió állampolgáraként gyakran át kell majd élniük. A versenyek, vetélkedők koncepciójának kialakításakor érdemes az alábbi szempontokat figyelembe venni:

- a lexikális tudás megmértetése mellett legalább ennyire fontos az önálló gondolkodás képességének összemérése, fejlesztése. Olyan feladatokat érdemes előnyben részesíteni, amelyek ez utóbbira helyezik a hangsúlyt;
- az Európai Unió vetélkedők között nagy szerepet kell kapniuk azoknak, amelyekben közösségek mérkőznek meg egymással. Az egyéni teljesítmény tisztelete mellett előnyben lehet részesíteni azokat az értékeket, amelyet az Európai Unió magáénak vall: a szolidaritás, a támogatás, a közös fejlődés elveit;
- lehetőség szerint minél nagyobb számban kell olyan vetélkedőket kialakítani, amelyek segítik az empátia, a tolerancia fejlődését, ahol a fiataloknak más helyzetbe kell beleképzelniük magukat, mint amilyenben hétköznapi körülmények között élnek, tanulnak, dolgoznak;
- meg kell keresni annak lehetőségét, hogy ezek minél nagyobb arányban jelentsenek nemzetközi megmértetést, más európai ország fiataljaival történő találkozást, idegen nyelvi kommunikációt.

A vetélkedők kialakításakor érdemes támaszkodni arra a tapasztalathalmazra, amely az elmúlt évek során a Schuman és más vetélkedők kapcsán felhalmozódott.

4.1.12. Média ösztönzése a fiatalok témáinak feldolgozására

Koncepció

A fiataloknak szóló média esetében - illeszkedve a stratégia egészére megfogalmazott tanulságokhoz, következtetésekhez - javasoljuk az újságíróknak a fiatalokat érintő hatásokról szóló témák feldolgozását, az erről szóló tájékoztatást.

Az újságírókról, mint egyik legfontosabb közvetítő célcsoportról írt eszközökön túl kifejezetten a fiatalok számára fontos szempontokat kell figyelembe venni.

- Fiatalokat érdeklő témák feldolgozásának ösztönzése:

- = munkavállalás,
- = utazás,
- = letelepedés,
- = külföldi tanulás,
- = nyelvtanulás,
- = emberi jogok,
- = szórakozás,
- = kultúra.

- A tematika kidolgozásában olyan szakértők bevonására van szükség, akik ismerik kifejezetten ennek a célcsoportnak a szokásait.

4.1.13. Szakmai diákszervezetek programjának bővítése

Koncepció

A szakmai diákszervezetek széles skálája tömöríti mind a középiskolai, mind pedig a felsőfokú oktatási intézmények hallgatóit. Ezek témaválasztását, az általuk meghirdetett és szervezett programok tartalmát tudatos módon lehetne az EU-csatlakozás szolgálatába állítani. Ennek feltétele, hogy kialakításra kerüljön egy olyan, egységes koncepció, amely témaválasztási lehetőséget és egyben ösztönzést ad arra, hogy ezek a szervezetek a különböző rendezvények, kiadványok, versenyek, programok keretei között az EU-csatlakozással, felkészüléssel kapcsolatos témájuakat válasszák. Ennek elősegítése részben szakmai-tartalmi, részben pedig anyagi támogatást jelent.

4.2. Mezőgazdaságból élők

A mezőgazdaságból élők csoportjának sajátossága, hogy az általuk hitelesnek tartott közvetítői elemek jelentős szerephez jutnak. Ez az a társadalmi csoport, amely nagyon fontosnak tartja, hogy a számára fontos információt valójában ki is mondja, kitől származik. Ennek a csoportnak elsősorban az alábbi közvetítői célcsoportok jelentenek hitelességet:

- média, elsősorban szakmédiá,
- szakmai szervezetek (pl. mezőgazdasági szerveződések, terméktanácsok, falugazdász és borbíró szervezetek, bár nem egyenlő súllyal),
- egyes politikusok.

Az is nyilvánvaló, hogy az EU-csatlakozás jelenlegi ambivalens megítélése jelentős részben a konkrét információk hiányára vezethető vissza. Ez a célcsoport csak akkor fogja a csatlakozásról szóló véleményét módosítani, ha világossá válik számára, hogy a csatlakozás nem szükségszerűen jelent hanyatlást, sőt jelentős előnyöket hozhat. Be kell tudni mutatni, egyéni felkészüléssel miképpen lehet a lehetőségeket, a megnövekvő támogatási kereteket, a piacméret változását kihasználni, és miképpen lehet a saját gazdaság modernizálását elérni.

Kiemelt eszközök

4.2.1. EU agrárújságírók képzése

Koncepció

A mezőgazdasági újságírók jelentős része hiteles személy maradt a mezőgazdák körében, így meglehetősen nagy szerepük van a szakmai - és egyben EU-politikai - vélekedés alakításában. Ráadásul a vidéki életforma időbeosztásából is következően - különösen kora reggel - szinte az egyedüli hírforrást a rádió/TV mezőgazdasággal - faluval foglalkozó műsorai jelentik. Arra kell törekedni, hogy az újságírók - képzés, oktatás, tájékoztatás révén - folyamatosan nyerhessenek információt az EU-ról és erre alapozva folyamatosan tudjanak cikkeket, műsorokat készíteni. Ugyanakkor az is cél, hogy az ismeretanyag elsajátítása a legelőnyösebb struktúrában történjen:

- a mezőgazdaság fejlesztését egybe kell kapcsolni vidékfejlesztés, régiófejlesztés kérdéseivel,
- a hagyományos gazdálkodás kereteit megtartva azokat ötvözni kell a korszerű mezőgazdaság és életforma kereteivel,

- az egyéni cselekvőképesség és kötelezettség bemutatása, a ne várják másra mentalitás átadása, meghonosítása.

Eszköz	EU agrárújságírók képzése
Célkitűzés	- szakmailag felkészült agrárújságírók képzése - információhoz hozzájutásuk folyamatossá tétele
További lehetőségek	- nemzetközi tapasztalatcsere
Ütemezés	- folyamatos
Kapcsolódó eszközök	
Mérés módja	- programon részt vettek száma alapján - sajtóelemzés alapján

4.2.2. Kiadványsorozat az EU-csatlakozás agrár tudnivalóiról

Koncepció

Magyarországon jelentős hagyománya van a mezőgazdaság különböző vonatkozásaihoz kapcsolódó, összegyűjthető formában megjelenő szakirodalomnak. Ennek a több hónapon át folyamatosan kiadásra kerülő kiadványsorozatnak elsődleges jelentőségét az adja, hogy folyamatosan emlékeztetben tartja a csatlakozásra való felkészülést, rendszeresen figyelmezteti az olvasót arra, hogy mi a teendője az adott területen. A sorozat összegyűjtött formában bármikor elővehető, pontos információforrást jelent. A gyakorlati megvalósítást illetően többféle megoldás is elképzelhető: megjelentethető rendszeres kiadvány mellékleteként (pl. Magyar Mezőgazdaság vagy Szabad Föld), vagy akár teljesen önállóan is. A gyakorlati szempontok mindenesetre a mellékletként történő megjelentetés mellett szólnak, lényegesen kevesebb terhet jelent ebben az esetben például az előfizetők gyűjtése, a reklám vagy a terjesztés. A sorozatnak nagyon fontos eleme, hogy elsősorban nem az EU intézmény- és követelményrendszerének ismertetésére szolgál, hanem mindenekelőtt a magyar gazdálkodókra szabottan nyújt érthető, gyakorlatias segítséget, információt.

