

A PROGRAMOKAT NÉPSZERŰSÍTŐ

RÁDIÓMŰSOROK PORTUGÁLIÁBAN



A Panorama mostani számában három országot ragadunk ki, és azt vizsgáljuk, hogy azok hogyan próbálják biztosítani az egyértelműen szükséges kommunikációt arról, hogy a regionális finanszírozás milyen módokon szolgálja polgáraik javát.

A 2007 és 2013 közötti időszakban Portugália a tervek szerint 21,5 milliárd eurós regionális finanszírozásban részesül – ez pedig rengeteg lehetséges projektet jelent, ami sok ember életét változtathatja meg. A kérdés, mint oly sok esetben, most is elsősorban az, hogy hogyan lehet tudatni ezekkel az emberekkel, hogy hol kerülnek felhasználásra az őket segítő pénzek. A portugál kommunikációs tisztviselők Nemzeti Stratégiai Referenciakeret (NSRK) hálózata ezért döntött úgy, hogy rádióműsorokon keresztül próbálja bővebben ismertetni a finanszírozási programokat.

Az „Objective 2013” egy minden hétköznap sugárzásra kerülő háromperces rádióműsor. A hét közben leadott adásokat a rádió szombatán egymás után megismétli. Az adásidőt szinte teljes egészében a projektek ismertetése tölti ki.

Egy hullámhosszon

A rádió felhasználásának ötlete elsősorban azért vetődött fel, mert a portugál kommunikációs tisztviselők úgy érzik, hogy a regionális finanszírozás kommunikálásához stílusváltásra van szükség. Túl gyakoriak ugyanis a nagyközönség számára érthetetlen szakszavak, és egyhangú tények. Szerettek volna emellett egy olyan eszközt kihasználni, amely széles közönséget ér el.

Az Objective 2013 rádióműsor része annak a törekvésnek, amely megnyerő és a mindennapi élethez közelebb álló nyelv használatával igyekszik javítani és megkönnyíteni a közönséggel folytatott kommunikációt.

A műsor sugárzására – az egész országot lefedő és nagy hallgatottságú adókat előszelektáló pályázati kiírást követően – a TSF rádióállomás került kiválasztásra.

A háromperces műsoridő alatt a műsorvezető ismerteti a projektet, és meghatározza az azt támogató operatív programot és alapot. Minden esetben megszólal egy kedvezményezett is, kihangsúlyozva a projekt relevanciáját. A kedvezményezett elmondja, hogy mi várható közép- és hosszú távon, hogy a regionális finanszírozás mit jelentett számukra; és néha a pályázatok benyújtásához is tanácsot ad a hallgatónak.

Ha valaki elmulasztja a hétköznapi adásokat, a rádióállomás weblapján újra meghallgathatja őket.

A sajtó szemszögéből

Paulo Baldaia, a rádióállomás igazgatója számára az NSRK Observatóriummal folytatott együttműködés fontos lehetőséget jelent arra, hogy új és hasznos információkat közöljenek a hallgatókkal. „Magán rádióállomásként működünk, de ennek ellenére is meggyőződésünk, hogy az általunk közölt tartalomnak a közszolgáltatások szintjén is hasznosnak kell lennie. Az NSRK uniós szinten támogatja az ország modernizálását és fejlődését. Fontos, hogy a nagyközönség tudja, hogy mi van előkészületben, és mi történik az országban, illetve hogy megfelelő tájékoztatást biztosítsunk azoknak, akik számíthatnak a strukturális alapok támogatására.”

A hallgatók emberközpontú történetekkel ismerkedhetnek meg, melyek az országban szerencsére szép számmal rendelkezésre állnak, hiszen Portugália a strukturális alapok keretében kapott támogatást a készségek fejlesztésére, a fenntartható növekedés elősegítésére, a társadalmi kohézió biztosítására, a vidék és a városok fejlesztésére, és a kormányzás javítására használja. Igazán nem kell messzire menni ahhoz, hogy megtaláljuk a prioritások mögött meghúzódó embereket.

Hogyan működik?

Havonta körülbelül 2,2 millióan hallgatják meg az adásokat, melyek hétről hétre más operatív programot helyeznek előtérbe (Portugáliában 14 program működik). A műsor azonban nemcsak a programokkal foglalkozik, de minden régióban látogatást is tesz. „Logisztika és a kezdeményezésben részt vevő emberek szempontjából mindez külön kihívást jelent, hiszen az NSRK hatóságoknak rendkívül proaktívan kell cselekednie: ez egy teljes éven keresztül naponta sugárzott műsортartalom tekintetében különösen nehéz feladatot jelent” – magyarázza Elisabete Quintas, az NSRK Observatórium kommunikációs osztályának koordinátora.

