

COHESIFY: a régiók véleményének kifejeződése

Hatással van a kohéziós politika a polgárok EU-val kapcsolatos véleményére és az európai identitásérzetre? Mennyire hatékony a kohéziós politikával kapcsolatos kommunikáció a polgárok körében? Ezek és ezekhez hasonló kérdések képezték a COHESIFY elnevezésű kétéves kutatási projekt alapját, amelynek végső eredményeit 2018. április 26-án a politikai döntéshozók, a kohéziós politika egyéb érdekelt felei és a tudományos szféra tudomására hozták.

Az elmúlt évtizedben igen hirtelen és nagy mértékben csökkent az Európai Unióról kedvező képet alkotó és az uniós intézményeknek bizalmat szavazó emberek száma, növekedés pedig csak lassanként tapasztalható. A populista és EU-ellenes pártok erősödnek, az Egyesült Királyság pedig az EU-ból való kilépésre szavazott. A kérdés, hogy milyen változásokat eredményeznek az uniós politikák, különösen a kohéziós politika, amely jelenleg az uniós költségvetés egyharmadával rendelkezik, végrehajtására pedig helyi és regionális szinten is sor kerül. Tudják vajon a polgárok, hogy az európai strukturális és beruházási alapok jelentős hatással vannak mindennapi életükre?

Ezzel a kérdéssel startolt a COHESIFY projekt, amely azt vizsgálta, hogy hogyan vélekednek általánosságban a polgárok a kohéziós politikáról. A projekt – az Európai Politikai Kutatóközpont (Strathclyde Egyetem, Glasgow) által vezetett – multidiszciplináris kutatócsoportot hozott létre, amelyben nyolc egyetem és két kkv vett részt. A csoport egy innovatív módszertani megközelítést alkalmazott, amelynek keretében a következőket ötvözte: 12 tagállam 17 kísérleti régiójában készített esettanulmányok, az érdekelt felekkel készített interjúk és felmérések, egy nagy léptékű telefonos felmérés 8500 megkérdezettel, nemzeteken átívelő médiaelemzés több mint 8000 újságcikkkel és 110 000 közösségi-médiabejegyzéssel, valamint 47 fókuszcsoport 240 polgár részvételével.

A COHESIFY projektvezetője és a Strathclyde Egyetem professzora, John Bachtler véleménye szerint a legfőbb konklúzió a következő: „A kohéziós politika kiadásai és kommunikációja nagy mértékben befolyásolja a polgárok EU-ról és az európai integrációról alkotott véleményét és az uniós identitásérzetet. Ha az uniós döntéshozók előre kívánják mozdítani az EU-val való azonosulást regionális és helyi szinten egyaránt, a kohéziós politika egyértelműen hatékony eszköz lehet – természetesen kizárólag megfelelő kommunikáció esetén.





Mit gondolnak az uniós polgárok?

A projekt egyértelműen bizonyította, hogy a kohéziós politika hatással van a polgárok EU-val és az európai identitással kapcsolatos véleményére. „A fókuszcsoporthoz tartozóakból kiderült, hogy az uniós polgárok csak implicit és felületes ismeretekkel rendelkeznek a kohéziós politikáról. A polgárok elismerik a szakpolitika jelentőségét a regionális különbségek kezelése és az életminőség javítása szempontjából, de úgy érzik, nem részesülnek megfelelő tájékoztatásban. Nagyobb beleszólási lehetőséget kívánnak az alapok területi elosztása vagy irányítása tekintetében”, magyarázta Dr. Andreja Pegan (Trinity College Dublin) a Régiók Európai Bizottságának zárórendezvényén Brüsszelben.

Habár a kohéziós politika nincs feltétlenül közvetlen hatással az uniós polgárok európai identitására, a szakpolitika elveit (különösen a gazdasági fejlődés terén tapasztalható eltérések csökkentésére vonatkozóakat) mégis sokan támogatták. A kohéziós politikának régiók és városok fejlődésére kifejtett hatásával kapcsolatos kedvező véleményekre is számos példa van.