Eszköz	Kiadványsorozat az EU-csatlakozás agrár tudnivalóiról
Célkitűzés	- a mezőgazdaságból élők rendszeres, szakszerű tájékoztatása az EU-ra történő felkészülésről - az egyéni életstratégiák, megoldások keresésének elősegítése
További lehetőségek	- siker esetén hasonló sorozat indítható az EU-csatlakozás más területein is - a nyomtatott anyag mellett kiegészíthető jelleggel video is adható/terjeszthető - megfelelő pozicionálás esetén ajándékként is értékesíthető az előfizetés
Ütemezés	- kidolgozást követően folyamatos
Kapcsolódó eszközök	- EU-portál
Mérés módja	- elhelyezett visszajelző lap révén - igény, érdeklődés növekedése alapján - példányszám alapján

4.2.3. Agrár távoktatás

Koncepció

A rendszeres szakmai információtovábbítás egy további lehetséges formája egy erre a célra kialakított távoktatás keretei között képzelhető el. Tekintetbe véve az agrártársadalom rétegzettségét, a távoktatási programoknak testre szabottan kell kielégíteniük az egyes csoportok információs szükségleteit. A táv-ismeretterjesztés célja hasonló az előzőekben leírt szakmai kiadványsorozatéhoz, de szintje és feltételrendszere eltér attól. A távoktatás rendszerét azok érdekében érdemes végiggondolni és kialakítani, akik vállalkoznak arra, hogy a szükséges ismereteket a szervezett tanulás ilyen keretei között szerzik meg. Természetesen ez a típusú információátadás csak a megfelelő ágazati és szakmai szervezetek koncepcióalkotásában és gondozásában valósítható meg. Ennél az eszköznél is nagyon lényeges,

hogy ösztönözze az önálló gondolkodást, feladatmegoldó és adaptációs képességet, segítse a saját egyénre szabott stratégia kialakítását. A személyes megmérettetés vagy éppen az oklevelek átadása ünnepélyesen történik például a Regionális Európa Napok keretében.

Eszköz	Agrár távoktatás
Célkitűzés	- minél nagyobb számban legyenek olyanok, akik vállalkoznak a megfelelő szakismeretek ilyen jellegű elsajátítására
További lehetőségek	- korszerű kommunikációs és oktatási eszközök bekapcsolása a távoktatásba (internet, CD, fax) - interaktivitás ösztönzése - akkreditált, minősített tananyaggá történő fejlesztés - szakmai munka keretében helyi szintű szakmai feladatok kidolgozása
Ütemezés	- kidolgozást követően folyamatos
Kapcsolódó eszközök	- EU-portál - Regionális Európa Napok
Mérés módja	- távoktatásra jelentkezők száma alapján - az oktatáson sikerrel részt vettek száma alapján - az oktatáson részt vettek írásos visszajelzései alapján

4.2.4. EU agrár hírlevél

Konceptió

Az előző pontban leírt kiadványsorozat a már állandónak tekinthető híreket, tudnivalókat tartalmazza. Egy ettől eltérő funkcióval érdemes végiggondolni olyan EU agrár hírlevél tervét, amely rövid, áttekinthető formában tartalmazza mindazokat az aktuális információkat, híreket, amelyek a mezőgazdaságból élők számára az EU-csatlakozás kapcsán fontosak. A projekt beindítása előtt szükség van az eddigi ilyen kezdeményezések figyelembevételére. A hírlevél formátum alapvetően a rövid, lényegre törő híreknek ad megfelelő keretet. Túlmenően az aktuális információkon az is lényeges feladata, hogy tudatosítsa: a talpon maradásnak, a boldogulásnak egyik fontos eleme a folyamatos informálódás. Az lehet csak sikeres a piacon, aki kellő kitekintéssel igyekszik gondolkodni, és ennek a keretei az EU-csatlakozás közeledtével egyre tágulnak. Már nem csak a közvetlen helyi vagy éppen a magyarországi keresletet és kínálatot kell majd figyelemmel kísérni, hanem törekedni kell az európai szemléletű gondolkodásra, az uniós diskurzus követésére. A hírlevél terjesztési formája szintén többféleképpen képzelhető el: egy agrár szakmai szervezet szolgáltatásaként, szakmai lap mellékleteként, vagy esetleg előfizetés alapján.

4.2.5. Megyei napilapok agrár- és regionális tematikájú EU-mellékletei

Konceptió

A megyei lapok esetében továbbra is szükség lehet az EU-csatlakozással és a felkészüléssel kapcsolatos információk megjelenésének elősegítésére. Ennek megfelelően érdemes tovább folytatni azt a gyakorlatot, amely pályázati lehetőségek révén a téma feldolgozására ösztönzi a regionális sajtót.

A mezőgazdaságból élők szempontjából mindenképpen fontosnak tartjuk ennek folytatását, tekintettel arra, hogy általában a megyei lap az egyetlen napilap, amelyet rendszeresen olvasnak. A mellékletekben Európai Unió országok mezőgazdasági vállalkozói révén kell mintákat, példákat bemutatni és elősegíteni, hogy megtalálják az egyéni megoldást saját problémáikra.

4.3. Kis- és középvállalkozók

Az egyik legszerteágazóbb célcsoportot a kis- és középvállalkozók alkotják. A csoport heterogén jellege szinte minden szempont alapján fennáll, és ennek megfelelően az EU-csatlakozás is eltérő módon érinti őket. A kommunikáció legfontosabb eleme annak tudatosítása, hogy csak elszánt, egyéni felkészülés révén remélhető, hogy a csatlakozás a gazdagodást, piacuk bővülését, a versenyképesség növekedését hozza számukra. A mezőgazdaságban dolgozók csoportjához hasonlóan számukra is elsősorban a média, illetve a szakmai szervezetektől származó információ számít hitelesnek. Ugyanakkor a célcsoporttól nagyobb mértékben tételezhető fel, hogy saját maga is aktívan lép a szükséges információk megszerzése érdekében.

Kiemelt programok

4.3.1. Nyilvános EU-szakértői adatbázis

Koncepció

Egyre nagyobb számban jelentkezik igény olyan szakértők iránt, akik egy-egy szakterület EU-sajátosságaiiban otthon vannak. A szakmai információáramlást nagymértékben megkönnyíti, ha ezeknek a szakembereknek az adatai (szakterület, elérhetőség stb.) - természetesen a személyiségi jogok szigorú tiszteletben tartásával - adatbázis formájában nyilvánosan hozzáférhetőek. Ennek keretei többféleképpen képzelhetők el: része lehet a központi EU-adatbázisnak, ebben az esetben akár a call-centeren, akár a portálon keresztül feltehetően elérhető, de lehet, hogy érdemes külön formában is létrehozni. Az adatbázis létrehozásához és naprakészen tartásához természetesen szükség van mind az egyének hozzájárulására, mind pedig a megfelelő szakmai szervezetek, illetve szaktárcák bevonására.

Erre a szakértői adatbázisra alapozva, annak továbbfejlesztésével önálló szolgáltatás is létrehozható. Az ún. Speakers Bureau rendszer keretében a Közalapítvány EU Kommunikációs Központja vállalja, hogy adott témájú megkeresés kapcsán előadót, szakértőt tud ajánlani, közreműködik a rendezvények szervezői és a felkészült előadók közötti egymásra találás elősegítésében. Ez - illetve az előadói díj fedezése - önálló támogatói forrásként is működhet.

Eszköz	Nyilvános szakértői adatbázis
Célkitűzés	- a decentralizált szakmai információáramlás elősegítése - az önálló, kezdeményező információkeresés ösztönzése
További lehetőségek	- a szakértői adatbázis önálló szolgáltatássá fejlesztése
Ütemezés	- kidolgozást követően folyamatos
Kapcsolódó eszközök	- EU-portál
Mérés módja	- érdeklődés generálás mérése elektronikus módon - visszajelzések az előadókat meghívó szervezetek részéről

4.3.2. EU felkészülést segítő kapcsos kiadványsorozat

Koncepció

Ez a célcsoport általában hajlandó arra, hogy a számára fontos információért fizessen. Ennek megfelelően (a mezőgazdaságnál leírttól feltehetően eltérően) előfizetéses formában kerülhet kiadásra néhány olyan kapcsos kézikönyv, amely az EU-csatlakozás egy-egy fontosabb témakörében (pl. fogyasztóvédelem, munkajog) hasznos tudnivalókat tartalmaz, és amely - az időszakos frissítés révén - folyamatosan aktualizálódik. A kiadvány már más témákban megjelent hasonló kiadványok nyomán mindig az aktuális információt tartalmazza, az elavult részek kivehetők, visszakeresési lehetőség és további információszerzésre utaló tájékoztatást is nyújt.

