

## NEGYEDIK RÉSZ

### A KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIA NÉGYES DECENTRALIZÁCIÓJA

#### VII. A KORMÁNYZATI EU-KOMMUNIKÁCIÓ DECENTRALIZÁCIÓJA

##### **1. Cél: az EU-kommunikáció kormányzati munkamegosztása a tárcák között**

A KS céljaival és üzeneteivel összhangban, a kommunikáció középpontjában az EU-csatlakozásra való belső társadalmi felkészülés segítése áll. Ahhoz, hogy a magyar társadalom sikeres választ tudjon adni a csatlakozás kihívásaira, és élni tudjon a csatlakozással megnyíló lehetőségekkel, az egész társadalom aktív felkészülésére van szükség. Ezt a feladatot a magyar társadalom csoportjainak kell elvégezni. A kormányzat feladata a kommunikációban az, hogy a lehető legtöbb segítséget, támogatást és releváns információt adjon a társadalomnak a felkészüléshez - felhasználóbarát, interaktív, az elmélyülést lehetővé tévő formában.

Magyarország csatlakozásának közeledtével az EU-kommunikáció hangsúlya a csatlakozási folyamat külügyi, diplomáciai vonatkozásairól a tagságra való belső felkészülés kérdéseire helyeződött át. Az EU-integráció kommunikációs folyamatában a kormányzat erőfeszítései ezért nem korlátozódhatnak az EU Közalapítvány, a MeH és a Külügyminisztérium munkájára. Ez egyfelől aránytalanul nagy feladatot róna e szervezetek apparátusára, másfelől azt jelentené, hogy nem használják ki a többi tárcánál felhalmozódott szaktudást.

Az EU-tagságra való felkészülés kommunikációjába be kell vonni a kormányzat egészét, minden szaktárcát. A kormányzati EU-kommunikációt decentralizálni kell, legyezőszerűen nyitni kell a gazdag szakmai ismeretekkel rendelkező szaktárcák, és segítségükkel a társadalom csoportjai felé.

- A szaktárcák rendelkeznek a jogharmonizáció szakterületükre eső részleteivel kapcsolatos legmélyebb, legrészletesebb szaktudással. Szakterületeiken ők felelnek a jogharmonizáció részletes tartalmáért, menetrendjéért és végrehajtásáért.

- Az EU-csatlakozási tárgyalások előkészítésekor, a magyar pozíciós papírok kialakításához a szaktárcák javaslatai szolgáltak alapul, s a szaktárcák képviselői részt vettek a tárgyalásokon is.

Mindezek alapján szükséges a szaktárcák erőteljes bevonása a kommunikációs tevékenységbe. A magyar társadalom sikeres felkészülésének érdekében az EU-kommunikáció decentralizációjára és a tárcák közötti munkamegosztásra van szükség, mert ez biztosíthatja a hatékony felkészülést.

Az EU-tagságra való felkészülést szolgáló kormányzati kommunikáció hatékonysága érdekében

- a kommunikáció középpontjába az egyes szakmai-érdek-képviselési és társadalmi csoportok számára legfontosabb, releváns, őket érintő változásokat kell helyezni,

- meg kell mutatni a csoportok számára a tagságból következő új esélyeket, lehetőségeket, veszélyeket, részletes szabályokat és eljárásokat,

- az egyirányú kommunikációt többirányúvá és interaktívá kell alakítani,

- a kommunikációs folyamatot sokszereplőssé kell tenni.

##### **2. Kommunikációs kihívások**

Az országnak két szinten kell felkészülnie a csatlakozásra:

- egyrészt a jogharmonizációra különböző kormányzati és intézményi szinteken,

- másrészt a szakmai-érdek-képviselési és civil szervezeteket, illetve a társadalmi csoportokat kell felkészíteni arra, mit kell tenniük a tagságból eredő esélyek kihasználása és a hatékony érdekérvényesítés érdekében.

A KS alapvetően nem a csatlakozás támogatásának növelését tűzi célul, hanem azt, hogy segítse a magyar társadalom aktív felkészülését a majdani uniós életre. A kormányzati tevékenységnek, a tárcánál folyó kommunikációs munkának ezért az egyes szakmai és társadalmi csoportokat kell segítenie, illetve el kell látnia a lakosságot a területéhez tartozó információkkal a csatlakozásról.

A szaktárcáknak aktív szerepet kell vállalniuk az EU-tagságra felkészítő kommunikációban:

- kidolgozzák és biztosítják a lakosság érdeklődésére számot tartó szakirányú információkat,

- szorosan együttműködnek, partnerkapcsolatot építenek a szakmai-érdek-képviselési és civil szervezetekkel a szaktárcához tartozó ágazatok felkészülése érdekében,

- közvetlenül részt vesznek a média és a társadalom tájékoztatásában,

- részt vesznek az EU Kommunikációs Tárcaközi Bizottság munkájában.

A kommunikáció kormányzati decentralizációjával és a szaktárcák fokozottabb részvételével kapcsolatban többek között a következő kihívások a jelentősek:

- *Hatékony szervezeti keret szükséges a kormányzati munkamegosztáshoz*

A KS előtti helyzetben nem álltak rendelkezésre megfelelő szervezeti keretek a tárcaközi egyeztetésre. Ahhoz, hogy a kormányzati EU-kommunikáció decentralizációja hatékony lehessen, a tárcák közti rendszeres információcseréhez, az üzenetek harmóniájának kialakításához és a közös kommunikációs projektek menedzseléséhez új szervezeti keretekre, koordinációra van szükség.

*- A tárcaszintű EU-kommunikációs stratégiák szükségessége*

Az elmúlt időszakban már minden minisztérium folytatott EU-csatlakozással kapcsolatos kommunikációs tevékenységet. (A tárcák többek között médiakommunikációt folytattak, konzultáltak a szakmai-érdek-képviselői szervezetekkel, kiadványokat támogattak.) A csatlakozás közeledtével, majd a tagság elnyerése után azonban egyre több és fontosabb kommunikációs feladat hárul a szaktárcákra. Ezért minden minisztériumban szükség van az EU-kommunikáció teljes körét felölelő, komplex kommunikációs tervezésre. Minden tárcánál meg kell alkotni az EU-csatlakozással kapcsolatos tárcaszintű kommunikációs stratégiát, amely tartalmazza:

- a felkészülést segítő kommunikációs tevékenységek részletes tervét,
- a megfelelő emberi és anyagi erőforrások hozzárendelését, és
- a szervezeti átalakításokat a hatékony belső és külső kommunikáció érdekében.

A tárcaszintű EU-kommunikációs stratégiáknak szervesen illeszkedniük kell a jelen KS-hez.

*- EU-integrációs szervezeti egységek kommunikációs kapacitásának növelése*

A csatlakozási tárgyalásokra való felkészülés jegyében valamennyi minisztérium szervezetében létrejöttek és érdemi munkát végeztek az EU-integrációs szervezeti egységek. Az eddigi tapasztalatok azt mutatják, hogy a szervezeti egységek vezetői és munkatársai elsősorban tárcájuk profiljába eső szakmai munkát végeznek, és emögött háttérbe szorul a kommunikációs tevékenységük. A csatlakozás közeledtével azonban e szervezeti egységeknek fő szerepet kell játszaniuk a felkészülési kommunikációban. Ennek megfelelően a KS keretében szükséges az integrációs szervezeti egységek kommunikációs kapacitásának növelése. Ez egyaránt vonatkozik:

- = a közvetlen média- és lakossági kapcsolatokra,
- = a szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetekkel való kommunikációra,
- = az EU Kommunikációs Tárcaközi Bizottsággal való kapcsolattartásra.

*- Sajtóirodák, szóvivői irodák EU-kommunikációjának bővítése*

A tapasztalatok szerint a minisztériumok sajtóirodáinak kommunikációs tevékenységében kis szerepet játszik az EU-tagságra való felkészülés. A sajtóirodák általában napi aktualitású, nemegyszer politikai ügyekben állnak a frontvonalon, s keveset kommunikálnak hosszabb távú ügyekről, közöttük az EU-felkészülésről. További kihívás, hogy az egyes minisztériumok irodái különbözőek. Találunk köztük hagyományosabb sajtóirodát, önálló szerepet vállaló szóvivői irodát, a miniszter PR-kapcsolatait támogató kommunikációs irodát stb. Az újságírók nemegyszer elmondják, hogy az EU-csatlakozással kapcsolatos kérdéseikre nem, vagy csak többheti várakozás után kapnak választ.

*- Civil vagy társadalmi kapcsolatok részleg bevonása az EU-kommunikációba*

Az EU-kommunikáció társadalmisításának programja szerint a tagságra való felkészülésben nagy szerepet játszanak a civil és szakmai-érdek-képviselői szervezetek. A minisztériumok partnerszerepet kínálnak az ágazatukban tevékenykedő civil és szakmai-érdek-képviselői szervezeteknek. E partnerségnek az EU-kommunikációs tevékenységében is meg kell jelennie. Ezért a minisztériumok civil vagy társadalmi kapcsolatok részlegeit is be kell venni az EU-kommunikációba.

*- A közönségszolgálatok bevonása az EU-kommunikációba*

A tapasztalatok szerint a minisztériumi közönségszolgálatok (közkapcsolatokkal foglalkozó szervezeti egységek) tevékenységében elenyésző szerepet játszik az EU-tagságra való felkészüléssel kapcsolatos kommunikáció. A közönségszolgálatok sokszor panaszirodaként, személyes panaszok felvevőhelyeként működnek. Meg kell vizsgálni, hogy a közönségkapcsolatokat hogyan lehet bevonni az EU-felkészülésről való közvetlen lakossági kommunikációba, s hogyan reagáljanak ezen irodák az EU-tagsággal kapcsolatos megkeresésekre.

*A minisztériumok EU-kommunikációt koordináló szerve*

Hatékony külső kommunikáció elképzelhetetlen hatékony, olajozottan működő belső kommunikáció nélkül. A csatlakozás közeledtével a minisztériumokban - a tárcák szervezeti sajátosságainak megfelelően - a belső szervezeti kommunikáció új formáit kell kialakítani. A belső szervezeti egységek között olyan újfajta együttműködést kell megvalósítani, amelyre támaszkodva az EU-tagságra való felkészülés tematikája egyre fontosabb helyet foglalhat el a tárca külső és belső kommunikációjában. Ezért minden minisztériumon belül új szervet kell létrehozni az EU-kommunikáció koordinálására. Ebben az EU-integrációs szervezeti részleg, a kommunikációs (sajtó, PR, szóvivői) részleg és a civil/társadalmi kapcsolatok részleg vezetői koordinálják az EU-kommunikációval kapcsolatos minisztériumi prioritásokat, munkamegosztást és tapasztalatokat, a minisztériumi EU-kommunikációs stratégia végrehajtását. Minden szaktárca EU-kommunikációs szerve egy tagot delegál az EU Kommunikációs Tárcaközi Bizottság üléseire. (VI. fejezet 2. pont.)

Az új együttműködési modellben:

- Az EU-csatlakozással kapcsolatos, rendkívül nehezen érthető, jogi nyelven írt szakmai dokumentumok a szakmai és a nagyközönség számára érthető módon kerülnek a külső kommunikációba,
- az EU-integrációs szervezeti egységek vezetői és munkatársai érdemi szerepet vállalnak a közvetlen külső kommunikációban, ugyanakkor gyors és releváns szakmai információikkal háttérrel biztosítanak a sajtóirodák, a civil társadalmi kapcsolatok részleg és a közönségszolgálati irodák kommunikációs tevékenységéhez,
- a sajtóirodák kommunikációs tevékenységében jelentősen nő az EU-csatlakozáshoz kötődő tematika,
- a civil/társadalmi kapcsolatok egység bekapcsolódik a civil és szakmai szervezetekkel folytatott EU-kommunikációba,
- a közönségszolgálati egység szerepet vállal a lakosság csatlakozással összefüggő kérdéseinek hatékony megválaszolásában.

*Módszeres kapcsolatépítés, rendszeres kommunikáció a szakmai szervezetekkel, szociális partnerekkel és civil szervezetekkel*

A szaktárcák és az adott területen működő szakmai szervezetek, szociális partnerek és civil szervezetek között sokrétű viszonyrendszer alakult ki. Idetartozik többek között a törvényjavaslatok és egyéb jogszabály-tervezetek szakmai véleményezése, a lobbizás, vagy a csatlakozási pozíciók előkészítését megelőző konzultáció. Ugyanakkor sokszor hiányoznak a rendszeres kapcsolattartás, a módszeres együttműködés fórumai, különösen a kommunikáció területén. (Maguk a tárcák sem tartják megfelelőnek a szakszervezetekkel és az érdekképviselőkkel kialakult, nem rendszeres kapcsolattartást.) A KS időszakában meg kell teremteni a csatlakozással kapcsolatos rendszeres kommunikáció fórumait a szaktárcák és a szakmai, érdek-képviselési és civil szervezetek között.

### **3. Célcsoportok**

A tárcák kommunikációjának célcsoportjai:

- Szakmai, érdek-képviselési és civil szervezetek, szakmai közvélemény.
  - Lakossági csoportok, széles közvélemény.
- Az EU-kommunikációban a szaktárcák következő tisztségviselő csoportjai vállalnak szerepet:
- minisztériumi döntéshozók miniszteri és helyettes-államtitkári szint között,
  - EU-integrációs szervezeti egységek vezetői és munkatársai,
  - Sajtóosztályok (kommunikációs szervezeti egységek) vezetői és munkatársai,
  - Közönségkapcsolatok osztályvezetői és munkatársai.

### **4. Üzenetek**

A KS időszakában a tárcák megélt EU-kommunikációjában az alábbi üzenetek kerülnek a kommunikáció középpontjába.

#### *4.1. A tárcáknak szóló üzenetek*

- Egységes kormányzati kommunikáció

A kormányzat egységes kommunikációs stratégiát követ, s az egyes tárcák kommunikációja ebbe illeszkedik.

- A felkészüléshez szükséges információk középpontba állítása

A szakmai és lakossági csoportok felkészülésének segítéséhez a számukra legfontosabb, releváns információkat kell a tárcaszintű EU-kommunikáció középpontjába állítani.

#### *4.2. A tárcák szakmai és társadalmi csoportokat célzó üzenetei*

- Általános üzenetek

A kommunikációban a stratégia általános üzeneteit kell hangsúlyozni (lásd a IV. fejezetet). Az általános üzenetek keretül szolgálnak a speciális üzenetek, illetve a szakinformációk kommunikációjában is.

- Speciális üzenetek

Az adott terület számára legfontosabb speciális üzeneteket a szaktárca kommunikációs stratégiájában és akcióterveiben kell meghatározni. Ehhez figyelembe kell venni a szakterületen működő szakmai, érdek-képviselési és civil szervezetektől, illetve a lakosságtól érkező igényeket, visszajelzéseket, valamint a visszacsatolás egyéb formáit (lásd a XIV. fejezetet).

#### *4.3. Partnerszerep felajánlása a szakmai-érdek-képviselési és civil szervezeteknek*

A tárcák kínálnak partnerszerepet a szakmai-érdek-képviselési és civil szervezeteknek a csatlakozással kapcsolatos kommunikációban. Hangsúlyozni kell, hogy a sikeres csatlakozás és a hatékony belső felkészülés nemzeti érdek, amelyben minden jelentős szakmai-érdek-képviselési és civil csoportnak szerepet kell játszani. A belső felkészülés ösztársadalmi ügy, minden állampolgárt érintő közügy.

A belső felkészülés segítésében a kormányzat partnerszerepet kínál a legfontosabb szakmai-érdek-képviselési és civil csoportoknak. A felkészülés sikerében kiemelkedő a szakmai-érdek-képviselési és civil társadalom, a kormányzati és a vállalati, illetve lakossági szint közötti középszint felelőssége. A partnerség keretében a

kormányzat rendszeres visszajelzési lehetőséget, véleményt kér a szakmai-érdek-képviselési és civil szervezetektől a kommunikáció fő témáiról, hatékonyságáról, a szakmai-érdek-képviselési és civil szervezetek információigényéről. Ugyanakkor a tárca támogatja a szakmai-érdek-képviselési szervezeteknek és a civil társadalomnak a felkészüléssel kapcsolatos szakmai munkáját.

#### *4.4. Támogatás a szakmai-érdek-képviselési és civil szervezetek számára*

A partnerség keretében a kormányzat segíti a szakmai-érdek-képviselési és civil szervezetek felkészülését az egyes szakterületeken. Segíti és támogatja, hogy

- az egyes szakmai csoportok érdekelttségét és érintettségét érzékeltető összefüggések és információk eljussanak a szakmai-érdek-képviselési és civil szervezetekhez,
- naprakész, releváns információforrások és háttér-információk váljanak hozzáférhetővé a szakmai-érdek-képviselési, civil és társadalmi csoportok számára,
- a szakmai-érdek-képviselési és civil szervezetek segítsék a gazdasági szereplők és a társadalmi csoportok felkészülését a csatlakozással kapcsolatos kihívásokra.

#### *4.5. A jó gazda: Felelősség a felkészülésért a kommunikációban*

Az adott tárcának vezető szerepet kell vállalnia a szakterületéhez tartozó EU-csatlakozási kommunikációban. Ezt a felelősséget a kommunikációban meg kell jeleníteni. Hangsúlyozni kell, hogy a csatlakozás már nem csak külpolitikai szempontból fontos téma, hanem minden szakmát és állampolgárt érintő közügy. Ezen belül meg kell jeleníteni, hogy a kormányzati munkamegosztásban az adott tárca jó gazdaként felelős a területén a tagságra való felkészülésért, ezen belül a kommunikációért.

## **5. A megvalósítás szervezete**

### *5.1. A minisztériumok kommunikációs stratégiái*

Az EU-tagság közeledtével a közigazgatás, a gazdaság, a társadalom és a kultúra minden területén növekszenek az EU-val kapcsolatos kommunikációs igények. Ezek hatékony kielégítése érdekében minden minisztériumnál és jelentős kormányzati intézménynél ki kell dolgozni az EU-kommunikációs stratégiát. A minisztériumi EU-kommunikációs stratégiában az alábbi elemeket kell részletesen kidolgozni:

#### *- Célok*

A minisztériumi EU-kommunikációs stratégia célja, hogy az egyes tárcák területén kommunikációs eszközökkel segítse a szakmai, érdek-képviselési és civil csoportok, vállalkozók, munkavállalók, társadalmi csoportok hatékony felkészülését a csatlakozás utáni helyzetre. Az ismeretek feldolgozásának azt kell szolgálnia, hogy az érintettek élni tudjanak a csatlakozás után megnyíló esélyekkel, lehetőségekkel, és piacképesek, versenyképesek legyenek az EU belső piacán.

A minisztériumi EU-kommunikáció tervezése során a következő kommunikációs területeket kell kidolgozni:

- a médiával és a médián keresztül a szakmai és társadalmi csoportokkal való kommunikáció,
- a szakmai, érdek-képviselési, civil szervezetekkel való kommunikáció,
- közvetlenül a társadalmi csoportokkal való kommunikáció,
- az EU Kommunikációs Tárcaközi Bizottsággal való kommunikáció,
- minisztériumi belső egységek kommunikációja.

#### *- Kihívások*

Szakértők bevonásával fel kell mérni a szakterületeken jelentkező kommunikációs és szakmai problémákat, nehézségeket és megnyíló lehetőségeket. Azonosítani kell a csatlakozásból következő legfontosabb kihívásokat, veszélyeket és az ezekre válaszoló kommunikációs stratégiát.

#### *- Üzenetek*

##### *Általános üzenetek*

Az általános üzenetek fő funkciója egyrészt az, hogy értelmezési keretet adjanak az egyes célcsoportok számára megfogalmazott specifikus üzeneteknek. Másrészt az, hogy az érintettség hangsúlyozásával felkeltsék az egyes csoportok, egyének érdeklődését a rájuk vonatkozó specifikus üzenetek iránt. Általános üzenetekre azért van szükség, hogy kontextusba helyezték a célcsoport-specifikus üzeneteket, információkat. (Az általános üzenetekről lásd a IV. fejezetet.)

##### *Specifikus üzenetek*

A specifikus üzenetek - amelyek általában konkrét szakmai információkat jelentenek - alkotják a tárcaszintű kommunikációs stratégia magját, hangsúlyos tevékenységi területét. E speciális üzenetek az adott szakterület EU-csatlakozásból következő kihívásaira adnak releváns válaszokat. A tárcaszintű kommunikációs stratégia keretében a kihívásokra válaszalternatívákat kell kidolgozni az adott társadalmi részterületek és ágazatok szereplői számára. A kommunikáció középpontjába az egyes szakmai és társadalmi csoportok számára legfontosabb, releváns, őket érintő változásokat kell helyezni. Meg kell mutatni a csoportok számára a tagságból következő új esélyeket, lehetőségeket, veszélyeket, részletes szabályokat és eljárásokat.

Az ismeretek feldolgozása azt a célt szolgálja, hogy az érintett szereplők

- ki tudják használni a csatlakozás adta esélyeket, lehetőségeket, megnyíló forrásokat és kapcsolatokat (pl. a diákok az oktatás területén, vagy önkormányzatok és környezetvédő civil szervezetek a környezetvédelem területén),

- piacképesek, versenyképesek legyenek a belső piacon.

A specifikus üzenetek kijelölését és feldolgozását együtt végzik el

- a szaktárca vagy intézmény,

- a speciális célcsoportok és szakmai, érdek-képviselői, civil szervezetek szakemberei, valamint

- független szakértők.

- *Visszacsatolás*

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 visszajelzés módszereiről részletesen lásd a XIV. függelék.)

- *Éves akciótervek*

A tárcaszintű kommunikációs stratégia megvalósítását éves akciótervek szerint kell végrehajtani. Az akcióterveknek alkalmazkodniuk kell a KS szakaszaihoz (lásd az V. fejezetet). Az akciótervekben a visszajelzések alapján válaszolni kell az új kommunikációs és szakmai kihívásokra. Az akciótervek segítik:

- az egyes ágazatokat és társadalmi csoportokat érő várható hatások feldolgozását és a válaszképesség kialakítását,

- a szakmai információk és képességek megszerzését és kreatív alkalmazását,

- technikai, technológiai tudás megszerzését és karbantartását,

- a kommunikáció költségeinek tervezését.

- *Finanszírozás*

A tárcaszintű kommunikációs stratégia megvalósítását össze kell hangolni a jelen KS struktúrájával és céljaival, valamint a csatlakozásból következő jogharmonizációs és intézményfejlesztési feladatok végrehajtásával. A tárcákhoz rendelt költségvetési összegekből forrásokat kell biztosítani az adott terület tárcaszintű, illetve szervezeti EU-csatlakozási kommunikációjára.

- *Speciális célcsoportok, partnerszervezetek*

Ki kell jelölni az adott területen működő legfontosabb kommunikációs és szakmai célcsoportokat és partnerszervezeteket, amelyek aktívan közreműködnek az adott területet érő, várható hatások feldolgozásában. A kommunikációs folyamatot sokszereplőssé és nyitottá kell tenni. A tárcáknak partnerként be kell vonniuk területük szakmai, érdek-képviselői és civil szervezeteit az EU-kommunikációba. Az egyirányú kommunikációt többirányúvá és interaktívá kell alakítani, ki kell szolgálni a csoportok kommunikációs igényeit.

### *5.2. Külső szerződő partnerek alkalmazása*

A tárcaszintű kommunikációs stratégia és akciótervek elkészítésébe be kell vonni

- szakértőket, akik azonosítani tudják és a legjobban ismerik az adott tárca területén a felkészülés legfontosabb szakmai kérdéseit;

- kommunikációs szakértőket, akik a KS minden elemét ismerik, azzal azonosulni tudnak, és hatékonyan alkalmazni tudják;

- kommunikációs szakembereket, akik tapasztalatokkal rendelkeznek tárcaszintű - minisztériumi - közkommunikációs stratégiák készítésében, ismerik a törvényalkotás és -alkalmazás területén felmerülő speciális belső és külső kommunikációs feladatokat.

A tárcaszintű kommunikációs stratégia elkészítésekor a külső szerződő partnerek alkalmazásakor figyelembe kell venni a KS központi koordinációját végző intézmények számára megfogalmazott ajánlásokat (részletesen lásd a VI. fejezetet).

A külső kommunikációs támogatás értékét az adja, hogy

- az országos és helyi kommunikációs környezetet jól ismerő, a speciális feladatokra képzett kommunikációs szakértők révén szakismereteket biztosít;

- a médiumokkal és tárcaszintű kommunikáció szempontjából fontos közönségcsoportokkal új kapcsolatokat létesít;

- a kormányzaton kívül dolgozók hozzáállását és külső szempontjait hozza magával;

- az emberi erőforrásokkal való rugalmas gazdálkodást biztosít a kommunikációs projektek számára, ami a csatlakozás közeledtével, egyre fontosabbá válik.

### *5.3. Szakkonferenciák, szemináriumok, műhelymunka*

A minisztériumok EU-kommunikációs munkájában kulcskérdés a kapcsolattartás az egyes tárcákhoz kapcsolódó szakmai-érdek-képviselői szervezetekkel, szakértőkkel és a csatlakozás által érintett csoportokkal.

Az EU-felkészülés egyik hatékony módja a szakkonferenciák, szemináriumok, műhelymunka (röviden: szakkonferenciák) szervezése. A szakkonferenciákon a szaktárcák és a szakmai-érdek-képviselői szervezetek szakértői, kutatók és az érintettek együtt elemzik az EU-szabályozás honosításának várható és aktuális hatásait. E rendezvényeken az adott szakterületet leginkább érintő, kritikus kérdéseket, kihívásokat kell elemezni. A szakkonferenciák fő szempontja az legyen, milyen hatások érik a magyar társadalmat, szakmai-érdek-képviselői csoportokat az adott területen. A rendezvényeken érdemes független hazai és külföldi szakértőket, kutatókat is felkérni előadónak a minisztériumi és intézményi szakértők, valamint a speciális célcsoportok és szervezetek szakemberei mellett.

#### *5.4. Kiadványok*

Az adott terület érintett csoportjainak, szervezeteinek felkészülését jól segíthetik az egyes ágazatok speciális EU-szabályozásával és piaci helyzetével foglalkozó szakkiadványok: tanulmánykötetek, könyvsorozatok, szakfolyóiratok tematikus számai, illetve brosúrasorozatok. Ezek tartalma adott esetben a szakkonferenciák anyagára támaszkodhat.

#### *5.5. A minisztériumi, intézményi honlap EU-tartalma*

Az egyes tárcák, intézmények honlapjain tartalmas szakmai információkat kell elhelyezni, amelyek illeszkednek az EU-kommunikációs stratégiába. A honlapon is elérhetővé kell tenni a felkészülést segítő releváns ismereteket. Az egyes szakmai és társadalmi csoportok számára meg kell jeleníteni a tagságból következő új esélyeket, lehetőségeket, veszélyeket, részletes szabályokat, eljárásokat és az őket érintő változásokat is. A honlap EU-információs lapjait közvetlen kapcsolódással be kell illeszteni az EU-csatlakozással foglalkozó kormányzati és szakmai honlapok, oldalak hálózatába.

#### *5.6. A minisztériumon belüli EU-kommunikáció koordináló szerve*

A hatékony belső kommunikáció alapja a hatékony és releváns belső kommunikáció. A KS keretében minden minisztériumban - lehetőleg külső szakértők bevonásával - át kell tekinteni az EU-kommunikáció szervezetét, és ki kell alakítani a kommunikáció leghatékonyabb szervezeti modelljét. Ez szervezeti reformmal jár, amely elsősorban a kommunikációs-szövívői, az EU-integrációs szervezeti egységet, valamint a civil/társadalmi és közönségkapcsolatokat érinti.

Minden szaktárcának létre kell hoznia az EU-kommunikáció koordinálásának új szervét. Ebben az EU-integrációs szervezeti részleg, a kommunikációs (sajtó, PR, szövívői) részleg és a civil/társadalmi kapcsolatok részlegvezetői koordinálják a minisztériumi EU-kommunikációs stratégia végrehajtását, az EU-kommunikációval kapcsolatos munkamegosztást. A minisztérium EU-kommunikációs szervének képviselőjében egy tag vesz részt az EU Kommunikációs Tárcaközi Bizottság munkájában. (VI. fejezet 2. pont.)

#### *5.7. Kommunikációs és EU-képzés kormányzati tisztviselők számára*

A KS nem vállalhatja a magyar köztisztviselői kar EU-csatlakozáshoz kötődő szakmai, nyelvi stb. képzésének teljes feladatát. A KS keretében kell ellátni azonban a hatékony tárcaszintű EU-kommunikációhoz szükséges, behatárolt képzési feladatokat. Ez

- egyfelől kommunikációs készségek és ismeretek,
- másfelől az EU-val és a csatlakozással kapcsolatos szakmai tudás és ismeretek gazdagítását jelenti.

##### *5.7.1. Kommunikációs képzés EU-integrációs szakemberek részére*

A minisztériumok, intézmények EU-integrációs szakemberei eddig elsősorban szakmai munkát végeztek (pl. a terület pozíciós papírjának kialakításánál, a jogharmonizáció területén). A KS időszakában emellett fokozottabb mértékben kell ellátniuk külső kommunikációs feladatokat. Ennek hatékony betöltéséhez kommunikációs készségeket és a KS-ről szóló ismereteket nyújtó kommunikációs képzést kell szervezni.

##### *5.7.2. EU-képzés kommunikációs szakemberek részére*

A minisztériumi, intézményi kommunikációs szakemberek - szövívők, PR-osok, sajtóosztályi szakemberek - feladataiban nagyobb hangsúlyt kell kapjanak az EU-csatlakozáshoz kapcsolódó kommunikációs feladatok. Meg kell erősíteni a számukra folyó EU-képzési programokat, ki kell szélesíteni a résztvevők körét. E képzés a hosszabb távra szóló és szakmai információkat is felhasználó EU-kommunikációhoz szükséges ismereteket, valamint a KS ismeretét nyújtja.

##### *5.7.3. Kommunikációs és EU-képzés civil/társadalmi és közönségkapcsolatokkal foglalkozó szakemberek részére*

A civil/társadalmi és közönségkapcsolatokkal foglalkozó minisztériumi, intézményi szakemberek feladataiban egyre inkább teret kapnak az EU-csatlakozással kapcsolatos kérdések. A hosszabb távra szóló és szakmai információkat is érintő EU-kommunikációhoz szükséges ismereteket (valamint a KS ismeretét) adja a civil/társadalmi és közönségkapcsolati egységek vezetői és munkatársai számára kínált EU-képzés. Meg kell erősíteni a számukra folyó EU-képzési programokat, ki kell szélesíteni a résztvevők körét.

