

Analýza modelu komunikace regionální politiky EU v ČR **Analysis of the Communication Model of EU Regional** **Policy in the Czech Republic**

Otakar Ďurďa*

Abstrakt

Komunikační aktivity přispívají k naplňování cílů regionální politiky EU a tvoří proto její důležitou součást. Z hlediska evaluace komunikačních aktivit je vedle identifikace konkrétních dopadů důležité věnovat pozornost také samotnému průběhu procesu komunikace. Cílem této stati je přiblížit význam komunikace regionální politiky, konfrontovat jednotlivé prvky komunikačního procesu s potřebami a postoji obyvatel ČR a identifikovat problémové oblasti komunikace.

Abstract

Communication activities contribute to reaching the aims of EU regional policy and therefore it is an important part of the regional policy. Beside the analysis of impacts of such communication, it is important to evaluate and analyze the process of communication. The aim of this paper is to explain communication process of EU regional policy, to provide confrontation of its particular domains with needs and attitudes of inhabitants of the Czech Republic and to identify possible gaps in communication.

Klíčová slova

komunikační proces, komunikační model, komunikační nástroje, regionální politika, evropské fondy

Keywords

Communication process, communication model, communication tools, regional policy, EU funds

Úvod a cíl práce

Výzkumy veřejného mínění realizované v jednotlivých zemích Evropské unie (dále jen EU)¹ ukazují, že dotazovaní mají málo informací o EU a jejím fungování. Například podle výzkumu Eurobarometer 189a² téměř dvě třetiny obyvatel EU v roce 2006 uvedly, že národní média poskytují příliš málo informací o EU. Obyvatelé mají dále pocit, že nemohou adekvátně ovlivňovat rozhodovací procesy v rámci EU. Z výsledků výzkumu Standard Eurobarometer 79³ je pak patrné, že podíl obyvatel, podle kterých nemá jejich hlas žádnou váhu, dosahuje dvou třetin, přičemž od roku 2009, kdy byl podíl těchto obyvatel nejnižší za posledních 10 let (53 %), se v roce 2013 zvýšil podíl obyvatel s tímto názorem o čtrnáct procentních bodů.

EU usiluje o zmírnění této mezery mezi ní a jejími občany pomocí cílených aktivit, mezi které patří snaha o zlepšení komunikace mezi orgány EU a občany. Jak uvádí Josan (2008), komunikace je nepostradatelný nástroj pro sociální, ekonomický a kulturní vývoj evropské společnosti. EU by měla prostřednictvím komunikace zdůrazňovat dopady svého fungování na běžný život občanů, zvyšovat zájem občanů o fungování EU, měla by používat přímé komunikační kanály pro komunikaci se svými obyvateli a ve větší míře využívat získanou zpětnou vazbu od občanů ke zvyšování důvěryhodnosti jak celé EU, tak jejich jednotlivých orgánů.

V minulosti se EU zaměřovala na zlepšení komunikace, a pokusila se tak eliminovat bariéry mezi ní a jejími občany. Pořád to však byla komunikace zaměřená spíše na šíření povědomí o činnosti EU a méně pozornosti bylo věnováno názorům a postojům obyvatel. Občané tak měli pocit, že komunikační kanály, prostřednictvím kterých se mohli zapojit do veřejné deba-

¹ např. Eurobarometer Surveys viz http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm

² http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/flash_arch_191_174_en.htm

³ http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb79/eb79_first_en.pdf

ty o fungování EU, jsou limitované, špatně dostupné a ve svém důsledku nevedou k eliminaci bariér a mezer mezi nimi a EU. Evropská komise se proto rozhodla využít nový přístup: opustit jednosměrnou komunikaci a vyzdvihnout význam dialogu, odklonit se od institucionálně orientované komunikace vycházející „z Bruselu“ a uplatňovat komunikaci orientovanou na občany. Nová forma komunikace je navíc decentralizovaná, což znamená, že se lidé dozvídají o jednotlivých politikách a politických tématech EU především prostřednictvím národních, regionálních a lokálních médií.