Eszköz	EU-felkészülést segítő kapcsos kiadványsorozat
Célkitűzés	- a vállalkozók számára fontos információk egy helyen történő tárolása - az aktualizálás kapcsán a folyamatos változás és folyamatos alkalmazkodás szükségességének tudatosítása
További lehetőségek	- CD-ROM-on történő kiadás - a kiadványhoz, aktualizálásához kapcsolódó szakmai rendezvény (sorozat) kialakítása
Ütemezés	- kidolgozást követően folyamatos
Kapcsolódó eszközök	
Mérés módja	- előfizetők számának alakulása - visszajelzések mennyisége és tartalma - válaszkártya a kiadványban

4.3.3. Mi már készen állunk! - Országos kis- és középvállalkozói EU-pályázat

Koncepció

A kis- és középvállalkozások felkészülését nagymértékben ösztönözheti olyan díj létrehozása, amelyet az EU-csatlakozásra történő felkészülésben legtöbbet tett vállalkozások kaphatnak meg. A csatlakozásig minden évben odaítélésre kerülő díj szakmai és anyagi feltételrendszerét szélesebb körnek kell összeállítania, de lényege, hogy egyértelmű legyen az az alapvető kritériumrendszer, amellyel az EU-felkészülést fémjelezni lehet (pl. minőség, exportnövekedés, munkatársak szakképzése, új technológia kifejlesztése vagy meghonosítása stb.). A díjnak a megfelelő keretek megteremtése révén jelentős húzóereje lehet és nagymértékben képes hozzájárulni a csatlakozás széles körű támogatásához. A díj körül olyan feltételeket érdemes biztosítani, amelyek jelentős mértékben ösztönzik a felkészülést, a nevezést, a megmérettetés vállalását. Az érintett szakmai szervezetek (MGYOSZ, VOSZ, MKIK) és a Delegáció bevonása is fontos eleme a programnak.

Eszköz	Mi már készen állunk Országos kis- és középvállalkozói EU-pályázat
Célkitűzés	- az EU-csatlakozásra történő felkészülés ösztönzése - a mindenkinek van saját érdeke és felelőssége elvének népszerűsítése - a követendő példák, minták reflektorfénybe állítása
További lehetőségek	- a díj kiterjesztése más területekre is (pl. mezőgazdaság, szociális szféra, oktatás)
Ütemezés	- kidolgozást követően évente
Kapcsolódó eszközök	
Mérés módja	- benevező vállalkozások száma alapján - a pályázatok minősége alapján - a fogadtatás, a publicitás alapján

Ajánlott eszközök

4.3.4. EuroBusiness Info-vonal

Koncepció

A Külügyminisztérium által kezdeményezett call-center feladata a válaszadás az uniós csatlakozással kapcsolatos kérdésekre. Várhatóan ezt a szolgáltatást elsősorban a nagyközönség fogja igénybe venni, többnyire általános jellegű kérdésekkel. Emellett viszont fontos feltétel egy olyan speciális telefonvonal, amely az üzleti, gazdasági szférának nyújt gazdasági, szakmai jellegű kérdéseire választ. Ennek megteremtéséhez természetesen folyamatosan karbantartott és naprakész, lehetőleg szakmák szerint, illetve horizontálisan (pl. környezetvédelem, fogyasztóvédelem, minőségügy stb.) kialakított EU-információs adatbázisra (a CDB részeként) van szükség. Ezek a rendszerek a külvilág számára egységes felületet kell biztosítsanak. Elengedhetetlen, hogy szakmailag felkészült, az EU-jogszabályokat jól ismerő és azokban kiigazodó, nyelveket (legalább angolul) beszélő munkatársak válaszoljanak a telefonon, faxon, e-mailen vagy levélben érkező kérdésekre. Javasoljuk, hogy ez a vonal külön telefonszámmal és névvel (pl. EuroBusiness Info-vonal) működjön.

4.3.5. Szakmai-üzleti honlap

Koncepció

Az EU-portálon belül, attól elkülönülve van szükség egy olyan fórumra, ahol külön és kiemelt helyen foglalkoznak a gazdasági, üzleti életre vonatkozó kérdésekkel. A legnagyobb kihívás a honlappal kapcsolatban, hogy választ tudjon adni egy vállalati vezető azon kérdésére: Hogyan érinti cégemet az EU-csatlakozás és egyben milyen lehetőségekkel/kihívásokkal jár?

A témákat négy részre kell osztani:

- A jogszabályok, szabványok és normák szakterületek szerint, illetve horizontálisan.
- A közösségi szakpolitikák szélesebb leírása értelmezése, illetve az ezzel kapcsolatos magyar álláspont kifejtése.
- Az üzleti lehetőségek, programok (pl. közbeszerzések, tenderek) strukturált naprakész megjelenítése a honlapon.
- Üzleti, piaci lehetőségekkel, cégalapítással kapcsolatos információk.

A weblapon, a hazai portálokhoz hasonlóan fórumot lehetne létrehozni, ahol üzletemberek megoszthatják tapasztalataikat, véleményüket az EU-val kapcsolatban. Természetesen ezt a fórumot egy fórumgazdának kell kezelnie, neki kell az esetleges kérdéseket megválaszolnia.

4.3.6. *Kiadványok*

Koncepció

1. Szakmákra vonatkozó kiadványsorozat, egységes szerkezetben és koncepció alapján
2. Horizontális témakörökre vonatkozó kiadványsorozat, például az alábbi témákról:
 - érdekérvényesítés/érdekegyeztetés/lobbizás;
 - az egységes piac elve és működése;
 - munkavállalás, vállalat alapítás, letelepedés;
 - minőségügyi követelmények;
 - statisztikai kötelezettségek;
 - vámeljárások (a csatlakozásig);
 - adózás és járulékok;
 - csomagolás, címkézés;
 - fogyasztóvédelem;
 - versenyjog;
 - munkabiztonság, munkavállalói jogok;
 - pályázás EU-támogatásokra és közbeszerzésekre;
 - EU-szabványok.

4.3.7. *Mit gondolok a csatlakozásról? - Személyes EU-média rovat*

Koncepció

Az EU-csatlakozással kapcsolatos cikkekben, műsorokban eddig döntően a hivatalos vélemények, álláspontok voltak túlsúlyban. Abban a törekvésben, amely az általános szintről a konkrét szintre igyekszik helyezni az információáramlást, nagyon fontos szerep juthat az egyéni véleményeknek, adott esetben ezek ütköztetésének. Valamelyik mérvadó gazdasági vagy napilapban olyan rovatot kellene nyitni, amelyik mindig az EU-csatlakozás egy-egy vonatkozását taglalja, mégpedig mindig egy erre felkért szakértő (ismert gazdasági szakember, érdekképviselő, szakmai szervezet, ágazati vagy regionális vezető stb.) írása formájában. Az írásra történő reagálások, az így generált érdeklődés elősegíti az EU-csatlakozás gazdasági vonatkozásaira vonatkozó véleménycsere, vita kialakulását.

4.4. *Nők*

A meglehetősen heterogén célcsoportot alkotó nők egy nagy csoportjának (pl. háztartásbeliek, alacsonyan iskolázottak) közös jellemzője, hogy összességében viszonylag kevéssé érte el őket az EU-csatlakozáshoz kapcsolódó kommunikáció. Bár ennek okai szerteágazóak, konkrét tennivalók következnek belőle.

Egyértelmű, hogy különösen a családban élő nők véleményének formálásában nagy szerepet játszanak azok a hatások, amelyek a gyerekeket, fiatalokat, illetve a házastársat érik. Így tehát azoknál az eszközöknél, amelyek a fiatalokat, illetve amelyek például a kis- és középvállalkozókat célozzák, minden alkalommal lényeges annak végiggondolása, hogy vajon ez milyen hatást fog kiváltani a családjában, a feleség esetében. A nők csoportját tehát mind közvetlen, mind pedig indirekt célcsoportként érdemes felfogni.