A 8 500 polgár véleményét tükröző felmérés eredményei is megerősítik ezeket a megállapításokat, számolt be a COHESIFY projektigazgatója, Dr. Carlos Mendez (Strathclyde Egyetem). „A polgárok tudnak az Európai Regionális Fejlesztési Alap és a Kohéziós Alap által finanszírozott projektekről, e projektek polgárok mindennapi életét, valamint régiók fejlődését érintő előnyei pedig jelentős mértékben befolyásolják az európai identitásérzetet.”

A projekt eredményei arra is rámutattak, hogy az EU-ról, különösen a kohéziós politikáról alkotott véleményeket a finanszírozás mértéke, valamint az eredmények és a megfelelő iránymutatás is befolyásolják.

A kohéziós politika kommunikálása

A COHESIFY eredményei bizonyítják, milyen fontos is az uniós kiadások regionális és helyi szintű differenciálása, valamint az, hogy a polgárok számára nyilvánvalóvá váljon, hogy azok a számukra valóban fontos szükségletek és fejlesztési kihívások megoldását célozzák. A polgárok jelenleg úgy érzik, hogy nem kapnak elegendő tájékoztatást a kohéziós politikáról, a politikai döntéshozók pedig elismerik, hogy nem helyeztek elég hangsúlyt a kommunikációra. A kommunikációs stratégiákra nagyobb hangsúlyt kell fektetni: ahhoz, hogy a polgárok értékelni tudják a régiójuk fejlődésére irányuló uniós hozzájárulást, tájékoztatni kell őket a kohéziós politika projektjeiről.

Meglepő, de a kutatók azt állapították meg, hogy a hagyományos média (különösen a TV) és a hirdetőtáblák a leghatékonyabb kommunikációs eszközök. A közösségi média szerepe a vártnál sokkal jelentéktelenebb. ➤



Milyen módon jelenik meg a kohéziós politika a médiában?

A tanulmány másik részében a kohéziós politika médiában való megjelenését vizsgálták. Több mint 110 000 újságcikk, közösségi média bejegyzés és hozzászólás elemzését végezték el. Dr. Vasiliki Triga (Cyprus University of Technology) így nyilatkozott: „A kohéziós politika megítélése a kohéziós politika tagállamokra gyakorolt kedvező gazdasági hatásainak, illetve a polgárok életminőségére gyakorolt jelentős hatásainak bemutatására fektetett hangsúly révén alapvetően pozitív.”

Az elemzés területi különbségeket is megállapított. A regionális média pozitívabb képet fest a kohéziós politikáról, különösen a gazdasági hatásait illetően, a nemzeti média viszont inkább a kohéziós politika végrehajtási módját kritizáló negatív közvéleménynek ad hangot.

COHESIFY:

Időtartam: 2016 februárjától 2018 májusáig

Vezető partner: Strathclyde Egyetem, Európai Politikai Kutatóközpont

Partnerek: Közép-európai Egyetem, CEU (HU); Cyprus University of Technology (CY); Delft University of Technology (NL); Old-Continent (BE); Polytechnic University of Milan (IT); Regio+ (ES); Trinity College Dublin (IE); University of Mannheim (DE); University of Warsaw (PL)

Program: „Horizont 2020” kutatási és innovációs program

Finanszírozás: 2,4 millió EUR

2020 utáni kohéziós politika

A COHESIFY projekt főbb ajánlásait és eredményeit a 2021–2027 közötti többéves pénzügyi keretről és a kohéziós politikára vonatkozó jogszabálycsomagról szóló vita keretében történő figyelembevétel céljából az uniós döntéshozók részére is továbbították. A kutatás alapján a kohéziós politika hatékonynak bizonyul az EU-val kapcsolatos kedvező vélemények és az uniós identitásérzet ösztönzésében, fontos azonban hangsúlyozni az uniós kiadások irányítása tekintetében tapasztalható decentralizációt.