V rámci zlepšení komunikace byl Evropskou komisí schválen „Akční plán na zlepšení komunikace EU“⁴, který zavádí zlepšení komunikace s obyvateli a „Plán D pro demokracii, dialog a debatu“⁵, který si klade za cíl zapojit občany do diskuze o EU. Plánované aktivity však mohou být efektivní pouze za předpokladu, že budou zaangażovány skutečně všechny klíčové subjekty, tj. jak jednotlivé instituce EU, tak také národní, regionální a lokální autority ve členských zemích, a rovněž také politické strany, občanský sektor apod. Důležitost zapojování širokého spektra zainteresovaných stran zdůrazňuje také Bílá kniha o evropské komunikační politice⁶, která vyzdvihuje význam zapojení jednotlivých subjektů v diskuzi o možnostech spolupráce a při přípravě agendy směřující k lepší komunikaci a otevřené veřejné debatě v rámci EU.

Jak vyplývá ze závěrů výzkumu Eurobarometer 189a, téměř všichni respondenti souhlasí se základním cílem Bílé knihy, a to s právem obyvatel na přístup k informacím a dostupností informací v jejich mateřském jazyce. Z výsledků tohoto výzkumu dále vyplývá, že pro čtyři pětiny obyvatel EU jsou důležité informace o evropské politice a evropských záležitostech, přičemž mezi hlavní motivy tohoto zájmu patří zvyšování znalostí o vlastních právech, snaha seznámit se s tím, co evropské instituce dělají pro své občany a lépe pochopit roli EU ve světě (tuto motivace má přibližně sedm respondentů z deseti). Celkem šest z deseti respondentů pak uvedlo, že chce být alespoň touto formou zapojeno do procesu budování Evropy.

⁴ Action Plan: SEC (2005) 985 final, 20 July 2005

⁵ Plan D: COM (2005) 494 final, 13 October 2005

⁶ http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/decisionmaking_process/110105_cs.htm

V rámci politiky soudržnosti EU přerozděluje finanční částky směrem k jednotlivým členským zemím a pro naplnění cílů této politiky je nutné zajistit také efektivní komunikaci. Jednotlivé členské státy, resp. subjekty odpovědné za čerpání těchto finančních prostředků, jsou v této souvislosti povinny zajistit na jedné straně informování potenciálních žadatelů o stávajících možnostech financování a na druhé straně zajistit informování občanů o uskutečněných investicích, jejich výsledcích a dopadech. V zájmu transparentního nakládání s veřejnými prostředky proto členské státy poskytují pravidelné a úplné informace o dostupných investičních příležitostech a programech a zveřejňují informace o jednotlivých projektech a příjemcích podpory.

Kromě komunikace na úrovni EU je důraz kladen zejména na komunikaci na úrovni jednotlivých členských zemí. Řídící orgány jednotlivých operačních programů mají podle Nařízení Rady (ES) č. 1083/2006 povinnost propagovat a poskytovat občanům EU a příjemcům informace o programech a operacích spolufinancovaných z evropských fondů s cílem zdůraznit roli Společenství a zajistit, aby byla pomoc z fondů transparentní.

Ještě před samotným zahájením komunikačního procesu jsou řídicí orgány operačních programů na základě Nařízení Komise (ES) č. 1828/2006 povinny vypracovat komunikační plán, podle kterého jsou prováděny aktivity v oblasti komunikace a publicity. Komunikační plán musí obsahovat přinejmenším cíle a cílové skupiny, strategii a obsah informačních a propagačních opatření, jež jsou zaměřena na (potenciální) příjemce a na veřejnost, s ohledem na přínos pomoci Společenství na vnitrostátní, regionální a místní úrovni. Dále musí obsahovat orientační rozpočet na provedení plánu, informaci o tom, které správní oddělení nebo subjekty jsou odpovědné za provádění informačních a propagačních opatření a údaj o tom, jak budou informační a propagační akce vyhodnoceny. Právní rámec komunikace operačních programů je dále vymezen Nařízením Rady (ES) č. 1083/2006.