Kiemelt programok

4.4.1. *Újságírói tanulmányutak*

Koncepció

Az újságírók számára olyan tanulmányút rendszert kell kidolgozni, amely az EU-országok polgárai hétköznapjainak megismertetését szolgálja. A látogatások azt biztosítják, hogy a résztvevők a hétköznapok egy-egy, különösen a nők számára fontos szeletét tudják körüljárni (az iskolától a kórházig, az élelmiszeráraktól az idősek gondozásáig, a távmunkától a fogyasztóvédelemig stb.). A feldolgozás módja természetesen a média jellegétől függően egyedi, de a program fontos eleme, hogy a látogatások eredményeként cikkek, programok szülessenek. A média kiválasztásánál és a meghívásoknál (ha meghívásos alapon történik a kiválasztás) az elsősorban a nők által olvasott, hallgatott, nézett médiát kell bevonni.

Eszköz	Újságírói tanulmányutak
Célkitűzés	<ul style="list-style-type: none"> - növekedjen az EU hétköznapjait bemutató, az egyén és a család boldogulását érzékeltető információ mennyisége a médiában - csökkenteni az EU-nak, mint nagy nemzetek fölötti és a hétköznapoktól távol álló intézménynek a megítélését - a cikkek, műsorok révén növekedjen a nők érintettség és felelősség érzése - egyéni cselekvőképesség és kötelezettség bemutatása, önbecsülés növelése
További lehetőségek	- hasonló témájú látogatások szervezése Brüsszelbe
Ütemezés	- folyamatos
Kapcsolódó eszközök	- cikkpályázat
Mérés módja	<ul style="list-style-type: none"> - a programon részt vettek száma alapján - sajtóelemzés alapján

4.4.2. Cikkpályázat

Koncepció

Az EU-hétköznapjairól szóló cikkek ösztönzésének egyik lehetséges eszköze az újságírók és a média biztatása díjak segítségével. Az előzetes meghirdetés lehetővé teszi a tudatos készülést, s egyben nyílttá és átláthatóvá teszi a folyamatot. A díjat az EU-polgárok hétköznapjait bemutató legjobb cikkért, műsorért érdemes adni. A stratégiának megfelelően ezen a területen van leginkább szükség az általános tájékoztatástól a konkrét információ felé történő elmozdulásra, az egyik leginkább távol maradt célcsoport, a nők alkotják ennek legfogékonyabb befogadó közegét és általában is igaz, hogy úgy tűnik, ez a terület jelenleg elhanyagolt a médiában.

Eszköz	Cikkpályázat
Célkitűzés	<ul style="list-style-type: none"> - a díj meghirdetése révén minél több tartalmas cikk és műsor szülessen a témában - a díj az évek során jelentős presztízst vívjon ki magának
További lehetőségek	- hasonló jellegű díjak meghirdetése más témában is vagy akár váltakozó témakörökben
Ütemezés	- kidolgozást követően évente
Kapcsolódó eszközök	- tanulmányutak
Mérés módja	<ul style="list-style-type: none"> - díjazásra kerülők száma alapján - a cikkek, műsorok minősége alapján

4.4.3. Női esélyegyenlőség témájú fórumok

Koncepció

A nők érdekérvényesítése és döntéshozatalban való képviseletük növelése az EU egyik prioritását élvezzi.

Egy egész országot érintő esemény az a körrendezvény, amely 19 megyében hazai és külföldi politikus-asszonyok részvételével zajlana. A rendezvényeken neves előadók és szakértők beszélnek a nők érdekérvényesítéséről az EU-ban, a növekvő lehetőségekről, a nők munkaerő-piaci reintegrációs lehetőségeiről, a női érdekképviseletek működéséről, a nők döntéshozatali helyzetéről.

Eszköz	Női esélyegyenlőség témájú fórumok
Célkitűzés	<ul style="list-style-type: none"> - a nők megnyerése az EU-csatlakozás ügyének, érdeklődővé tenni a családanyákat a csatlakozással összefüggő kérdések iránt - érzékeltetni a kapcsolatot az EU-csatlakozás, a modernizálás és a nők érdekérvényesítési lehetősége között
További lehetőségek	- workshopok, női klubok, képzések

Ütemezés	- kidolgozást követően évente
Kapcsolódó eszközök	
Mérés módja	- fogadtatás, visszajelzések alapján

Ajánlott eszközök

4.4.4. Nők Európában mobil fotókiállítás

A kiállítás gyakorlatilag össze van állítva, bármikor és bárhol felhasználható, akár vándorkiállítás formájában is megrendezhető.

4.5. Nyugdíjasok

A nyugdíjasok helyzete bizonyos szempontból hasonlít a nőkére, a csoport heterogenitása mellett közös elem, hogy összességében viszonylag kevésbé érte el őket az EU-csatlakozáshoz kapcsolódó kommunikáció.

A nyugdíjasok jelentős része szintén elsősorban a család felé elkötelezett, és a különböző témákról kialakított véleményét jelentős mértékben befolyásolja a családtól érkező információ. Ugyanakkor ennél a csoportnál jellemző talán a leginkább a kisközösségi véleményvezérek szerepe. A tájékoztatás során egyre nagyobb szerepet érdemes majd szánni a helyi (gyakran informális) véleményvezérek (önkormányzat képviselője, körzeti orvos, állatorvos, pap, csapos, boltos, postás stb.) tájékoztatására, bevonására.

Kiemelt programok

4.5.1. Magazinműsorok bevonása

Koncepció

A nyugdíjasok rétege alkotja a hétköznap délelőtti tv-t néző, illetve rádiót hallgató közönség jelentős részét. Olyan jellegű műsorreszek kialakítását kell ösztönözni, amelyek akár rendszeres jelleggel foglalkoznak az EU-csatlakozás egy-egy érdekes vonatkozásával. A műsorok keretében olyan interjúalanyok szerepelnek, akik tudnak az EU-polgárok hétköznapjait érintő kérdésekkel foglalkozni. Nem EU-szakértők száraz fejtegetéseire van szükség, hanem érdekes, gyakorlatias, színes történetekre, mint például

- valaki hosszabb ideig EU-országban élt és most visszatért, beszámol tapasztalatairól, élményeiről,
- iskolai csoport csereprogram utáni élménybeszámolója,
- valaki váratlanul gyógykezelésre szorult valamelyik EU-országban, szó esik tapasztalatairól,
- egy hosszabb ideje itt élő EU-állampolgár elmondja magyarországi élményeit.

Eszköz	Magazinműsorok bevonása
Célkitűzés	- az EU hétköznapjainak megismertetése - elérni, hogy a műsorban hallottak, látottak beszélgetés témául szolgáljanak a családban, beszéljenek róla
További lehetőségek	- ilyen tartalmú rendszeres műsorblokk kialakítása
Ütemezés	- folyamatosan
Kapcsolódó eszközök	
Mérés módja	- fogadtatás, visszajelzések alapján

Ajánlott eszközök

4.5.2. Rejtvény és hobbi újságok

Koncepció

Jelentős számban nyugdíjasok alkotják a rejtvény, illetve hobbi újságok olvasóközönségét, sőt sokuk esetében ez számít az egyetlen kézbe vett újságnak. Az EU-val kapcsolatos ismeretanyag bővítését szolgálja, ha ezekben az újságokban - az adott média jellegzetességeinek megfelelően - megjelenik a csatlakozás gondolata. Törekedni kell arra, hogy lehetőség szerint ne csak a szűken vett tárgyi tudást, hanem az EU-témakörre vonatkozó gondolkodást is fejlesszék a rejtvények. Olyan rejtvények kialakítását javasoljuk, amelyek hosszabb időt átölelve a témával való huzamosabb foglalatosságot igénylik.

Olyan tematikát kell kialakítani, amely a nyugdíjasok számára is szóba jöhető hobbik (pl. horgászat, kisállattartás, kertészkedés, kézimunka, bélyeggyűjtés stb.) lapjai, műsorai számára is érdekesek.

4.5.3. Falinaptár

Koncepció

A falinaptárak havonta változó tartalommal, egész éven át képesek fontos üzeneteket közvetíteni. Az elsősorban a nyugdíjasoknak szóló EU-csatlakozási falinaptár olyan üzeneteket tartalmaz, amelyek a csatlakozás egy-egy vonatkozására utalnak. A 12 hónap során 12 különböző vonatkozást lehet így bemutatni. A falinaptár képi világában Magyarországot, üzenetében viszont a csatlakozás vonatkozásait tükrözi. Így téma lehet például:

- iskolafejlesztés,
- szociális ellátás,
- nyugdíjátutalás,
- környezetvédelem.