A rádiós projekt struktúrája ugyan pontosan meghatározott, Elisabete Quintas mégis úgy érzi, hogy rendkívül fontos a rádióállomás függetlensége. Egyértelműen kihangsúlyozták, hogy ajánlatuk lényege a partnerkapcsolat, és hogy az alapok kommunikációs tisztviselőinek egyáltalán nem áll szándékában meghatározni a tartalmat, vagy adás előtt cenzúrázni a műsort. „Az újságírók maguk is javasolhatnak a strukturális alapok által támogatott projekteket, ha úgy érzik, hogy beleillenek a műsorba – mi nem szólnunk bele a megérzésükbe azzal kapcsolatban, hogy mi számít jó emberközpontú történetnek” – teszi hozzá Elisabete Quintas.

Az elképzelés a rádióállomás szempontjából is mindenképpen érdekes, hiszen olyan témát biztosít számukra, melyen keresztül közelebbről megvizsgálhatják hallgatóik életét.

„Ez rendkívül fontos” – vallja Cláudia Timóteo, a projekten dolgozó négyfős team tagja. „Megértetjük az emberekkel, hogy projektjük finanszírozása útján valóra válthatják álmukat, és egyértelmű képet kapnak arról is, hogy a pénz honnan származik, és hova kerül.”

Cláudia tudja, hogy olyan helyen dolgozik, ahol számos hírértékű történet először jut el a nagyközönséghez: „Megtiszteltetésnek tartom, hogy számos olyan projektbe és kezdeményezésbe kapok betekintést, melyek mindegyike pozitívan befolyásolja a változást országomban.”

A VÁROSMEGÚJÍTÁS ÚJ MEGKÖZELÍTÉSE

GENTBEN ÉS FLANDRIÁBAN

A flamand kormány ERFA egysége minden esetben gondoskodik arról, hogy jól láthatóan jelen legyen az EU-finanszírozáshoz kapcsolódó regionális eseményeken. Folyamatosan újraértékelik a kommunikáció legjobb módját, és azt is, hogy hogyan mérjék erőfeszítéseik hatékonyságát.

Liliane Stinissen, a flamand kormány ERFA egységének kommunikációs referense szerint „ahhoz, hogy megfelelő módon juttathassuk el az üzenetünket, elengedhetetlen, hogy jól ismerjük a közönségünket”. Számos regionális fejlesztési lehetőség esetében főleg a vállalatoknak és a különböző szervezeteknek kell tudniuk, hogy melyek a számukra nyitva álló lehetőségek. E téren a tények szemináriumokon, hálózatépítő eseményeken és nyomtatott vagy online brosúrákon vagy újságokon keresztül megszokott és megbízható kommunikációjával összehasonlítva természetesen csak másodlagos szerepet kapnak a tájékoztatás újító megközelítései.

A források ismert közönséget céloznak meg, és a kiépített hálózatok egy idő után saját értéket képviselnek azáltal, hogy megsokszorozzák az alapinformációk hatását. Az e téren tett jelentős erőfeszítéseket a flamand kormány olyan valós példák kiemelésével igyekszik tovább erősíteni, melyek kiválóan szemléltetik, hogy az uniós társfinanszírozás pozitívan befolyásolja az üzleti életet, és elősegíti a gazdaság egészének növekedését. Így például mikor a Kortrijk Kiállítási Központra fordított beruházást követően megnőtt a helyi szállodafoglalások száma, ez kiváló alkalom volt arra, hogy a kapcsolódó EU-finanszírozás szerepe is nagyobb nyilvánosságot kapjon.

Az üzlet világának pontosan definiált paraméterein túllépve fontos feladat persze annak biztosítása is, hogy a nagyközönség is megfelelően tájékozott maradjon. A flamand kormány megragad minden népszerűsítési lehetőséget, melynek során igyekszik a rengeteg tényszerű információt a lehető legkülönbözőbb korú és helyzetű emberek figyelmét is felkeltő, ötletes módszerekkel kombinálni. A gentihez hasonló különleges eseményeken a látogatók első kézből ismerkedhetnek meg a beruházási projektekkel. Speciális kiállításon végigsétálva tudhatják meg, hogy az EU-finanszírozás hogyan segíti elő a beruházások egyes típusait. A tizenéveseknek szánt tájékoztatás az érdeklődésüknek megfelelően, interjúk, és a fantáziájukat izgató interaktív játékok feldolgozásával kerül összeállításra.