V průběhu programového období pak řídicí orgány operačních programů realizují jednotlivé komunikační aktivity a opatření definované v komunikačních plánech, které by měly vést k naplňování jednotlivých strategických i globálních komunikačních cílů.

Kromě samotné realizace komunikačních aktivit a opatření je však z hlediska naplňování cílů důležité průběžně tyto realizované aktivity monitorovat a vyhodnocovat (Remr, 2012). Jen tak je možné provádět případné úpravy komunikačních plánů vedoucí k zajištění lepšího naplňování definovaných cílů. Monitorování a hodnocení je tedy důležitou součástí celého procesu komunikace.

Cílem této práce je na základě analýzy jednotlivých fází komunikačního modelu regionální politiky EU porovnat způsob a nastavení této komunikace s postoji a preferencemi jednotlivých cílových skupin (zejména pak veřejnosti), poukázat na kritické prvky komunikačního procesu a ověřit správnost a adekvátnost komunikace.

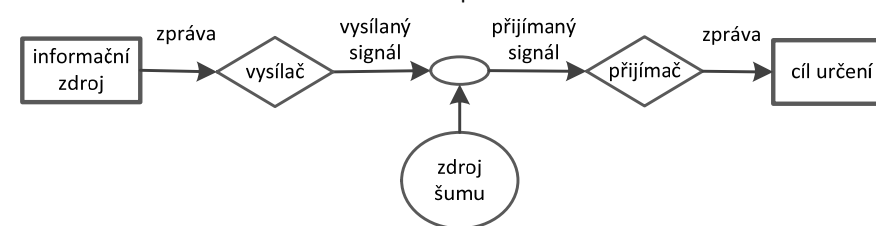
1. Vymezení komunikace a komunikačních modelů

Lunenburg (2010), Keyton (2011) a mnozí další definují komunikaci jako proces přenosu informací a společného porozumění mezi dvěma subjekty. Poukazují tím na fakt, že nezbytnou součástí komunikace a společného porozumění je výměna informací. Cheney (2011) a Lunenburg (2010) popisují komunikaci jako proces, na jehož počátku stojí odesílatel (původce sdělení), který své myšlenky či postoje kóduje prostřednictvím slov, gest či symbolů a vytváří verbální, neverbální či psanou zprávu. Prostřednictvím přenosového média, kterým může být osobní konverzace, telefonní hovor, e-mail, Internet, rádio, televize či psaný text (knihy, časopisy apod.) se zpráva dostává k příjemci, který ji dekóduje a získává tím smysluplnou informaci nutnou pro pochopení významu sdělení.

Uvedené definice vycházejí ze stejného modelu lineární či jednosměrné komunikace, kdy sdělení putuje od odesílatele k příjemci. Jeden z prvních lineárních modelů komunikace představil v roce 1948 Harold Laswell, který ve svém přístupu rozlišil pět klíčových prvků. Konkrétně se jedná o: *Kdo? Co sděluje? Prostřednictvím jakého kanálu? Komu? Jaký je efekt?*

Shannon a Weaver (1949) rozvinuli a zdokonalili lineární model komunikace obsahující navíc šumy, které mohou zkreslovat porozumění mezi jednotlivými účastníky komunikace.