A falinaptár részben ajándékként, részben pedig térítéses formában kerül terjesztésre.

XIV. VISSZAJELZÉS

1. A visszajelzés funkciói

A KS végrehajtása során növekvő mértékben kell hasznosítani a kommunikációs folyamatról információt nyújtó és annak értékelését segítő visszajelzési eszközöket. A visszacsatolásra lehetőséget adó projektmenedzselési és társadalomkutató módszertanok alkalmazása lehetővé teszi a kommunikációs folyamat tudatos követését és szükség szerinti módosítását. Így érzékelhetővé válnak a kommunikációs folyamat trendjei, nőhet a kommunikáció hatékonysága, mérhetővé válik egyes kommunikációs célok megközelítése, illetve elérése. A visszajelzés további előnye, hogy ha a stratégia végrehajtása során felmerül az iránymódosítás szükségessége, az reflektáltan, a folyamat egészének ellenőrzésével vihető végbe. A visszajelzés egyes eszközei a pályázati úton végrehajtott kommunikációs tevékenység ellenőrzését szolgálják. A nemzetközi visszajelzés pedig szakmai és politikai elismerést hozhat a magyar kommunikációs stratégia számára.

2. A visszajelzés eszközei

A KS időszakában számos, eltérő típusú kommunikációs tevékenység folyik egy időben. A visszacsatolásnak ennek megfelelően több módszertant kell alkalmazni:

- Pályázaton támogatott kommunikációs tevékenységek végrehajtásának monitorozása. A monitorozás a pályázaton támogatott kommunikációs tevékenységek ellenőrzését és minőségbiztosítását szolgálja. Fő eszköze a monitor látogatása, kvalitatív vizsgálata és jelentése.
- Kommunikációs projektek hatásmérése. Az egyes, konkrét kommunikációs projektek, tevékenységek hatásáról ad visszajelzést sztenderdizált, kvantifikálható módszerekkel.
- Kvantitatív és kvalitatív véleménykutatás. A kvantitatív közvélemény-kutatások és a kvalitatív vizsgálatok (fókuszcsoportok, mélyinterjúk) a lakosság, illetve meghatározott célcsoportok véleményváltásának követésére, illetve a vélemények szerkezetének elemzésére ad lehetőséget.
- Média és sajtó tartalom- és diskurzuselemzés. A kvantitatív tartalomelemzés a média fő tematikáinak gyakoriságát, arányát és azok változását követi. A kvalitatív diskurzuselemzés a média értelmezési kereteiről, jelentéstípusairól, a közbeszéd szerkezetéről ad visszajelzést.
- Auditálás. A magyar kommunikációs stratégiáról az Európai Bizottság auditálásának formájában érkező visszajelzés szakmai és politikai hozadékot jelenthet Magyarországnak számára.

2.1. Monitorozás

2.1.1. A monitorozás célja és funkciói

A visszacsatolási eszközök sorában először a kommunikációs projektek végrehajtásának monitorozását kell megemlíteni. Ez a visszacsatolási eszköz elsősorban a Közalapítvány és minisztériumok által meghirdetett pályázatokon támogatást nyert külső szervezetek tevékenységéről nyújt információt.

A monitorozás célja az - elsősorban külső partnerek által végrehajtott - kommunikációs tevékenység ellenőrzése, minőségének biztosítása a hatékonyság és a magas szakmai követelmények hosszú távú fenntartása érdekében. A monitor a megbízásos tevékenység szakmai minősége és a pénzügyi tisztasága felett őrködik, s ezzel hozzájárul a kiszereződő szervezet szakmai és politikai legitimációjához. A KS számára a monitorozás azért válik különösen

fontossá, mert a kommunikáció sokszereplős feladattá válik, egyre több lesz a Közalapítvány és a szakértők által kiszervezett kommunikációs projekt, s így megnő a minőségi szándék fontossága.

A monitorozás körébe tartozik a projektek végrehajtási folyamatának pontosan meghatározott szempontok szerint való figyelemmel kísérése, a projektek végén pedig az ellenőrzés, az elszámoltatás, és az értékelés fázisa. Az értékelésben helyet kell, hogy kapjon az a szempont, hogy az elvégzett munka hogyan illeszkedett a kommunikációs stratégiába, hogyan segítette a stratégiai célok megvalósulását. Fontos szempont az is, hogy a projekt megvalósulása megfelelt-e várt szerepének, szükségessé tett-e változtatásokat a tervezett további kommunikációban.

A monitorozás a minőségbiztosítási funkció mellett pénzügyi ellenőrző funkciót is betölt. A rendszerváltást megelőző időszakban a személyi jövedelemadó bevezetésével, majd a rendszerváltást követően, a demokratikus intézményrendszer megszilárdulásának időszakában megjelent az igény, hogy átlátható legyen az adófizetők pénzéből származó költségvetési források felhasználása. Az állami források elosztásánál és a civil társadalom pénzosztó szervezeteinél ma is tart a folyamat, hogy a közpénzek kezelésére átlátható és betartható szabályokat alakítsanak ki. Közpénzek elosztása esetén meg kell jelölni a pénzosztó szervezet által kapott közpénzek pontos nagyságát, ennek az összegnek a megoszlását a szervezet különböző költségei és a támogatott tevékenységek között, és a támogatott szervezetek, személyek, tevékenységek listáját az odaítélt összegek nagyságával. Ugyanennek a követelményrendszernek kell jellemeznie a támogatott szervezet (személy, tevékenység) pénzügyi áttekinthetőségét.

2.1.2. A monitorozás értékei a kiszervező szervezet számára

- Az adományozók számára a monitor elvégzi azokat a feladatokat, amelyekre a döntéshozóknak és az irodai apparátus tagjainak nem lehet ideje és energiája. Idetartozik a támogatott tevékenységek folyamatos figyelemmel kísérése, számos projekt összehasonlító értékelése, illetve a kommunikációs stratégia egészében való elemzése.

- Az adományozó szervezet a monitoron keresztül kaphat megalapozott és hiteles képet az adományozott szervezetről (tevékenységről). Az írásos anyagok mellett a monitoron keresztül valósul meg az adományozó szervezet és a kommunikációs tevékenység végrehajtóinak kapcsolattartása.

- Az adományozó szervezet saját működésére a monitortól kapott visszajelzések alapján tud reflektálni, és a stratégia végrehajtásában hangsúlyváltozásokat, új irányokat kijelölni. A monitor e visszajelzésekben összegzi a helyszíni vizsgálatok tapasztalatait.

- Az adományozó a monitor szakmai támogatásával tud kölcsönös garanciákat biztosító szakmai szempontokat érvényesíteni a szerződésalkotás során.

- Az adományozó a monitoron keresztül kap hiteles képet a támogatott kommunikációs projekt megvalósulásáról.

2.1.3. A monitorozás értékei a támogatott szervezet (személy, tevékenység) számára

- A monitor látogatása, vizsgálatai lehetőséget biztosítanak arra, hogy a támogatott az írásos beszámolón túl képet adjon a tevékenység megvalósításáról, körülményeiről, s azt közvetítse a döntéshozók felé.

- A támogatott szervezet a monitortól kapott visszajelzések alapján a kommunikációs tevékenység fázisában képes lesz a támogatási célok, a stratégia elvárásainak megfelelőbb tevékenységet végezni.

- A támogatott szervezet hasznosíthatja a monitor tapasztalatait más projektekről, azok hatékony megoldásairól, modelljeiről, a kapcsolatfelvétel lehetőségéről.

- Ha a projekt végrehajtása során előre nem látott akadályok merülnek fel, a monitor értékeli a helyzetet, közvetít az adományozó és a támogatott között, és megoldási alternatívákat ajánl.

- A helyi társadalomban a támogatott szervezet és tevékenység presztízsét növeli a monitor közvetítő, támogató szerepe, s ez növeli a kommunikációs tevékenység hatékonyságát.