Az ilyen népszerűsítő tevékenységek hatását mindig nehéz felmérni, de az online felméréseken és a helyi sajtón keresztül egyre áttekinthetőbb információ áll rendelkezésre. A flamand kormány weblapján a nagyközönség különböző felméréseken vehet részt,

a jövő tervei között azonban „face-to-face” megkérdezések is szerepelnek, hogy az emberek személyesen adhassanak választ, tudva azt, hogy véleményüket meghallgatják.

Szembetűnő események egész sora Gentben

Az európai társfinanszírozás központi szerepet kap Gent felújítási és innovatív fejlesztési tevékenységeiben. „A helyi lakosok egy pillanatig sem kételkedhetnek abban, hogy városuk jóléte részben az EU-tagságnak köszönhető” – vallja Kathleen Tavernier, a Gent Városi Önkormányzat munkatársa.

Múlt év május 8-án a város és Kelet-Flandria megye hatóságai együtt rendezték meg az Európa Napot, amely események egész sorával tájékoztatott arról, hogy az EU mit tesz a helyi lakosokért, a fiatalokért és a vállalatokért. A rendezvényre a város korábban meglehetősen elhanyagolt, és igen sokszínű bevándorló közösségnek otthont adó Rabot negyedében került sor. Európa szó szerint virágba borult előttük, hiszen az eseménynek egy olyan közös virágültetés is részét alkotta, melynek során virághagymákból rakták ki az európai zászlót.



A tevékenységek során különös figyelmet kap a Rabot-Blaisantvest lakónegyed, ahol egy 2003-ban beindított hosszú távú fejlesztési program igyekszik újraformálni a környék társadalmi identitását, új lendületet adni a gazdaságnak, és jó minőségű, fenntartható lakókörnyezetet biztosítani.

Az idő és a lehetőségek innovatív kihasználása keretében került sor például egy ideiglenes kultúrközpont kialakítására a Rabot-Blaisantvest egy korábbi ipari épületében. Az épület helyén a tervek szerint új lakások épülnek majd, de amíg üresen áll, a különböző társadalmi és művészcsoportok munkájának és az uniós társfinanszírozásnak köszönhetően itt kapott otthont a „De Site”. A központ különböző közösségek találkozóhelye, számos kulturális tevékenységnek adhat otthont, és a lakosok a kertet is igénybe vehetik.

Októberben a Gent Városi Önkormányzat és a flamand kormány közös szervezésében lebonyolított esemény népszerűsítette az „Élet a városban” néven indított kezdeményezést. A lakosok első kézből kaphattak tájékoztatást arról, hogy városuk az EU támogatásával hogyan alakítja át múltját virágzó jövővé. Sétahajókról tekinthették meg, hogy hogyan zajlik a dokkok helyreállítása, hogyan alakulnak át bizonyos helyek fenntartható lakókörnyezetté, és hogyan valósulnak meg az infrastruktúra beruházások, erősítve a város Flandrián belüli versenypozícióját.

AZ ÜZENETET HIRDETŐ VERSENYEK

LENGYELORSZÁGBAN

Arról persze lehet vitatkozni, hogy hogyan kell felhasználni a regionális fejlesztés keretében biztosított forrásokat, és hogy a pénzt hol és milyen típusú projektre kell fordítani. Abban azonban minden bizonnyal mindenki egyetért, hogy szeretné, ha országa tovább szépülne. A Lengyel Regionális Fejlesztési Minisztérium pontosan ezt az egyetértést kihasználva igyekszik országszerte népszerűsíteni a regionális finanszírozást.

Az idén harmadik alkalommal megrendezésre kerülő „Lengyelország tovább szépül” verseny – minden más versenyhez hasonlóan – különböző kategóriákban hirdet meg díjakat. Az uniós népszerűsítő projektet az teszi igazán érdekessé, hogy a nyertes projektek díjazása ingyen reklám formájában történik. És mivel minden projekt a turistaiparhoz kötődik, valamennyi számára létfontosságú, hogy milyen nyilvánosságot kap. A reklám azonban nemcsak magát a látnivalót emeli ki, de arra is rávilágít, hogy a projektet támogató pénzek oroszlánrésze regionális finanszírozásból származik.

Anna Sulińska-Wójcik, az Információs, Propaganda és Képzési Osztály csoportvezetője mosolyogva hozzáteszi: „Szerintünk ez okos ötlet volt.”