## VIII. TERÜLETI DECENTRALIZÁCIÓ

### 1. A területi decentralizáció szerepe az EU-kommunikációban

A kommunikációs stratégia társadalmisításában és decentralizációjában alapvető szerepet játszanak a regionális, megyei és helyi intézmények, szervezetek. E körbe tartoznak a megyei közgyűlések, a települési önkormányzatok, a helyi oktatási és közművelődési intézmények és a regionális, megyei és helyi szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetek. E szervezetek vannak a legjobb helyzetben arra, hogy bevonják a helyi közösségeket a csatlakozási felkészülésbe.

A cél az, hogy minden magyarországi település - község, város, budapesti kerület - lakossági csoportjai lehetőséget kapjanak az EU-kommunikációba való bekapcsolódásra. A lokális szinten az önkormányzatok mellett az iskolák, művelődési házak, könyvtárak, civil és szakmai-érdek-képviselői szervezetek szolgálják hatékonyan a kommunikációt. A helyi szinten ezek a szervezetek a kommunikáció közvetítő egységei, amelyek bevonják a helyi közösségeket és társadalmi csoportokat.

Különösen fontos a kisvárosok, falvak lakosságának, illetve azoknak a társadalmi csoportoknak a bevonása, amelyek elsősorban a lakóhelyükön és helyi intézmények segítségével érhetők el. Idetartoznak a háztartásbeliek, a nők egy része, a nyugdíjasok és inaktívak. A tanulók és a fiatalok EU-kommunikációját az iskolák és helyi közművelődési intézmények szervezik leghatékonyabban. A regionális és megyei szakmai szervezetek az egyes szakmacsoportok informálódását segítik. Végül a helyi civil szervezetek hitelesen képviselik a helyi közéletben és társadalmi önszerveződésben részt vevő aktív réteget, akiknek szerepe megsokszorozza a decentralizált EU-kommunikáció hatékonyságát.

Az EU-kommunikáció területi decentralizációjának végrehajtásához speciális információk és kommunikációs készségek szükségesek. A helyi EU-kommunikáció szakmai tanácsadását az Európai Információs Pontok (EIP) végzik. Ezek a szervezetek a széles társadalmi rétegek tájékoztatását célul kitűző információs irodák. Jelenleg minden megyében működik Európai Információs Pont (EIP) Magyarországon. Közülük jó néhány már több éve létrejött (a legfiatalabbak 2000-ben). Az EIP-k többéves tevékenységük során gazdag információs háttérbizist állítottak össze, értékes kommunikációs és szakmai tapasztalatot halmoztak fel. Ezt a tapasztalatot a további EU-kommunikációs tevékenységben (helyi rendezvények, publikációk, információs szolgáltatások lehetőségei stb.) feltétlenül hasznosítani kell.

Az EU-kommunikáció területi decentralizációja megyei és helyi szervezetekre épül:

- megyei közgyűlésekre,
- a főváros, a fővárosi kerületek, a megyei jogú városok önkormányzataira,
- városok és községek önkormányzataira,
- helyi oktatási és közművelődési intézményekre (iskolák, könyvtár, művelődési ház),
- civil és szakmai-érdek-képviselői szervezetekre,
- a megyei Európai Információs Pontokra.

### 2. Kommunikációs kihívások

Az EU-kommunikáció területi decentralizációjában a következő kihívásokkal - veszélyekkel és lehetőségekkel - kell szembenézni.

#### *Veszélyek*

- *A csatlakozás távol van:* A helyi lakosság egy része számára az EU-csatlakozás távoli, elvont történésorként jelenhet meg, amely a nagypolitika, a diplomácia szférájában zajlik, s aminek kevés köze van a helyi társadalomhoz.

- *Közömbösség és lehetőségek elmulasztása:* A közömbösség következtében egyes csoportok nem ismerik fel érdekeiket és elmulasztanak a csatlakozással megnyíló lehetőségeket. Így a területi egyenlőtlenségek nem csökkenhetnek a kívánatos mértékben.

- *Viszonylagos érdektelenség a népszavazás iránt:* Egyes társadalmi csoportok érdektelensége ahhoz vezethet, hogy alacsony arányban vesznek részt a csatlakozásról szóló népszavazáson.

#### *Lehetőségek*

- *Helyi érintettség felismerése, azonosulás lehetősége:* Kihívást jelent annak tudatosítása, hogy a közvetlen lakóhely, a helyi közösség és a tágabb térség is érintett a csatlakozás folyamatában. Segíteni kell a speciális helyi érintettség és érdekek felismerését. Lehetőséget kell adni az érzelmi azonosulás kialakulására.

- *Figyelemfelhívás a lehetőségekre és az információk elérhetőségére:* Fel kell hívni a figyelmet az információk elérhetőségére a csatlakozással megnyíló lehetőségekről. A specifikus szakmai (pl. mezőgazdaságból élő) és életkori csoportok (diákok, fiatalok) számára be kell mutatni a specifikus, őket szolgáló információs szolgáltatásokat, adatbázisokat.

- *Szervezeti kihívások és finanszírozás:* A kormánzatnak új szervezeti kereteket kell létrehoznia, emberi és anyagi forrásokat kell biztosítani a területi decentralizációhoz, a hatékony helyi EU-kommunikációhoz.

### 3. Célok

Az EU-kommunikáció társadalmasításának és decentralizációjának programja alapján végre kell hajtani az EU-kommunikáció területi decentralizációját. A helyi EU-kommunikációt a kommunikációs stratégia lényegi elemévé kell tenni.

A helyi EU-kommunikáció céljai:

- az EU-csatlakozás kérdéskörének közelebb hozása (fizikai értelemben és jelképesen), kézzelfoghatóvá tétele a helyi közösségek számára, az értékek bemutatása,
- az érintettség érzésének felkeltése, az érdekek és érvek felismerésének segítése,
- az érzelmi azonosulás lehetőségének megteremtése,
- adott térségek számára is megnyíló lehetőségek és a kihívások bemutatása (a felkészülés és erős pályázatok készítésének szükségessége),
- a speciális információs szolgáltatásokra való figyelemfelhívás,
- a népszavazási részvétel érdekében a mozgósítás támogatása.

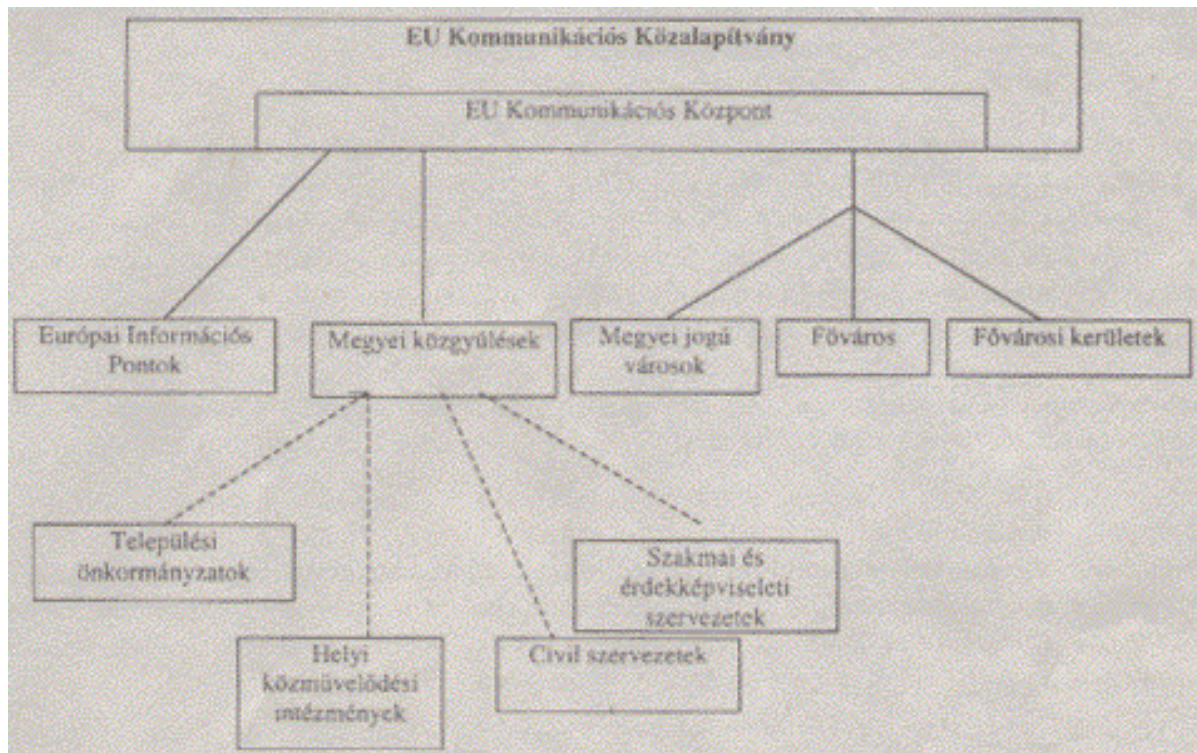
### 4. Üzenetek

A helyi települési önkormányzatok és intézmények bevonása lehetővé teszi az EU-csatlakozás kérdéskörének fizikai és jelképes közelebb hozását személyes életünk színtereire. A helyi rendezvényekkel és más EU-kommunikációs tevékenységekkel a csatlakozás és a tagság kérdésköre kézzelfoghatóvá tehető a falvak, kis- és nagyvárosok, illetve Budapest és a fővárosi kerületek helyi közösségei számára. E helyi tevékenységek felkelthetik az érintettség érzését, segítik a csatlakozással kapcsolatos érdekek és érvek felismerését, és lehetőséget teremtenek az érzelmi azonosulásra.

A régiók, helyi önkormányzatok kiemelkedő szerepet játszanak az EU-támogatások hasznosításában. Ennek tudatosítása a feljünk irányuló kommunikáció - a tagság sikere szempontjából - kiemelkedő specifikus üzenete. E téren azt kell tudatosítani, hogy a források rendelkezésre állnak, de csak annak, aki színvonalas pályázatot készít, erős projektekkel, és tudja biztosítani a szükséges társfinanszírozást is. Erre már ma is szükséges - és meg is éri - felkészülni, mivel már ma is vannak előcsatlakozási alapok. A tagság után azonban a támogatási források volumene folyamatosan és erőteljesen növekedni fog.

### 5. A megvalósítás szervezete

Az EU-kommunikáció területi decentralizációja a következő szervezeti rendszerben zajlik:



--- Feladatátvállalási megállapodás

---- Pályázatok

### *5.1. Területi önkormányzatok, helyi intézmények, civil és szakmai-érdek-képviselői szervezetek*

Az EU Kommunikációs Közalapítvány a KS társadalmasítása és decentralizációja jegyében a helyi EU-kommunikációs tevékenységek számára decentralizált támogatási rendszert hoz létre. A területi decentralizáció pályázati rendszerben valósul meg. A pályázatok elbírálásának szempontjait minden szinten a KS céljai, üzenetei, elvei és eszköztára határozza meg. Az elbírálásban jelentős szerepet kell adni a független kommunikációs és EU-szakértőknek. A projektek végrehajtását és a felhasználását monitorozni kell.

Az EU-kommunikáció decentralizációja kétszintű rendszerben valósul meg:

#### *5.1.1. Első szint: a megyék, megyei jogú városok, a főváros és a fővárosi kerületek*

Az EUKK feladatátvállalási megállapodások keretében megyei közgyűlésekhez telepíti az adott megyében található települési önkormányzatok számára elérhető kommunikációs pályázati forrásokat. A települési (városi, községi) önkormányzatok nyilvánosan meghirdetett pályázatokon pályáznak az EU-kommunikációs tevékenységeikhez, rendezvényekhez szükséges források egy részére.

A megyei jogú városok, a főváros és a budapesti kerületek különleges helyzetben vannak abban az értelemben, hogy - más településektől eltérően - az EU Kommunikációs Központ szintén feladatátvállalási megállapodás keretében feladatokat és forrásokat ad át az önkormányzatoknak. Az e városokban, kerületekben működő, helyi tevékenységet kifejtő civil és szakmai-érdek-képviselői szervezetek számára az önkormányzatok pályázatokat írnak ki az EU-kommunikációs tevékenységeikhez, rendezvényekhez szükséges források egy részére.

#### *5.1.2. Második szint: helyi önkormányzatok, oktatási és közművelődési intézmények, civil és szakmai-érdek-képviselői szervezetek*

A következő szervezetek a megyei közgyűlések által nyilvánosan meghirdetett pályázatokon pályáznak az EU-kommunikációs tevékenységeikhez, rendezvényekhez szükséges források egy részére:

- városi és községi önkormányzatok
- iskolák (az Oktatási Minisztériummal közös, illetve egyeztetett programokra),
- könyvtárak és művelődési házak (a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériumával közös, illetve egyeztetett programokra),
- az adott megyében bejegyzett civil szervezetek (ágazati civil szervezetek az ágazati szaktárcákkal közös, illetve egyeztetett programokra),
- az adott megyében bejegyzett szakmai és érdek-képviselői szervezetek (az ágazati szaktárcákkal közös, illetve egyeztetett programokra).

Az egyes megyékben az önkormányzatok helyi intézmények EU-kommunikációs tevékenységéhez az Európai Információs Pontok (EIP) adnak szakmai és kommunikációs tanácsot. Az EIP-k a megyén belüli EU-kommunikációs tevékenység központjai. Az EIP-k többek között konzultációt végeznek, információt nyújtanak, tartalmat szolgáltatnak a csatlakozáshoz kötődő, gyakran feltett kérdések megválaszolásához. Szervezési tanácsot adnak rendezvények szervezéséhez azok formátumáról, típusairól, előadókról, tartalmi kérdésekről. Az önkormányzatok, helyi intézmények és szervezetek, valamint az EIP-k közötti kapcsolatfelvételt támogatni kell. Támogatandó az együttes EU-rendezvények szervezése, amelyeken a hivatalos szereplők (pl. a polgármester, önkormányzati képviselők) mellett a helyi társadalom véleményirányítói (pap-lelkész, tanár, orvos, vállalkozó és mások), informális vezetői is véleményt nyilvánítanak. Szintén támogatandóak a több település összefogásával megvalósuló kistérségi kommunikációs projektek. Támogatni kell, hogy a kommunikáció tartalmában megjelenjen a kistérségek és régiók kiemelt szerepe az EU támogatási és vidékfejlesztési rendszerben.

### *5.2. Európai Információs Pontok*

A kommunikációs stratégia területi decentralizációjának megfelelően meg kell teremteni az Európai Információs Pontok központi, koordinátori szerepét az EU-csatlakozás témájában folyó helyi tájékoztatásban és nyilvános vitában. Az EIP-hálózaton keresztül végrehajtott decentralizáció a széles lakosság, és ezen belül kiemelten néhány társadalmi csoport (fiatalok, mezőgazdaságból élők, vállalkozók) mellett a helyi közvetítő szervezetek (helyi média, civil szervezetek) hatékony és a regionális szempontokat, jellegzetességeket figyelembe vevő tájékoztatását is szolgálja.

Az KS időszakában az EIP-hálózat a regionális EU-kommunikáció legfontosabb szakmai segítője. A kommunikációs stratégiában alkalmassá kell tenni az EIP-eket arra, hogy a saját megyéjükben, vonzáskörzetükben az EU-csatlakozási területén hálózati központjaként működjenek. 2000 óta mind a 19 megyében működik Európai Információs Pont (EIP) Magyarországon. Ezek a szervezetek a széles társadalmi rétegek és a helyi szervezetek kommunikációját segítő információs és szervezési egységek. Az EIP-k egymással kapcsolatot tartó laza információs hálózatba szerveződtek.

Az EU-kommunikációban részt vevő szervezetek közötti hatékony és világos munkamegosztáson alapuló együttműködés biztosítja, hogy az EIP-k a kommunikációs stratégia végrehajtásának helyi kulcsszereplőivé váljanak a KS során:

- Az EIP-k helyi hálózati központként együttműködnek a helyi önkormányzatokkal, médiával, egyéb multiplikátor szervezetekkel (iskolák, könyvtárak, szakmai kamarák, falugazdász-hálózat stb.) és az európai

integrációs tájékoztatást célzó specializált hálózatok (Európai Tanulmányi Központok, EDK-k, Euro Info Központok stb.) helyi egységeivel, valamint - például konkrét szakmai információk keresésekor, előadók felkérésekor - a szakértőkkel.

- Az EU Kommunikációs Közalapítványban felállított EU-Kommunikációs Központ (EUKK) biztosítja az EIP-k magas színvonalú működéséhez szükséges szakmai, információs háttérrel és anyagi forrásokat, segíti az EIP-k működéséhez szükséges kormányzati szintű kapcsolatokat. Az EIP-k emellett a Külügyminisztérium és a Delegáció támogatásával, a megyei közgyűlések együttműködésével és helyi kezdeményezések felkarolásával működnek.

- A kommunikációs stratégia végrehajtásában az EUKK és az EIP-k közötti feladatmegosztást, a kölcsönös tájékoztatási kötelezettség- és közös felelősségvállalást együttműködési szerződésben kell rögzíteni.

Az EIP-k szervezeti háttere - mivel a kormányzat információs hálózatfejlesztési szándéka alulról jövő kezdeményezésekkel találkozott - meggyenként különböző. Az alapítók és működtetők között önkormányzati hivatalokat, közalapítványokat, kamarákat, könyvtárakat, magánvállalkozásokat egyaránt találunk. A különböző szervezeti háttér lehetővé teszi a régiók változó információs igényeinek való megfelelést, ugyanakkor megnehezíti az információs pontok munkájának egységesítését és a pontok hálózatba szervezését. A nehézségek ellenére az elmúlt időszakban megindult az információs pontok együttműködése, tapasztalatcseréje. Ezt a részben önszerveződő alapon megindult együttműködést el kell mélyíteni, meg kell teremteni a professzionális hálózatépítés szervezetét, a tapasztalatcsere rendszeres fórumait, és internetes tartalmi és technológiai háttérét.

Az alábbiakban sorra vesszük azokat a feladatokat, amelyeket az EUKK-nak és az Európai Információs Pontoknak a KS alapján a hatékony hálózati működés érdekében fel kell vállalniuk.

#### *5.2.1. Az EIP-k helyi hálózati központ szerepének erősítése*

Az EUKK-nak elő kell segítenie, hogy az EIP-k az egyes megyékben az EU-val kapcsolatos tájékoztatás központi szereplőivé váljanak. Ez a központi szerep lehetővé teszi, hogy a helyi EU-csatlakozási témájú kezdeményezések egymást erősítsék, a tájékoztatásban potenciálisan érdekelt szervezetek tudjanak egymásról és támogassák egymást, valamint az EUKK az EIP-ken keresztül szakmailag és információkkal segítse a kommunikációban részt vevő helyi szervezeteket.

- *Emberi és anyagi erőforrások biztosítása:* Az EUKK és a Külügyminisztérium közösen biztosítja az EIP-k hatékony működéséhez szükséges anyagi feltételeket. A Külügyminisztérium által biztosított támogatást az EUKK folyósítja saját forrásaival együtt. A proaktív kommunikációhoz és a csatlakozás közeledtével hirtelen megnőtt kommunikációs igények kiszolgálására biztosítani kell a megfelelő emberi és anyagi erőforrásokat. Az új munkatársak felvételénél előnyben kell részesíteni az EU- és kommunikációs szakembereket, hogy az EIP-k lépést tudjanak tartani a megnövekedett feladatokkal.

- *Információs anyagok biztosítása:* A helyi információs igényeket az EIP-k szolgálják ki, és összesítve továbbítják az EUKK-nak. Az EUKK az EIP-knek küldi meg a központi kiadványokat, szóróanyagokat (együttműködve a Külügyminisztériummal és a Delegációval). Az EIP-k továbbítják az információs anyagokat a helyi önkormányzatoknak, intézményeknek és civil, szakmai-érdek-képviselői szervezeteknek. Így a helyi szervezetek szükségszerűen rendszeres kapcsolatba kerülnek az EIP-ekkel.

- *Információ a kommunikációs stratégia keretében helyi szervezeteknek nyújtott támogatásokról:* Az EUKK tájékoztatja az EIP-eket a saját megyéjükben a támogatást kapott önkormányzati és egyéb kezdeményezésekről. A támogatott rendezvényeken az EIP képviselői részt vehetnek, a szervezésben segítséget nyújthatnak, és az EUKK számára visszajelzést adhatnak a rendezvény sikerességéről. Az EIP-eket a megyéjükben szervezett Európa Napok előkészítésébe is be lehet vonni. Így az EIP-k helyi szerepe, fontossága nő, és a támogatott helyi kezdeményezések megkapják a munkájukhoz szükséges szakmai tudást és szervezési know-how-t.

- *EIP-k bevonása más helyi szervezetek rendezvényeinek szervezésébe:* Az EIP-k bevonhatóak más szervezetek számára szervezett EU-integrációs képzések, találkozók, fesztiválok, konferenciák stb. előkészítésébe. Helyi kapcsolatrendszerük, helyismeretük e téren megkönnyíti az EUKK és más, EU-kommunikációval foglalkozó szervezetek munkáját.

#### *5.2.2. Az Európai Információs Pontok feladatai*

A helyi EU-kommunikációs feladatok.

- Folyamatos EU-információs szolgáltatások a lakosság, az érdeklődő magánszemélyek és szervezetek számára. Információs ügyfélszolgálati iroda működtetése, a személyesen, telefonon, e-mailen, postán vagy faxon beérkező kérdések megválaszolása.

- Folyamatos rendezvényszervezési tanácsadás az EU-csatlakozási kommunikációban részt vevő szervezeteknek, tartalmi és szervezési segítségnyújtás önkormányzatok, iskolák, civil szervezetek, könyvtárak, szakmai és egyéb érdek-képviselői szervezetek, kamarák rendezvényeihez és más EU-kommunikációs tevékenységéhez. Az EIP-k jelentős része már most rendszeresen együttműködik a könyvtárakkal, iskolákkal (pl. Európa-tantermek nyitásával, tanárok képzésében). Az eddigi tapasztalatok egyértelműen igazolják, hogy az EIP-k ideális megoldást jelentenek a KS számára az önkormányzatokkal, civilekkel, iskolákkal, könyvtárakkal való kapcsolattartásban.

- Az EUKK országos programjainak segítése, az EUKK helyi rendezvényeinek megszervezésében való közreműködés. Közreműködés rendezvények megszervezésében helyi multiplikátor szervezetek számára (média, civil szervezetek, vállalkozók, tanárok stb.), a lakosság szélesebb köre számára (például helyi Európa nap) és speciális célcsoportok számára (például diákok, mezőgazdaságból élők, nők, nyugdíjasok).

- Információ nyújtása a helyi és regionális média számára a rendezvényekről, a csatlakozás általános kérdéseiről és helyi fontosságáról stb.

- Helyi kontaktlista összeállítása, folyamatos bővítése, terjesztési lista működtetése. A helyi szervezetek rendezvényei számára kérés esetén javaslatok előadók személyére a helyi és az országos kontaktlistáról.

- Az EU-tájékoztatóban részt vevő szervezetek információs igényeinek felmérése, összegyűjtése és továbbítása az EUKK felé. Az EUKK-tól kapott információs anyagok eljuttatása az integrációs tájékoztatóban részt vevő szervezetek számára.

- Az EIP-k helyi kiadványai: Az EIP-k értékes információkkal rendelkeznek az egyes régiók speciális integrációs érintettségéről és a csatlakozásra való felkészülés regionális problémáiról és feladatairól. Ezért az EUKK-nak - például pályázatok segítségével - támogatnia és ösztönöznie kell, hogy az EIP-k saját kiadványokat készítsenek. A sikeres kiadványokat az adott régióban működő többi EIP, esetenként a hálózat minden tagja terjesztheti. Az EIP-kiadványok elkészítésében támogatni kell az azonos régióban elhelyezkedő EIP-k együttműködését, összefogását. Kiemelten támogatandók az olyan közös - a hálózat minden tagjának hozzájárulásával - készített kiadványok, amelyek egy-egy kérdést (akár a rendezvényekhez kapcsolódva) a különböző régiók speciális helyzetének, érdekeinek, feladatainak bemutatásával járnak körül.

- Rendszeres hírlevél elkészítése a megyei EU-rendezvényekről és információs forrásokról. A hírlevél terjesztése az integrációs tájékoztatóban részt vevő szervezetek és az EIP-látogatók körében.

- Saját honlap működtetése (link az EUKK központi honlapjához).

- Pályázati tanácsadás vállalkozásoknak, civil szervezeteknek stb.

- Közös rendezvények szervezése a régió többi EIP-jével.

### 5.2.3. Az EIP-k és az EUKK kapcsolattartása

Az EIP-k alapvető helyi kapcsolatépítési, rendezvényszervezési, tanácsadói és információs-tájékoztatósi feladataikon túl rendszeresen kapcsolatot tartanak az EUKK-val:

- Az EUKK által összeállított EU-szakértői lista kiegészítése és rendszeres frissítése a helyi szakértőkkel.

- Az EU-információs forrásokról az EUKK által készített adatbázis kiegészítése helyi információs forrásokkal.

- Az információs adatbázishoz havonta a leggyakoribb 20 kérdés megküldése az EUKK-nak. Minden olyan beérkező kérdés továbbítása válaszkéréssel az EUKK, illetve más országos információs szervezet felé, amelyre az EIP dolgozói nem találnak választ.

- A közös arculat kialakításához (szóróanyag, hirdetések, reklámok) szükséges információk megküldése az EUKK-nak.

- A közös honlap működtetéséhez, decentralizált frissítéséhez a helyi információk felhelyezése a honlapra.

- Aktív részvétel az EIP-k számára rendezett találkozók, képzéseken.

- Rotációs alapon az EIP-találkozók házigazda szerepének ellátása, a találkozók megszervezése közösen az EUKK-val.

- Az EUKK és a többi EIP értesítése a rendezvényeiről. Részvétel a többi EIP egyes rendezvényein.

- Félévente beszámoló készítése az EUKK-nak az EIP tevékenységéről, kapcsolatrendszerének alakulásáról, a helyi információs igények alakulásáról, az EIP által szervezett rendezvényekről, mások rendezvényein való részvételről, a működés problémáiról, lehetséges fejlesztési javaslatokról, valamint az EIP információs és képzési igényeiről.

### 5.3. Az EU Kommunikációs Közalapítvány feladatai az EIP-kkel kapcsolatban

Az EUKK az EIP-k színvonalas információs szolgáltatásai és a hálózati működés biztosítása érdekében a következő feladatokat vállalja:

#### 5.3.1. Az EIP-k ellátása forrásokkal és EU-információkkal

Biztosítani kell az EIP-k hatékony működéséhez szükséges emberi erőforrásokat és információs forrásokat. Az EIP-k számára biztosítani kell az információs források között az EU-témakörökben megjelenő kézikönyveket, tanulmányköteteket, adatbázisokat, valamint az előfizetést az on-line szolgáltatásokra, szakfolyóiratokra, pályázati figyelőkre. Különösen a gyakorlati információkat tartalmazó hivatalos (vagy más külföldi kiadású) EU-kiadványok folyamatos beszerzése fontos. A naprakész tájékoztatás érdekében ezek az információs források elengedhetetlenül szükségesek. A beszerzés (előfizetés) nagy tételben, az EUKK-n keresztül anyagilag kedvezőbb feltételekkel lehetséges.

- *Emberi erőforrások:* A magas színvonalú szolgáltatás szükségessé teszi felkészült, szakirányú ismeretekkel rendelkező, idegen nyelven beszélő, felsőfokú végzettségű dolgozók alkalmazását, akiknek hosszabb távú megtartásához megfelelő bérszint szükséges.

- *Pályázati információk:* Az EU-s pályázatokról, támogatási lehetőségekről szóló rendszeres tájékoztatás az EIP-k számára két vonatkozásban is kiemelt fontosságú. Egyfelől az EIP-eket felkereső szervezetek,

vállalkozások információs igénye jelentős részben a különböző támogatási forrásokra, pályázati lehetőségekre irányul. Az EIP-k jelentős része végez pályázati tanácsadást. E tevékenységük fejlesztése az EIP-k helyi hálózati központ szerepét erősítheti, és hosszú távon (például térítéses pályázati tanácsadás, bérpályázás formájában partnerkeresés vállalatoknak) hozzájárulhat ahhoz, hogy az EIP-k saját erőből teremtsék meg működésük anyagi feltételeit. Ezt a tevékenységi kört az EUKK a pályázati figyelőkre való előfizetéssel, pályázati lehetőségekről való rendszeres tájékoztatással és a pályázással kapcsolatos készségek, technikák oktatásával segítheti. Másfelől maguk az EIP-k is EU-s támogatások, pályázati lehetőségek elnyerésével bővíthetik működésük anyagi hátterét és jelenlegi profiljukat.

- *Integrációs alapkönyvtár folyamatos bővítése:* Hivatalos EU kiadványok, magyarországi és külföldi megjelenésű kézikönyvek, tanulmánykötetek, információs anyagok felkutatása és beszerzése az EIP-k számára.

- *Előfizetések:* Előfizetés integrációs témájú on-line információs adatbázisokra, honlapokra, nyomtatott szakmai folyóiratokra, hírügynökségek on-line szolgáltatásaira.

- *Brosúrák, szórólapok, információs anyagok:* Ezen információs kiadványok az EIP-k a helyi lakosság és nagyobb társadalmi csoportok (fiatalok, diákok, mezőgazdaságból élők, nők, nyugdíjasok, vállalkozók) felé irányuló kommunikáció legalapvetőbb eszközét jelentik. Ezért elengedhetetlen, hogy az információs pontok mind általános, mind speciális információs anyagokból megfelelő készlettel rendelkezzenek.

- *Tematikus kiadványok elkészítése:* Az EUKK az EIP-ktől érkező információs igények alapján beazonosított hiányterületeken integrációs szakértők és kommunikációs szakemberek bevonásával kiadványokat készít. Ezeket nagy példányszámban megküldi az EIP-knek, amelyek jelzik az EUKK felé készletük fogyatkozását.

### 5.3.2. Közös információs adatbázisok felállítása és karbantartása

Az EIP-k valódi hálózati működésének egyik legfontosabb feltétele a közös adatbázisok használata és az adatbázisoknak a hálózat tagjainak visszajelzései alapján történő folyamatos karbantartása, bővítése. Az adatbázisok alapját az EUKK dolgozza, vagy dolgoztatja ki, ezt a hálózat tagjai a saját helyi ismereteik alapján kiegészítik. A karbantartást és a bővítést a saját forrásból származó, valamint az EIP-ktől kapott információk alapján az EUKK végzi. Az adatbázisok kidolgozását integrációs témákban jártas, nonprofit kutató szervezet is elvégezheti az EUKK megbízásából. Az integrációs adatbázisok nemcsak az EIP-k és az EUKK, hanem a kommunikációs stratégia végrehajtásában részt vevő minden szervezet munkáját segítik.