A monitorozást a Közalapítvány/szakértők által kiválasztott szakcég végzi, amelynek egy-egy szakembere foglalkozik a különböző területekkel (pl. civil pályázatok, médiatámogatások stb.).

2.2. Kommunikációs projektek hatásmérése

A kommunikációs stratégia projektjeinek hatásmérését, eredményességének értékelését teszik lehetővé a projekteket szorosan követő hatásvizsgálatok. E kutatások objektív visszajelzést biztosítanak egy-egy projekt eredményességéről, és ezáltal segítik a Közalapítványt, a szakértőket, illetve a széles körű tájékoztatásba bevont legfontosabb partnerszervezeteket a kommunikációs tevékenységet megvalósító hosszú távú partnerek kiválasztásában, a kommunikáció hatékonyságának növelésében.

Az alábbiakban felsorolunk néhány lehetőséget a kommunikációs stratégia egyes lehetséges projektjeinek hatásmérésére. E kutatások eredményei alapján a megbízó elvárásokat fogalmazhat meg az együttműködő szervezetek számára, a finanszírozás folytatását számszerűsíthető kritériumokhoz kötheti. Így biztosítható, hogy valóban azok a szervezetek váljanak stratégiai partnerre a végrehajtásban, amelyek képesek egyes célcsoportok jelentős részét eredményesen megszólítani. Fontos kiemelni, hogy az alábbi módszerek szándékosan szakmai módszertan alapján, jól mérhető és összehasonlítható eredményeket hoznak.

- *Önkitöltős kérdőíves kutatás az Európai Információs Pontok látogatói körében:* Az EIP-k munkájának értékelését és a helyi információs igények felmérését szolgálja. Több EIP saját maga végez ilyen jellegű kutatásokat. Az objektív visszajelzés és az összehasonlíthatóság érdekében azonban elengedhetetlen a vizsgálat tematikájának, kérdőívének sztenderdizálása és rendszeres az EIP-ktől független (kutató cég általi) feldolgozása. Az önkitöltős módszer használata költséghatékony, és lehetővé teszi a visszajelzések folyamatos gyűjtését. Az érdeklődőknek az iroda dolgozói adhatják át a kérdőíveket, ugyanakkor az őszinte visszajelzés erősítése és az anonimitás biztosítása érdekében fontos, hogy a válaszadók egy lezárt gyűjtőláda dobják a kitöltött kérdőíveket. A beérkező kérdőívek feldolgozását, elemzését fél évente javasoljuk. A vizsgálat segítségével nem csak az iroda szolgáltatásainak színvonalát, hanem a látogatottság mértékét és az érdeklődés irányait is fel lehet mérni.

- *Próbavásárlás vizsgálat (mystery shopping) az Európai Információs Pontok munkájának értékelésére:* Az EIP-k szolgáltatási színvonalának, a dolgozók felkészültségének és hozzáállásának, a működési feltételek alakulásának felmérését szolgálja a próbavásárlás vizsgálat. Ezt független kutató cég végzi, a kérdezők látogatóként, érdeklődőként keresik fel személyesen, telefonon, illetve e-mailben) az egyes irodákat. Az értékelő tanulmány a különböző szempontrendszerek alapján szerzett tapasztalatok elemzését tartalmazza (pl. válaszolnak-e a dolgozók a kérdésekre, milyen részletességgel, adnak-e információs háttéranyagot stb.). A vizsgálatot évente javasoljuk elvégezni, irodánként legalább 3-5 próbavásárlás segítségével.

- *Önkitöltős, visszaküldős kérdőív (reply card) kiadványok értékelésére:* A kommunikációs stratégia fontosabb kiadványaihoz (például tanári segédtankönyv, kézikönyvek, brosúrák) csatolt rövid kérdőívvel vizsgálható, hogy a kiadványok megfelelnek-e az olvasók, felhasználók igényeinek. Ez különösen a multiplikátorok számára készült kiadványok, információs anyagok esetében fontos. A kérdőív visszaküldését (például további információs anyagok megküldésével, ajándék kisorsolásával) ösztönözni kell. A visszaérkező kérdőíveket kutató szervezet dolgozza fel.

- *Telefonos kutatás EU-melléklet megjelentető napilapok olvasói körében:* A telefonos kutatás célja az EU-melléklet olvasottságának felmérése, a melléklet értékelése, olvasói igények felmérése. A kutatás eredményei alapján az olvasottság növelése érdekében szükség szerint módosítható a melléklet profilja, rovatstruktúrája, megjelenése.

- *Önkitöltős felmérés rendezvények látogatói körében:* Például a nagyobb kiállításokon és vásárokon felállított Európa standok vagy a Regionális Európa Napok értékelésére alkalmas módszer, amelynek segítségével felmérhető az érdeklődés értéke és iránya, egyes programok, kiadványok fogadtatása.

- *Önkitöltős felmérés multiplikátor képzések, tanulmányutak értékelésére:* A képzések értékelésének, új képzések tervezésének fontos eszköze. A képzés, szeminárium, tanulmányút előtt az elvárásokat, várakozásokat lehet tesztelni, majd a képzés után azt, hogy hogyan felelt meg az elvárásoknak, hogyan értékelték a résztvevők az előadások és a kapott információk hasznosságát, az előadók felkészültségét.

- *A honlap látogatottságának mérése:* A technikai és tartalmi adottságokra alapozva kell a statisztikai látottsági adatokat, illetve a vendégkönyvbe, e-maileken beérkezett véleményeket rendszeresen kiértékelni.

2.3. Véleménykutatási módszerek használata

A kommunikációs stratégiát, annak fő irányait és feladatait társadalomkutatások alapozzák meg és alakítják. A KS végrehajtását rendszeres véleménykutatásokkal kell kísérni. A véleménykutatás kínálja az elsődleges eszközöket a lakosság és a kiemelt célcsoportok EU-csatlakozásunkhoz kapcsolódó viszonyának megismerésére, az attitűdök változásának követésére. A véleménykutatási módszerek lehetővé teszik az egyes célcsoportoknak szóló üzenetek, kommunikációs eszközök fogadtatásának tesztelését, használatuk hatásainak előrejelzését. A véleménykutatás eszköztára alkalmas a kommunikációs stratégia egyes kiemelt projektjeinek hatásmérésére, így a stratégiai partnerek kiválasztása szempontjából meghatározó jelentőségű visszacsatolás és az értékelés egyik legfontosabb módszerét kínálja.

Annak érdekében, hogy a kutatások a stratégia alakítását ténylegesen segítők, hasznos eredményeket hozzanak, elengedhetetlen a kutatások céljának, motivációinak pontos és részletes meghatározása. A stratégia végrehajtásáért és irányításáért felelős intézmények - a kutatást végző szervezettel közösen - kell, hogy megfogalmazzák, hogy milyen kérdésre, problémára akarnak választ kapni, és a kutatás eredményei alapján nekik kell a megoldást kidolgozniuk. Az eredmények hasznosíthatóságát segíti, ha (a kutató céggel szorosan együtt dolgozva) a Közalapítvány és a szaktárcák részt vesznek a kutatás tematikájának részletes kidolgozásában, szempontokat adnak a kérdőívek összeállításához. A megbízó szervezet részvétele az elemzés szempontjainak, a készítendő tanulmány tartalmi és formai kritériumainak kidolgozásában biztosíthatja, hogy az elemzés célirányosan, a megbízó tanulmány felhasználhatóságával kapcsolatos elvárásait, érdeklődésének irányait figyelembe véve készüljön el.

2.3.1. Kvantitatív és kvalitatív lakossági és célcsoportos kutatások

Kvantitatív lakossági és célcsoportos kutatások

A kvantitatív lakossági és célcsoportos kutatások célja a lakosság és a kiemelt célcsoportok EU-csatlakozással kapcsolatos viszonyulásának feltérképezése, véleményváltozásainak követése, integrációs érdeklődésük mértékének és irányainak felmérése, tájékozottságuk és információs igényeik alakulásának vizsgálata.