A COHESIFY egyik főbb javaslata egy részvételt fokozó, polgárokra összpontosító megközelítés bevezetésére irányul az uniós alapok programozása és kommunikációja tekintetében, ez a megközelítés radikális változásokat hozhat a polgárok szerepvállalásában, valamint a kohéziós politika és az EU megítélésében. ■

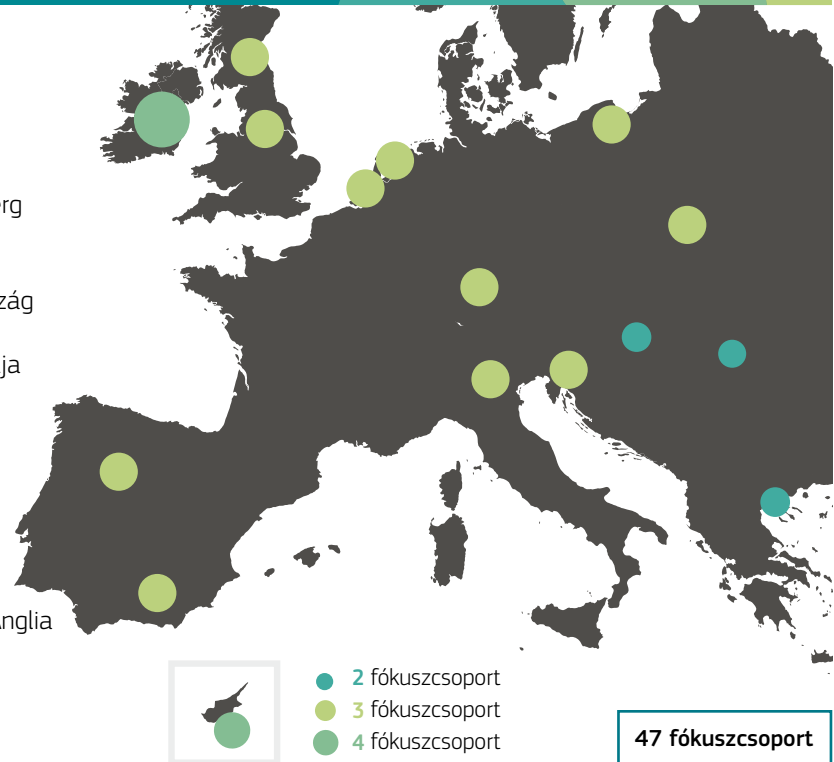
TOVÁBBI INFORMÁCIÓK

www.cohesify.eu

KÉRDÉSEK A POLGÁROK KOHÉZIÓS POLITIKÁVAL KAPCSOLATOS ISMERETEIRE, A KOHÉZIÓS POLITIKA EURÓPAI IDENTITÁSRA KIFEJTETT HATÁSAIRA ÉS HOZZÁJÁRULÁSAIRA VONATKOZÓAN

HOL KÉSZÍTETTÜNK INTERJÚT?

- Ciprus** – Ciprus
- Németország** – Baden-Württemberg
- Görögország** – Közép-Makedónia
- Magyarország** – Nyugat-Dunántúl
- Írország** – Dél-Írország, Kelet-Írország
- Olaszország** – Lombardia
- Lengyelország** – Lengyel-Kárpátalja
- Lengyelország** – Pomeránia
- Románia** – Nyugat-Románia
- Szlovénia** – Nyugat-Szlovénia
- Spanyolország** – Andalúzia
- Spanyolország** – Kasztília és León
- Hollandia** – Flevoland
- Hollandia** – Limburg
- Egyesült Királyság** – Északkelet-Anglia
- Egyesült Királyság** – Skócia



KIVEL KÉSZÍTETTÜNK INTERJÚT?

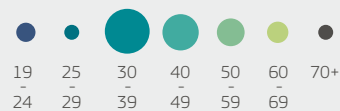
240 RÉSZTVEVŐK



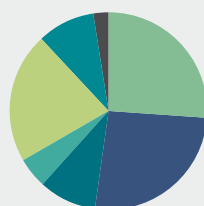
110 NŐK



ÉLETKOR



HOGYAN VÉGEZTÜK AZ ADATGYŰJTÉST?



- Véletlenszerű
- Közösségi média
- Helyben
- Hirdetőablakon szereplő reklámok vagy újsághirdetések
- Polgárokra vonatkozó COHESIFY felmérés
- Külső adatgyűjtő
- Kutatócsoport közösségi hálójá