- *Adatbázis EU-szakértőkről:* Az EUKK (vagy az általa megbízott szervezet) összeállítja az integrációs kérdésekkel rendszeresen foglalkozó kormányzati és nem kormányzati szakértők és információs szolgáltatást végző szervezetek listáját (szakterület, elérhetőség, eddigi prezentációs tapasztalatok megjelölésével). Ezt a listát minden EIP kiegészíti a helyi integrációs szakértőkkel. A szakértői listát a saját és az EIP-ktől rendszeresen kapott vonatkozó információk alapján az EUKK folyamatosan bővíti, kiegészíti.

- *Adatbázis EU-s információs forrásokról:* Az EUKK (vagy megbízottja) összeállítja az integrációs témákban rendelkezésre álló információs források (szaklapok, folyóiratok, honlapok, tanulmánykötetek, videofilmek, televízió- és rádióműsorok stb.) aplistáját. A lista helyi információkkal való kiegészítését és folyamatos karbantartását az EIP-k és az EUKK az előző pontban leírtak szerint végzik.

- *EU-információs adatbázis:* Minden EIP az EUKK és a többi EIP felé továbbítja azokat a hozzá beérkező kérdéseket, amelyekre nem talál választ. Az EUKK felelős azért, hogy (az információs források, egy másik EIP vagy egy integrációs szakértő segítségével) az EIP-k olyan kérdésekre is meghatározott időn belül (lehetőség szerint maximum 3 nap) válaszoljanak, amelyekre ők maguk eredetileg nem tudják a választ. Az így beazonosított speciális EU-információkról az EUKK adatbázist épít ki. Az adatbázis struktúráját az EIP-ktől kapott információk alapján az EUKK vagy annak megbízottja dolgozza ki. Az EIP-k megküldik az EUKK-nak és a hálózat minden tagjának az olyan érdekesebb, speciálisabb kérdéseket is, amelyekre azonnal nem tudták, de később megszerezték a választ. Az EUKK ezekkel a kérdésekkel és válaszokkal rendszeresen kiegészíti az információs adatbázist. Az így felépülő adatbázis minden EIP munkáját segíti, és a speciális kérdések esetében is lerövidíti a válaszadási időt.

### 5.3.3. Az EIP-k közötti rendszeres tapasztalatcsere, fórumok megszervezése és támogatása

Az EIP-k hálózati működésének alapfeltétele a tapasztalatcsere, az együttműködés rendszeres fórumainak megteremtése. A hálózati működés erősítését szolgálja, ha az EUKK az EIP-eket is bevonja a tapasztalatcserek, találkozók szervezésébe. Ennek kedvező módja lehet, ha például a találkozók házigazdájaként rotációs alapon mindig más EIP lép fel: a házigazda EIP adja a helyszínt és szervezi a helyi programok egy részét. A rendszeres találkozók egyrészt a tapasztalatcsere és együttműködési kezdeményezéseknek, másrészt az EIP-dolgozók képzésének teremtenek fórumot. Az EUKK részt vesz a szervezésben és a program összeállításában. A találkozók vidéki helyszíne, az EIP-k házigazda szerepe növeli az EUKK és az EIP-k közötti munkamegosztás hatékonyságát.

- *Országos EIP-találkozók (legalább fél évente):* Az országos találkozók az EIP-k beszámolnak tevékenységükről, megvitatják közös problémáikat és fejlesztési javaslataikat. Az országos találkozók eredményeiről, következtetéseiről az EUKK beszámolót készít, amelyet megküld minden EIP-nek. Mivel az

országos találkozók nemcsak a tapasztalatszerének, hanem az EIP dolgozók képzésének is fórumot adnak, e találkozók lebonyolításához legalább 2-3 nap szükséges.

- *Regionális EIP-találkozók (legalább kéthavonta):* A rendszeres regionális tapasztalatszere az azonos régióban tevékenykedő EIP-k számára szorosabb együttműködést, közös rendezvények szervezését, kiadványok készítését teszi lehetővé. A regionális tapasztalatszere jelentőségét növeli az EIP-k körében megfigyelhető specializációs folyamat. Több EIP az általános integrációs tájékoztatás mellett speciális információs igények kielégítésére (például mezőgazdasági kérdések, vállalkozók, diákság tájékoztatása stb.) szakosodott. A minél magasabb színvonalú teljes körű információszolgáltatás érdekében fontos tehát az egymás közelében fekvő, specializálódó EIP-k együttműködése. Ennek szervezését, a házigazda szerepét - az EUKK támogatásával - az EIP-k felváltva vállalják magukra. A regionális találkozók eredményeiről készült beszámolót a hálózat minden tagjának megküldik.

#### 5.3.4. A hálózati működés feltételeinek biztosítása

A hatékony hálózati működés elengedhetetlen feltétele a közös kommunikációs rendszer, a gyors információcsere és a közös megjelenés. E téren már történtek kezdeményezések, ezeket az erőfeszítéseket a jövőben erősíteni kell.

- *EIP honlapok működtetése:* Az EU-portálról egységesített leágazások, linkek vezetnek minden EIP saját honlapjához, és vissza. A honlapok minimum követelménye a nyitva tartás, az EIP-k működési területeinek, a helyi rendezvényeknek és az alapvető információs forrásoknak az ismertetése, valamint az interaktivitás, a közvetlen visszajelzés lehetősége. Érdekes az EU-portálra a leggyakoribb kérdéseket és válaszokat is feltenni, valamint az országos média aktuális integrációs híradásaiból tallózót közölni (az EIP-honlapokra pedig a helyi média integrációs tudósításaiból, beszámolóiból készült tallózó kerülhet).

- *EIP-k közös arculata, bevezetése:* Az EUKK támogatásával minden EIP-ről egységes magas színvonalú szóróanyag készül. (Sok EIP-nek már van ismertetője, ezeknek a tapasztalatait érdemes az új szóróanyagok tervezésekor figyelembe venni.) Az EUKK támogatásával az EIP-kről, működésükről, szolgáltatásaikról a regionális és helyi médiában is hirdetéseket helyeznek el.

- *Intranet, elektronikus fórumok beindítása:* Az EUKK működteti, frissíti az EIP-k közös kommunikációs rendszerét, ösztönzi a tapasztalatszerét, vitákat indít el.

A hálózati működés egyéb infrastrukturális, emberi és anyagi feltételei:

A hatékony hálózati működés és a magas színvonalú szolgáltatások elengedhetetlen feltétele a megfelelő felszereltség (számítógép, fax, nyomtató, fénymásoló, e-mail, internet-hozzáférés) és a felkészült dolgozók hosszú távú megtartása. Mivel az EIP-k jelentős része komoly finanszírozási problémákkal küzd, indokolt, hogy az EUKK hozzájáruljon a megfelelő színvonalú tevékenységet lehetővé tevő működési feltételek biztosításához, amelyek a következők:

- *Korlátlan internet-hozzáférés:* A tájékozódás és a tájékoztatás egyik legalapvetőbb eszköze az internet. Az EIP-knek biztosítani kell a látogatók rendelkezésére bocsátható, internetes böngészést lehetővé tevő számítógépeket és a korlátlan internet-hozzáférést.

- *Számítógépes infrastruktúra fejlesztése:* A megfelelő hálózati működés érdekében minden EIP számára szükséges gyors adatátvitelt biztosító számítógépek biztosítása.

- *Az EIP-hálózat működését támogató szolgáltatási szerződések:* Az EUKK törekedjen olyan szolgáltatási szerződések megkötésére, amelyek az egész EIP-hálózat működési költségeit csökkenthetik. Ilyen szerződés köthető például a telefonszolgáltatókkal a telefonköltségek csökkentésére, az internetszolgáltatókkal az internethasználat költségeinek csökkentésére, a Magyar Postával a postaköltség csökkentésére, vagy hardver- és szoftverforgalmazó cégekkel az EIP-hálózat korszerű informatikai infrastruktúrájának biztosítására.

#### 5.3.5. Együttműködés az EIP-k munkáját támogató szervezetekkel

- *Együttműködés az Európai Bizottság Delegációjával:* Az EIP hálózat minden tagja folyamatos kapcsolatot tart fenn a Delegációval és a Delegáció budapesti Európai Tájékoztatási Központjával. A Delegáció rendszeres segítséget, képzéseket és információs szóróanyagokat nyújt az EIP-k (és más információs hálózatok tagjai) számára. Az EUKK és a Delegáció ez irányú tevékenységének jelentős átfedése indokolta teszi az erőfeszítések összehangolását, az éves tervek egyeztetését, a rendszeres tapasztalatszerét. A munkát megkönnyíti, a hatékonyságot növeli a közös adatbázisok, terjesztési csatornák működtetése. Az együttműködés a Delegációval különösen indokolt a képzés és az információterjesztés terén.

- *Együttműködés a Külügyminisztériummal, szaktárcákkal:* Az EIP-k továbbra is együttműködnek a Külügyminisztériummal. Jelenleg az EIP-k és a szaktárcák közötti együttműködés nagyon ritka, eseti jellegű. A KS alapján az információk specializálódásával elengedhetlenné válik a szaktárcák bevonása az integrációs tájékoztatásba.

#### 5.3.6. EIP dolgozók képzése, továbbképzése

A magas színvonalú információs szolgáltatás biztosítása érdekében - az információs anyagok biztosítása mellett - elengedhetetlen az EIP dolgozók folyamatos képzése. A képzések összeköthetőek az előző pont alatt

ismertett országos találkozókkal, igény esetén regionális képzésekre is szükség lehet, amelyek számára a regionális EIP-találkozók adhatnak fórumot.

- *Kommunikációs tréningek:* Mivel az EIP-k az egyes megyékben hálózati központként működnek, rendezvényeket szerveznek, képzéseket tartanak, elengedhetetlen számukra a kommunikációs tudás, prezentációs technikák ismerete, készségek fejlesztése (különös tekintettel az EUKK központi programjaihoz, rendezvényformátumaihoz szükséges szervezési és kommunikációs készségek fejlesztésére).

- *Integrációs ismeretek:* Az EIP-k számára az aktuális EU-tudás a legfontosabb. Különösen fontos lehet számukra az EU regionális és területfejlesztési programjainak, támogatásainak, a strukturális és kohéziós alapok működésének naprakész ismerete. Általános ismeretek (EU története, intézményei) oktatására kevésbé van szükség.

- *Kapcsolatépítés:* A képzéseknek, tréningeknek ki kell térnie a hatékony kapcsolatépítés, lobbizás, illetve a jól működő és folyamatos médiakapcsolatok fenntartásának oktatására.

- *Új információforrások használata:* A képzések egyik blokkja az új információs források (pl. elektronikus adatbázisok, specializált keresőprogramok) ismertetése, használati módjának bemutatása lehet.

- *Nyelvi képzés:* Az EIP-k számára az információkeresés egyik legfontosabb csatornája az internet. Emellett fontos forrást jelentenek az EU kiadványai és más idegen nyelvű kézikönyvek. Ezért elengedhetetlen a dolgozók idegen nyelv (elsősorban angol) tudásának fejlesztése. A nyelvtudás nemcsak az információs források szélesebb skálájának használatán, hanem a külföldi partnerszervezetekkel kialakított kapcsolatokon keresztül is hozzájárulhat az EIP-k magasabb színvonalú tevékenységéhez.

A képzések minél jobb kihasználtsága, az EIP dolgozók ösztönzése érdekében, a résztvevők különböző modulok elvégzése után vizsgát tehetnek. Célszerű, ha a képzések egymásra épülnek, és egyre magasabb szintű tájékozottsághoz vezetnek. Az EIP-dolgozók alacsony bérezése magas fluktuációt eredményez, és a hálózat stabil működését veszélyezteti. Erre a problémára megoldást jelenthet a sikeres vizsgázók bérfelvezetése az EUKK anyagi támogatásával. Az egymásra épülő képzés és vizsgák és az erre alapuló bérfelvezetés rendszerével megoldhatóvá válik az EIP-dolgozók ösztönzése és előmenetele, csökken a fluktuáció. Az ösztönzési rendszer kialakítását elősegíti, és az EIP-k munkájának magas szakmai színvonalát biztosítja, ha egyes pályázati lehetőségeken (pl. kiadványok elkészítése, képzések szervezése) azok az EIP-k indulhatnak, amelyek dolgozója sikeresen elvégezte a megfelelő szintű integrációs képzést.

#### 5.3.7. Az EIP-k munkájának értékelése, monitorozása

Az EIP-k folyamatos és magas színvonalú működése érdekében szükség van munkájuk rendszeres felülvizsgálatára, értékelésre és a beazonosított problémák javítására, tevékenységük fejlesztésére.

- *Monitoring kutatások:* Az EIP-k ellenőrzésének egyik módja a rendszeres kérdőíves felmérések, úgynevezett ügyfél-elégedettség vizsgálatok elvégzése az EIP-k látogatói körében, illetve próbavásárlás vizsgálatok (mystery shopping) lefolytatása. (Ezekről lásd részletesebben a Visszajelzés című fejezetben.)

- *Az EUKK éves értékelése:* Az EUKK az EIP-k féléves beszámolóit, a kutatásokat, a képzéseket, a találkozót, az EIP-rendezvényeket és kiadványok tapasztalatait alapján évente értékeli az EIP-k tevékenységét, azonosítja az esetleges problémás területeket. Az értékelés alapján javaslatot tesz az EUKK számára az EIP-kkel kötött együttműködési megállapodás változtatlan feltételekkel vagy módosításokkal történő meghosszabbítására vagy (súlyos hibák és szerződésszegések esetén) a megállapodás felbontására.

## IX. SZAKMAI ÉS ÉRDEK-KÉPVISELETI DECENTRALIZÁCIÓ

### 1. A szakmai és érdek-képviseleti szervezetek szerepe az EU-kommunikációban

Az Európai Unió egységes belső piac. Az EU működésének legfőbb célja a belső piaci viszonyok kialakítása, fenntartása és tökéletesítése a tagállamok között. Az, hogy egy ország szempontjából mennyire tekinthető sikeresnek az EU-tagság, az alapvetően az egységes piacba való betagozódásától függ. A magyar tagságot illetően természetesen rendkívül fontos szempont, hogy az uniótól komoly pénzügyi támogatásokra lehet számítani. Hosszú távon azonban elsősorban nem a támogatási források bevonása fogja meghatározni a tagságot, hanem az egységes piacon belüli versenyképesség.

Az Európai Unió a bővítést követően 450 milliós piac lesz, ahol gyakorlatilag szabad versenyfeltételek érvényesülnek. Ez a piac hatalmas lehetőséget rejt magában a magyar gazdaság számára. Ezt a lehetőséget azonban csak felkészülten lehet kihasználni. A magyar tagság sikere szempontjából ezért kulcsfontosságú, hogy a gazdasági szereplők megfelelően tájékozottak és felkészültek legyenek a csatlakozásra. A kommunikációs stratégia egyik kiemelt feladata ennek elősegítése. Magyarország integrálódásának a gazdasági szereplők aktív bevonásával és egyidejű felkészülésével, alkalmazkodásával kell megtörténnie. Ellenkező esetben az ország nem tudja a tagság által nyújtott lehetőségeket maradéktalanul kihasználni.

Nemcsak a vállalkozásoknak kell piacképessé válnia, hanem azokon belül a magyar munkavállalóknak is. Az alkalmazkodás többek között az ő képességeiktől, szándékaiktól is nagyban függ. Ezért a munkavállalók

esetében is kiemelten fontos az aktív felkészülés tudatosítása, szorgalmazása, az egyes munkavállalói csoportok differenciált helyzetéhez igazodóan.

A kommunikációs stratégiával ugyanakkor szinte lehetetlen elérni minden egyes vállalkozást, vállalkozót vagy munkavállalót. Magyarországon ma több mint 800 000 vállalkozás működik, a munkavállalók köre pedig több mint 3 milliós. Természetesen szektoronként nem egyformán érintettek a vállalkozások és a munkavállalók. Vannak olyan szakmák, területek, amelyek piaci környezetét, működési feltételeit alapvetően befolyásolja a csatlakozás, másoknál ez a hatás elhanyagolható. Abban, hogy az egyes szakmák felismerjék lehetőségeiket és feladataikat, kiemelkedő közvetítő szerepet játszanak a szakmai és érdek-képviselési szervezetek, amelyek ez irányú tevékenységüket már évekkel ezelőtt megkezdték. A kommunikációs stratégia számára - az eddigiekhez hasonlóan - továbbra is ezek a közvetítő szervezetek tekinthetők a kommunikáció elsődleges célcsoportjának. Ennek oka, hogy az egyes piaci szereplők közvetlen elérése csak egyedi akciókkal lehetséges (pl. brosúra megküldése mindenkinek), de folyamatos és interaktív kapcsolat mindenkivel nem építhető ki (természetesen egyes kiemelkedő vállalatok esetében közvetlen kommunikáció folytatására is szükség van).

A kommunikációs stratégia feladata elérni a munka világának mindkét meghatározó csoportját, a munkaadókat és a munkavállalókat egyaránt. Így a stratégia bevonja a szociális partnereket. A munkáltatói és munkavállalói érdekképviselések azonban nem képviselik a sikeres tagságban kulcsszerepet játszó gazdasági szereplők teljes körét. A stratégia ezért a szélesebb kört magába foglaló szakmai és érdek-képviselési szervezeteket nevesíti. Ezekbe azonban mindannyiszor beleértendő a szociális partnerek.

A magyar gazdaság az elmúlt tizenkét évben nagyfokú alkalmazkodási képességről tett tanúbizonyságot. Ez biztató lehet az EU-tagság időszakára nézve is. Nyilvánvaló, hogy a gazdasági élet szereplőit (a vállalkozásokat és dolgozóikat) különböző mértékben fogja érinteni az EU-csatlakozás. Az érintettség elsősorban az alábbi tényezőktől függ:

- vállalati nagyság,
- tevékenységi kör,
- ágazat,
- meglévő és potenciális vevőkör, piacok (belföld, EU tagországok),
- földrajzi elhelyezkedés,
- tulajdonosi struktúra (külföldi anyacég, hazai és külföldi magánszemélyek, családi tulajdon stb.).

A fenti tényezők alapján kell azonosítani azokat az ágazatokat, szakmákat, cégeket, vállalkozókat, akiket a csatlakozással járó követelmények jelentősen érinteni fognak. A KS-nek elsősorban ezekre a szereplőkre kell koncentrálnia és nem általában a teljes gazdaságra. A kutatások, személyes interjúk és tapasztalatok alapján elmondható, hogy a gazdasági szereplők közül elsősorban a kis- és középvállalatok esetében hiányzik leginkább az a tapasztalati, kapcsolati, információs tőke, illetve a pénzügyi és humán erőforrás, melyek nélkül az integrációs felkészülés komoly problémákat okozhat. A meglévő szakmai és érdek-képviselési intézmények (kamarák, IPOSZ, MVA stb.) csak részben tudják ellátni azokat az érdek-képviselési és szakmai információnyújtási feladatokat, amelyekre ez a réteg rá lesz szorulva a csatlakozás előtt és után. Akár több százezer vállalkozót érinthet a csatlakozással járó szabályozói környezet- és piacváltozás, melynek következtében komoly társadalmi feszültségek is kialakulhatnak, ha a kormányzati, illetve az érdek-képviselési szféra részéről nem készül átgondolt és konkrét lépéseket tartalmazó integrációs stratégia.

Egy működő piacgazdaságban a gazdasági szféra és a kormányzati, államigazgatási szféra között helyezkednek el a sajátos jegyekkel, tevékenységgel és intézményekkel rendelkező szakmai és érdek-képviselési szervek. A vállalkozók tízezrei és munkavállalók százezrei ezeken a szervezeteken keresztül kapcsolódnak az állami szabályozáshoz. Magyarországon a rendszerváltás után a szakmai és érdek-képviselési szervezetek - ellentétben a gazdasági szférával - számos hiányossággal (infrastrukturális, szervezeti, pénzügyi, legitimációs) jöttek létre. A korábban csatlakozott EU tagországokban nem szakadt meg a különböző szakmai, érdek-képviselési szervezetek létének folytonossága és ennek következtében kapcsolódásuk az EK/EU partnerintézményeihez. Magyarországon, illetve a többi közép- és kelet-európai új demokráciában azonban az elmúlt tizenkét év még nem volt elegendő ahhoz, hogy ezek a szervezetek saját erejükből ellássák a vállalati szféra integrációs felkészüléséhez, alkalmazkodásához nélkülözhetetlen feladatokat. A hazai szakmai és érdek-képviselési szervezetek intézményi kialakulatlansága, átmeneti és összetett, ellentmondásos helyzete, hiányos eszköz- és forrásellátottsága hátráltató tényezője is lehet az integrációs folyamatnak. Ezeket a hiányosságokat a Kormány sem hagyhatja figyelmen kívül, amikor az uniós felkészülésben támaszkodni kíván ezekre a szervezetekre. Ezért számolni kell azzal, hogy a Kormánynak aktívabban kell szakmailag és pénzügyileg támogatnia a hazai szakmai szövetségeket és érdekképviseléseket, mint az Nyugat-Európában megszokott.

A szakmai és érdek-képviselési szervezetek jellemzőit a KS szempontjából a következőképpen összegezzük:

#### *Erősségek*

- Pozitív elkötelezettség a csatlakozás mellett.
- Relatív magas ismeretszint.
- Erős érdekérvényesítő képesség.

- Ismerik a kormányzati törekvéseket, egyes közigazgatási hatásköröket megkaptak az államtól.
- Igénylik a párbeszédet.
- Többen jó nemzetközi és brüsszeli kapcsolattal rendelkeznek.
- Jól ismerik a képviselt csoport, szakma, ágazat helyzetét és igényeit.

#### *Lehetőségek*

- A Kormány potenciális szövetségei és üzenetközvetítői lehetnek a felkészülési folyamatban a mikroszféra felé (multiplikátor hatás).
- A Kormány intenzívebben támaszkodhatna szakmai tapasztalataikra és a tagjaik felé meglévő befolyásukra.
- A csatlakozást erősíthetik az európai partnerszervezeteiken keresztül.
- A multinacionális cégek és szövetségeik az EU-ban előmozdíthatják a magyar csatlakozást, illetve elmagyarázhatják a magyar vállalkozóknak az EU-val járó lehetőségeket és kihívásokat.
- A szakmai és érdek-képviselői szervezetek teljesen integrálódhatnak az EU-béli szervezeteikbe.

#### *Veszélyek*

- A kis- és közepes vállalkozások (KKV) megfelelő felkészítés és érdekképviselő hiányában nem tudnak megfelelni a felkészülési követelményeknek, és ez piacvesztéshez vezethet.
- A szakmai és érdekképviselők nem tudják betölteni a rájuk háruló feladatokat a felkészülés folyamán.
- Ha a kormányzattal nem sikerül partneri viszonyt kialakítani az EU-tagság sikerességét hátráltathatják, vagy legalábbis passzívakká válhatnak.
- A szűkös pénzügyi adottságok, szervezeti és szakmai felkészületlenség egymás ellen fordít kamarákat, szakmai és érdek-képviselői szervezeteket.

Mindezekből megállapítható, hogy a lehetőségek kihasználására és a veszélyek elkerülésére a kormányzatnak a kommunikációs stratégián keresztül jelentős anyagi forrásokkal kell a szakmai és érdek-képviselői szervezeteket támogatnia, amelyek az EU-kommunikációban így jelentős terheket, feladatokat tudnak átvenni a kormányzattól. Természetesen mindeközben azt sem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy ezek a kormányzattól független, szakmai és érdek-képviselői alapon szerveződött szövetségek, egyesületek, kamarák elsődlegesen tagságuk érdekeit képviselik, nekik nyújtanak szolgáltatást a tagsági díjából, illetve egyéb forrásokból.

A szakmai és érdek-képviselői szervezetek felé történő kommunikáció fontos kérdése, hogy mely kommunikációs eszközökkel érhetőek legjobban el ezek a szervezetek, illetve tagjaik, különös tekintettel a mindig nehezebben elérhető, és általában kevésbé tájékozott kis és középvállalkozói kör tekintetében. A Szonda-Ipsos által a Külügyminisztérium megbízásából 2000 januárjában Ismeretek, vélemények és attitűdök a magyarországi kis- és középvállalkozások vezetői körében címmel végzett kutatás szerint: a megkérdezett vállalkozók, vállalati vezetők a sajtón kívül leggyakrabban szakkönyvekből (30%), speciális kiadványokból (28%), közvetlenül előírásokból és szabályokból (25%), konferenciák és képzési programok révén (22%), valamint kamarákon, szakmai szervezeteken keresztül (21%) tájékozódnak az integráció kérdéseiről. Közepesnek mondható a nagy kiállításokon felállított Európa standok (17%), az internet (16%) és az adatbázisok, adatbankok (10%) népszerűsége, viszont igen alacsonyra értékeli az Európa-napok (3%), illetve az EIP-k és az EIC-k (2-2%) hasznosságát a gyakorlati információk szempontjából.

Természetesen a kor, a nem, a földrajzi elhelyezkedés (Budapest-vidék), az iskolai végzettség, a vállalati méret és tevékenység, továbbá az azóta eltelt idő (mely például az internet azóta szerzett térnyerését nem tükrözi) jelentősen módosíthatja a fenti átlagszámokat, de azok mindenesetre támpontot adhatnak a hatékony kommunikációs eszközök felhasználásához.

A vállalatok mindennapi tevékenysége közben felmerülő integrációs kérdésekre - amelyek például az egységes piac normáira, pályázási lehetőségekre, illetve egyéb szabályozási, minőségi területekre vonatkoznak - jelenleg Magyarországon az alábbi intézményektől kaphatnak információt:

- Kormány (Külügyminisztérium, Gazdasági és Közlekedési Minisztérium, egyéb szaktárcák),
- EIC-hálózat (az ITDH keretében),
- Kamarák (MKIK, BKIK, megyei kamarák stb.),
- Euro Info Service (üzleti, vállalkozási alapon),
- Európai Tájékoztatási Központ (Delegáció),
- Európai Információs Pontok.

## **2. Kommunikációs kihívások**

A gazdaság szereplői számára - legyenek azok vállalati vezetők, menedzserek, tulajdonosok vagy munkavállalók - a KS-nek minél kevesebb általános, de annál több konkrét és célzott szakmai üzenetet, információt kell közvetítenie. Egy cég menedzsmentje, legyen az több milliárd éves forgalommal rendelkező részvénytársaság, vagy néhány főt foglalkoztató betéti társaság, mindenképp a profittermelő tevékenységre koncentrál. A szakszervezetek a munkavállalói érdekeket képviselik. Minden ehhez nem szorosan kapcsolódó tevékenység (információk beszerzése/befogadása) már kevésbé fontos számukra, és csak akkor fognak időt és pénzt áldozni rá, ha felismerik, hogy mindez megtérül számukra.

Az EU-kommunikáció az utóbbi időszakban nem volt elég szakmaspecifikus, hiányoztak a célcsoportokat megcélzó üzenetek, az információ túl általános, kevés, néha pedig túl sok (és gyakran fölösleges) volt.

Kétségtelen tény, hogy ma már számtalan forrásból lehet az EU-ról információt beszerezni. A szervezetek többsége ma már közvetlenül Brüsszelből, illetve más forrásokból rengeteg információt kaphat különféle formában (tájékoztató füzetek, brosúrák, szakkönyvek, CD-ROM-ok stb.) Az igazi művészet abban rejlik, hogy legyen olyan munkatárs, aki ezeket a kommunikációs eszközöket

- elolvassa (lefordítsa),

- szelektálja,

- strukturálja, és

- mindenki számára érthető, világos formában továbbítsa úgy, hogy az információkból következő konkrét teendőket is értelmezze.

Erre a feladatra az esetek jelentős részében nincs megfelelő ismeretekkel rendelkező, a szakmai nyelvet is jól ismerő munkatárs, és emiatt a hazai szakmai szövetségek, érdekvédelmi szervezetek az esetek többségében nehezen tudnak eligazodni az EU-s információ-halmazban.

A tapasztalatok szerint a legfontosabb szakmai és érdek-képviselői szervezeteknél, nagyobb cégeknél már vannak kijelölt EU-ügyekben illetékes munkatársak, illetve részlegek. Az ő feladatuk az integrációs felkészülés koordinálása, az uniós jogalkotás figyelemmel kísérése, ők járnak különböző hazai és külföldi uniós témájú rendezvényekre. A probléma ott merül fel, hogy sok esetben az általuk megszerzett információk csak esetlegesen, vagy gyakran egyáltalán nem jutnak el a szervezet tagságához, illetve a vállalat többi részéhez, azaz az információ nem válik közkinccsé.

A szakmai szervezetek és érdekképviselők olyan EU-kommunikációt várnak el a Kormány részéről, amely pártatlan és objektív, az előnyöket és hátrányokat egyaránt bemutatja.

A Külügyminisztérium eddig kiemelt szerepet kapott az EU-csatlakozás szakmai kommunikációs feladataiban. Ez a kezdeti, általános üzeneteket tartalmazó tájékoztatási szakaszban még menedzselhető volt. A csatlakozás közeledtével azonban az egyre inkább felkészülés-orientált és szakmaspecifikus kommunikáció esetében ennek a feladatnak már sem szakmailag, sem pedig humán erőforrásait tekintve nem tud a Külügyminisztérium önmagában megfelelni. Emiatt egyre inkább szükségessé válik a szaktárcák, hatóságok bevonása a szakmai-érdek-képviselői szervezetek tájékoztatásába. Minden érintett szaktárcának, kormányzati szervnek fel kell vállalnia a szakterületén tevékenykedő szakmai és érdek-képviselői szervezetek felé irányuló EU-kommunikáció feladatait.

Ma már a szociális partnerek országos szervezetei maradéktalanul bekapcsolódtak valamilyen formában (tag vagy társult tag) az európai csúcs-szervezetek munkájába, s megkezdődött az ágazati szintű kapcsolatépítés, a korábbi kapcsolatok intézményesítése (megfigyelői tagság vagy tagság). Az európai csúcs-szövetségekkel, így az UNICE-val (Európai Gyáriparosok és Munkáltatók Szervezeteinek Szövetsége), a CEEP-val (Állami Vállalatok Központja), az ETUC-val (Európai Szakszervezeti Szövetség), valamint az UEAPME-val (A Kézművesek és Kis- és Középvállalkozások Európai Szövetsége) szoros kapcsolatban állnak a magyar szociális partnerek. Az EU-ban rendkívül nagy a befolyásuk a nagy európai szakmai és érdek-képviselői szövetségeknek. A szociális partnerek kulcsszerepet játszanak a közösségi jogalkotás befolyásolásában. A nagy európai ernyőszervezeteknél dolgozó vezetők és munkatársak nagyon jól ismerik az adott szakmát, üzleti kört érintő EU-s jogszabályokat, aktuális kérdéseket, illetve a Bizottságnál és a többi uniós intézménynél a témával foglalkozó tisztviselőket. Ezeknek a tisztségviselőknek és a tagállamokban dolgozó helyi szervezetek képviselőinek felbecsülhetetlen értékű szakmai információit, tapasztalatait a magyarországi partnerszervezeteknek és rajtuk keresztül a tagságuknak is hasznos lenne megismerni.