A vizsgálatok rendszeres ismétlése elengedhetetlen, hiszen a stratégia alakítása szempontjából nem önmagában az EU-val és a csatlakozással kapcsolatos attitűdök részletes feltérképezése, hanem az azokban jelentkező változások érzékelése, a trendek követése bír meghatározó jelentőséggel. A különböző időpontokban végzett kutatások esetében az összehasonlíthatóság alapfeltétele az azonos mintavételi és kérdezési módszerek alkalmazása.

Fontosnak tartjuk, hogy hangsúlyozzuk: a lakossági és a nagy társadalmi célcsoportos (pl. nők, fiatalok, mezőgazdaságból élők körében végzett) attitűdvizsgálatok elsődlegesen nem a kommunikációs stratégia hatásának, eredményességének vizsgálatára, számszerűsíthető kimutatására kínálnak eszközöket. A feltárt elmozdulások, véleményváltozások nem csak a stratégia keretében zajló tudatos, hanem az attól függetlenül zajló spontán integrációs tájékoztatás, vagy a csatlakozási folyamat alakulásának, előrehaladásának, külső tényezők, feltételek megváltozásának eredménye is lehet. Félrevezető lenne a kutatások segítségével feltárt attitűdváltozások mértékéből és irányából közvetlenül a stratégia eredményességére vonatkozó következtetéseket levonni. Ugyanakkor e kutatások a lakosság egésze és a célcsoportok viszonyulásának megismerésén, információs igényeik felmérésén, az integrációval kapcsolatos remények és félelmek beazonosításán keresztül a stratégia feladatainak, fő irányvonalainak meghatározásához kínálnak értékes információkat.

Mivel a lakossági és célcsoportos vizsgálatok fő célja a véleménystruktúrák, attitűdök megismerése, a kérdezési technikák (személyes, telefonos, önkitöltős) közül a személyes megkérdezésen alapuló kérdőíves kutatás a leginkább indokolt. A telefonos és az önkitöltős kérdőíves módszerek kevésbé alkalmasak a mélyebb összefüggések feltárására. A személyes megkérdezés további előnye, hogy szóbeli interjú esetén az emberek hajlamosak hosszabb időt, akár 50-60 percet is szánni egy témára, ami lehetővé teszi a téma alapos körüljárását. Telefonos interjúra és kérdőívek kiegészítésére jellemzően nem szívesen szánnak 15-20 percnél hosszabb időt a válaszadók.

Ha a lakosság integrációhoz való viszonyának alakulását akarjuk vizsgálni, évente legalább egy kérdőíves felmérést javasolunk. A 3000 fős mintanagyság lehetővé teszi a mélyebb elemzést, az eredmények régiók szerinti bontását, és egyes nagy társadalmi alcsoportok részletesebb vizsgálatát. Ekkora mintanagyság olyan kutatási lehetőségeket biztosít, amelyek lehetővé teszik a lakosság egészén belül a nagy létszámú társadalmi csoportok (nők, nyugdíjasok, fiatalok) integrációs attitűdjeinek megbízható elemzését. Azaz egy adatfelvétel alapján akár négy - a lakossági és a három speciális célcsoport nézeteit bemutató és összehasonlító - tanulmány készíthető, és e csoportok esetében nincs szükség külön adatfelvételre alapuló célcsoportos vizsgálatokra. Ugyanakkor indokolt a kért csoport-hovatartozása alapján cserélhető tematikus blokkokat illeszteni a kérdőívbe azért, hogy az egyes társadalmi csoportok speciális EU-érintettségének vizsgálata is lehetővé váljon.

A kisebb létszámú célcsoportok (pl. mezőgazdaságból élők, kis- és középvállalkozók, köztisztviselők stb.) esetében külön célmintás kutatások elvégzése indokolt, a célcsoport a kommunikációs stratégiában játszott jelentőségétől függően legalább éves rendszerességgel. E célcsoportos kutatások tematikája részben a lakossági kutatás kérdőívére épül, annak érdekében, hogy a célcsoportok viszonyulása a lakosság egészének viszonyulásával összevethető legyen. A kutatások törzsanyagát a célcsoportok speciális érintettségét és érdekelttségét figyelembe vevő, tematikus kérdésközpontok egészítik ki.

A kutatási eredményeket a megbízótól kapott szempontok és elvárások alapján a kutató cég dolgozza fel és elemzi. Az eredmények alapján a kommunikációs stratégia irányvonalának és jövőbeli feladatainak alakítására levonható következtetéseket a kutató cég közreműködésével a Közalapítvány EU Kommunikációs Központja, valamint a kommunikációs stratégia végrehajtását felügyelő, értékelő és támogató társadalomtudósokból, EU-szakértőkből és kommunikációs szakemberekből álló EU Kommunikációs Szakértői Műhely közösen dolgozza ki.

Kvalitatív célcsoportos vizsgálatok

A kvalitatív és kvantitatív társadalomkutatási módszerek egymásra épülnek, hatékonyan kiegészítik egymást. A kvalitatív kutatási módszerek (fókuszcsoport vizsgálat, mélyinterjúk) a kommunikációs stratégia keretében mindenképp a következő feladatokra használhatóak.

- Az EU-val és a magyar csatlakozással kapcsolatos attitűdök fogalomkészletének, diskurzusának vizsgálatára. A fókuszcsoport vizsgálatok, mélyinterjúk hatékonyan derítik fel a fogalomkészlet összetevőinek, egyes fogalmi és érzelmi elemeinek a kapcsolatát, a szimbolikus jelentéseket, az értelmezési keretek és asszociációk szerkezetét, valamint ezeknek az életvilággal, a válaszoló személyes világával való kapcsolatát.

- A fentiek miatt a kvantitatív módszerek jól használhatóak a stratégia egyes célcsoportoknak szóló üzeneteinek tesztelésére, várható fogadtatásuk felmérésére.

- A kvalitatív módszerek használatát a stratégia vagy egyes projektek logójának, szlogenjeinek tesztelésére, illetve kommunikációs termékek (például televízió-sorozat, tematikus szórólap, honlap, hírlevél, kiadvány stb.) kidolgozásának támogatására is javasoljuk.

Egy-egy kiemelt fontosságú, széles közvéleményt vagy nagy lakossági célcsoportot célzó projekt (pl. országos televíziós csatornán főműsoridőben sugárzott mini sorozat) esetében indokolt lehet a koncepció előtesztelése, a projekttel, a kommunikációs eszközzel kapcsolatos elvárások vizsgálata a kidolgozási fázis kezdetén, majd a véglegesítés előtt az elkészült termék várható fogadtatásának előrevetítése. A kvalitatív vizsgálatok tehát nagymértékben segítik az üzenetek finomhangolását, a megfelelő hangnem és stílus beazonosítását, csökkentik a szándékolttal ellentétes hatások, reakciók kiváltásának esélyét. E vizsgálatok jelentősége nő a népszavazást megelőző fázisban, a reklámeszközök fokozott mértékű használatának időszakában.

2.3.2. Kutatások másodelemzése, adatbank felállítása

Tekintettel az adatgyűjtés időigényére és arra, hogy a kutatások jelentős részénél az adatgyűjtés költsége magasabb az elemzési költségeknél, mindenképpen indokolt a létező kutatások eredményeinek másodelemzése. Ez egyrészt más szervezetek megrendelésére végzett kutatások eredményeinek másodelemzését jelenti, amelyek eredményei publikusak, vagy a megrendelő azt a Közalapítvány rendelkezésére bocsátja (pl. Eurobarometer kutatások). Másrészt a Miniszterelnöki Hivatal és a szaktárcák megrendelésére a korábbiakban készült rendszeres kutatások értékes információs háttérrel jelenthetnek a kommunikációs stratégia számára. A nyers kutatási adatok alapján a kutatási jelentés elkészülését követő időszakban is elemezhetőek újonnan felmerülő kérdések, vizsgálható egyes nagyobb társadalmi csoportok viszonyulása, vagy a korábban nem vizsgált összefüggések bizonyos kérdések között.

Bizonyos speciális területek esetében (pl. médiahasználati szokások) a kutatócégek nagy adatbázissal rendelkeznek, amelyek alapján az elsődleges adatfelvételi költségeknél jóval alacsonyabb áron vállalnak adatfeldolgozást, konzultációt. E meglévő és hozzáférhető adatok esetében felesleges a külön adatfelvétel megvásárlása.