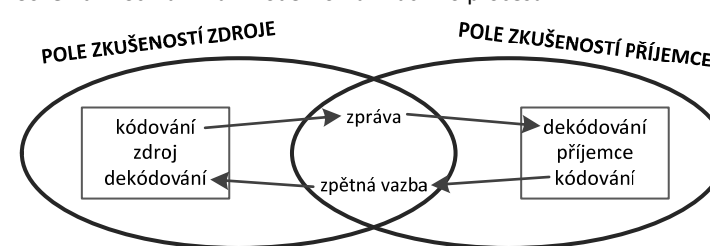
Schéma 1: Shannonův model komunikačního procesu



Zdroj: Foulger, D. (2004): *Models of the Communication Process*

Lineární modely však navozují dojem, že zdroj pouze vysílá a nikdy nepřijímá, zatímco příjemce jen přijímá a nikdy nevysílá žádné zprávy. Realita většiny komunikačních procesů je však komplexnější. Proto byly kromě lineárních modelů rozvinuty ještě modely interaktivní, ve kterých figuruje také zpětná vazba od příjemce ke zdroji. Například Fougler (2004) poukazuje na modifikaci Shannonova lineárního modelu přidáním zpětné vazby, která je přenášena, přijímána a potenciálně zkreslována šumy. Zpětnou vazbu ve svém komunikačním modelu využil také Schramm (1955), který dále upozorňuje na to, že zpětná vazba může být verbální i neverbální, a může být zamýšlená nebo nezamýšlená. Schrammův interaktivní komunikační model ukazuje, že zprávy jsou vytvářeny a interpretovány v rámci osobního pole zkušenosti; celý model je pak založen na interaktivním procesu, v němž zdroj i příjemce aktivně vystupují.

Schéma 2: Schrammův model komunikačního procesu



Zdroj: Foulger, D. (2004): *Models of the Communication Process*

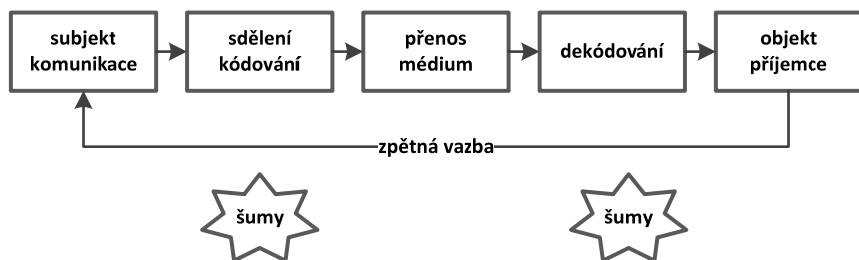
Omezení interaktivních modelů spočívá v tom, že neberou v potaz duální charakter jednotlivých subjektů komunikace, které současně vysílají a přijímají (Wood, 2012). Tento nedostatek interaktivních modelů řeší modely transakční, které nerozlišují zdroje a příjemce zpráv, nýbrž všechny subjekty účastnící se komunikačního procesu nazývají komunikátory.

Komunikátoři tedy zprávy vysílají i přijímají (Foulger 2004). Transakční modely komunikace dále ukazují, že komunikace je dynamická a mění se v čase v závislosti na událostech mezi komunikátory.

2. Model komunikace regionální politiky EU

Komunikace regionální politiky EU tak, jak vyplývá z jejích cílů, je založena na diseminaci informací o fungování a naplňování této politiky. Komunikace regionální politiky EU tedy odpovídá lineárnímu modelu komunikace. Model definovaný Příkrylovou a Jahodovou (2010) se skládá z celkem osmi prvků, a to ze zdroje komunikace, zakódování, sdělení, přenosu, dekódování, příjemce, zpětné vazby a z komunikačních šumů.

Schéma 3: Model komunikačního procesu



Zdroj: Příkrylová, Jahodová (2010), upraveno

Subjektem komunikace je organizace, osoba či skupina osob, která vysílá informaci příjemci. Prostřednictvím komunikačních kanálů a prostředků směřuje komunikace od zdroje k příjemci. Aby byla komunikace účinná, musí být zdroj přijatelný (důvěryhodný a odborně způsobilý) a atraktivní. V případě regionální politiky může být subjektem komunikace DG Regio⁷, na národní úrovni pak řídicí orgány jednotlivých operačních programů a příjemci podpory. Sdělení je suma informací, které se zdroj snaží vyslat příjemci prostřednictvím komunikačních médií. Zakódování je proces převodu sdělovaných informací do podoby, které příjemce rozumí. Proces kódování má v tomto ohledu tři základní funkce:

- upoutat pozornost,
- vyvolat či podpořit akci,
- vyjádřit záměr, názor, existenci či známost.