A szakmai szövetségek és érdek-képviselői szervezetek brüsszeli és uniós tagországokbeli kapcsolatainak, tapasztalatainak erősítéséhez a KS a következő támogatást nyújthatja:

- Szakmai konferencia, szeminárium, tanulmányút, csereprogramok, gyakornoki munka támogatása. Noha sok esetben az európai szövetség (illetve az EU) állja ezeknek a rendezvényeknek a költségeit, mégis gyakran előfordul, hogy a hazai szervezeteknek nincs elegendő saját forrása a felmerülő költségek finanszírozására. Ezért szükséges, hogy a szövetségek, érdek-képviselői szervezetek az európai szervezetekkel közös szakmai programokra is pályázhassanak, amelyeket támogatni kell a KS keretében. A támogatás feltételül kell szabni a szervezett tapasztalatok feldolgozását és az érdekelték körében való terjesztését (multiplikátor hatás).

- Külön figyelmet kell arra fordítani, hogy a hazai szakmai és érdek-képviselői szervezetek rendelkezzenek olyan szakemberekkel, akik Brüsszelben érdemi érdekvédelemért és lobbizási feladatokat tudnak ellátni. Ez a munka nagyon összetett tudást és képességeket igényel: egy lobbistának nagyon jól kell ismernie az általa képviselt szervezet tevékenységét, az EU döntéshozatali mechanizmusát és intézményeit, angolul és franciául tökéletesen kell beszélnie (elsajátítva az EU-szakzsargon), jó kapcsolatteremtő és kommunikációs képességekkel kell rendelkeznie stb. Ezen képességek elsajátítását elő lehet segíteni a szakmai és érdek-képviselői szervezetekkel közös szervezésű tanfolyamokkal, konferenciákkal, illetve brüsszeli gyakornoki munkával, természetesen megfelelő és szigorú kiválasztási kritériumok alapján.

Célszerű lenne, ha a brüsszeli magyar EU Misszió lenne egy olyan szakreferens, aki a kormány nevében tartja a kapcsolatot az európai szociális partnerekkel (mind az említett csúcs-szervezetekkel, mind a mintegy 80 ágazati szintű, európai szervezettel), illetve segítené a magyar szakmai és érdek-képviselői szervezetek megjelenését az EU intézményeinél. Az ő feladata lenne - többek közt -, hogy eligazítást adjon a brüsszeli európai szakmai-érdek-képviselői szövetségek és érdek-képviselői szervezetek tevékenységéről, a Bizottság munkájáról és általában információt és tanácsot adjon a Brüsszelbe látogató szervezetek vagy vállalatok képviselőinek a brüsszeli lobbizás és információbeszerzés gyakorlati tudnivalóiról.

### 3. Célok

A magyar gazdaság az elmúlt tizenkét évben radikális változásokon ment keresztül (tulajdonviszonyok, szerkezet, piaci orientáció stb.). Ma már a mindenkori kormányzat alapvetően csak a szabályozáson, illetve a monetáris és fiskális politikán keresztül tudja a nem állami tulajdonban levő gazdasági társaságokat befolyásolni. Ezt figyelembe véve világosan kell látni, hogy a KS - és rajta keresztül a csatlakozási folyamat - csak akkor lehet sikeres, ha sikerül partneri viszonyt és folyamatos párbeszédet kialakítani a gazdaság szereplőivel.

*A KS tevékenységének legfontosabb céljai a gazdasági élet szereplői körében:*

- Annak tudatosítása, hogy a tagság sikere nagy részben a gazdasági szféra teljesítményén, alkalmazkodóképességén múlik.
- A csatlakozás által teremtett lehetőségek (új piacok, források, támogatások stb.) megismertetése és tudatosítása.
- A felkészülés feladatainak és a csatlakozás következményeinek (az ehhez szükséges szakmai információk) egyértelműsítése és közvetítése, valamint annak tudatosítása, hogy a gazdaság szereplői érdekeltek a csatlakozásra való aktív felkészülésben.
- A felkészülés, a belső piachoz és a növekvő versenyhez történő alkalmazkodás elmulasztásából adódó veszélyek bemutatása.
- Az Európai Unió közösségi vívmányai (az *acquis*) vállalati szférát érintő részeinek átvételével és alkalmazásával kapcsolatos információk és felkészülési feladatok megismertetése.
- Annak hangsúlyozása, hogy a vállalkozások egyedül vagy másokkal (pl. önkormányzatokkal) közösen pályázhatnak támogatásokért, amelyek elnyeréséhez azonban jó, versenyképes projektek elkészítésére van szükség. Ezekre alaposan fel kell készülni.
- Az Európai Unió aktuális, gazdasággal kapcsolatos prioritási területeinek (pl. közös pénz, foglalkoztatás és szociális kohézió, *eEurope* stb.) megismertetése és tudatosítása a hazai üzleti és gazdasági szféra körében.
- Olyan partneri viszony kialakítása a kormányzati szféra és a gazdasági, érdek-képviselői/szakmai szféra között, melynek segítségével az EU-csatlakozással kapcsolatos alkalmazkodási, felkészülési feladatokat szoros együttműködés keretén belül lehet rendszeresen tisztázni és elvégezni.
- A speciális információigények maximális kielégítése, konkrét és célzott szakmai tájékoztatás és felkészítés.
- Annak tudatosítása, hogy az EU-csatlakozás a legfőbb eszköze annak a modernizációs folyamatnak, amely Magyarországot, a magyar vállalkozásokat a legfejlettebb piacgazdaságok, illetve a legversenyképesebb piaci szereplők közé emeli.
- El kell kerülni, hogy az EU-csatlakozás misztifikálódjon.
- A gazdasági szféra Magyarország EU-tagságát támogató álláspontjának megőrzése, illetve további erősítése, tekintettel a gazdasági vezetők erős véleményformáló és érdekérvényesítő képességére.

### 4. Specifikus üzenetek

A gazdasági szféra esetében is az általános üzenetek - különösen a KS központi üzenete, amely a lehetőségeket, a felkészülést és a jövőt hangsúlyozza - adják a kommunikáció keretét. Ugyanakkor a gazdaság szereplőit elsősorban az őket érintő célcsoport-specifikus üzenetek - amelyek általában szakmai információk - érdeklik. Így őket megcélözva elsősorban nem a szó szoros értelmében vett üzeneteket kell küldeni, hanem rendszeres, szakszerű, céltudatos információs-, támogató-, szervezőtevékenység és intézményrendszer szükséges, a KS azon központi üzenetére támaszkodva, amely az információk elérhetőségét hangsúlyozza. Ezt a tájékoztatási irányt az is erősíti, hogy mint Európában szinte mindenhol, Magyarországon is nyugodtan kijelenthetjük, hogy a gazdasági élet szereplői, az üzletemberek többsége egyértelműen csatlakozáspárti. A gazdasági szereplők tisztában vannak azzal, hogy a csatlakozás nehézségeket, kihívásokat is magával hoz, de a várható előnyök mindenféleképpen meghaladják a hátrányokat. Ezért az ő esetükben nem érzelmi, hanem szakmai információkra alapozott tényszerű kommunikációra van szükség a piaci lehetőségeket és a felkészülési feladatokat hangsúlyozva.

A szakmai és érdek-képviselői szervezeteken keresztül a gazdasági szereplők felé a következő általános üzenetek tudatosítására van szükség:

- Az EU egységes piac

A magyar vállalkozásoknak tisztában kell lenniük az egységes belső piac jelentésével, és az ebből a szakmájukra vonatkozó következményekkel: azaz a piaci lehetőségekkel és a felkészülési feladatokkal.

- A csatlakozás lehetőséget ad a növekedéshez.

A csatlakozás új piacokat, forrásokat, technológiákat jelent a gazdaság szereplőinek (egy 450 milliós piacot kapnak). E lehetőségeket azonban csak a felkészültek tudják kihasználni. Azok a vállalatok, amelyek elmulasztják a tagság feltételeihez való alkalmazkodást, a növekvő verseny hatására helyzetük rosszabbodására számíthatnak.

- A gazdasági, szakmai szervezetek, érdekképviselők a Kormány szövetségei a felkészülési folyamatban.

A csatlakozásra való felkészülés nem kizárólag az állam feladata, ezért ebben a szakmai szövetségekre és érdekképviselőkre is jelentős szerep hárul. A kormányzat partnerként kezeli és folyamatos párbeszédet tart fenn a gazdaság képviselőivel, mert csak így lehet sikeres a felkészülési és alkalmazkodási folyamat.

- A felkészülésre nem csak a csatlakozás miatt van szükség.

A felkészülést nem csak az EU-csatlakozás miatt kell komolyan venni és végrehajtani, hanem ez feltétele annak, hogy megtartsuk vállalataink versenyképességét, modernizáljuk országunkat.

- A sikeres csatlakozás érdekében anyagi ráfordításokkal is kell számolni.

A gazdasági szféra felkészülése csak úgy lehet sikeres, ha ehhez annak szereplői is hozzájárulnak. A Kormány lehetőségei és eszközei korlátozottak, és az egyes vállalatok, illetve a szakmai szervezetek aktív részvétele és anyagi áldozatai nélkül Magyarország EU-tagsága nem hozhatja meg a várt előnyöket.

- Az EU egyre nagyobb hangsúlyt helyez az állampolgárok életminőségének és környezetének védelmére, javítására.

Az Európai Unióban, az utóbbi időben különös figyelmet kaptak, elsősorban az állampolgárok és környezetük életminőségét középpontba állító területek (környezetvédelem, élelmiszer-biztonság, fogyasztóvédelem stb.). Az ebből származó követelményeket és feladatokat tudatosítani kell az érintett szakmai és érdekképviselői szervezetekkel.

- Az EU-támogatások nem járnak automatikusan, azokat meg kell pályázni.

A támogatásokat Magyarország a legtöbb esetben nem automatikusan kapja, hanem megalapozott és jól kidolgozott projektervekkel kell megpályázni és emellett saját erőforrásokat is fel kell mutatnia (társfinanszírozás). Ez az elv érvényes mind az állami, mind pedig a privátszféra projektjeire. Tehát itt is azt az üzenetet kell kihangsúlyozni, hogy a csatlakozás csak egy lehetőség, mellyel az országnak tudnia kell élni.

A szakmai üzenetek két fő típusát különböztethetjük meg:

- *A fő szakmacsoportokra lebontható specifikus üzenetek:* Ezek a minisztériumok és a vonatkozó szakmai szervezetek által közösen kidolgozandó üzenetek fő szakmacsoportonként mutatják be az adott szakmára, ágazatra vonatkozó speciális feltételeket és szabályokat (pl. az adott területre vonatkozó csomagolási, minőségvédelmi, fogyasztóvédelmi rendelkezéseket).

- *Horizontális üzenetek:* Ezek a minden szakmára, vagy az ágazatok többségére együttesen vonatkozó vállalatok, gazdálkodási szervezetek működésével kapcsolatos információkat bemutató üzenetek, amelyeket elsősorban a szaktárcáknak és a legnagyobb szakmai, érdekképviselői ernyőszervezeteknek közösen kell kidolgozniuk és tagságuk, valamint a kisebb szakmai és érdekképviselői szervezetek körében széles körben terjeszteniük.

A szakmaspecifikus üzeneteknek a következő központi kérdésre kell választ adni:

*Pontosan mi vonatkozik a cégemre a felkészülésből?*

Az *acquis communautaire*-ből eredő mintegy 100 000 oldalnyi (és folyamatosan változó, bővülő) joganyag csak töredéke érint közvetlenül egy adott céget. A legfontosabb, hogy minden vállalkozás tisztában legyen azzal, hogy pontosan mire kell felkészülnie a csatlakozásig, majd azt követően; azaz ismerje a számára szükséges szakmai információkat.

E központi kérdésre válaszolva elsősorban a következő - a teljesség igénye nélkül felsorolt - területekre vonatkozó szakmai információkat kell a vállalkozásoknak megismerniük a KS segítségével:

- Mit kell tennem a csatlakozásig? (hogyan készítsük el cégünk felkészülési stratégiáját?).
- A szakmám jellegzetességei az EU-ban (nemzeti sajátosságok, versenytársak, kihívások).
- Az egységes piac céljai és működési elve.
- EU-béli üzleti partnerlehetőségek.
- EU-közösségi programok igénybevétele.
- Pályázás EU-támogatásokra.
- Részvétel közbeszerzési pályázatokon.
- Minőségi és minőség-ellenőrzési követelmények.
- Statisztikai kötelezettségek.
- Vámeljárások.
- Adózás és járulékok.
- EU-szabványok.
- Csomagolás, címkézés.
- Fogyasztóvédelem.
- Környezetvédelem.

- Versenyjog.
- Szociális- és munkajog, munkabiztonság.
- Munkavállalás, vállalat alapítás.
- Az európai piacra való belépés feltételei.

### **5. A végrehajtás szervezete**

A szakmai és érdek-képviselői szervezetek EU-kommunikációját egyfelől az EU Kommunikációs Közalapítvány, másfelől a szaktárcák segítik. A támogatás kétféleképpen történik: pályázatok útján és információs szolgáltatásokkal.

A pályázati támogatásokat a következő kritériumok alapján kell megítélni:

1. A projekt relevanciája a felkészülés és az EU-tagság szempontjából.
2. Az érintettség mértéke, az érintettek száma.
3. Résztevők köre, előadók, szerzők szakmai háttere.
4. Uniós/tagállami partnerszervezet részvétele, támogatása.
5. Korábbi referenciák, tapasztalatok.
6. Mérhetőség megkövetelése.
7. Utókövetés (follow-up).
8. Kizárólag konkrét projekteket lehet támogatni (előadás, konferencia, szakmai szeminárium, információs kiadványok, adatbankok készítése stb.).
9. Csak nyílt pályázati formában és minimum hozzájárulást feltételül szabva (az utóbbtól csak nagyon indokolt esetben lehet eltérni).

A pályázati lehetőségek mellett a szakmai és érdek-képviselői szervezetek az alapvető kommunikációs eszközök (EU-portál, kiadványok, adatbázisok stb.) egyik első számú használói, így az EUKK kiemelt ügyfelei.

Az egyes minisztériumok és a területükön aktív szakmai és érdek-képviselői szervezetek kétoldalú kapcsolatainak megerősítése és kiépítése mellett a KS számára kiemelt jelentőséggel bírnak az olyan sokszereplős érdekegyeztető és konzultatív fórumok, mint például az Országos Érdekegyeztető Tanács.

Kifejezetten integrációs profiljából adódóan kiemelt szerepe lehet a KS szakmai decentralizációjában az Európai Integrációs Tanácsnak (EIT). Az EIT évente több alkalommal ülésező testület, melynek ülésein részt vesznek a Külügyminisztérium és a Foglalkoztatáspolitikai és Munkaügyi Minisztérium képviselői, valamint a szociális partnerek (az Országos Munkaügyi Tanácsban részt vevő munkaadói és munkavállalói érdek-képviselői szervezetek), és a köztisztviselői kamarák (MKIK, Agrárkamara) képviselői. Állandó meghívottként van jelen a Magyar Munkaadói Szervezetek Nemzetközi Együttműködési Szövetsége és a Magyar Szakszervezetek Európai Integrációs Bizottsága. A kommunikációs stratégia szakmai decentralizációját és a szaktárcák és a szakmai és érdek-képviselői szervezetek közötti kapcsolatokat erősítendő, az EIT ülésein - a tárgyalta téma függvényében - vegyenek részt a többi szaktárca képviselői és az adott területen kiemelten érintett speciális szakmai és érdek-képviselői szervezetek képviselői is.

## **X. CIVIL TÁRSADALMI DECENTRALIZÁCIÓ**

### **1. A civil szervezetek szerepe az EU-kommunikációban**

A civil társadalom aktív szerepe elengedhetetlen Magyarország sikeres EU-csatlakozási felkészüléséhez. A helyi és ágazati civil szervezetek kulcsszerepet játszanak a társadalom felkészülésében. A kommunikációs stratégia decentralizációjának és társadalmisításának programját csak a civil társadalmat alkotó szervezetekkel partnerségben lehet megvalósítani.

Magyarországon mára elfogadottá vált, hogy a piacgazdaságra és a demokráciára épülő társadalmak élete három elkülönülő szektorban zajlik: a piaci, az állami (önkormányzati) és a civil szférában. A három szektor között olyan munkamegosztás és együttműködés jött létre, amelynek felhasználása, becsatornázása az EU-kommunikációba ösztönözheti a társadalmi érdeket.

A civil egyesületek, a társadalmi önszerveződés hagyománya évszázados előzményekkel rendelkezik Magyarországon. Bár e hagyomány megtört 1948 és 1989 között, a rendszerváltás a civil szektor újjászületését és virágzását hozta. A civil társadalom fejlődése az állampolgárok közvetlen aktivitásának köszönhető, a civil társadalom szerveződéseinek ritmusa így nagyrészt független választási ciklusoktól. A civil társadalom az önkéntesség, a függetlenség, az egyéni kezdeményezés, a pluralizmus és a szolidaritás értékeinek megtestesítője.

*Az EU-kommunikáció civil társadalmi decentralizációjának alapelvei:*

- a civil szervezetek nonprofit tevékenysége a társadalmi kommunikációt erősíti, munkájuk az egyes társadalmi csoportok és a szolgáltató állam számára hozzáadott értéket képvisel,
- hatékony társadalmi kommunikáció csak autonóm civil önszerveződéssel és szolgáltatásokkal együtt működik,
- a kormányzati és a civil szerepvállalás azonos rangú, egymást kiegészítő szereppel bír,

- a kormányzati és a civil szervezetek kapcsolatát az intézményesített partneri viszony jellemzi, az elszámoltathatóság, a kölcsönös nyilvánosság és átláthatóság alapján.

Magyarországon körülbelül 60 ezer bejegyzett civil szervezetet tartanak nyilván. A KSH adatai szerint közülük körülbelül 47 ezer működik ténylegesen. E félszáz ezer szervezetben több tízezer ember dolgozik. A magyar civil szektor rendkívül tagolt és sokszínű. A civil szervezetek számos dimenzió mentén - helyi, országos, ágazati stb. - csoportosíthatóak. A tevékenység típusa szerint elkülöníthetők

- az öntevékeny szervezetek, klubok, körök;
- a szolgáltató nonprofit szervezetek;
- az érdek-képviselési, érdekvédelmi szervezetek;
- az adománygyűjtő, adományosztó szervezetek;
- a szövetségek és ernyőszervezetek.

*Az EU-kommunikációs együttműködés szükségessége és lehetőségei:*

- A civil szervezetek kreatív és innovatív kommunikációs ötletei szerepet kapnak a kommunikációs programok kidolgozásában és végrehajtásában.

- A harmadik szektor a kormányzatnál hatékonyabban von be számos társadalmi csoportot az aktív csatlakozási felkészülésbe; illetve olyan csoportokat is bevon, amelyek kormányzat számára elérhetetlenek.

- A civil szervezetek az EU-kommunikáció területén összekapcsolják a kielégítetlen helyi szükségleteket és az elérhető tudást, információkat.

- A civil szervezetek hatékonyan képesek a KS kiemelt társadalmi célcsoportjait megszólítani, érintettségük érzését felkelteni, és érdekeik felismerését segíteni.

- A civil szervezetek nélkülözhetetlen szereplői lesznek a partneri együttműködésre és többcsatornás finanszírozásra épülő EUKK programok kivitelezésének.

## **2. Kihívások**

*A civil szektor több feszültséggel küzd:*

- *Erős differenciálódás:* A szervezetek nagy többsége gazdaságilag gyenge és törékeny. Az együttműködést akadályozza, hogy szakmai felkészültségük, erőforrásokkal, infrastrukturális feltételekkel való ellátottságuk sokszor hiányos. Kevés a stabil, felkészült menedzsmenttel bíró szervezet. Ugyanakkor létrejött egy szűk, professzionizálódott, nagyrészt költségvetési forrásokat felhasználó, az államhoz és az önkormányzatokhoz szorosan kötődő szervezeti kör. A civil szervezetek működése is területi egyenlőtlenségeket tükröz.

- *A nyilvánosság korlátozottsága:* Sok civil szervezet nem tud a költségvetési és uniós források elérhetőségéről.

- *Megosztottság:* A szektor megosztott, az együttműködés helyett nemegyszer rivalizálás tapasztalható.

*A civil szervezetek jellemzőit a KS szempontjából a következőképpen összegezhetjük:*

*Erősségek*

- Magas elkötelezettségi szint, önkéntes munka sok szervezetnél.
- A helyi civil szervezetek jól ismerik a helyi viszonyokat, problémákat.
- Az ágazati civil szervezetek jól ismerik a képviselt társadalmi csoport és aktivitási terület (szakma, ágazat, kérdéskör) helyzetét, problémáit.
- Több szervezetnél erős mozgósítási és érdekérvényesítő képesség.
- Ismerik a kormányzati törekvéseket és igénylik a partnerséget.
- Többen jó uniós civil kapcsolatokkal rendelkeznek.

*Lehetőségek*

- Hatékonyan érhetik el saját tagjaikat; másképpen nehezen megszólítható helyi csoportokat és társadalmi rétegeket; és a KS kiemelt társadalmi célcsoportjait.

- Az EU-kommunikáció az eddiginél intenzívebben támaszkodhat szakmai tapasztalataikra.

- A kormányzat aktív, innovatív és hatékony partnerei lehetnek a felkészülési folyamatban.

- A csatlakozás egyes kérdéseinek feldolgozását segíthetik európai partnerszervezeteik bevonásával.

*Veszélyek*

- A civil szervezetek nem tudják betölteni a rájuk háruló feladatokat a felkészülés folyamán, s a bevonásuk lehetősége kiaknázatlanná válhat.

- Ha a kormányzattal nem sikerül partneri viszonyt kialakítani, passzívvá válhatnak.

- A civil szervezetek egy része EU-ellenessé, a csatlakozás ellenzőjévé válhat.

A lehetőségek kihasználására és a veszélyek elkerülésére a kormányzatnak a kommunikációs stratégián keresztül jelentősen támogatnia kell a civil szervezeteket. E szervezetek az EU-kommunikációban jelentős feladatokat tudnak átvenni a kormányzattól. Tiszteletben kell tartani, hogy a civil szervezetek a kormányzattól

független, öntevékeny szövetségek, egyesületek, alapítványok, klubok, körök, amelyek elsődlegesen tagságuk érdeklődését fejezik ki, és érdekeiket képviselik.

Annak érdekében, hogy a civil szervezetek élhessenek a csatlakozásból adódó lehetőségekkel, speciális projektekkel támogatni kell a pályázatírási készségek elsajátítását. A pályázatíró képzések rendszerét a KS keretében a szaktárcákkal együttműködve kell kidolgozni.

A szakmai és érdek-képviselési szervezetekhez hasonlóan a civil szervezeteknél is problémát okoz az elérhető információk feldolgozása. Kevés civil szervezetnél vannak olyan munkatársak, akik figyelemmel kísérik az integráció és az uniós jogalkotás folyamatát. Sokszor az általuk megszerzett információk is csak esetlegesen vagy egyáltalán nem jutnak el a tagsághoz és a szélesebb nyilvánossághoz.

Ma már sok ágazati civil szervezet kapcsolatba lépett európai partnerszervezetekkel. Ezeket az értékes tapasztalatok átadására létrejött kapcsolatokat érdemes támogatni. Így a magyarországi partnerszervezetek, és rajtuk keresztül a tagságuk, sőt a tágabb nyilvánosság is megismerheti az uniós civil szervezetek működését. Az uniós kapcsolatok területén azonban a hazai szervezeteknek nincs elegendő saját forrása a felmerülő költségek finanszírozására.

A civil szövetségek uniós tagországokbeli és brüsszeli kapcsolatainak, tapasztalatainak erősítéséhez a KS támogatást nyújt. Támogatja a szervezeti kapcsolatok építését (szakmai konferencia, szeminárium, tanulmányút, csereprogramok, gyakornoki munka). Szükséges, hogy a civil érdek-képviselési szervezetek az európai szervezetekkel közös szakmai programokra is pályázhassanak. Ezt támogatni kell a KS keretében. A támogatás feltételül kell szabni a szerzett tapasztalatok feldolgozását, az érdekelték körében való aktív terjesztését (multiplikátorhatás) és tágabb körben való nyilvánosságra hozását (kiadvány vagy internetes publikálás).

### **3. Célok**

Az EU-csatlakozási kommunikációs stratégia csak akkor lehet sikeres, ha sikerül partneri viszonyt és munkamegosztást kialakítani a civil társadalom szervezeteivel. Ezzel kapcsolatban a kormányzat civil stratégiájának tervezete kimondja:

A civil szervezetek részesei és aktív közreműködői lesznek az ország jövőjét meghatározó stratégiai kérdések eldöntésének. A kormányzati ciklus kiemelkedően legfontosabb sorskérdése Magyarország csatlakozása az Európai Unióhoz. Az ország csatlakozása a magyar civil szektor integrációját is jelenti, amelynek során minden egyes állampolgár és minden egyes civil szerveződés is illeszkedik az európai dimenziókba. A szektor szervezetei különösen sokat tehetnek a referendum sikeréért az uniós ismeretek lakosságnak szóló interpretálásában. E területen különösen fontos:

- az unióban működő politikák integrálásának hatásai a gazdaságra;
- az áru, a szolgáltatás, a személyek szabadsága és a tőke szabad mozgása a civil szektor szempontjából;
- a nemzetközi fejlesztési és segélyszervezetekkel való kapcsolatfelvétel, és a civil szervezetek számára igényelhető sokszínű uniós támogatások;
- a kormányzat segítsége az uniós források civil szervezetek számára történő hatékony eléréséhez;
- az Európai Unió állásfoglalásainak és iránymutatásainak beépítése a magyar jogszabályokba;
- a nemzeti érdekek és az európaiság egyidejű megjelenítése.

(Miniszterelnöki Hivatal, Kormányzati Informatikai és Társadalmi Kapcsolatok Hivatala, 2002. október 22.)

Ezzel egybehangzóan a KS tevékenységének legfontosabb céljai a civil társadalom szervezetei körében:

- A civil szervezetek kreatív és innovatív kommunikációs ötleteinek hasznosítása a kommunikációs programok kidolgozásában és végrehajtásában.
- A civil szervezetek hatékony bevonása a KS kiemelt társadalmi célcsoportjainak megszólításába (érinthetőségük érdekeik felismerését és az érzelmi azonosulást segíteni).
- A helyi civil szervezetek az EU-kommunikációs rendezvényeken és más tevékenységgel kapcsolják össze a kielégítetlen helyi szükségleteket és az elérhető tudást, információkat.
- Tudatosítani kell, hogy a tagság sikere és az európai értékrend érvényesülése részben a civil szektor aktivitásán múlik.
- Ennek eszköze a csatlakozás által teremtett pályázati és egyéb lehetőségek (források, támogatások stb.) megismertetése és a pályázatírási készségek fejlesztése. Annak tudatosítása, hogy az információk elérhetőek, és a civil társadalom szereplői érdekeltek a csatlakozásra való aktív felkészülésben.
- Az ágazati civil szervezetek esetében a speciális információigények maximális kielégítése, konkrét és célzott tájékoztatók segítségével.
- Az Európai Unió közösségi vívmányai közül a civil szférát érintő részek, s az ezekkel kapcsolatos felkészülési feladatok megismertetése.
- Olyan partneri viszony kialakítása a kormányzati és a civil szféra között, melynek segítségével az EU-csatlakozással kapcsolatos alkalmazkodási, felkészülési feladatokat szoros együttműködés keretén belül lehet elvégezni.

### **4. Specifikus üzenetek**

A civil szféra esetében is az általános üzenetek - különösen a KS központi üzenete, amely a lehetőségeket, a felkészülést és a jövőt hangsúlyozza - adják a kommunikáció keretét.

A civil szférán belül azonban meg kell különböztetni az ágazati civil szervezeteket, amelyek egy-egy körülhatárolt szakma, ágazat vagy kérdéskör területén fejtenek ki tevékenységet. Az ágazati civil szervezetek számára a KS-nek minél kevesebb általános, s minél több konkrét és célzott szakmai üzenetet, információt kell közvetítenie. Az EU-kommunikáció e területén a szakmaspecifikus, a célcsoportokat megcélzó üzeneteknek kell meghatározóvá válnia.

Emiatt egyre inkább szükségessé válik a szaktárcák és állami intézmények bevonása a civil szervezetekkel való partneri együttműködésbe. Minden érintett szaktárcának, kormányzati szervnek fel kell vállalnia a szakterületén tevékenykedő ágazati civil szervezetek felé irányuló EU-kommunikáció feladatait. Ugyanakkor az ágazati civil szervezeteket - hasonlóan a gazdaság szereplőihöz - elsősorban az őket érintő specifikus tartalmak, szakmai információk érdeklik. Így őket megcélözva elsősorban nem a szó szoros értelmében vett üzeneteket kell küldeni, hanem rendszeres, szakszerű, céltudatos információs, támogató-, szervezőtevékenység és partnerségi intézményrendszer szükséges, a KS azon központi üzenetére támaszkodva, amely az információk elérhetőségét hangsúlyozza.

Emellett az EU-portálon is elérhetővé kell tenni az ágazati civil szervezetek számára fontos információkat (esettanulmányokat, gyakran feltett kérdésekre a válaszokat, partnerszervezetek információit, EU-dokumentumokat stb.).

A civil szervezetek számára a következő üzenetek tudatosítására van szükség:

- A csatlakozás új lehetőségeket ad a civil szektornak.

A csatlakozás eddig ismeretlen tudáslehetőségeket, új forrásokat, kapcsolatokat, hálózatokat jelent a civil társadalom szereplőinek, a helyi társadalomnak és a társadalom egészének. E lehetőséget azonban csak a felkészültek tudják kihasználni.

- Az EU-pályázati információk elérhetőek.

Az EU-s és a hazai támogatásokra megalapozott és jól kidolgozott projektervekkel kell pályázni, és emellett saját erőforrásokat is fel kell mutatnia (társfinanszírozás). Tehát itt is azt az üzenetet kell hangsúlyozni, hogy a pályázatok csupán lehetőséget kínálnak, amellyel a szektornak, az országnak tudnia kell élni.