2.4. Média és sajtó tartalom- és diskurzuselemzés

2.4.1. Kvantitatív tartalomelemzés

A kvantitatív tartalomelemzés az elektronikus média és a nyomtatott sajtó fő témáinak gyakoriságát, arányát és azok változását követi. A tematikai egységek módszeres azonosítása és csoportosítása a tartalomelemzést alkalmassá teszi az újságírók mint kitüntetett közvetítő célcsoport, s a média mint kitüntetett kommunikációs intézményrendszer figyelmének elemzésére.

Bár a média hatásának konkrét mérését e kutatási technika önmagában nem teszi lehetővé, a tartalomelemzés fontos adatokat nyújt

- a közvéleményt nagyban befolyásoló média tény- és véleményközléseiről,
- az EU-ról és a magyar csatlakozásról szóló közbeszéd irányairól,
- a nyilvánosság tematizálásáról,
- a közéleti (politikai, gazdasági, társadalmi, kulturális) napirend alakulásáról.

A tartalomelemzés fontos visszajelzést ad a proaktív kommunikációhoz, a kormányzati kommunikáció tematikájának és hangsúlyainak változtatásához, a kommunikációs stratégia finomhangolásához. A tartalomelemzési eredmények közvetlenül is felhasználhatóak például pályázatok (például médiatámogatási, tudományos pályázatok) kiírásához és elbírálásához.

Fontos kiemelni, hogy Magyarországon csak 2000-ben készült egy EU-témákkal foglalkozó sajtótartalomelemzés. Ez két országos napilappal, két hetilappal, és hat megyei napilappal foglalkozott. Egyáltalán nem készült még EU-val foglalkozó televízió- és rádióműsorok tartalomelemzése. A csatlakozás végső szakaszában a hangsúlyt a rendszeres tartalomelemzésre kell helyezni.

Meg kell kezdeni

- az elektronikus média (elsősorban a hírműsorok),
- a főbb szakmacsoportokat célzó szakmai sajtó,
- a kiemelt lakossági célcsoportok (a fiatalok, a mezőgazdaságból élők, a kis- és középvállalkozók, a nők és a nyugdíjasok) által tipikusan fogyasztott főbb nem-fikciós médiatartalmak elemzését.

A tartalomelemzésekben a következő kérdésekre kell különös figyelmet fordítani:

- Hogyan alakul az Európai Unióra és Magyarország csatlakozására irányított médiafigyelem aránya?
- Mi az Európai Unióval kapcsolatos tartalmak vizuális és szöveggörnyezete médiában?
- A tények avagy a vélemények dominálnak a sajtó és a média-tárlásban?
- Mi az EU-tematika szerkezete, a média-témák megoszlása? Ezen belül
- Hogyan változik az Európai Uniót magyar vonatkozások nélkül érintő médiatartalom tematikája, különös tekintettel többek között a következő témákra:

= az Európai Unió története,

- = az Európai Unió általános elvei, célkitűzései, értékei,
- = az Európai Unió belső világa,
- = az Európai Unió országainak és intézményeinek egymás közötti kapcsolatai,
- = a bővítési folyamat,
- = az Európai Unió intézményi-szervezeti reformja,
- = az Európai Unió önálló biztonságpolitikai kezdeményezése,
- = az Európai Unió külső kapcsolatai,
- = az EU-tagállamok állampolgárainak mindennapjai.
- Hogyan változik az Európai Uniót magyar vonatkozásokkal érintő médiatartalom tematikája, különös tekintettel többek között a következő témákra:
 - = összevetések az uniós és a magyar viszonyok között,
 - = az Európai Unió és Magyarország közeledésének eddigi eredményei,
 - = Magyarország külpolitikai-diplomáciai kapcsolatai az Európai Unió tagországaival és intézményeivel,
 - = az uniós csatlakozás jelentősége Magyarország számára és várható hatásai,
 - = a magyar csatlakozási stratégia és az ország uniós felkészültsége,
 - = az egyes szakmai és társadalmi csoportok felkészültsége,
 - = a csatlakozási folyamat üteme és a kapcsolódó viták,
 - = a magyar csatlakozási tárgyalások,
 - = EU-támogatások Magyarországnak a csatlakozás elősegítése érdekében,
 - = helyi magyar kezdeményezések az Európai Unióhoz való közeledésben.
- Kik a hírcsináló források? Kik (milyen országbeliek, milyen demográfiai változókkal jellemezhetők s milyen pozíciót töltenek be) a médiában EU-ügyben megszólaltatott személyek?
- Hogyan oszlanak meg az Európai Unióval kapcsolatos tematikák az országos, a regionális (pl. megyei) és a helyi média és sajtó között?
- Kik a nagy hatású, termékeny újságírók az Európai Unióval foglalkozó műsorok, írások és mellékletek szerzői, szerkesztői?

2.4.2. Kvalitatív diskurzus-elemzés

A kvalitatív diskurzus-elemzés a média által használt és közvetített értelmezési keretekről, a hírek, értelmezések, szimbólumok jelentéséről, a diskurzust alkotó érvek, érzelmi motívumok szerkezetéről, a retorikai és dramaturgiai eszközökről, képzettársításokról ad fontos visszajelzést. Míg a tartalomelemzés kemény adatokkal szolgál, a kvalitatív elemzés érzékenyebb, és tekintetbe veszi a kulturális jelentések gazdag tárházát is. A kétféle elemzés egymásra épül, egyaránt jól használható. Sajnos Magyarországon még egyáltalán nem készült kvalitatív elemzés a média EU-képéről. A KS időszakában ezért rendszeresen el kell végezni néhány minőségi napilap és főbb tömegművelés kvalitatív elemzését.

Az elemzésben különös figyelmet kell fordítani az EU és a magyar csatlakozás média-interpretációját meghatározó következő értelmezési keretek jelenlétére és szerkezetük vizsgálatára:

- Pragmatikus gazdasági közelítés.
- Az EU értékeit, elveit hangsúlyozó közelítés.
- A hazai szakmai felkészülést hangsúlyozó közelítés.
- Az euroszkeptizmus változatai.
- Nacionalista diskurzusok.
- Retorikus (odamondogató) EU-ellenesség.
- Az EU-csatlakozás az egyén vs. a társadalom számára.

A fenti két lista a kvalitatív és a kvantitatív médiakutatás javasolt kutatási témáiról az egyes kutatásokban természetesen rugalmasan változhat, és a kommunikációs stratégia végrehajtása során az új körülmények figyelembevételével kiegészítendő.

A kvantitatív tartalomelemzés és a kvalitatív diskurzuselemzés alapján évente elemző tanulmány készül. A trendek követése érdekében az elemzések elkészítésében azonos módszertan felhasználásával, azonos kérdésköröket vizsgálunk. (Bár az összehasonlíthatóság szükségessé teszi az azonos témakörök vizsgálatát, ez nem jelenti azt, hogy a vizsgált kérdések nem bővíthetők.)

2.5. Az Európai Bizottság auditációja

A visszacsatolásra végül nemzetközi szinten is lehetőség nyílik. A kommunikációs stratégia végrehajtásának nagy támogatást adhat, ha az Európai Bizottság kommunikációjáért felelős főigazgatósága auditálja (vagy auditáltatja) a magyar kormányzat kommunikációs tevékenységét. Az auditot a Főigazgatóság felkérésére egy szakértő cég végzi el, amely közvetlenül a Bizottságnak jelent.

A magyar kommunikációs stratégiáról az Európai Bizottság auditálásának formájában érkező visszajelzés szakmai és politikai hozadékot is jelenthet Magyarország számára. Jelentős szakmai visszacsatolás lehetőségét teremti meg, ha a Bizottság átfogó képet alkot az EU-csatlakozásra való felkészülés aktív kommunikációs tevékenységéről.

Az auditáció ugyanakkor pozitívan hozzájárulhat a Magyarországról kialakított országképhez - hiszen a kommunikáció jól kommunikálható -, sőt politikai értelemben magának a csatlakozási folyamatnak a sikeréhez is. A KS keretében a magyar kormány javasolja, hogy a Bizottság auditálja a felkészülési kommunikációs tevékenységet.