⁷ Generální ředitelství Evropské Komise pro regionální politiku

V případě komunikace regionální politiky lze za sdělení považovat například informace o existenci strukturálních fondů a operačních programů, informace o zaměření jednotlivých operačních programů, informace o podmínkách získání prostředků z fondů EU, informace o příjemcích podpory, informace o úspěšně realizovaných projektech, informace o dopadech a přínosech evropských dotací apod. Jak však tato sdělení korespondují s tím, jaké informace o regionální politice a evropských fondech preferují obyvatelé České republiky? O co se v této souvislosti obyvatelé ČR nejvíce zajímají? Data o preferovaných informacích týkajících se této oblasti poskytuje výzkum, který provedl Institut evaluací a sociálních analýz (INESAN) v roce 2013. Z výsledků vyplývá, že o informace o regionální politice EU se zajímá téměř 60 % obyvatel. Z konkrétních informací se nejčastěji zajímají o využití dotací z evropských fondů, o charakter projektů, které se jimi financují, o celkovou výši alokace pro Českou republiku na období 2007–2013, o možné způsoby čerpání evropských dotací a o podmínky jejich získání. Podrobnější přehled nejčastěji uváděných odpovědí je zachycen v následující tabulce:

Tabulka 1: Spontánně preferované informace o evropských fondech

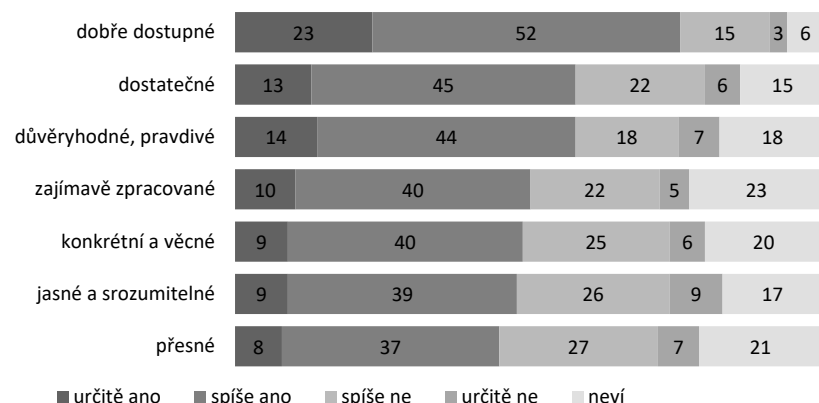
konkrétně preferované informace	četnost odpovědí
Jak se evropské dotace využívají, kam všude jdou tyto peníze?	16 %
Kolik dotací z EU ČR dostala/kolik může čerpat?	8 %
Jak je možno evropské dotace získat, jaké jsou podmínky pro jejich získání?	7 %
Budou evropské dotace pokračovat i do budoucna?	3 %
Může dotace čerpat i naše obec?	3 %
Jak se vynakládání dotací kontroluje?	3 %
Obecně více informací o evropských fondech a dotacích.	3 %
Co pro mě osobně znamenají dotace z EU?	3 %
Informace o korupci a zneužívání dotací	2 %
Jak se evropské dotace čerpají, rozdělují?	2 %
Kolik ČR odvedla do rozpočtu EU? Jaký je čistý přínos evropských dotací?	2 %
Jaké jsou tresty za zneužití dotací?	2 %

Pozn.: uvedeny jsou pouze odpovědi s relativní četností vyšší nebo rovnou 2 %
Zdroj: INESAN (leden 2013, N=2 114)

Z realizovaných interim evaluací⁸ zaměřených na zhodnocení plnění komunikačních plánů jednotlivých operačních programů v ČR vyplývá, že komunikace s veřejností by se měla zaměřit především na přínosy fondů EU pro společnost, na pozitivní přínosy jednotlivých projektů financovaných z operačních programů a na celkový přínos EU (Đurđa, 2014: 61). Takto stanovený obsah komunikace přitom může pomoci při naplňování cílů definovaných v komunikačních plánech jednotlivých operačních programů.