- Lépní kell, aktivitásra és tanulásra van szükség.

A megnyíló pályázati és egyéb lehetőségeket csak azok a szervezetek tudják kihasználni, amelyek aktívan keresik a pályázati információkat és az uniós kapcsolatokat. El kell sajátítani a pályázattírási művészetét.

- A civil szervezetek a Kormány partnerei a felkészülési folyamatban.

A csatlakozásra való felkészülés nem kizárólag az állam feladata, ezért ebben a civil szervezetekre is jelentős szerep hárul. A kormányzat partnerként kezeli és folyamatos párbeszédet tart fenn a civil szervezetekkel, mert csak így lehet sikeres a felkészülési és alkalmazkodási folyamat.

Az ágazati civil szervezetek esetében specifikus tartalmak elérhetővé tételére van szükség. Ezek a minisztériumok és a vonatkozó civil szervezetek által közösen kidolgozandó tartalmak fő témaként mutatják be az adott ágazatra vonatkozó speciális feltételeket. Az ágazati civil szervezetek legyenek tisztában azzal, hogy pontosan mire kell felkészülnie az ágazatnak a csatlakozásig, majd azt követően; ismerniük kell a szakmai információkat és az EU-béli civil partnerlehetőségeket.

## **5. A végrehajtás szervezete**

A civil szervezetek támogatása nyilvános pályázati rendszereken át történik. A helyi civil szervezetek az EUKK által biztosított forrásokra a megyei közgyűlésekhez pályáznak EU-kommunikációs projekterveikkel. A helyi EU-kommunikációs projektek elbírálásánál előnyt élvez az a civil szervezet, amely együttműködik helyi közművelődési és oktatási intézményekkel, valamint a megyei Európai Információs Ponttal. Különösen preferálni kell a civil szervezetek kapcsolatteremtését a helyi általános és középiskolákkal, más oktatási intézményekkel, valamint óvodákkal.

Az ágazati civil szervezetek pályázatait esetében a pályázati kiírást és a pályázati folyamatot koordinálni kell a szaktárcákkal. Törekedni kell a tárcák által kiírt pályázatok összehangolására, és azonos projektek többszöri támogatásának elkerülésére, az adott szaktárcák képviselőinek bevonására a pályázattási folyamatba.

A pályázatok elbírálásához a következő szempontokat kell figyelembe venni:

1. a projekt relevanciája az EU-tagság szempontjából;

2. az érintettek száma;

3. résztvevők köre, előadók, szerzők szakmai háttere;

4. uniós/tagállami partnerszervezet részvétele, támogatása;

5. korábbi referenciák, tapasztalatok;

6. mérhetőség megkövetelése;

7. utókövetés (follow-up);

8. kizárólag konkrét projekteket lehet támogatni (információs kiadványok, adatbázisok készítése, rendezvény, előadás, konferencia, szakmai szeminárium stb.);

9. csak nyílt pályázati formában és minimum hozzájárulást feltételül szabva (az utóbbtól csak nagyon indokolt esetben lehet eltérni);

10. a civil szervezet típusa (helyi, ágazati vagy más) hatékony-e a javasolt projekt végrehajtásához;

11. a településtípus (főváros, nagyváros, kisváros, község); és

12. a földrajzi és társadalmi egyenlőtlenség térképén való elhelyezkedés.

A pályázattal kapcsolatban be kell vonni a civil szektort és a civil pályázatadás folyamatát jól ismerő szervezetek munkatársait, valamint a KS-t minden elemében ismerő EU- és kommunikációs szakembereket. A pályázati folyamat menedzselését és a végrehajtás monitorozását tapasztalt külső nonprofit szervezetekre (pl. Nonprofit Információs Központ, Civil Házak) kell bízni.

## ÖTÖDIK RÉSZ

### A KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIA CÉLCSOPORTJAI

#### XI. KÖZVETÍTŐ CSOPORTOK, TÁRSADALMI VÉLEMÉNYIRÁNYÍTÓK

Társadalmi véleményirányítóknak azon közvetítő csoportokat nevezzük, amelyek szakmai tevékenységükkel önmaguknál jóval tágabb közönséghez továbbítanak rendszeresen erre szerveződő intézményes keretek között információt. A pusztán információátvitelén túl e társadalmi véleményirányítók nagy szerepet játszanak az információt feldolgozó szemléleti horizontok és értelmezési keretek, valamint a közéleti tematika, napirend kialakításában is.

A közvetítő csoportok információval való ellátása, szakmai érdekeltiségének felkeltése és az EU-csatlakozási felkészülésben játszott szerepének tudatosítása tehát nem önmagában vett cél. A véleményirányítók motivációinak felkeltése és az EU-val kapcsolatos információáramlásba való bevonása azért fontos, mert széles társadalmi célcsoportokkal kommunikálnak. Szerepük így rövid és hosszú távon egyaránt döntő az EU-val kapcsolatos társadalmi nézetrendszerek alakulásában.

A KS keretében a következő közvetítő csoportok élveznek megkülönböztetett figyelmet:

- újságírók,
- általános és középiskolai tanárok,
- tudományos kutatók és egyetemi-főiskolai oktatók,
- egyházi, vallási vezetők,
- közéleti személyiségek.

E csoportok megszólításának és bevonásának jelentősége függ a kommunikáció szakaszolásától. Más-más csoportok szolgálnak a stratégia elsődleges célcsoportjaiként, például a mozgósítás vagy a tagságra való felkészülés szakaszában. Jelen fejezet célja csupán a kommunikáció szempontjából legjelentősebb csoportok beazonosítása. A célcsoportok kommunikációs szakaszok szerinti fontossági sorrendjének kialakítása a tárcaszintű stratégiák és az éves akciótervek feladata.

##### 1. Újságírók

###### 1.1. A célcsoport jellemzői

Az újságírók a társadalmi intézményrendszerben elfoglalt helyük következtében az egyik leghatékonyabb közvetítői célcsoportot alkotják. A média intézményrendszerén keresztül az újságírók a magyar társadalom egészéhez, ezen belül számos - nagyobb és kisebb, általános és speciális - célcsoporthoz egyaránt szólnak.

Az újságírókat és más médiszakembereket mint közvetítői célcsoportot nagyfokú heterogenitás jellemzi. Az EU-integrációval kapcsolatos kommunikáció szempontjából a magyar újságíró-társadalmat, illetve az újságírókat alkalmazó média intézményrendszerét számos releváns szempont szerint bonthatjuk csoportokra.

Többek között:

Az újságírók szakmai specializációja szerint:

- külpolitikai szakújságírók,
- belpolitikai szakújságírók,
- gazdasági szakújságírók,
- más szakújságírók,
- nem szakújságírók.

A média technológiai típusai szerint:

- nyomtatott sajtó,
- televízió,
- rádió,

- internetes újságok (tágabb értelemben on-line média).

A média földrajzi hatóköre szerint:

- országos média,
- megyei, regionális média,
- helyi média.

A médiatartalom frissítésének és megjelenésének ritmusa szerint:

- napi és gyakrabban frissített média,
- heti és kétheti média,
- havi és ritkábban megjelenő média.

A célközönség és specializáció szerint:

- általános közönséget célzó tömegmédia (pl. tévéhíradók, országos napilapok),
- speciális közönséget célzó tömegmédia (pl. női lapok),
- speciális közönséget célzó kis példányszámú média (pl. szaklapok, szakfolyóiratok),
- on-line média, amely a linkeken keresztül rendkívül speciális információkhoz (pl. adatbankokhoz) vezethet.

A feldolgozás módja szerint:

- minőségi, komoly média,
- bulvármédia.

A médiszakemberek beosztása szerint:

- beosztott újságírók, riporterek,
- szerkesztők, rovatvezetők,
- főszerkesztők, hírigazgatók,
- kiadói vezérigazgatók, médiamenedzserek, médiaelnökök,
- médiatulajdonosok.

### *1.2. Kommunikációs kihívások*

Az újságírók véleményirányító, közvetítő szerepével kapcsolatban öt kommunikációs kihívás érdemel megkülönböztetett figyelmet:

- az újságíró-társadalom rétegzettsége, sokfélesége,
- a külpolitikai szakértők mellett az integráció témájával újonnan foglalkozni kezdők támogatása (az EU témája már nemcsak a külpolitikai újságírók számára válik fontossá, hanem ennél jóval szélesebb újságírói kört érint és érdekel),
- hangsúlyváltás a külpolitikáról a közösségi politikákra és a belső felkészülésre,
- annak eldöntése, a médiatámogatást pénzben vagy információban nyújtsa-e a kormányzat,
- az on-line média jelentőségének növekedése.

#### *Az újságíró-társadalom rétegzettsége*

Az újságírók EU-val kapcsolatos érdeklődésének, tudásának mélysége igen eltérő. A stratégiának árnyaltan kell kezelnie az újságíró-társadalom mint közvetítő célcsoport heterogenitását, belső sokféleségét és rétegzettségét. Az egyes kommunikációs célok az újságíró-társadalom meghatározott csoportjainak bevonásával érhetők el leghatékonyabban. A speciális kommunikációs célok eléréséhez a megfelelő újságírócsoportot kell információkkal és más módon segíteni, érintetté tenni.

#### *EU-szakértő és az integrációval újonnan foglalkozni kezdő újságírók*

Felmerül a kérdés: ha egyes kommunikációs célkitűzések több újságírócsoport érintetté tételével is megközelíthetőek, akkor ki kapjon támogatást? Az EU-integrációról sokat tudó, EU-szakértő újságírók vagy az integráció különböző vonatkozásaival csak most foglalkozni kezdők? A média területén az eddigi EU-kommunikáció eddigi gyakorlatának elmélyítése, avagy annak kiszélesítése legyen a prioritás?

Egyfelől az eddigi kedvezményezett kör további támogatása mellett szól, hogy így mód nyílik a tapasztalt, az uniós tematikával már viszonylag régóta foglalkozó újságírók tudásának elmélyítésére és naprakésszé tételére. Másfelől a tagság közeledtével a külpolitikai újságírók és általános hírszerkesztők mellett számos más terület szakértő újságírót is be kell vonni a kommunikációba. A kihívásra tehát az integráció aspektusaival újonnan foglalkozni kezdő újságírók bevonásával kell válaszolni. Ugyanakkor az előző szakaszban támogatott újságírókat folyamatosan információval kell ellátni, és ápolni kell a velük való szakmai kapcsolatot.

#### *Hangsúlyváltás a külpolitikáról a közösségi politikákra és a belső felkészülésre*

A korábbi időszakban az EU-tematika legtöbbször külügyi, diplomáciai értelmezési keretben jelent meg a médiában. Magyarország integrációjával kapcsolatban pedig a csatlakozás esélyeinek, időpontjának kérdése, illetve maguk a csatlakozási tárgyalások kapták a legnagyobb hangsúlyt.

Ennek megfelelően az EU-ügyekkel és az EU-integrációval legtöbbször külpolitikai újságírók foglalkoztak. A téma jellemzően a lapok külpolitikai oldalain, illetve a hírműsorokban a külpolitikai hírek között jelent meg. A KS időszakában a laptámogatások segítségével készült EU-témájú újságmelléleteket is legtöbbször a

külpolitikai szerkesztők szerkesztették. A médiában az EU-specialista újságíró szerepét általában a külpolitikai újságíró játszotta.

A mostani időszakban fontos kommunikációs tematikaként maradnak meg a magyar csatlakozási folyamat külügyi vonatkozásai. Ugyanakkor a kommunikáció hangsúlyát az integrációval kapcsolatos belső felkészülésre, az egyes társadalmi csoportoknak, ágazatoknak, szakmáknak a csatlakozásból következő lehetőségeire és a felkészülés feladataira kell helyezni. Ez a hangsúlyváltás kommunikációs kihívásként jelenik meg az újságírókkal való kapcsolattartásban, a média információval való ellátásában és az esetleges támogatásában is.

Elő kell segíteni azt, hogy a külpolitikai újságírók mellett más rovatok újságírói, különösen a közösségi közléthez kapcsolódó hagyományos hazai területekkel foglalkozó szakújságírók is aktív szerepet vállaljanak az EU-kommunikációban. Arra kell törekedni, hogy a média dolgozza fel a hagyományos témák európai dimenzióját, a jogharmonizáció követelményeit (a csatlakozás után is), és így témakijelölő szerepével, hírszolgáltatásával segítse a magyar társadalom integrációs felkészülését. Ahogyan a csatlakozási folyamat előrehalad, az EU-integrációval kapcsolatos kommunikációban egyre inkább teret kell kapjanak a közösségi létre való felkészülés belső kérdéseivel foglalkozó

- belpolitikai szakújságírók,
- gazdasági szakújságírók,
- más szakújságírók, és
- nem szakújságírók.

Az EU-integrációra való belső, társadalmi felkészülést az szolgálja leghatékonyabban, ha a felkészülés és tágabban az európai dimenzió a média valamennyi hagyományos hír és elemzési tematikájában, rovatában megjelenik. A csatlakozás külpolitikai vonatkozásai természetesen megmaradnak. Az integráció kérdéskörének feldolgozásában azonban segíteni kell a külpolitikai újságírókon kívül más újságírói csoportok munkáját is.

#### *Médiatámogatás - pénz vagy információ?*

A korábbi időszakban a médiatámogatás fő formájaként szerepelt az anyagi támogatás, az EU-val és az integrációval foglalkozó mellékletek és műsorok közvetlen szponzorálása. Emellett kisebb szerepet játszottak a támogatás nem pénzbeli formái. A tapasztalatok szerint az EU-mellékletekkel és szponzorált műsorokkal elsősorban mennyiségi növekedést lehetett elérni. Ez lehetőséget teremtett az EU-tematika feldolgozására. A közvetlen szponzorálás ugyanakkor szerepet játszott a kis példányszámú lapok, illetve helyi médiumok anyagi gondjainak enyhítésében is.

A pénzbeli támogatás azonban felveti a média szakmai és politikai függetlenségének, illetve közönség előtti hitelének kérdését. A közvetlen anyagi juttatás továbbá - a médiatörvény szponzorációt szabályozó előírásai miatt - a tévéknél és rádióknál ráadásul jogi bonyodalmakat okoz.

A fentiek miatt a tartalom magas színvonalát és a feldolgozás mélységét elsősorban az újságíróknak szóló információs szolgáltatásokkal és a felkészülésüket segítő képzéssel kell garantálni. Azt kell elősegíteni, hogy az integráció és a felkészülés valamennyi közélettel foglalkozó újságírói szakterület munkájában megjelenjen.

Mindez amellet szól, hogy a KS-ben a médiumok közvetlen anyagi támogatását, a mellékletek, műsorok pénzügyi szponzorálását csökkenteni kell. (Egyedüli kivételt az agrár- és regionális tematikájú mellékletek támogatása jelenthet, illetve a népszavazási részvételre történő mobilizálás igényelhet.)

Ehelyett egyfelől az újságírók információval - friss hírrel, exkluzív tájékoztatással és rendszeres, bő háttéranyaggal - való ellátására kell összpontosítani a kormányzati erőforrásokat. Másfelől támogatni kell az újságírók EU-csatlakozással kapcsolatos munkáját, a felkészülésüket segítő szemináriumok, továbbképzések, szakmai műhelyek, médiaklubok létrejöttét, illetve folyamatos működését. Az információs és továbbképzési szolgáltatásokban egyaránt a belső felkészülés területeire, a társadalmi és szakmai csoportokat érintő jogharmonizációs kérdésekre kell összpontosítani.

A kommunikációban különös figyelmet kell fordítani a kiemelt társadalmi célcsoportokat - fiatalok, mezőgazdaságból élők, kis- és középvállalkozók, nők, nyugdíjasok - szolgáló médiumok újságíróinak támogatására.

#### *Az on-line média jelentőségének növekedése*

A KS időszaka egyszersmind az információs társadalom magyarországi térnyerésének korszaka is. Ebben az időszakban még népszerűbbé válnak az internetes hírforrások, a digitális technológiai átalakulással létrejövő új médiumfajok, és fokozatosan átalakul a médiafogyasztás szerkezete is. A 21. század első évtizedében várhatóan folytatódik a hagyományosan elkülönülő médiarendszerek (sajtó, rádió, tévé), az internet és a mobil kommunikáció rendszereinek fokozatos egymásra hatása, illetve közös információs rendszerré olvadása. Ez az új médiarendszer eddig ismeretlen, új információs és kommunikációs szolgáltatásokat is nyújt, amelyek először az elit csoportokban, majd szélesebb felhasználói csoportokban terjednek el.

Fokozatos, ám gyökeres átalakulás várható a médiafogyasztási szokásokban. Már az ezredfordulón elindult az a folyamat, amelyben a fiatal és magasan kvalifikált rétegek egyre több időt töltenek internetezéssel és egyre kevesebbet hagyományos médiafogyasztással, újságolvasással, tévénézéssel, rádiózással.

A KS időszakában fel kell készülni arra, hogy a közéleti információszolgáltatásban nő az on-line média és újságírás szerepe (internetes portálok, hírlapok, e-mail-listákat kiszolgáló tematikus hírlevelek, személyre szóló sajtóösszeállítások és hírek, intézményi igényeket szolgáló, megrendelt hírfolyamok, internetes adatbankok stb.). Az újságírók támogatását (az információk szolgáltatásait és a továbbképzést) ezért fel kell ajánlani az on-line média munkatársai számára is, illetve támogatni kell az integrációval foglalkozó speciális on-line hírforrások, adatbankok stb. működését. Ugyanígy természetesen az is igaz, hogy az egyes társadalmi csoportok sajátosságainak megfelelően kell kialakítani az optimális médiastratégiát, tekintettel arra, hogy ma Magyarországon nagyon éles különbségek figyelhetők meg a médiafogyasztási szokásokban.

### *1.3. Célok*

A média és újságírók mint közvetítő, társadalmi véleményirányító célcsoport hatásával kapcsolatban háromféle közelítést érdemes elkülöníteni. Ehhez kapcsolódnak a kommunikáció céljai.

#### *Információközlés*

Az empirikus társadalomkutatások kimutatták, hogy az emberek a politikai, közéleti tényekkel és változásokkal kapcsolatos információik túlnyomó többségét a médiából szerzik. Ez nemcsak a parlamenti és pártpolitikára, hanem a napi politikától távolabb eső közügyekre, például a közpolitikára, a pénzügyi kérdésekre, szociálpolitikára és a törvénykezés, ágazati szabályozás számos kérdésére is vonatkozik. Az információforrások között össztársadalmi szinten vezető helyen áll a televízió, ezt követi a rádió, a nyomtatott sajtó és az internet.

Az újságírókkal folytatott kommunikáció első célja, hogy célközönségükhöz rendszeresen bőséges, igaz, árnyalt és releváns információt juttassanak az EU-csatlakozás aktuális kérdéseiről, s ezzel segítsék a magyar társadalom felkészülését. Ezzel összefüggő célkitűzés e területen az, hogy az EU-integrációról szóló aktuális hírek, információk a lapok és a média valamennyi közéleti tematikájában - a politikai, társadalmi, gazdasági és kulturális rovatokban, műsorokban - jelenjenek meg.

#### *A közéleti napirend alakítása*

A médiakutatás egyik fontos tétele, hogy a média tematikája, napirendje nagyban alakítja a közvélemény tematikáját, napirendjét. Azt, hogy a társadalom egésze és ezen belül egyes társadalmi csoportok mit tartanak fontos kérdésnek. E felfogás szerint a média nem abban sikeres, hogy megmondja, mit gondoljunk, hanem annak kijelölésében: miről gondolkodjunk, miről folyjon a kommunikáció.

A KS keretében az újságírókkal folytatott kommunikáció második célja, hogy az EU-integráció ügyét a média mint a közéleti napirend legfontosabb átfogó kérdését, a legfontosabb általános politikai és társadalmi prioritást mutassa be. Ezen belül az a célkitűzés, hogy az integráció ne csupán a külügyek napirendjében jelenjen meg fontos témaként, hanem az integrációval összefüggő valamennyi - társadalmi, gazdasági, kulturális - ágazati, szakmai kérdés súlyának, stratégiai fontosságának megfelelően mutakozzon a nyilvánosságban. A cél tehát az, hogy az EU-integráció, ezen belül a belső szakmai felkészülés fontos kérdései hosszú távon a közéleti napirend prioritása legyen. Figyelembe véve azt, hogy ezek a témák nem feltétlenül szolgálnak folyamatosan hírértékű információval, hangsúlyozni érdemes azokat a kezdeményezéseket, amelyek jelentős médiapotenciállal rendelkeznek, és amelyek üzenetei egybeesnek a KS fontos üzeneteivel.

#### *Értelmezési keretek*

A média további szerepe az információk szervezésére szolgáló értelmezési keretek kiválogatása, változtatása és továbbítása, a közönség szemléleti horizontjának alakítása. Az újságírók rutinszerű szakmai munkájuk során jelentéseikben akár tudatlanul is bizonyos értelmezéseket, hangsúlyokat, előadásmódot, csomagolást alkalmaznak. Szelektálják és értelmezik a nyers információkat, összefüggésekre mutatnak és egységes értelmezési módokat, szemléleti keretet adnak. A média ezért a valóságértelmezés, a társadalmi tudatformálás egyik fő intézménye.

Az újságírókkal folytatott kommunikáció harmadik célja, hogy az EU-csatlakozással kapcsolatban a média mutassa be a KS általános üzeneteit (lásd a IV. fejezetet) és használja ezeket értelmezési keretnek a speciális üzenetek és tényinformációk közvetítésében. A cél, hogy ezek az üzenetek legyenek a mindennapi médiakommunikáció meghatározó értelmezési keretei. Ezek a fő értelmezési keretek adjanak eszközt az EU-csatlakozásról szóló információk szelektálásához, az integrációról alkotott társadalmi tudás formálásához.

### *1.4. Üzenetek*

Az újságíróknak mint közvetítő célcsoportnak szóló üzenetek a következők:

1. az újságírók által szolgáltatott lakossági célcsoportoknak szóló üzenetek,
2. általános üzenetek az újságírók számára,
3. partnerszerep felajánlása, együttműködés kereteinek biztosítása az újságírók számára.

A magyar újságíró-társadalom számára a kormányzat kínáljon partnerszerepet a csatlakozással kapcsolatos kommunikációban. Ki kell mondani: a sikeres csatlakozás és a hatékony belső felkészülés nemzeti érdek, amelyben minden jelentős szakmai csoportnak szerepet kell játszani. A belső felkészülés össztársadalmi ügy, minden állampolgárt érintő közügy és nem csak politikai kérdés.

A belső felkészülés segítésében a kormányzat partnerszerepet kínál a legfontosabb közvetítő csoportok, a társadalmi véleményvezérek, ezen belül kitüntetetten az újságírók számára. A felkészülés sikerében kiemelkedő a média felelőssége, hiszen az állampolgárok a közügyekről szerzett információik döntő részét a médiából szerzik. A partnerség keretében a kormányzat rendszeres visszajelzési lehetőséget, véleményt kér a médiaszakemberektől a kommunikáció hatékonyságáról, a közönség EU-csatlakozással kapcsolatos médiapreferenciáiról. Ugyanakkor a kormányzat megkülönböztetetten támogatja a magyar újságíróknak a felkészüléssel kapcsolatos, magas szintű szakmai munkáját.

A partnerség keretében a kormányzat segíti az újságírók felkészülését az egyes szakterületeken. Segíti és támogatja, hogy

- az egyes társadalmi csoportok érdekeltségét és az érintettségét érzékeltető összefüggések és információk eljussanak az újságírókhoz,
- naprakész információkat ad ahhoz, hogy az újságírók speciális médiacélcsoportjaik számára rendszeresen releváns információkban gazdag tartalmat juttathassanak el,
- az újságírók legyenek ezen információk hatékony, szakmailag magas szintű, független közvetítői (e célra pl. újságíró-továbbképzéseket szervez),
- az újságírók segítsék az egyének és csoportok önálló véleményformálását a csatlakozással kapcsolatban.

## **2. Tanárok, pedagógusok**

### *2.1. A célcsoport jellemzői*

A mai gyerekek és fiatalok néhány éven belül Magyarország és az EU polgárai lesznek. Felkészülésük, a tanároktól és egymástól tanult tudásuk és készségeik döntő mértékben járulnak hozzá ahhoz, hogy felnőttkorukban eredményesen élhessenek az EU-tagság nyújtotta lehetőségekkel. Az EU-tagságra való felkészítés az iskolai és iskolán kívüli nevelés keretein belül kulcskérdés a magyar társadalom egésze számára. A KS keretében ezért kiemelten kell segíteni a pedagógusok felkészülését. Arra kell törekedni, hogy a tanárok minél több hatékony, az unióban való érvényesüléshez szükséges tudást és készségeket nyújtó projektet kínálhassanak a gyerekeknek, fiataloknak.

A legtöbb pedagógus-EU-kommunikációs projekt az iskolarendszerben vagy ahhoz kapcsolódóan zajlik, így közvetlenül vagy közvetetten érinti a tanárképzés és az oktatáspolitikai területét. E projektek terveit ezért az Oktatási Minisztériummal való konzultáció után kell véglegesíteni. A projekterveket az elmúlt években számos tanári projektet támogató Külügyminisztériummal is egyeztetni kell. A tárcák közötti munkamegosztásban a legnagyobb hatékonyságra kell törekedni.

A fiatalok tanítása és nevelése a társadalmi tudatformálás egyik leghatékonyabb formája. A tanárok a társadalmi munkamegosztásban elfoglalt helyük következtében a jövőbeni magyar társadalom egészéhez szólnak, a fiatal nemzedék képében a jövő egész magyar társadalmát formálják. A kommunikációs stratégiában így az egyik legeredményesebb és legnagyobb fontosságú közvetítő csoportot alkotják. A KS időszakában arra kell törekedni, hogy a pedagógusok közvetítésével valamennyi gyermek és fiatal korcsoport életkori sajátosságainak megfelelő lehetőséget kapjon az uniós léthez szükséges tudás és készségek megszerzésére. A KS keretében ezért a pedagógustársadalom számos csoportját szükséges megszólítani, és számukra kormányzati segítséget nyújtani a hatékony kommunikációhoz.

A magyar tanárság egésze az EU-kommunikáció szempontjából számos szempont szerint bontható csoportra. Többek között:

A tanulók életkora szerint:

- az óvodapedagógusok (bár a KS keretében ezúttal szerepükkel nem foglalkozunk),
- a közoktatásban (általános iskolák és középiskolák),
- a felsőoktatásban és posztgraduális képzésben,
- a felnőttoktatásban (hagyományos és távoktatási formák) dolgozó tanárok.

Az EU-val kapcsolatos oktatási programokban szerzett tapasztalatok szerint:

- EU-oktatási programokban már részt vett,
- EU-oktatási programokban még részt nem vett pedagógusok.

A tantárgyak szerint:

- humán tárgyakat,
- reál tárgyakat,
- egyéb tárgyakat tanító tanárok.

A nyelvtudás szerint:

- idegen nyelvet (ezen belül kiemelten nyugati nyelvet) általában beszélők,
- nyugati nyelven az EU és pedagógiai szaknyelvét is beszélők,
- idegen nyelvet nem beszélők.

A pedagógusprojekteket úgy kell kialakítani, hogy a fentiek közül valamennyi csoport EU-felkészülését és kommunikációs közvetítő szerepét segítsék.

### *A pedagógusprojektek öt szintje*

Az EU-kommunikáció pedagógusprojektjeinek tervezésénél a célok és eszközök meghatározásánál következő öt szintet, és az annak megfelelő, közvetlen és közvetett célcsoportokat kell elkülöníteni:

- gyerekek, tanulók,
- pedagógusok,
- intézményi vezetők (iskola- és óvodaigazgatók),
- oktatásügyi döntéshozók,
- szülők, családok.

## *2.2. Kommunikációs kihívások*

### *2.2.1. Az EU-képzés igénye*

Az Európai Közösség/Unió számos oktatáspolitikai dokumentumban hívta fel a figyelmet az oktatás európai dimenziójának fontosságára. Az európai dimenzió oktatása egyre időszerűbb és sürgetőbb lesz a csatlakozás közeledtével Magyarországon is.

Ugyanakkor a pedagógusok információhiányról számolnak be az EU és a csatlakozás tematikája kapcsán. Információt lényegében két forrásból kaphatnak: a sajtóból, médiából, illetve saját (pl. könyvtári, internetes) kutatásukból. Említésre méltóak ezenkívül a Külügyminisztérium támogatásával az elmúlt évek során megvalósult tanárképzési és tanári kézikönyv projektek. Hiányzik azonban a módszeres, rendszeres, tanártovábbképzés, amely az alapvető intézményi kérdésektől a speciális oktatáspolitikai témákig áttekinti az EU és a csatlakozás kérdéskörét. Ennek intézményi lehetőségét egy, az Oktatásügyi Minisztérium által koordinált képzésben (előadás-sorozat, szeminárium, tréning stb.) kell megteremteni.

Az egyes felsőoktatási intézményekben működő Európai Tanulmányi Központok (ETK-k) ma nem épülnek be szervesen a tanárképzés rendszerébe. Arra kell törekedni, hogy az ETK-k részt vegyenek a tanárképzés és továbbképzés intézményeiben, és ezáltal tematikájuk jobban integrálódjon a képzés rendszerébe.

### *2.2.2. EU- és pedagógiai szaknyelv képzési igénye idegen nyelven*

Az EU-tagság a nyugatnyelv-tudás felértékelődését hozza magával. Magyarországon azonban a nyelvtudás szintje még a kelet-közép-európai régióban is az egyik legalacsonyabb, s alacsony a pedagógusok között is. Szakértői források szerint például a magyar iskolavezetők túlnyomó többsége nem tud idegen nyelven. A tagságra való felkészülés időszakában támogatni kell, hogy a pedagógusok és az oktatással foglalkozó szakemberek minél teljesebb köre nyugatnyelv-ismeretet szerezzen. (A tagság után enélkül vezető állást hatékonyan, felelősen betölteni nem lehet.) Ugyanakkor konkrét programokat kell létrehozni az EU- és pedagógiai szaknyelv képzésére idegen nyelven. Ez azok számára is fontos, akik beszélnek az adott nyelvet, hiszen a speciális szókincs, intézményi és szakmai kifejezőkészlet nem része az általános nyelvtudásnak, és csak a mögötte álló szakmai (EU-intézményi, oktatáspolitikai stb.) ismeretekkel együtt oktatható eredményesen.