A jó ötlet csírája

A „Lengyelország szépül” (jelenleg: „tovább szépül”) verseny egyike az osztály által az európai alapokkal kapcsolatos kommunikációs stratégia részeként indított támogatási program keretében finanszírozott projekteknek. Ez évente 20 olyan projektet jelöl meg, amely valamilyen módon népszerűsíti az EU Lengyelországon belüli szerepét: kiemeli az EU-finanszírozás jelentőségét, és a lehető legszélesebb körben ismerteti a rendszer működését. Az egyik kiválasztott projekt az ország legfontosabb látnivalóit ismertető útikalauz javasolt – innen jött aztán az évente megrendezésre kerülő verseny ötlete.

„Rögtön tudtuk, hogy ez nagyszerű ötlet” – magyarázza Anna Sulińska-Wójcik. „Szerettük volna megmutatni a nagyközönségnek az uniós források tényleges hatását – a turisztikai projektek szembetűnőek, közismertek és vonzóak, ezért is szerettük volna az ilyen projekteknek kiírt verseny útján biztosítani, hogy a források olyan helyre kerüljenek, amit az emberek valóban látnak is.”

Hogyan vonható be a sajtó

A résztvevők bevonását követően a helyi sajtó tájékoztatást kap a versenyről, a projektek pedig ízelítőt kapnak abból, hogy milyen nyilvánosságra számíthatnak majd akkor, ha esetleg

megnyerik a versenyt. „Mikor kiküldjük a díjra jelölt projektek listáját, rengeteg helyet kapunk a sajtóban. Nagyon érdeklí őket a dolog. A helyi médiák megkezdik a lobbizást kedvenc projektjükért, így a verseny szinte azonnal központi helyen szerepel a sajtóban” – magyarázza Anna Sulińska-Wójcik.

Látnivalókban pedig nincs hiány, hiszen a projektek sorában olyan példákat emelhetünk ki, mint a gazdasági nehézségekkel küzdő egykori ipari város, Łódź használaton kívüli textilgyárát mára híressé vált képcsarnokká átalakító kezdeményezés, vagy a krakkói interaktív tudományos park. „Tudtuk, hogy a verseny érdekes projekteket vonultat majd fel, de minket is nagyon meglepett a pályázatok sokfélesége” – teszi hozzá Edyta Meczyńska, rendezvény szakértő.

Pontosan a sajtófigyelem az, ami hasznossá teszi a jelöltséget, és persze még inkább a verseny megnyerését. A projektreklám részét alkotta az egyik népszerű reggeli tévéműsorban leadott rendszeres riport. A műsor, melynek házigazdája egy jól ismert személyiség volt, hétvégén került sugárzásra. A fődíjban leadott riportban az újságíró ellátogat a különböző nyertesekhez, és amellet, hogy bemutatja a helyszínt, arról is beszámol, hogy az EU-finanszírozás milyen szerepet játszott a projekt megvalósításában.

Mindezt az országba érkező repülőgépeken megtalálható folyóiratokban jól látható helyen elhelyezett reklámok, és a technológia és a design valóságos remekének számító reptéri kiállítás egészíti ki.

És a nyertes...

Az első díjkiosztó ünnepségen a regionális fejlesztési miniszter adta át a díjakat. Mivel számos nyertes kis városokból vagy falvakból érkezett, az elismerés pillanata sok esetben nagyon megható volt. „Sok nyertesnek könnycseppek gördültek végig az arcán” – emlékezik vissza Magdalena Dziubek-Grudzinska, az osztály nemzetközi együttműködési főszakértője.

De nem nehéz odacsábítani az ünnepségre a magas rangú politikusokat? „Igen” – hangzik a válasz, majd kiderül, hogy az est úgy került megrendezésre, hogy egybeessen egy közelben tartott magas szintű fórummal. „Tudtuk, hogy itt lesznek a szomszédban, ezért így szerveztük az eseményünket, de megérte, mert eljöttek.”

Az effajta ravasz tervezéssel egyébként több helyen is találkozunk. Amint azt Sulińska-Wójcik röviden összefoglalta: „Módot találtunk arra, hogy ne csak a pénzről beszéljünk – a pénz elvont, egy nagy számjegy, amiről az emberek nem tudnak igazán fogalmat alkotni, és ami számukra mindig is személytelen marad. Ha azonban azt az üzenetet juttatjuk el hozzájuk, hogy Lengyelország az európai pénzeknek köszönhetően egyre szebbé válik, az emberek körülnéznek, és észreveszik, hogy bizonyos dolgok valóban változnak.”