### *2.2.3. Keresztantervek, tantárgyköziség, tanári együttműködés*

A mai oktatási rendszer meghatározó módon az egyes tantárgyak elkülönülésére épít. Az egyes tárgyak és oktatók mintegy bezárkóznak saját területükre. Kevés a tárgyi érintkezés a tantárgyak és ritka az érdemi szakmai kommunikáció a különböző szakterületeket oktató szaktanárok között. Az EU-hoz kapcsolódó tantárgyakkal folytatott eddigi oktatási projektek tapasztalatai azonban azt az eredményt hozták, hogy (az EU-val kapcsolatos külön tantárgy bevezetése mellett) célszerű az európai dimenzió oktatását, az EU-hoz kapcsolódó tudást a keresztantervek és a tantárgyköziség elvei szerint oktatási projektekben is strukturálni. Ez viszont azt jelenti, hogy az EU-tárgyak tanítása újfajta tanári munkaközösség, tanár-tanár együttműködés meghonosítását teszi szükségessé oktatási intézményeinkben. Az EU-kommunikációs pedagógusprojekteknek támogatniuk kell e szemlélet elterjedését.

Ezzel együtt lenne érdemes azt a koncepciót is megvalósítani, amely a lexikális típusú ismeretanyag bővítése helyett elsősorban a gondolkodás, a problémamegoldás képességének növelésére, az együttműködés készségének fejlesztésére helyezi a hangsúlyt. A kutatások egyértelműen azt bizonyítják, hogy ezeknek a képességeknek és készségeknek a fejlesztése nélkül magyar diákok egyértelműen lemaradnak európai társaik mögött és egy számukra hamarosan megnyíló, európai léptékű munkaerőpiacon hátrányba kerülnek.

### *2.2.4. Tanár-diák együttműködés*

Az oktatás európai dimenziójának megjelenítése nemcsak új tanár-tanár, hanem újszerű tanár-diák viszonyt is magával hoz. A tanárok sokszor a módszertani továbbképzéseken szembesülnek azzal, hogy az EU-s tematika oktatása és tanórán kívüli tevékenység (EU-klubok és az EU-napok szervezése) újfajta tanár-diák együttműködést is szükségessé tesz a hagyományos előadás-feleltetés-dolgozat módszertanhoz képest. Az EU-tematika oktatása alatt, illetve a tanórán kívüli EU-s programok szervezése közben a hierarchikus viszonyokhoz képest más, újszerű tanár-diák kapcsolat valósul meg, amely a közös cél, a sikeres EU-projektek érdekében való együttműködésen alapul. Az EU-kommunikációs projektek keretében a tanároknak fel kell készülniük, az iskoláknak helyet kell adniuk az újfajta tanár-diák együttműködésnek.

### *2.2.5. Tanórán kívüli EU-s tevékenységek*

Az EU-val kapcsolatos, tanórán kívüli tevékenységek jelentős része az iskolán kívül valósul meg. Az EU-s projektek keretében a tanárok és diákok többek között

- iskolai EU-klubot szerveznek,
- részt vesznek a település EU-klubjának munkájában,
- ellátogatnak az Európai Információs Ponthoz,
- felkeresik az önkormányzatot,
- testvériskolákkal cserekapcsolatokat szerveznek,
- tanulmányi versenyt szerveznek, illetve részt vesznek e versenyeken,
- Európa-napokon bemutatják a szülőknek, családoknak az EU-s tevékenységüket.

Kommunikációs kihívásokhoz vezet tehát, hogy az EU-s tevékenységek kinyitják az iskolát a társadalom és különböző intézmények, közösségek felé. A tanárképzés hagyományos módszertana azonban az iskolán belüli oktató-nevelő tevékenységre készíti fel. Az iskolán kívüli tanári szerep és a diákok vezetése sokszor idegen a tanároknak, módszertanilag nincsenek erre felkészülve, nem ismerik a hatékony problémamegoldási és szervezési módszereket.

### *2.2.6. Projektmenedzsment-ismeretek szükségessége*

Az EU-val kapcsolatos tevékenységek legtöbbször (induláskor mindig) projekt formában indulnak. Ezért az iskolavezetők és a pedagógusok igénylik a projektekre felkészítő, a projekteken alapuló gondolkodás elsajátításának lehetőségét. Képzési és tréninglehetőséget kell teremteni arra, hogy az intézményvezetés és a tanárok projektmenedzsment- és forrásteremtési ismeretekhez jussanak. Mivel az EU-projektekben való részvétel az oktatásügyi döntéshozókat is új kihívások elé állítja, a projektmenedzsment-képzésbe őket is be kell vonni.

### *2.2.7. Az európai dimenzió az oktatáspolitikai dokumentumokban*

Az EU-tematika oktatásával kapcsolatos kihívások nemcsak a pedagógusok napi gyakorlatában, az oktatási intézmények szintjén jelentkeznek, hanem a magyar oktatáspolitikai szabályozásának szintjét is érintik. Ez az oktatáspolitikai törvényi jogharmonizációjának alacsonyabb szinteken való alkalmazását, beillesztését jelenti a magyar oktatáspolitikai dokumentumokba. A tantervek rendszerét módszeresen át kell tekinteni, és biztosítani kell, hogy az európai dimenzió az oktatás valamennyi megfelelő területén érvényesüljön. Ez a módszeres munka nagyban segíti az EU-kommunikációs projektek hatékonyságát, hiszen megteremti az intézményi és tantervi kereteket az EU-tematika állandó oktatására és az órán kívüli tevékenységekre egyaránt.

### *2.2.8. Alacsony pedagógusi jövedelem*

Az elmúlt időszak jelentős társadalmi kötelezettséget teljesített, amikor jelentős mértékben került sor pedagógus-béremelésre. Ennek ellenére, bár nem sorolható közvetlenül a kommunikációs kihívások közé, meg kell említeni a magyar tanártársadalom viszonylag alacsony jövedelemszintjét. Az EU-kommunikáció területén ez azért okoz különösen nehézséget, mert a tanárok az EU-képzéssel kapcsolatos munkát - főként a tanórán kívüli tevékenységeket - sokszor munkaköri tevékenységükön kívül, szabadidejük feláldozásával végzik. E tevékenység anyagi támogatása tehát a KS időszakában a prioritások közé kell tartozzon.

## *2.3. Célok*

### *2.3.1. Gyerekek, tanulók, diákok*

Az oktatási projektek közvetett célcsoportja a gyerekek, tanulók, diákok csoportja. A kommunikáció céljai az ő esetükben:

- EU-s tudásanyag elsajátítása (tények, intézmények, szabályok stb. az EU-ban).
- A szaktantárgyi tananyag európai dimenziójának felismerése; az európai szemlélet megértése (egy nagyobb egység részei vagyunk); európai értékek, kulturális sokszínűség megismerése.
- Készségek elsajátítása (kommunikációs és együttműködési készségek, kreatív gondolkodás és szereplés, önálló kutatás).
- Idegen és soknemzetiségű nyelvi és kulturális környezetben való kommunikálásra, viselkedésre felkészítés.
- Elérni, hogy a települési, regionális, országos szintű kezdeményezésekben cselekvőleg részt vegyenek.

### *2.3.2. Tanárok, pedagógusok*

Az oktatási projektek közvetlen célcsoportja a tanárok, pedagógusok csoportja. A kommunikáció céljai az ő esetükben a fenti öt célt megvalósítani képes tudás és készségek kialakítása, illetve ahhoz kapcsolódó készségek megszerzése:

- Általános, illetve szaktanári munkában felhasználható EU-s tudásanyag elsajátítása (tények, intézmények, szabályozás stb. az EU-ban).
- Az oktatás európai dimenziójának megértése és állandó alkalmazása; európai értékek, kulturális sokszínűség megismerése.

- Készségek elsajátítása (kommunikációs, együttműködési és vezetési készségek, kreativitás és szereplés fejlesztése, önálló kutatás EU-s forrásokban).
- Idegen vagy soknemzetiségű nyelvi, kulturális és szakmai környezetben való kommunikálásra felkészítés.
- Tantárgyközi EU-tematikák és/vagy EU-tárgyak kidolgozása és tanítása.
- Felkészítés órán kívüli EU-val kapcsolatos tevékenységek (EU-klub, cserekapcsolatok, EU-nap stb.) kezdeményezésére, szervezésére.
- EU-s cserekapcsolatok kezdeményezésére, szervezésére felkészítés.
- Projektmenedzsment-ismeretek átadása, elmélyítése.
- EU-s és pedagógiai szaknyelv ismerete idegen nyelven.

### 2.3.3. Oktatásiintézmény-vezetők, oktatáspolitikai döntéshozók és szakemberek

Szintén az oktatási projektek közvetlen célcsoportja az intézményvezetők, oktatáspolitikai döntéshozók, minisztériumi és más szakemberek köre is. A kommunikáció céljai az ő esetükben a tanulókat érintő EU-kommunikáció fenti céljait megvalósítani képes tudás és készségek kialakítása, illetve arra épülő vezetői készségek megszerzése:

- Szakirányú EU-s tudásanyag elsajátítása (oktatáspolitikai, intézmények, szabályozás az EU-ban).
- Az oktatás európai dimenziójának megértése és terjesztésének támogatása, az európai értékek, a kulturális sokszínűség megismerése.
- Készségek elsajátítása (kommunikációs, együttműködési és vezetési készségek, kreativitás és szereplés fejlesztése, kutatás oktatáspolitikai és egyéb szakmai EU-s forrásokban).
- Felkészítés idegen és soknemzetiségű nyelvi, kulturális, szakmai és politikai-igazgatási környezetben való kommunikálásra.
- EU-oktatási tematikák, órán kívüli EU-val kapcsolatos tevékenységek, cserekapcsolatok stb. kezdeményezése, támogatása.
- Projektmenedzsmentismeretek megszerzése, elmélyítése.
- EU-s és pedagógiai szaknyelv ismerete idegen nyelven.

### 2.4. Üzenetek

Általános üzenetek (lásd a III. és IV. fejezetet).

Érintettség - pedagógusok érintettsége is.

A nagyobb egység részeként szerepük van a multikulturális gondolkodású, európai szemléletű társadalom megteremtésében.

Fontos szerepük van abban, hogy a tanulók, diákok milyen ismeret-, tudás-, készség- és képességanyaggal felvérteződve szembesülnek az iskola elhagyása után.

Hozzá tudnak járulni a gyerekek nyitottságának növeléséhez, az identitás, az érzelmi kötődés kialakításához, a nemzeti egység az európai közösséghez tartozás érzéséhez.

## 3. Tudományos kutatók, egyetemi és főiskolai tanárok

### 3.1. A célcsoport jellemzői

Az EU-tematikával foglalkozó tudományos kutatók és az egyetemi-főiskolai tanárok kiemelkedő közvetítő szerepe számos területen nyilvánul meg az EU-kommunikációban:

Kutatóként értékes tudást hoznak létre, amely szakfolyóirat-publikáció, kötet, tankönyv formájában befolyásolhatja

- diáknemzedékek gondolkodását,
- a szakmai nyilvánosság tematikáját, közelítését, és
- a média tematikáját, közelítését (közvetetten a szakújságírókra tett hatással).

Oktatóként a felsőoktatásban

- alapvetően befolyásolják hallgatóik koncepcióit,
- meghatározó szerepet játszanak a hallgatók tudásszintjének, tudásanyagának kialakulásában,
- a tanárképző és más intézmények hallgatóit tanítják, akik maguk is tanárok lesznek, így hatásuk megsokszorozódik.

Szakértőként, egyes szakterületek felkészült ismerőiként, szakértői háttéranyagok szerzőiként hatással lehetnek

- a szakmapolitikai döntéshozókra (ideértve a csatlakozási tárgyalásokat is),
- kormányzati szervezetek, intézmények jogharmonizációs és egyéb felkészülési munkájára,
- a szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetek integrációs felkészülésére,
- az egyes gazdasági, piaci szereplők, cégek felkészülésére, piaci helyzetének jobbítására.

Intézményi vezetőként meghatározzák a felsőoktatási és kutatóintézeti kutatások irányait és oktatási programjait:

- egyetemek,
- főiskolák,

- Magyar Tudományos Akadémia,
- MTA kutatóintézeti hálózata,
- további kutató- és oktatóintézetek.

Az EU-tematikával foglalkozó kutatói-tanári közvetítői csoport segítése, támogatása ezért fontos cél a KS időszakában.

### 3.2. Kommunikációs kihívások

#### 3.2.1. Szaknyelvi képzés igénye

A társadalomtudományok területén, illetve szélesebb kutatói-oktatói körben is megfogalmazódik az EU-ban való mindennapi szakmai létezés szükséges szaknyelvi tudás igénye. A szakfordítóképzés jelentős bővítésének igénye szintén felmerül, hiszen a csatlakozás közeledtével, majd utána erre nagy kereslet nyílik.

#### 3.2.2. Pályázati képzés igénye

Az EU-felkészülésben a kutatás-felsőoktatás területén a társadalomtudományok képviselői alkotják a leghatékonyabb kommunikációs közvetítő csoportot. De nem csak ők az érdekeltek, és nem csak ők találkoznak kihívásokkal. A megnyíló EU-s források a kutatás és fejlesztés finanszírozása, a társfinanszírozás a strukturális alapok területén, a kutatási, fejlesztési és technológiai keretprogramban, a természet-, műszaki tudományok, az orvostudomány stb. területén is új készségek elsajátítását teszik szükségessé. A vegyész-, biológus-, fizikus- stb. társadalom rendkívül bonyolult adminisztrációval járó pályázati rendszerrel találkozik. E pályázatok jelentős részében már tagjelölt országok állampolgárai is részesülhetnek. A tagországokban folyó hasonló képzés alapján Magyarországon is létre kell hozni a pályázati képzés rendszerét. Ez a következő szerepet vállalja:

- orientálás a pályázati irányokról,
- konkrét információnyújtás egyes pályázati lehetőségekről,
- pályázati készségfejlesztés, szabályok, konzorciumalakítás feltételeinek tanítása.

Fel kell tehát készülni arra is, hogy a nem EU-szakértő, nem társadalomtudományi kutatói-felsőoktatási körök is számos új igényt támasztanak az EU-csatlakozásból következő feladataikkal (például az európai kutatási-fejlesztési rendszerbe való bekapcsolódással) kapcsolatban. Ezek ellátása azonban természetesen nem lehet a KS feladata, hiszen itt az Oktatási Minisztérium, az akadémiai kutatóhálózat, illetve más intézmények összehangolt szakmai stratégiájára van szükség.

### 3.3. Célok

A KS keretében a kutatói-oktatói kört támogató projektek célja, hogy

- a szakirányú EU-s tudásanyag lehető legmélyebb elsajátítását és publikálását támogassa,
- a kutatók, oktatók az EU-s szakmai és szakirodalmi forrásokat széles körben elérhetővé tegyék, s így
- hatékonyan járuljanak hozzá a magyar társadalom aktív felkészüléséhez.

A KS keretében a közvetítői csoportot az akadémiai kutatók (az MTA kutatóintézeti hálózata), az egyetemi kutatóközpontok és független kutatóintézetek kutatói, illetve azok az egyetemi és főiskolai tanárok alkotják, akik önálló kutatást végeznek, illetve EU-csatlakozással, szabályozással legalább részben kapcsolatos tárgyakat tanítanak.

### 3.4. Üzenetek

#### Általános üzenetek

A kutatóknak, oktatóknak szóló általános üzenetek megegyeznek a III-IV. fejezetben részletesen kifejtett célkitűzésekkel és általános üzenetekkel.

#### Partnerszerep felajánlása

A kormányzat kínálja partnerszerepet a kutatóknak, oktatóknak a csatlakozással kapcsolatos kutatásban, felsőoktatásban és kommunikációban. A sikeres csatlakozás és a hatékony belső felkészülés nemzeti érdek, amelyben e csoport jelentős szerepet játszik. A belső felkészülés össztársadalmi kihívás, minden szakmát és társadalmi csoportot érintő közügy, amelyben a szakmai felkészülés kulcskérdés.

#### Elmélyült tudás, részletes információ, eredményes felkészülés

A kutatók-oktatók részéről nem elsősorban üzeneteket kell megfogalmazni, hanem elmélyült, rendkívül részletes és releváns tudást kell közreadni. A lehető leginformatívabb elemzések az ágazati politikákról, az ország-esettanulmányok és az összehasonlító tanulmányok, a csatlakozás várható hatásainak feltérképezése segíti az eredményes hazai felkészülést.

## 4. Közéleti személyiségek

### 4.1. A célcsoport jellemzői

A csatlakozás időpontjához közeledve folyamatosan értékelődnek fel az érzelmi tényezők. Miközben továbbra is hatalmas szükség van az EU-ra, a csatlakozást követő helyzetre vonatkozó minden racionális információra, egyre nyilvánvalóbbá válik, hogy a döntés, a népszavazási részvételi hajlandóság, az egyéni felkészülési lépések

megtételeit nagymértékben befolyásolják majd érzelmi tényezők. Nemcsak az lesz a fontos, hogy mit mondanak, hanem az is, hogy ki mondja. Természetesen megmarad továbbra is a közvélekedés, hogy például a csatlakozási tárgyalásokról vagy a várható feltételrendszerrel a hiteles információt a Külügyminisztériumtól, a politikusoktól vagy adott szakértőtől lehet megkapni, a tényleges megszólítás, az EU által kínált esélyek megragadásához szükséges személyes ösztönözéséhez azonban másokra van szükség.

A közéleti személyiségek alkotják azt a kört, akiknek véleményére ilyen helyzetben sokan adnak, így mindenképpen jelentős közvetítő célcsoportnak kell őket tekinteni. A közéleti személyek közös jellemzője, hogy gyakran kerülnek olyan helyzetbe, ahol egy-egy téma kapcsán véleményüket a nyilvánosság számára - legtöbbször a média közvetítésével - elmondhatják, mondataikat gyakran idézik, magánszemélyek egymás közötti beszélgetésében referenciaként szolgálnak.

A közéleti személyiségek egy részénél saját eddigi pályájuk is példa lehet arra, hogy hogyan lehet valaki akár egy országhatáron túlnyúló módon sikeres. Tőlük hitelesnek hangozhatnak azok a mondatok, amelyek a személyes, a családi, a közösségi felkészülés fontosságát hangsúlyozzák.

A közéleti személyiségek körében a KS számára kiemelten fontosak azok a személyiségek, akik jelen vannak az európai szellemi életben is, és így az unióban és Magyarországon egyaránt ismertek.

#### *4.2. Kommunikációs kihívások*

A közéleti személyiségeknek a kommunikációba történő bevonása, közvetítő szerepük kihasználása több kihívást is felvet.

##### *4.2.1. A csoport foglalkozás szerinti összetettsége*

A kommunikációban betölthető szerepük lehet szinte az egyetlen közös vonásuk, ha a foglalkozásukat, hivatásukat tekintjük. Közéleti személyiségek számítanak például a

- művészek,
- színészek,
- médiaszemélyiségek,
- sportolók,
- tudósok,
- Kossuth-díjasok, illetve a különböző szakmák kitüntetettjei,
- a település híres szülöttjei,
- a településről elszármazottak,
- települési véleményvezérek.

##### *4.2.2. Az EU-csatlakozáshoz való viszonyuk szerinti differenciáltság*

Ismertségükön túl egyénenként szemlélve egyáltalán nem biztos, hogy személy szerint támogatják-e Magyarország EU-tagságát. Nyilvánvalóan azonosíthatóak lennének körükben azok, akik így gondolkodnak, így éreznek, és nagy biztonsággal állítható, hogy körükben is lényegesen nagyobb a támogatók száma, mint az ellenzőké. Valójában személy szerinti hozzáállásuk a támogatottság arányában elveszti jelentőségét: így mindenképpen arra érdemes támaszkodni, hogy a hozzájuk eljuttatott információt a társadalom egy jelentős részéhez képesek közvetlenül eljuttatni.

##### *4.2.3. Személyi autonómia megőrzése*

A közéleti személyiségek számára úgy kell lehetővé tenni az EU-csatlakozás kapcsán a közéleti szerepvállalást, hogy eközben ne csorbuljon a független alkotói, cselekvő emberi megítélésük. Nem politikai üzenetek tolmácsolására kell őket használni, hanem saját hitelüket kell az EU-téma kommunikálása során használniuk. Olyan folyamatokba érdemes tehát őket bevonni, amelyek nem veszélyeztetik hitelüket, megítélésüket, és amelyek nem minősülnek politikai állásfoglalásnak.

#### *4.3. Célok*

Az elsődleges cél, hogy azok az emberek, akik a maguk területén jelentőset alkottak, kapjanak szerepet az EU-csatlakozás társadalmi kommunikációjában. Ennek a jelentős véleményformáló csoportnak a bevonása azért fontos, mert

- közvetítésükkel jelentős mértékben növelhető az EU-kommunikáció hitelessége,
- számos olyan érték tolmácsolására különösen alkalmas ez a csoport - esélyek megragadásának fontossága, alkotó energia fontossága, sokszínűség, magyar értékek az EU-ban - amelyet a többi közvetítő csoport nehezebben tud lefedni,
- részvételük, támogatásuk jelentős kuszgárással bír mind az országon belül, mind pedig az országon kívül.

#### *4.4. Üzenetek*

A csoport sajátosságainak megfelelően a legtöbb alkalommal személyes, egyéni üzenetek megfogalmazására nyílik mód. Ezek egybecsengése az alábbi pontok mentén található:

- A sikeres ember felismeri és megragadja a kínálkozó esélyeket

Az adott személyiség sikerének története és az EU-csatlakozás által kínált esélyek egybecsengenek.

- Eredményeink egész Európát gazdagítják
- A művészet, a tudomány, a sport terén elért eredmények mind egyben a közös európai örökséget gyarapítják.
- Az eredményeket a gyökereknek (is) köszönhetem
- Különösen a településről elszármazottak esetében fontos annak kiegyensúlyozott érzékeltetése, hogy melyek azok a tényezők, amelyeket hozott magával az illető, és mi az, amit saját alkotóerejének, kitartásának köszönhet.
- Ha összefogunk, még sokra visszük
- Ezek azok az emberek, akiktől hitelesnek hangozhat az összefogásra való utalás.

## **XII. TÁRSADALMI CÉLCSOPORTOK**

A KS időszakában a kommunikációs stratégia végrehajtása decentralizálódik. Saját szakterületükön egyrészt a szaktárcák (lásd a VII. fejezetet), másrészt - saját érdekelttségüket és a célcsoportjaik integrációs felkészítésében játszott felelősségüket felismerve - a szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetek (szerepükről lásd a IX-X. fejezeteket) és közvetítő csoportok (lásd a XI. fejezetet) végzik a minél jobban meghatározott ágazatra, szakmára, területre, társadalmi csoportra lebontott kommunikációt. A lakossági tájékoztatás jelentős része pedig területi szempontok szerint - regionális szervezeteken, a közigazgatás megyei és helyi szintjein és az Európai Információs Pontok bővülő hálózatán keresztül (lásd a VIII. fejezetet) - decentralizálódik. Ugyanakkor a KS időszakában is megmarad a kormányzatnak a lakosság egészét, illetve annak egyes nagy társadalmi csoportjait megszólító tájékoztatási feladata.

A szaktárcák, a szakmai-érdek-képviselői, civil és regionális szervezetek, valamint a közvetítő csoportok szerepének növekedésével a lakosság felé irányuló közvetlen kommunikáció nem szűnhet meg. A kommunikációs stratégia a széles közvélemény és a csatlakozási felkészülés szempontjából speciális helyzetben lévő nagy társadalmi csoportok hatékony megszólítása érdekében világos kommunikációs célokkal és integrációs üzenetekkel kell, hogy rendelkezzen. A lakosság egészét megszólító kommunikáció kihívásait, céljait és üzeneteit a II-IV. fejezetekben mutattuk be. Az alábbiakban kijelöljük azokat a nagy társadalmi csoportokat, amelyek a kommunikációs stratégia végrehajtása során kiemelt figyelmet érdemelnek. E csoportoknak címezve az általános lakossági üzeneteken túl - egyedi helyzetüket és érintettségüket figyelembe véve - a kommunikációs stratégia speciális célokat és ezekre épülő üzeneteket fogalmaz meg.

E csoportok megszólításának és bevonásának jelentősége függ a kommunikáció szakaszolásától. Más-más csoportok szolgálnak a stratégia elsődleges célcsoportjaiként, például a mozgósítás vagy a tagságra való felkészülés szakaszában. Jelen fejezet célja csupán a kommunikáció szempontjából legjelentősebb csoportok beazonosítása. A célcsoportok kommunikációs szakaszok szerinti fontossági sorrendjének kialakítása a tárcaszintű stratégiák és az éves akciótervek feladata.

A kommunikációs stratégia végrehajtása során kiemelt figyelmet érdemlő társadalmi célcsoportok meghatározása két fő szempontrendszer mentén történt. Ezek fontossági sorrendben a következők:

### *Az érintettség intenzitása szerint*

Kiemelt figyelmet érdemelnek azok a csoportok, amelyeknek jövőbeli perspektíváit, érvényesülési lehetőségeit, munkakörülményeit, illetve a viszonylatukban megjelenő munkapiaci elvárásokat, követelményeket közvetlenül érinti a csatlakozás. Ebbe a csoportba sorolhatóak a VII. fejezetben bemutatott kormányzati célcsoportok, a központi és a helyi közigazgatásban dolgozók, illetve a VIII-XI. fejezetekben ismertetett véleményformáló szervezeti és közvetítő csoportok. A társadalmi nagycsoportok közül e vonatkozásban a fiatalokat, a mezőgazdaságból élők és a kis- és középvállalkozókat emeljük ki. A fiatalokat a lakosság egésze (és saját maguk is) a csatlakozás fő nyerteseinek tekintik. Életkorukból adódóan ők lesznek leginkább képesek a megnyíló európai térből, az egységes piacból, a szabad mozgásból adódó lehetőségek kihasználására. Két további társadalmi csoport, a mezőgazdaságból élők és a kis- és középvállalkozók életét, érvényesülési lehetőségeit és munkakörülményeit is közvetlenül érinteni fogja a magyar EU-tagság. Esetükben ugyanakkor e hatások iránya pozitív és negatív is lehet. Az, hogy a mezőgazdaságból élők és a kis- és középvállalkozók nyernek-e majd a csatlakozással, vagy helyzetük változatlan, esetleg a mainál kedvezőtlenebb lesz, nagyrészt felkészülésükön múlik. A feljük irányuló kommunikációnak tehát az aktív alkalmazkodási stratégiák ösztönzése áll a középpontjában.

### *A bizonytalanság, közömbösség mértéke szerint*

A kutatási eredmények igazolják, hogy az elmúlt években folyó integrációs tájékoztatás elsősorban a magasabb társadalmi státusú, iskolázott, aktív rétegeket érte el. Lakosságbeli arányukat tekintve is két kiemelten fontos csoport - nők, illetve nyugdíjasok - jelentős részének érdeklődését az eddigi kommunikáció eszközeivel és üzeneteivel nem sikerült felkelteni. E csoportok lakossági átlagot meghaladó közömbössége és tájékoztatatlansága azzal magyarázható, hogy nem ismerték fel, hogy a csatlakozás saját maguk és családjuk életében is változásokat hoz. Ezeknek az eddigi kommunikáció által érintetlen csoportoknak a megszólítása a népszavazás előtti időszakban külön jelentőséggel bír, mivel bizonytalan, labilis álláspontjuk (aktív ellenző csoportok jellegűségük és célzott tevékenysége esetén) ellenzői magatartásba fordítható.

A kommunikációs stratégia végrehajtása során lakossági és célcsoportos kutatások segítségével vizsgálni kell, hogy a társadalom egésze és a kiemelt csoportok hogyan viszonyulnak az integrációhoz. A kutatási eredmények, a beazonosított sikeres, illetve problematikus területek, a kirajzolódó véleményváltozások, esetlegesen megjelenő új várakozások és félelmek alapján szükség lehet a célcsoportok módosítására, illetve új célcsoportok kijelölésére. Ilyen új lakossági célcsoport lehet például az aktív ellenzők csoportja.

Az alábbiakban sorra vesszük a KS időszakában kiemelten kezelendő társadalmi célcsoportokat, ismertetjük az EU-csatlakozással kapcsolatos viszonyulásuk, attitűdjeik legfontosabb jellemzőit, jelezzük az irányukban folyó kommunikáció kihívásait, veszélyeit, és megfogalmazzuk a kommunikáció céljait és fő üzeneteit.

Az egyes célcsoportok felé irányuló kommunikáció elsődleges célja az egyén személyes érintettségének és érdekeltségének, azaz a felkészülés fontosságának tudatosítása, valamint a magyar tagsággal való személyes azonosulás ösztönzése. Ezért a kommunikáció üzeneteinek a csatlakozás mellett szóló érvek és az Európai Unió értékeinek bemutatásával arra a kérdésre kell választ adniuk, hogy mit jelent az adott csoport tagjai és közvetlen környezetük számára az uniós csatlakozás, és hogyan tudnak legmegfelelőbben felkészülni a csatlakozással megnyíló új lehetőségek kihasználására.

Az üzenetek között utalunk a IV. fejezetben kibontott általános üzenetek közül azokra, amelyek az egyes célcsoportok esetében különös jelentőséggel bírnak. Ismertetjük továbbá azokat a kulcsfogalmakat, amelyekre az egyes célcsoportok esetében a kommunikációnak épülnie kell.

## **1. Fiatalok**

### *1.1. A célcsoport jellemzői*

E célcsoport a kommunikáció szempontjából legfontosabbnak tekinthető társadalmi-demográfiai jellemzői a lakosság egészénél magasabb iskolázottsága, valamint a lakossági átlagot messze meghaladó idegennyelv-tudása. (A fiatal korosztály héttizede alapfokúnál magasabb végzettséggel rendelkezik, fele - saját állítása szerint - legalább egy idegen nyelven meg tudja értetni magát.)

A fiatalok a társadalom egésze és saját maguk által egyaránt az integráció kedvezményezettjeinek tekintett, a KS szempontjából egyik legfontosabb társadalmi csoport. Körükben az átlagnál jóval gyakoribb a csatlakozás abszolút támogatóinak (a tagságot nemcsak az ország, hanem a település és az egyén számára is előnyösnek tartók aránya), és kisebb a bizonytalanoké, a tagság hatásait megítélni nem tudók, valamint az ellenzők (előnyökre sem az ország, sem lakóhelyük, sem saját életükben nem számítók) tábora. Ennek megfelelően e korosztály túlnyomó többsége jelenlegi elképzelései szerint a csatlakozás mellett voksolna.

A fiatalok az ország és lakóhelyük, de különösen saját és családjuk életében a lakosság egészénél egyértelműen nagyobb arányban valószínűsítik a csatlakozás túlnyomóan pozitív hatásait. A lakosság egészével ellentétben a fiatalok mindenekelőtt nem makrogazdasági, hanem egzisztenciális szinten érzékelik a csatlakozás szükségességét. A 30 évnél fiatalabbak az átlagnál jóval nagyobb arányban kötik össze az EU-tagságot saját anyagi helyzetük, életszínvonaluk javulásával, szakmai érvényesülési lehetőségeik, valamint belföldi és külföldi munkalehetőségeik bővülésével. A csatlakozás pozitív hatásai között többen tartják számon a személyes élmények, a külföldi utazási, tanulási és továbbtanulási lehetőségek bővülését is. Ugyanakkor a csatlakozásnak az ország gazdaságára gyakorolt pozitív hatásaiban is legalább annyira bíznak, mint a lakosság egésze, és mind az ország, mind saját maguk életében kevésbé tartanak az egységes piac következtében megnövekvő verseny nehézségeitől.

A fiatal korosztály a lakosság egészénél (és a közepesnél) valamivel jobban érdeklődik az unió és a csatlakozás kérdései iránt, és hajlandó aktívan keresni az információt. Ez a korosztály minden integrációs kommunikációs csatorna használatára készebb az átlagnál, ugyanakkor tájékozódási szokásainak jellemző vonása a modern kommunikációs eszközök (pl. internet, információs telefonvonal) előnyben részesítése a hagyományosabb csatornákkal (pl. könyvtár, helyi önkormányzati hivatal) szemben. Másik fontos szempont e réteg elérése esetében az árérzékenység: míg a fiatalok esetében nem alapfeltétel, hogy az információ házhoz menjen, hiszen készek aktívan keresni az információt, addig elérésük jelentős gátja lehet az információszerzés anyagi vonzata. Azaz például jóval nagyobb arányban vennének igénybe egy ingyenesen hívható EU-telefonvonalat mint normál díjú térítéses telefonos ügyfélszolgálatot. A fentiekkel összefüggésben a fiatalok különösen az internet, az ingyenesen hívható információs telefonvonal és az információs irodák igénybevétele iránt mutatnak a lakosság egészénél nagyobb hajlandóságot.

Az átlagot meghaladó érdeklődés és aktivitás következtében e célcsoport körében a lakossági átlagnál alacsonyabb az alapfokú információkkal sem rendelkezők köre, bár a jól tájékozottaké még nem sokkal haladja meg a lakossági átlagot.

### *1.2. Kommunikációs kihívások*

A fiatal (tizen- és huszoneves) korosztály egy része elérésének legkézenfekvőbb és leghatékonyabb eszköze az iskola. E csatorna kizárólagos használata ugyanakkor két fontos kihívást, veszélyforrást jelent a stratégia irányítói számára:

#### *1.2.1. Nem tanuló fiatalok elérése*

Bár a diákság az összességében erősen csatlakozáspárti fiatal korosztály egészén belül is kiemelten érdeklődő, tájékozott és pozitívan viszonyuló csoportot alkot, a nem tanuló fiatalok integrációs viszonyulása is pozitívabb a lakossági átlagnál. Mivel a fiatalok integrációs tájékozottsága és felkészülése nemcsak saját jövőbeli boldogulásuk kulcsa, hanem családjuk, szüleik, nagyszüleik integrációs viszonyulásában is meghatározó szerepet játszik, a KS időszakában elengedhetetlen az iskolarendszereken kívüli fiatalok megszólítása is, érdeklődésük növelése, tudásuk elmélyítése, aktív felkészülésük ösztönzése.

#### *1.2.2. Nem hivatalos csatornák, személyes tapasztalatok szerepe*

Az iskola kétségtelenül hatékony csatornát biztosít a fiatal generáció jelentős részének eléréséhez, integrációs felkészítéséhez. Ugyanakkor amellett, hogy a nem tanuló fiatalok elérése az iskolán keresztül nem megoldható, a tanároktól tanórákon közvetített kommunikáció, tájékoztatás felülről jövő, hivatalos információ érzetét keltheti a diákságban. Sokszor az informális csatornákon, személyes tapasztalatokon keresztül szerzett tudást ez a korosztály hitelesebbnek érzi. Ezért fontos kihívás a KS időszakában a nem hivatalos csatornák bevonása a tájékoztatásba, az ismeretek és az attitűdök személyes élményeken, tapasztalatokon keresztül történő megerősítése. Ilyen személyes tapasztalatszerzési lehetőséget, informális csatornát kínálnak a külföldi utazási (pl. diákcsere) tapasztalatok, EU-tagállamokbeli fiatalokkal való találkozók, ismeretségek. Természetesen ezek megszervezésében is fontos szerep juthat az iskoláknak, de az információ, az élmény, a tapasztalat forrása nem a tanár, hanem a külföldi kortársak, családok.

#### *1.3. Célok*

A fiatalok kiemelt célcsoportként való szerepeltetését, a feléjük irányuló kommunikáció szempontjainak kialakítását a következő tényezők indokolják és határozzák meg:

- A fiatal korosztály életét, érvényesülési lehetőségeit a magyar EU-csatlakozás döntően befolyásolja. Ez az a korosztály, amely életének jelentős részét EU-állampolgárként fogja leélni.
- A fiatalok felkészültségén, alkalmazkodóképességén, rugalmasságán, változásokra való nyitottságán jelentős részben múlik az ország EU-csatlakozásának sikere. Vagy másként fogalmazva:
  - Az ország, a lakosság integrációs felkészültségének hiányosságai leghatékonyabban a fiatalok megfelelő képzésével, felkészülésének ösztönzésével, támogatásával csökkenthetőek.
  - Lakosságbeli arányuk önmagában is indokolja a korosztály megszólítását.

Mindezek alapján a fiatalok kulcsfontosságú csoportot képeznek a kommunikáció és az ország csatlakozási felkészülésének szempontjából.

A fiatalok felé irányuló EU-kommunikáció ezért nem csak a csoport érintettségének és érdekeltségének tudatosítását szolgálja, nem csak a fiatalok érdeklődésének erősítését és tudásának elmélyítését célozza. A fiatalokat megszólító EU-kommunikációnak az aktív felkészülés fontosságát is tudatosítani kell, hangsúlyoznia kell a korosztály és az egyén felkészülésben való felelősségét, az ország csatlakozásának sikerében játszott meghatározó szerepét.

A kommunikáció fontos törekvése a fiatalok információközvetítőként, véleményformálóként való bevonása, aktivizálása a családjukat, szüleiket és nagyszüleiket megcélzó kommunikációban. A kommunikációs stratégiának ki kell használnia a fiatalok, a gyerekek családon belüli véleményformáló és információközvetítő szerepét, így a stratégia fiatalokat megszólító üzenetei az elsődleges célcsoportnál jóval szélesebb kört érhetnek el.

Az érdekeltség és érintettség tudatosítását a stratégia a tagság hatásainak bemutatásával, a személyes tapasztalatok erősítésével érheti el. A személyes tapasztalatok erősítése egyben segíti a magyar tagsággal, az európai értékrenddel való azonosulást, amely a népszavazás szempontjából, és a taggá válást követően kiemelt jelentőséggel bír.

A fiatal korosztály kulcsfontosságú az EU-csatlakozás sikerének egyik legfőbb gátját jelentő rendkívül alacsony idegennyelv-tudás szintjének emelésében is. A lakosság nyelvtudása leghatékonyabban a fiatalok intenzív nyelvi képzésén keresztül fejleszhető. Így a kommunikáció egyik célja a nyelvtudás, a nyelvtanulás alapvető fontosságának tudatosítása.

#### *1.4. Üzenetek*

A fiatalok felé irányuló kommunikáció kulcsfogalmai az érintettség, a lehetőségek, a nyitottság, a tanulás és a jövő.

##### *1. fő üzenet: Az EU-csatlakozással lehetőségeid bővülnek.*

A kommunikáció e központi üzenete nyitottsága, jövőorientáltsága következtében a fiatal korosztály irányában közvetíthető leginkább. A fiatalok esetében ugyanakkor indokolt azt is tudatosítani, hogy nagyrészt az egyéneken múlik, hogy mennyire él az EU-csatlakozás adta esélyekkel és lehetőségekkel. Azaz - e célcsoport esetében - a felkészülésben játszott felelősség is fontos üzenet. E téren azt érdemes hangsúlyozni, hogy a felkészülés olyan készségek, ismeretek fejlesztését teszi szükségessé, amelyek egyébként (a csatlakozástól függetlenül) is meghatározóak a boldogulásban. A csatlakozás csak ahhoz járul hozzá, hogy e készségek és tudás segítségével az egyén nagyobb előnyökhöz jut.

## *2. fő üzenet: Az EU-tagság rólad szól*

Mivel a fiatalok életük nagyobb részét uniós állampolgároként fogják leélni, a lakossági célcsoportok közül számukra ezért különösen fontos a közvetlen érdek és a személyes érintettség tudatosítása. Ugyanakkor számukra e mondanivaló könnyebben is kommunikálható, mivel körükben az átlagnál kisebb az elhárító reakció. Ezért is lehet hangsúlyozni a fiatalok számára más célcsoportoknál jobban az esélyek, lehetőségek mellett a felkészülési feladatokat. A személyes érintettség üzenete a fiatalok esetében - személyes tapasztalataikból, rugalmasságukból és mobilitásukból adódóan - kapcsolható össze leginkább az érzelmi kötődéssel, az európai identitástudat kialakításával.

Az EU mint esély, mint lehetőség vonatkozásban - az érdek és érintettség hangsúlyozásával - a következő üzenetek kommunikálhatóak:

- *Az egységes piacból adódó lehetőségek:* A fiatal korosztály számára feltétlenül szükséges, hogy az EU, illetve az egységes Európa ne elvont fogalomként, hanem konkrét, a mindennapi életben kézzelfogható tények, jelenségek szintjén jelenjen meg. E tekintetben az egységes piac fogalmának és következményeinek megértését kell a középpontba helyezni, rámutatva, hogy az EU racionális okok miatt létezik. Az egységes piac keret, amely többlet lehetőségeket biztosít. Az áruk, a szolgáltatások, a tőke és a személyek szabad áramlása az európai polgárok érdekeit szolgálja.

- *A négy szabadság fiatalok számára biztosított legjelentősebb következményei:* A csatlakozást követően néhány év múlva tanulás és szabad iskolaválasztás az uniós egész területén, diplomák kölcsönös elismerése, azonos feltételekkel (felvétel, ösztöndíjak stb.) való részvétel az oktatásban, munkavállalás, letelepedés más tagországokban. Összességében egyenlő esélyek és érvényesülési lehetőségek itthon is és külföldön is a többi uniós ország polgáraival azonos feltételek szerint.

- *Európai állampolgársággal járó jogok:* Korlátozások nélküli utazási, tartózkodási, letelepedési lehetőség a tagállamokban. Beleszólás az európai ügyek alakításába, Európa és a világ sorsának alakulásába (európai választójog).

- *Jövőorientáltság:* A fiatalok számára kiemelten fontos annak bemutatása, hogy az Európai Unió döntéseit általában a jövő szempontjai szerint hozza. A jövőorientáltság motiválja az EU politikáinak nagy részét. Például a szolgáltatások szabad áramlása révén magasabb színvonalú, gyorsabb, olcsóbb szolgáltatásokat vehetünk igénybe, a tranzeurópai hálózatokkal gyorsabban és jobb körülmények között közlekedhetünk, a közös fellépéssel tisztább, egészségesebb környezetben élhetünk. Ennek az állampolgárok érdekeit szolgáló jövőorientáltságnak a megértése folytán jöhet létre az EU céljai és értékei iránti elköteleződés, amely a tagság sikerének egyik fontos összetevője (különösen a fiataloknál), és amelynek elérése a jelenlegi tagállamok számára is komoly feladatot jelent.

- *Multikulturalizmus:* A fiatalok számára az európai integráció egyik fontos tényezője, hogy a korlátozások (utazási, letelepedési, munkavállalási) megszüntetésével kiszélesíti a lehetőségeket más országok, emberek, népek, kultúrák megismerésére. Emellett lehetővé teszi a benne élő nemzetek számára saját kultúráik, értékeik bemutatását, terjesztését, elismertetését. Az EU-n belül büszkén vállalhatjuk magyar identitásunkat, miközben a többi nemzettel közösen és egyenrangúan vagyunk európaiak.

A felkészülés fontosságának hangsúlyozásában a következő üzeneteket kell kiemelni:

- *Nyelvtanulás fontossága:* Az EU-csatlakozásból adódó lehetőségeket (pl. szabad munkavállalás, külföldön tanulás) jelentős részben azok tudják majd kihasználni, akik beszélnek idegen nyelveket. A nyelvtudás az EU munkaerőpiacán (nemcsak más tagországokban, de itthon is) a versenyképesség egyik meghatározó eleme.

- *Versenyképes képzettség fontossága:* A nyelvtanulás mellett a versenyképes tudás is kiemelkedő fontosságú. Ha képzett vagy és beszélsz nyelveket, akkor az EU egységes piaca rengeteg új lehetőséget nyújt számodra.

- *A nyitottság fontossága:* Az EU nem elvont, távoli fogalom, hanem a mindennapokat meghatározó jelenségek kiváltója. Aki nyitott, megérti ezeket, és felkészülten várhatja az állandóan változó lehetőségeket.

## **2. Mezőgazdaságból élők**

### *2.1. A célcsoport jellemzői*

A mezőgazdaságban dolgozók társadalmi-demográfiai jellemzőiket tekintve a lakossági átlagtól erősen eltérő, jellegzetes csoportot alkotnak: A lakosság egészénél jóval magasabb körükben a községekben élők, az idősek és az alacsonyan iskolázottak aránya.

A mezőgazdaságból élők a lakosság egészénél kevésbé bíznak a csatlakozásnak az ország gazdaságára és különösen saját anyagi helyzetükre, életszínvonalukra, munkalehetőségeikre gyakorolt pozitív hatásaiban. Saját szektorukat, a mezőgazdaságot érintő változások tekintetében pedig inkább borúlátóak. A lakosság egészénél kevésbé hisznek a csatlakozás következtében megszűnő határok adta utazási, tanulási, munkavállalási lehetőségek kedvező hatásaiban és jobban aggasztja őket a növekvő verseny. Bár a legnagyobb csoport körükben is csatlakozáspárti (a mezőgazdaságból élőknek szűk fele szavazna a csatlakozásra), az átlagosnál jóval magasabb körükben az inaktívak, a bizonytalanok és a vélemény nélküliek aránya, akik potenciális ellenzők lehetnek.

A mezőgazdaságból élők a közepesnél jóval kisebb mértékben érdeklődnek a csatlakozás kérdései iránt, négytizedük egyáltalán nem vagy csak alig érdeklő az integráció. Minden speciális információs csatornát jóval ritkábban vennének igénybe a lakosság átlagnál, esetükben nem lehet számítani aktív információkeresésre. A mezőgazdaságból élők megszólításában tehát az érintettségi érzés tudatosítása és az érdeklődés felkeltése mellett a megfelelő, hiteles információs csatorna beazonosítása is kiemelt fontosságú.

Az alacsony fokú érdeklődés és aktivitás következtében a mezőgazdaságból élők körében kimagasló (közel négytizednyi) a csatlakozással kapcsolatos ismeretekkel egyáltalán nem rendelkezők aránya, és abszolút többségük még az alapvető információk tekintetében is a közepesnél tájékozatlanabbnak bizonyul.

## 2.2. Kommunikációs kihívások

A mezőgazdaságból élők felé irányuló EU-kommunikációt alapvető külső és belső kihívások határozzák meg:

A kommunikáció sikerességét befolyásoló külső tényezők az alábbiak:

- A mezőgazdaságból élőket megszólító kommunikáció, a csoport integrációra való felkészülésének ösztönzése szempontjából kihívást jelent a mezőgazdasági kérdéseket érintő csatlakozási tárgyalások kimenetele.

- A kommunikációt rendkívüli mértékben megnehezíti, hogy továbbra sem rendelkezünk biztos információkkal arról, hogy pontosan milyen lesz a csatlakozást követően az uniós közös agrárpolitikája, ahhoz milyen feltételekkel fog Magyarország illeszkedni, illetve abból milyen feltételekkel fog pénzügyileg részesedni. Ezen információk hiányában egyelőre nehéz konkrét érvrendszert használni a mezőgazdasági termelőket leginkább foglalkoztató kérdésekben, és nehezebb elosztani a célcsoport széles körében meglévő félelmeit.

A kommunikációnak a következő belső kihívásokkal kell megbirkóznia:

- A mezőgazdaságból élők a téma iránti közömbösségük, aktív információkeresésre való alacsony hajlamuk miatt nehezen elérhető célcsoportot alkotnak.

- A mezőgazdaságból élők a rendszerváltás fő veszteségeinek tekintik magukat. Az EU-csatlakozást, a rendszerváltáshoz hasonlóan a nagypolitika szempontjait figyelmen kívül hagyó, általuk teljességgel befolyásolhatatlan területének érzik. Ráadásul a lakosság és az agrárágazatban dolgozók szerint is a mezőgazdasági termelők a csatlakozás vesztesei lesznek, minek következtében ellenzői csoportként szerveződhetnek meg.

- A mezőgazdaságból élők esetében hangsúlyos szerepe van a (régión és a termelés módja szerint) differenciált érintettségnek és érdekeltségnek. Ez nehezíti a központi kommunikációt, és növeli a helyi kommunikátorok fontosságát, felelősségét.

- A mezőgazdasági szektor szerkezeti válsága e rétegen belül EU-ellenes hangulatot teremthet. A mezőgazdasági termelők az aktivizálódó integrációellenes csoportoknak potenciális bázisul szolgálhatnak (lásd: gazdatüntetések).

- A csatlakozás után kettészakadhat a mezőgazdaságból élők társadalma: azok, akik felkészültek környezeti feltételeik megváltozására és időben sikerült váltaniuk, felemelkednek, ellenben azok, akik nem tudtak vagy nem voltak hajlandók reagálni a változásokra, ellehetetlenülnek, csődbe mehetnek. (Az EU-ban a mezőgazdaság támogatásának központi eszköze a garantált árú rendszerről egyre inkább a direkt, célzott jövedelmi támogatás irányába tolódik, annak érdekében, hogy a kínálat a keresletnek megfelelően alakuljon, azaz igyekszik a támogatásokkal nem torzítani a piac szabályozó hatását.)

- A mezőgazdaságból élők felé irányuló kommunikációnak tekintetbe kell vennie, hogy áttételesen, a közvetlenül a mezőgazdaságban tevékenykedőkön túl sokkal szélesebb kört érint (pl. szélesebb értelemben az egész kistérségi, sőt a vidéki kötődésű városi lakosságot is).

## 2.3. Célok

A mezőgazdaságból élők kiemelt célcsoportként való szerepeltetését, a feléjük irányuló kommunikáció szempontjainak kialakítását a következő tényezők indokolják és határozzák meg:

- A mezőgazdaság jövője, érintettsége a szektor tényleges gazdasági súlyánál jóval nagyobb politikai és társadalmi jelentőséggel bír. Egyrészt a mezőgazdaság a nemzeti identitásban játszott szerepe, másrészt a lakosság (beleértve a városi lakosságot is!) jelentős részének vidéki kötődése, harmadrészt az ágazat politikával való sajátos viszonya miatt a mezőgazdaságból élők beállítódásai, hangulata, félelmei a többi társadalmi csoportra is jelentős befolyást gyakorolnak. Azaz a mezőgazdaságból élők helyzete, vélt vagy valós integrációs érintettsége áttételesen nemcsak a községekben élő népesség, hanem az egész lakosság csatlakozáshoz való viszonyulását befolyásolhatja. (Ez nem magyar sajátosság. Az EU-országok többségében különös jelentősége van a tagság mezőgazdaságra és a szektorban dolgozóakra gyakorolt hatásainak. Ezt mutatják a közös agrárpolitika átalakítása körüli harcok, a reform politikai keretülvihetetlenségének megítélése is.)

- Az, hogy a mezőgazdaság és az ágazatban dolgozók egyes csoportjai - rajtuk keresztül pedig az egész ország - számára mennyire lesz sikeres a csatlakozás, hoz-e és milyen mértékben előnyöket (illetve hátrányokat), jelentős mértékben függ a mezőgazdasági szektor és dolgozói felkészülésétől, adaptációra való képességétől és készségétől.

A mezőgazdaságból élők kommunikációjában kiemelt szerepet kapnak a következő törekvések:

- A hatékony, minél kisebb csoportra bontott, gyakorlatias kommunikáció és az ágazat felkészülésének elengedhetetlen feltétele a közvetítő szervezetek bevonása a kommunikációba. A kommunikációs stratégia végrehajtásában a földművelésügyi és vidékfejlesztési tárca mellett ösztönözni kell az agrárkamarak és mezőgazdasági érdek-képviselői szervezetek szerepvállalását.

- A mezőgazdaságból élők esetében továbbra is feladat az érdeklődés felkeltése, az információigény generálása, amely az érintettség tudatosításával lehetséges.

- Az érintettség tudatosítása mellett az aktív felkészülés, az adaptáció fontosságát is hangsúlyozni kell.

- A mezőgazdaságból élők felé irányuló kommunikációban mindenképpen számolni kell a helyi közösség (falu, környék, család) véleményformáló erejének kiemelt szerepével.

A mezőgazdaságból élők tájékoztatása különösen az alábbi területeken kiemelt fontosságú:

- Tájékoztatás az EU mezőgazdasági politikájáról, támogatási rendszeréről és a támogatások elérésének feltételeiről.

- Tájékoztatás az EU mezőgazdasági piacainak keresleti és kínálati viszonyairól.

- Új technológiák bemutatása.

- A csatlakozáshoz (is) szükséges modernizációhoz kapható pénzügyi forrásokról (beleértve az előcsatlakozási alapokat) szóló tájékoztatás, új támogatási formák használatának, megszerzésének bemutatása.

- A rövid távú áldozatok (alkalmazkodási feladatok) és a hosszabb távon jelentkező előnyök közötti kapcsolat érzékeltetése.

#### 2.4. Üzenetek

A mezőgazdaságból élők felé irányuló kommunikáció kulcsfogalmai az érintettség, a lehetőség, a támogatások, az anyagi biztonság, a vidékfejlesztés, a felkészülés és a modernizáció.

Az EU-csatlakozás lehetőségként, a felzárkózás eszközeként való megjelenítése és az alkalmazkodás jelentőségének tudatosítása a mezőgazdaságból élők esetében is központi üzenet. Ennek kapcsán azt kell a célcsoportban tudatosítani, hogy a csatlakozásra való felkészülés modernizációs feladatait a csatlakozás nélkül is végre kellene hajtaniuk. A csatlakozás ugyanakkor új támogatási forrásokat és új piaci lehetőségeket nyit meg a megfelelően alkalmazkodók számára. Fontos annak tudatosítása is, hogy csatlakozás nélkül is az Európai Unió jelentené a magyar mezőgazdaság számára a legfontosabb piacot, szabályaihoz ezért mindenképpen alkalmazkodni kell. EU-tagként azonban Magyarország is beleszólhat e szabályok alakításába, továbbá nagyobb részesedést szerezhet a piacból.

A személyes érintettség tudatosítása és az érzelmi kötődés kialakulásának ösztönzése hallatlanul fontos a mezőgazdasági termelők és a vidéken élők számára, ugyanis a tagság következményei leginkább éppen ebben a szektorban, illetve éppen az agrárvidékeken élők számára lesznek a legegységesebben érzékelhetők. A mezőgazdasági politika közösségi szintre kerül, minnek következtében az EU-tól ebben a szférában senki sem függetlenítheti magát. Emellett az EU-támogatások segítségével megvalósításra kerülő beruházások legnagyobb része is a tervek szerint e területeket, illetve régiókat érinti majd.

Az Európai Uniót és a csatlakozás következményeit különösen az alábbi üzenetek ismertetésével kell bemutatni a mezőgazdaságból élők számára:

- Az Európai Unió politikái között a mezőgazdaság központi szerepet foglal el (az EU költségvetési forrásainak több mint 40%-át fordítják a közös agrárpolitika finanszírozására). A közös agrárpolitika két kulcsfontosságú célkitűzésre épül: anyagi jólét a mezőgazdasági termelőknek és minőségi élelmiszer a fogyasztóknak. Az Európai Unió minden más ágazatnál jobban támogatja a tagországok agrártermelőit, és cserébe minőségi termékeket kér. Az EU agrárpolitikájának elveit és az agrártámogatási lehetőségeket időben (a partnerszervezetek együttműködésével) meg kell ismertetni a mezőgazdaságból élőkkel.

- Az EU-ban nagyobb támogatásra számíthatnak a magyar mezőgazdasági termelők, mint jelenleg. Bár a leendő támogatás pontos mértéke a tárgyalások lezárása előtt ma még nem ismert, mindenképpen feltételezhető, hogy csatlakozásunkat követően középtávon a magyar termelők jelentős része a jelenleginél jelentősebb támogatást fog kapni. A támogatásokkal javulni fog azoknak a termelőknek az anyagi helyzete, akik felkészültek a csatlakozásra és végrehajtották a mezőgazdasági szerkezetváltás által megkövetelt feladatokat. A támogatások elnyerésének feltételeit és az ehhez szükséges felkészülési feladatokat ugyanakkor tudatosítani kell, és ebben kiemelkedő szerepet kell játszaniuk a partnerszervezeteknek.

- Potenciálisan az agrárszektor lehet a csatlakozás egyik legnagyobb nyertese. Ennek feltétele, hogy a csatlakozási tárgyalások eredményesen záruljanak, és a magyar mezőgazdaság felkészüljön a tagság követelményeire. Az elhúzódó válságban lévő mezőgazdasági szféra számára éppen az EU-csatlakozás jelentheti a felzárkózást. A magyar mezőgazdaság adottságai jók, a termékek versenyképesek (ezt bizonyítja a tartós és jelentős magyar kereskedelmi többlet az EU viszonylatában). Az EU-csatlakozástól függetlenül is szükséges szerkezetváltás megvalósításával, amit egyébként az EU is finanszíroz (már a csatlakozás előtt is), a magyar mezőgazdaság felzárkózhat, és a termelők életszínvonala javulni fog. A csatlakozás és a modernizáció által kikényszerített mezőgazdasági szerkezetváltás ugyanakkor differenciáltan fogja érinteni a mezőgazdasági termelők különböző csoportjait. Egy részüknek az EU-tagság középtávon gazdagodást, kiugrási lehetőséget hoz,

másik részüknek (azoknak, akik nem készültek fel a tagsággal járó szerkezetváltásra) ugyanakkor piacvesztéssel kell szembesülniük.

- Az EU számára prioritás a vidékfejlesztés. Az EU nemcsak a mezőgazdasági termelőket támogatja, hanem hozzájárul a vidék fejlesztéséhez is. A mezőgazdaságból élőket ma már nemcsak termelőkként, hanem a vidéki értékek megőrzőiként is elismerik. A vidék táj- és kultúrarculatának fenntartása érdekében az EU segíti a vidéki lakosság helyben maradását, támogatja, hogy a vidéken élők helyben is megtalálják számításukat, és ne kelljen a nagyvárosokba költözniük. A közös mezőgazdasági politika magába foglalja a vidéki alternatív gazdasági lehetőségek (például falusi turizmus, biogazdálkodás stb.) kialakításának támogatását, a mezőgazdasági termelők szerkezetváltásának (pl. mezőgazdasági termelésről más agráripari gazdálkodásra való áttérés) finanszírozását. (Az EU-csatlakozás esélye a mezőgazdaság és a vidék modernizációjára, fellendülésére.)

- Az EU egyik fő célkitűzése a térségi egyenlőtlenségek csökkentése. A mezőgazdaságból élők számára különösen fontos ennek hangsúlyozása, ugyanis az agrár jellegű vidékek általában fejletlenebbek az átlagnál, és így automatikusan részesülnek az EU-támogatásokból. A csatlakozást követően az EU támogatásával javulni fog a mezőgazdasági vidékek infrastruktúrája, és ezen keresztül felgyorsul a térségek felzárkózása.

### **3. Kis- és középvállalkozók**

#### *3.1. A célcsoport jellemzői*

A kis- és középvállalkozások vezetői (KKV) a lakossági átlaggal összehasonlítva igen magas társadalmi státusú csoportot alkotnak. Abszolút többségük felsőfokú végzettséggel rendelkezik és beszél valamilyen idegen nyelven (leggyakrabban németül, illetve angolul). A kis- és közepes méretű vállalatok vezetőinek személyes jövedelme messze meghaladja a lakossági átlagot, jóval nagyobb (mintegy háromszoros) körökben a férfiak, mint a nők aránya, és az egyes korosztályok közül a középkorúak felülreprezentáltak körökben.

A KKV-k a lakosság egészénél jóval pozitívabban gondolkodnak a csatlakozás előny-hátrány mérlegéről. A KKV-k erős csatlakozáspárti elköteleződését mutatja, hogy túlnyomó többségük a csatlakozás mellett szavazna a kérdésben rendezett népszavazáson. A kis- és közepes vállalkozók várakozásait a lakossági reményekkel és félelmekkel összevetve szembevetendő, hogy a KKV-k az EU-tagság hatásairól a lakosság egészénél jóval árnyaltabb, összetettebb képpel rendelkeznek, a túlnyomó előnyök mellett hátrányokat is nagyobb arányban fogalmazznak meg. A KKV-k a lakosság egészénél jobban bíznak a csatlakozás gazdasági előnyeiben, jóval többen hisznek a piac bővülésében, a kereskedelem fellendülésében, a vármok megszűnésében, és általánosságban Magyarország felzárkózásában, a magyar gazdaság fejlődésében. Hasonlóképpen a lakossági várakozásoknál pozitívabbak a KKV-k vélekedései a személyes lehetőségek kitágulásáról, a határok eltűnéséről illetően. Nagyobb jelentőséget tulajdonítanak a magyarok előtt így megnyíló tanulási és munkavállalási lehetőségeknek, és kevésbé tartanak a külföldiek beáramlásától, illetve a legtehetségesebb rétegek kivándorlásától. Saját életükben a lakossági átlagnál jóval kedvezőbb hatásokra számítanak, különösen anyagi helyzetük, életszínvonaluk, szakmai érvényesülési lehetőségeik, külföldi utazásaik és állampolgári jogaik érvényesítése terén.

A KKV-k a lakossági átlagnál jóval nagyobb arányban foglalkoztak a negatívumok között a növekvő versenyt, adtak hangot a magyar áruk, termékek, cégek versenyképtelenné válásától való félelmüknek, és jobban tartanak a mezőgazdaságot érő hátrányoktól is. A lakosságnál viszont jóval kevésbé aggódnak Magyarország függetlenségének elvesztése, csökkenése vagy a szociális szférában várható esetleges visszaesés miatt.

A KKV-k nagyfokú érdeklődést mutatnak az EU-csatlakozás gazdasági előfeltételeivel és következményeivel kapcsolatos témák iránt, abszolút többségük a közepesen érdeklődőbbnek tartja magát e téren. A KKV-k integrációs érdeklődését igazolja a lakossági átlagnál jóval nagyobb tájékozottságuk, és erősebb hajlamuk az információs források igénybevételére, az információk aktív keresésére. Minden integrációs kommunikációs csatornát nagyobb arányban vennék igénybe az átlagnál, különösen ingyenes vagy térítéses kiadványok postán keresztüli megrendelésére, interneten való információkeresésre, illetve faxon keresztüli információkérésre mutatnak a lakosság egészénél jóval nagyobb hajlandóságot. A KKV-k jelentős része szívesen részt venne konferenciákon, képzéseken vagy keresné fel a kamarát, hogy ismereteket szerezzon a csatlakozásról.

Ha nem a tájékozási hajlamot, hanem a már az eddigiekben integrációs tájékozási céljából igénybe vett csatornákat vizsgáljuk, akkor azt tapasztaljuk, hogy a már eddig is tájékozódó KKV-k (a vállalkozások héttizede) elsősorban írott tájékoztató anyagok (szakirodalom, speciális kiadványok, rendelkezések, szabályok) segítségével, másodsorban rendezvényeken (képzések, konferenciák, vásárok) szerzik be integrációs ismereteiket. Valamivel kevesebben fordulnak konkrét szervezethez, intézményhez (leginkább kamarákhoz, szakmai egyesületekhez, bankokhoz) tájékoztatásért, és még kevesebben szerzik be információikat korszerű, számítógépes adatforrások (internet, adatbázisok) felhasználásával.

#### *3.2. Kommunikációs kihívások*

A kommunikációs stratégia számára kihívást jelent a KKV-k ellentmondásos viszonyulása a csatlakozás kérdéséhez. Egyrészt a piac bővüléséből adódó lehetőségek kapcsán nagyfokú bizakodás, másrészt a növekvő versenytől való erős félelem jellemzi a (különösen a néhány alkalmazottat foglalkoztató) KKV-kat.

A növekvő versenytől, vállalkozásuk versenyképtelenségétől való félelem összefügg azzal, hogy a gazdasági globalizáció a KKV-k nem elhanyagolható részét kedvezőtlenül érintette. Ezek a tapasztalatok negatívan befolyásolhatják viszonyukat a csatlakozáshoz.

A KKV-k esetében különösen nehezíti a kommunikációt, hogy számukra kifejezetten szakmai, specifikus üzenetek továbbítására van szükség. Az EU-csatlakozással kapcsolatban a KKV célcsoport számára a hangsúlyt a csatlakozás következményeiről szóló, érintettségüket bemutató szakmai információk eljuttatására kell helyezni, ami egyrészt széles körű partnerhálózat kiépítését és koordinált működtetését teszi szükségessé, másrészt a partnerintézmények (társtársak, szakmai és érdek-képviseleti szervezetek) részéről is magas szakmai felkészültséget igényel.

### 3.3. Célok

A KKV-k kiemelt célcsoportként való szerepeltetését, a feléjük irányuló kommunikáció szempontjainak kialakítását a következő tényezők indokolják és határozzák meg:

- A magyar EU-csatlakozás gazdasági sikere jelentős mértékben a KKV-k integrációs felkészülésén, versenyképességén, alkalmazkodóképességén, rugalmasságán múlik. Az, hogy a magyar gazdaság mennyire szervesen tud bekapcsolódni az egységes piacba, alapvetően a KKV-k teljesítményétől függ, hiszen a magyar gazdaság jelentős részét kitevő multinacionális vállalatok már ma is integráltak tekinthetők. (A multik ismerik a csatlakozásból adódó feladatokat, ismerik a tagsággal járó következményeket, és általában már ma is felkészültek ezekre. A magyar kormányzatnak ezért nincs jelentős feladata, felelőssége a multinacionális vállalatok felkészítésében.)

- A KKV-k kiemelten fontos szerepet játszanak - az EU-csatlakozástól függetlenül is - a magyar gazdaság növekedésében.

- A KKV-szektor az Európai Unió számára is kiemelt célcsoport, mivel a KKV-k fejlődése, növekedése az EU gazdasági növekedésének is kulcsa. A KKV-k jelentik a legnagyobb potenciális növekedési lehetőséget a munkahelyteremtésben is.

- A KKV-k alkalmazottaik, üzleti partnereik felé potenciális véleményformáló szerepük miatt is kiemelten fontosak.

A fentiekből következően a kommunikációs stratégia fő törekvése a KKV-k aktív felkészülésének ösztönzése, a protekcionista, védekező stratégiák helyett az aktív, piacszerző vállalati stratégiák ösztönzése. A KKV-k felkészítésének és felkészülésének kulcseleme a specializált információ (elsősorban a tevékenységüket érintő EU-szabályozásokról, minőségi követelményekről, szabványokról, lehetséges partnerekről, potenciális forrásokról). Ennek érdekében fontos célkitűzés a specializált információs források kialakulásának támogatása, e források megismertetése, és az információs igény felkeltése. E célok eléréséhez feltétlenül szükséges a KKV-kat elérő szakmai szervezetek bevonása és létező specializált információs források és szolgáltatások (pl. BKIK, ITDH EICC irodáinak hálózata) bővítése (lásd a IX. fejezetet).

A KKV-k esetében is fontos a rövid távú áldozatok (alkalmazkodási, beruházási feladatok) és a hosszabb távon jelentkező előnyök közötti kapcsolatok tudatosítása. E feladatokat a partnerhálózat kiépítésével, felkészítésével és koordinált működtetésével lehet végrehajtani.

### 3.4. Üzenetek

A KKV-k felé irányuló kommunikáció kulcsfogalmai az érintettség, a fejlődés, a piacbővülés, a lehetőségek, a csatlakozás mint eszköz, az alkalmazkodás, a felkészülés, a versenyképesség és a modernizáció.

A KKV-k felé a fő üzenet az, hogy az EU-csatlakozás eszköz a fejlődéshez, a modernizációhoz nemcsak az ország, hanem a vállalatok számára is. A csatlakozás lehetőségeket nyit a technológia fejlesztésére, a piac bővítésére. Ugyanakkor a csatlakozásból adódó lehetőségek kihasználásának feltétele az alkalmazkodás. Az alkalmazkodásból, felkészülésből adódó feladatokat a csatlakozástól függetlenül is végre kellene hajtani a vállalatok fejlesztése, piaci helyzetük megtartása, illetve erősítése érdekében. A csatlakozás ugyanakkor többlet lehetőségeket, új támogatási formákat, új piacokat nyit meg a vállalkozások számára.

A KKV-k felkészülésében a legfontosabb feladat a területüket, tevékenységüket érintő EU-szabályozások, elvárások ismerete, és a tagságból adódó előnyök kihasználásához szükséges feladatok feltérképezése. Ösztönözni kell tehát a KKV-kat a vonatkozó EU-szabályozások mellett az Európai Unió belüli piaci körülményekről, lehetőségekről való tájékozódásra.

A KKV-k esetében is elengedhetetlen az Európai Unió piacain való versenyképes megjelenéshez az EU-tagországok nyelvének ismerete, ezért a nyelvtudás és a nyelvtanulás fontosságának tudatosítása e célcsoport esetében is a kommunikáció hangsúlyos üzenete.

Az Európai Unió bemutatásával kapcsolatban a következőkre célszerű felhívni a magyar KKV-szektor figyelmét:

- A KKV-k számára kiemelten fontos annak tudatosítása, hogy az Európai Unió gazdasági érdekközösség, amelyet az egységes piac testesít meg. Az egységes piacot a gazdasági racionalitás működteti. Az egységes piac egyenlő feltételeket kínál minden vállalat és vállalkozó számára az unió minden tagországában. Az áruk, a szolgáltatások, a tőke és a munkaerő áramlását akadályozó korlátok megszüntetésével a piaci lehetőségek

kiszélesednek, új dimenziót kapnak. Az egységes piac olyan kiegészítői, mint például a közös pénz, leegyszerűsítik a gazdasági kapcsolatokat, a kereskedelmet, bővítik a piacot.

- Az egységes piaccal ugyan növekszik a verseny, nagyobbak lesznek a piaci kihívások, magasabb elvárások szerint kell működni, de aki eleget tesz ezeknek (a modernizációból egyébként is következő) követelményeknek, az kibővült piacot kap cserébe. Ezért az időben végrehajtott felkészülés meghatározó a potenciális előnyök realizálásában. A felkészülés alapeleme a megfelelő informáltság. A kommunikációnak a versenytől való félelemre adott válaszként kell jelentkeznie, a versenyképesség megteremtésének feltételeiről kell szólnia.

- Az Európai Unió kiemelten foglalkozik a kis- és középvállalatokkal, mivel a gazdasági növekedés, a munkahelyteremtés legfőbb motorját látja ebben a szektorban. Éppen ezért az EU anyagi forrásokkal is támogatja a KKV-szektor, például kedvezményes kölcsönökkel, kutatások finanszírozásával, tanácsadással.

## **4. Nők**

### *4.1. A célcsoport jellemzői*

Bár a nők abszolút többsége - a lakosság egészéhez hasonlóan - az ország számára előnyösnek tartja a csatlakozást, és relatív többségük lakóhelye, bő egyharmaduk pedig saját és családja életében is inkább előnyöket vár, mégis a csatlakozás kérdéséhez való viszonyulás tekintetében fontos különbségeket figyelhetünk meg nők és férfiak között.

A nők körében a férfiakénál jóval alacsonyabb a csatlakozás előnyeinek túlsúlyát valószínűsítő, és magasabb a bizonytalanok és a semmilyen hatásra nem számítók aránya. Ez a különbség, ahogy az ország szintjétől a személyes élet közelebbi szintjei (a lakóhely és a család) felé haladunk, egyre nő. Azaz a nők esetében jóval kevésbé alakult ki az elmúlt időszak kommunikációja hatására az érintettség érzése, jelentős részük ma is úgy érzi, hogy a csatlakozás kizárólag makrofolyamat, amely saját és családja életét nem befolyásolja.

A nők az átlagosnál kevésbé bíznak a csatlakozás kedvező egzisztenciális hatásaiban. A csatlakozás várható előnyei között a férfiaknál ritkábban említik az életszínvonal, az anyagi helyzet javulását és a határok megszűnésével járó (utazási és egyéb) lehetőségeket. Ugyanakkor gyakrabban említik a vélt pozitívumok között a fiatalok és a gyerekek életében megjelenő előnyöket. Saját életük különböző területein (különösen saját szakmai érvényesülési lehetőségeik, anyagi helyzetük, életszínvonaluk és külföldi utazásaik vonatkozásában) a férfiaknál kevésbé számítanak kedvező változásokra.

A nők a férfiaknál jelentősen és a közepesen is kevésbé érdeklődnek a magyar csatlakozással kapcsolatos kérdések iránt. Az aktív információkeresésre, azaz bármilyen speciális információs csatorna (EU-telefon, internet, információs iroda, kiadványok stb.) használatára kevésbé készek, mint a férfiak. Esetükben fontos tehát az információ házhoz vitele, meglévő, kedvelt információs forrásaik EU-kommunikációba történő bevonásával.

Érdekltségük vélt és ebből adódó érdeklődésük valós hiányából adódóan a nők jóval tájékozatlanabbak integrációs kérdésekben, mint a férfiak. Bár e csoport maga is tisztában van integrációs ismereteinek hiányosságával (a férfiaknál kéttizednyivel többen, a nők közel fele tartja magát teljesen vagy inkább tájékozatlannak a csatlakozással kapcsolatos ügyekben), amíg érintettségüket és érdekltségüket a kommunikáció eszközeivel nem sikerül tudatosítani bennük, nem fognak intenzívebben tájékozódni.

A nők azon csoportjának megszólítása, akiket az eddigi kommunikáció nem tudott elérni, mindenekelőtt a csatlakozás mindennapi életben megjelenő hatásaival, a tagsággal járó többletjogok és lehetőségek, a tagság családjuk, gyerekeik életére gyakorolt kedvező hatásainak megismertetésével lehetséges.

### *4.2. Kommunikációs kihívások*

A nők sem az Európai Unióban, sem pedig Magyarországon nem tekinthetők homogén csoportnak. Azoknak a nőknek az elérése, megszólítása nehéz, akik sem foglalkozásuknál, sem életkoruknál, sem iskolai végzettségükönél fogva nem érzékelik érintettségüket a csatlakozás vonatkozásában. E csoport megszólítása, érdeklődésük felkeltése a következő tényezők miatt jelent kihívást:

- E csoport tagjai nemcsak az integrációs tájékoztatás viszonylatában nehezen elérhetőek, eleve ritkán vagy soha nem foglalkoznak a közvetlen életükön kívüli eseményekkel.

- Az integrációt, különösen a csatlakozási tárgyalásokat a hatóságok, elitek által irányított folyamatként látják, amely nem követel aktív részvételt a társadalomtól.

- Az eddigi EU-kommunikáció nagyrészt a külpolitikai kérdések kategóriájába szorult. A politikai, külpolitikai kérdések iránt jellemzően a magasan iskolázottak és a férfiak érdeklődnek leginkább. Az alacsonyabban iskolázott, idősebb, háztartásbeli nők esetében a hatékony tájékoztatás feltétele a csatlakozás kérdéskörének kiemelése a külpolitikai (és lehetőség szerint a politikai) kategóriából.

- Mivel úgy érzik, hogy saját életükben a csatlakozás nem hoz változásokat, nem is érdeklődnek, és nem keresik az információt.

A nőknek azt a csoportját, amelyhez az eddigi tájékoztatás a fenti okok miatt nem jutott el (a jellemzően idősebb, alacsonyabban iskolázott vagy háztartásbeli nőket), azokon a problémákon, kérdéseken keresztül lehet és kell megszólítani, amelyek tipikusan vagy döntően a nőket, illetve családjukat, gyermekeiket érintik.

### *4.3. Célok*

A nők kiemelt célcsoportként való szerepeltetését, külön megszólítását eddigi érintetlenségük mellett az indokolja, hogy lakosságbeli magas arányuknál fogva felelős Kormány nem engedheti meg, hogy ne fogalmazzon meg nekik szóló üzeneteket, valamint, hogy különösen a népszavazás időszakában, éppen számosságuk miatt nem lehet figyelmen kívül hagyni az ő állásfoglalásukat, illetve bizonytalanságukat.

A kommunikáció elsődleges célja érintettségük tudatosítása. E csoport esetében, éppen inaktivitása, változásokkal kapcsolatos aggodalmai miatt nem javasolt a személyes felelősség hangsúlyozása.

Az érintettség tudatosítása érdekében a nők felé irányuló kommunikáció alapegységévé a családot, a gyerekeket kell tenni, hiszen a család, a gyermekek jövőjével, lehetőségeivel kapcsolatos témák azok, amelyek elsősorban a nők számára jelentenek prioritást.

Az Európai Unió megjelenítésében pedig az EU emberközelivé tétele a cél, annak bizonyítása, hogy az EU nemcsak a politikusok, elit csoportok számára hoz előnyöket (Európa a részletekben rejlik, Az EU-tagság rólad szól, A tagság az élet minden területére kiterjed).

A nők esetében ugyanakkor - az eddigi kommunikáció tapasztalatai alapján - nemcsak az érintettségüket megjelenítő üzenetek kidolgozása, hanem a tájékoztatás megfelelő csatornáinak és hangnemének beazonosítása is a következő szakasz feladata.

#### *4.4. Üzenetek*

A nőket megcélzó kommunikáció kulcsfogalmai a család, a gyerekek előtt megnyíló lehetőségek, a jövő, a béke, az anyagi biztonság, a szolidaritás, a minőségi életkörülmények és az esélyegyenlőség.

A nők felé irányuló kommunikáció alapegységévé a családot és a gyerekeket kell tenni. Ebből következően számukra a központi üzenet: családjuk érintettsége, az EU-csatlakozás hatására gyerekeik előtt megnyíló lehetőségek, esélyek megismertetése.

A nők külön célcsoportként való kezelését nem speciális érintettségük magyarázza, hanem az, hogy az eddigi kommunikáció üzenetei nem érték el őket, így érintettségük nem tudatosodott. Ebből adódóan a számukra szóló kommunikáció - az előző célcsoportoktól eltérően - elsősorban nem speciálisan rájuk szabott üzenetekre épül. A feléjük irányuló kommunikációnak az általános üzenetek szolgálnak keretül, ezek közül számukra különösen azok kiemelése, hangsúlyozása szükséges, amelyek egyrészt minden állampolgár és család helyzetét közvetlenül érintő, javító uniós vívmányok, másrészt olyan európai értékek, mint a béke, a biztonság, a szolidaritás, amelyekhez a nők jellemzően jobban kötődnek. Az EU-s alapértékek mellett a nők számára fontos egy másik dimenzió hangsúlyozása is, mégpedig az EU azon fellépése, amely a nők esélyegyenlőségének javítását célozza:

- Az Európai Uniót a nők számára is az egységes piacon, azaz a négy alapszabadságon keresztül célszerű bemutatni. Ennek során ugyanakkor a hangsúlyt nem makrogazdasági érvelésre, hanem arra kell helyezni, hogy az áruk, a szolgáltatások, a személyek és a tőke szabad áramlása biztosításának fő célkitűzése az egyének és a családok jólétének emelése. Be kell mutatni, hogy az egységes piac milyen lehetőségeket biztosít az uniós állampolgároknak (pl. szabad utazás, tanulás, munkavállalás stb.), amelyeket bárki kihasználhat. Az egységes piacnak a nők számára fontos megjelenési formája a fogyasztók védelme, egészsége érdekében létező minőségi előírások (pl. egészséges élelmiszerek).

- Az Európai Unió megoldást kínál azokra a problémákra, amelyeket a mai világban önállóan már egyetlen ország sem tud sikeresen kezelni. Az uniós tagság a béke és biztonság hosszú távú garanciája. Az EU-tagországok közös fellépése javítja a közbiztonságot (közös erőfeszítésekkel eredményesebben lehet harcolni, például a szervezett bűnözés, a kábítószer-kereskedelem, a prostitúció, az illegális bevándorlás ellen). A környezetszennyezés nem ismer államhatárokat, az Európai Unió tagországai ezért együtt lépnek fel a környezet védelme érdekében. Az EU szigorú környezetvédelmi normái hozzájárulnak mindannyiunk tisztább, egészségesebb életkörülményeihez.

- Az EU-ban erős a társadalmi szolidaritás. Központi érték a szociális Európa, amely jobb munkakörülményeket és több munkalehetőséget jelent. A szolidaritás a tagországok között is létezik. A gazdagabb államok hozzájárulnak a szegényebbek támogatásához, fejlesztéséhez.

- Az EU elősegíti a női-férfi egyenjogúság kialakítását a munkaerőpiacon. Az EU szabályokat alkot a nők egyenjogúságának gyakorlati biztosítása érdekében: előírja a nők és a férfiak egyforma elbírálását a munkaerő alkalmazásánál és a munkakörülmények (pl. azonos munkáért azonos bérezés) biztosításánál egyaránt. Az EU támogatja azokat a kezdeményezéseket, szerveződések, képzési programokat, fórumokat, amelyek a nők helyzetének javítását, elhelyezkedésének megkönnyítését, munkaerő-piaci versenyképességük fejlesztését tűzik célul.

- Az EU támogatja a gyermeknevelést és a családanyák munkavállalását. Az EU szabályokkal és szociális gondoskodással is igyekszik könnyíteni a nők helyzetén, azokon a területeken, amelyek a gyermekszüléssel és -neveléssel függnek össze. Az anya- és gyermekvédelmi programok fontos életminőség-javító elemei az EU szociális rendszerének. Az utóbbi idők központi célkitűzése az alternatív foglalkoztatottsági formák kialakításának támogatása a nők számára. Az EU támogatja a részmunkaidős foglalkoztatás terjedését és a távmunkát, mellyel egyszerre igyekszik választ adni a nők terhesége és a gyermeknevelés időszaka alatti foglalkoztatási kérdésekre és a munkanélküliség égető problémáira. Az EU segíti a nők terheség utáni visszalépését a munkaerőpiacon.

## 5. Nyugdíjasok

### 5.1. A célcsoport jellemzői

A magyar felnőtt népesség egyharmadát kitevő nyugdíjasok körében a lakossági átlagnál nagyobb arányban találunk nőket. A nyugdíjasok bő héttizede legfeljebb alapfokú végzettséggel rendelkezik, és túlnyomó többségük egyetlen idegen nyelven sem beszél.

A lakosság egésze és maguk a nyugdíjasok szerint e csoport életét egyáltalán nem vagy inkább kedvezőtlen, mint kedvező irányban befolyásolja a csatlakozás. A célcsoportok közül a nyugdíjasok körében az egyik legalacsonyabb a csatlakozásról árnyalt képpel rendelkezők (előnyöket és hátrányokat megfogalmazók) aránya. E réteg tagjai mind az ország, mind lakóhelyük, mind saját és családjuk életében kevésbé számítanak előnyökre, mint a lakosság egésze. Ugyanakkor körükben jóval erőteljesebb a bizonytalanság, és nagyobb arányban vélekednek úgy, hogy a tagság - főleg saját és családjuk életében - nem hoz változásokat. Az átlagosnál jóval nagyobb bizonytalanság és a személyes élet vélt érintetlensége abban is megmutatkozik, hogy a nyugdíjasok az átlagosnál alacsonyabb arányban, bár szintén többségben szavaznának igennel a csatlakozás ügyében rendezett népszavazáson, és körükben magasabb az inaktívak és a szavazási szándékaikat illetően bizonytalanok aránya.

A nyugdíjasok a lakosság egészénél kevésbé reménykednek a csatlakozásnak a gazdaság egészére, a foglalkoztatottságra, a lakosság anyagi helyzetére és életszínvonalára gyakorolt kedvező hatásaiban, ugyanakkor a lakossági átlagnál gyakrabban említik az előnyök között az olyan (az ország és a társadalom részéről) aktivitást nem igénylő előnyöket, mint az EU-segélyek, vissza nem térítendő támogatások. A célcsoport tagjai a lakosság egészénél fontosabbnak tartják a csatlakozással járó biztonságot és a fiatalok, gyerekek előtt megnyíló lehetőségeket. A nyugdíjasok ugyanakkor a lakossági átlagnál jobban aggódnak a társadalompatológiai jelenségek (alacsony kultúra, bűnözés, kábítószer stb.) elterjedése, az ország függetlenségének elvesztése és a Magyarországra érkező külföldiek növekvő száma miatt.

A nyugdíjasok a lakosság egészénél kevésbé érdeklődnek a csatlakozással kapcsolatos kérdések iránt, és az átlagosnál elutasítóbbak a speciális integrációs információk csatornák használatát illetően. Egyetlen információs forrás (a helyi önkormányzati hivatal tájékoztatása) használata esetében közelíti meg a célcsoport aktív információkeresésre való hajlama a lakossági átlagot. A nyugdíjasok abszolút többsége egyáltalán nem, vagy alig rendelkezik információkkal az EU-ról, illetve a csatlakozásról.

### 5.2. Kommunikációs kihívások

A nyugdíjasok elérése esetében a legnagyobb kihívást rossz szociális helyzetükből, jelentős részük létbizonytalanságából és életkori sajátosságaikból adódó inaktivitásuk, a közvetlen életkörülményeik alakulásán túlmutató témák iránti közömbösségük jelenti.

A kommunikáció egésze számára bizonyos mértékig kihívást jelentő jelenség, az információkat közvetítő véleményformáló elitek és a lakosság nagy csoportjai közötti erőteljes attitűdbeli különbség a nyugdíjasok esetében a legszembetűnőbb. Míg a kommunikátorok (újságírók, média) viszonyulása a csatlakozás kérdéséhez jóval pozitívabb a lakosságénál, addig a nyugdíjasok viszonyulása a lakossági átlagnál jóval bizonytalanabb, negatívabb. Míg a véleményformáló és információközvetítő elit a makrofolyamatok iránt érdeklődik, addig a nyugdíjasokat legerőteljesebben az életkörülményeiket közvetlenül meghatározó anyagi és szociális kérdések foglalkoztatják. Részben ezekkel a különbségekkel magyarázható, hogy a tömegkommunikációt uraló integrációs témák nem alkalmasak a nyugdíjasok érdeklődésének felkeltésére.

Ebből adódóan a nőkhöz hasonlóan a nyugdíjasok jelentős része is úgy érzi, hogy az integráció a feje fölött zajlik és saját életére nem lesz semmilyen hatással. Ugyanakkor az idős korosztály - a nőkhöz hasonlóan - tart a változástól, az ismeretlentől.

Kihívást jelent a kommunikációban az a jelenség is, hogy a nyugdíjasok szerint az EU-csatlakozás helyzetüket inkább negatívan érinti. Bár e vélekedésnek nincs semmilyen valós alapja, a trend megfordítása igen bonyolult feladat. A csatlakozás ugyanis annak ellenére, hogy abszolút értelemben minden bizonnyal a nyugdíjasok számára is pozitívumokkal jár, esetükben elképzelhető a más csoportokhoz képest további relatív leszakadás. Éppen ezért fontos bennük tudatosítani az EU-s értékekből őket is érintő előnyöket, valamint a családtagjaik számára jelentkező esélyeket.

### 5.3. Célok

A nyugdíjasok kiemelt célcsoportként való szerepeltetését, külön megszólítását eddigi érintetlenségük mellett az indokolja, hogy lakosságbeli magas arányuknál fogva felelős kormány nem engedheti meg, hogy ne foglalmazzon meg nekik szóló üzeneteket, valamint, hogy (különösen a népszavazás időszakában, éppen számosságuk miatt) nem lehet figyelmen kívül hagyni az ő állásfoglalásukat, illetve bizonytalanságukat.

A kommunikáció elsődleges célja családjuk, gyermekeik, unokáik érintettségének, az előttük megnyíló új lehetőségeknek, szebb jövőnek a tudatosítása. E csoport esetében, éppen inaktivitása, változásokkal kapcsolatos aggodalmai miatt (a nőkhöz hasonlóan) nem javasolt a személyes felelősség hangsúlyozása.

A nyugdíjasok esetében ugyanakkor - az eddigi kommunikáció tapasztalatai alapján - nemcsak az érintettségüket megjelenítő üzenetek kidolgozása, hanem a tájékoztatás megfelelő csatornáinak és hangnemének beazonosítása is a következő szakasz feladata.

#### 5.4. Üzenetek

A nyugdíjasok felé irányuló kommunikáció kulcsfogalmai a béke, a biztonság, a szolidaritás és a családjuk, gyermekeik és unokáik előtt megnyíló lehetőségek, az ő jövőjük.

A nyugdíjasok felé irányuló kommunikáció központi üzenete egyrészt családjuk érintettsége, az EU-csatlakozás hatására gyerekeik, unokáik előtt megnyíló lehetőségek, esélyek, másrészt az EU-csatlakozás mint a béke és biztonság garanciája, az ország révbe érése.

A nyugdíjasok külön célcsoportként való kezelését - a nőkhöz hasonlóan - nem speciális érintettségük magyarázza, hanem az, hogy az eddigi kommunikáció üzenetei nem érték el őket, így érintettségük nem tudatosodott. Ebből adódóan a számukra szóló kommunikációnak sincsenek speciális, rájuk szabott üzenetei. A feléjük irányuló kommunikációnak az általános üzenetek szolgálnak keretül, ezek közül számukra különösen azok kiemelése, hangsúlyozása szükséges, amelyek egyrészt az állampolgárok és a családok helyzetét közvetlenül érintő, javító uniós vívmányokat, másrészt az olyan európai értékeket, mint a béke, a biztonság, a szolidaritás (amelyekhez az idősebb korosztály tagjai jellemzően jobban kötődnek) mutatják be.

Az idősebb korosztály, a nyugdíjasok körében az átlagosnál erősebb a béke, a közösség, az összetartás, a szolidaritás, az egység, az egymás iránti felelősség, az értékek és kultúrák közössége, az ország sorsának révbe érése iránti fogékonyság és vágy. Ezek az értékek az Európai Unió alapértékei is, hangsúlyozásuk, bemutatásuk e célcsoport esetében különösen fontos. A kommunikáció fontos üzenete lehet, hogy bár az Európai Unió alapvetően a gazdasági racionalitás és érdekközösség bázisán alakult, összetartó ereje korántsem merül ki ezen a téren.

Mindezekből következően - a nőkhöz hasonlóan - alapvetően a nyugdíjasok számára is a IV. fejezetben ismertetett általános üzenetek képezik a kommunikálandó üzenetek gerincét. Ezek közül ugyanakkor nagyobb figyelmet kell fordítani az előző bekezdésben összegzett jellegzetességekre, és az általános üzenetek közül ezekre kell még nagyobb hangsúlyt helyezni. Így míg minden más célcsoportnál az EU bemutatásakor az egységes piac létezésének és működésének tudatosítására kell koncentrálni, e célkitűzés itt kisebb hangsúlyt kap. Ennek megfelelően az általános üzenetknél a nyugdíjasok esetében mindenekelőtt a következő gondolatokat célszerű kiemelni:

- Az uniós tagság a béke és biztonság hosszú távú garanciája. Az EU a viszályok Európája helyett a béke és együttélés Európája. Az EU megszünteti a nemzeti konfliktusokat, megakadályozza a háború lehetőségének kialakulását.

- Az EU-tagországok közös fellépése javítja a közbiztonságot (közös erőfeszítésekkel eredményesebben lehet harcolni, például a szervezett bűnözés, a kábítószer-kereskedelem, a prostitúció, az illegális bevándorlás ellen).

- Az EU-ban erős a társadalmi szolidaritás. Központi érték a szociális Európa, amelynek egyik fő eleme, hogy a társadalom tagjai felelősséggel bírnak egymás iránt, gondoskodnak egymásról, és mindenkinek biztosított a tisztességes megélhetés. Az esélyegyenlőség biztosítása és a hátrányos helyzetűek támogatása az EU egyik prioritása

- A szolidaritás a tagországok között is létezik. A gazdagabb államok hozzájárulnak a szegényebbek támogatásához, fejlesztéséhez. E törekvés egyik kulcseleme a vidéki területek fejlesztése.

- A csatlakozás nem fenyegeti a magyar identitást. A közös európai kultúra, közös ismeretek, közös történelem, közös hitvilág, az életformák legfőbb jegyeinek közössége az EU-n belül tapasztalt sokféleség dacára egységét adják a kontinens országainak, régióinak, lakosságának. Az EU-tagság lehetőséget teremt a magyar kulturális értékek megismertetésére, elismertetésére. A csatlakozással Magyarország révbe ér. A hányatottság korszaka lezárul. A jövő mind biztonsági, mind gazdasági értelemben világos pályára kerül. Nem kell többé attól tartani, hogy Magyarország nem tudja alakítani sorsát, és kiszolgáltatottá válik.