Kromě konkrétního zájmu o informace o regionální politice a evropských fondech je důležité charakterizovat také hodnocení informací, které jsou obyvatelům ČR dostupné. O hodnocení těchto informací vypovídá výzkum společnosti STEM/MARK⁹. Osoby dotazované v rámci tohoto výzkumu, které se o problematiku fondů EU zajímají alespoň pasivně, hodnotí komunikované informace o těchto fondech jako dobře dostupné (75 %), dostatečné a důvěryhodné/pravdivé (shodně 58 %). Přibližně polovina respondentů si myslí, že jsou zajímavě zpracované, konkrétní/věcné a jasné/srozumitelné. Méně než polovina dotázaných však považuje uváděné informace za přesné.

Graf 1: Hodnocení informací o fondech EU



Pozn.: údaje se vztahují pouze k těm, kteří se alespoň pasivně zajímají o informace o fondech EU
Zdroj: STEM/MARK (Informovanost o fondech EU, 2011, N=2 048)

⁸ Střednědobé vyhodnocení prováděné přibližně v polovině programového období

⁹ Informovanost o fondech EU (2011)

Dalším prvkem komunikačního procesu je přenos sdělení, který se uskutečňuje prostřednictvím konkrétních komunikačních kanálů. Správně zvolené kanály jsou účinnou podporou sdělení, nesprávně zvolené mohou být jeho destrukcí. Pro realizaci komunikačního procesu existují dvě základní skupiny komunikačních prostředků (Příkrylová, Jahodová, 2010):

- prostředky individuálního působení, pro které je typický osobní kontakt zainteresovaných stran – osobní rozhovor, telefonní rozhovor, dopisy, e-mail, telekonference, videokonference,
- prostředky skupinového působení – konference, tištěné prostředky (letáky, plakáty, brožury, publikace, bulletiny, zpravodaje, časopisy atd.) a masmédi (tisková či elektronická).

Jednotlivé komunikační nástroje jsou obvykle využívány ve vzájemných kombinacích a vytvářejí tak tzv. komunikační mix, který je tvořen jak nástroji osobní, tak také masové komunikace (De Pelsmacker et al., 2003).

Jaké komunikační nástroje využívají jednotlivé subjekty zodpovědné za komunikaci regionální politiky EU? DG Regio zodpovědné za komunikaci na nadnárodní úrovni, využívá ke komunikaci zejména tyto:

- webové stránky – web „Inforegio“, který je jedním z nejdůležitějších komunikačních nástrojů,
- RegioNetwork 2020 – podobá se sociálním sítím, podporuje výměnu informací mezi regiony a umožňuje uživatelům sdílet informace o tématech týkajících se regionální politiky EU a vytvářet jejich vlastní profily; DG Regio může tento nástroj využívat také k šíření informací o prioritách a tématech regionální politiky,
- publikace (v elektronické i tištěné podobě),
- veřejné akce (např. konference),
- multimediální produkty (např. propagační videa),
- masmédi (např. články a rozhovory v tisku),
- sociální sítě.

V České republice využívají řídicí orgány jednotlivých operačních programů pro naplnění informačních priorit komunikačních plánů a zajištění adekvátní informovanosti a komunikace s jednotlivými cílovými skupi-

nami následující komunikační nástroje: (1) mediální komunikace, (2) on-line komunikace, (3) přímá komunikace, (4) publikační aktivity a (5) ostatní komunikační prostředky.

V rámci mediální komunikace jsou využívány zejména články a inzerce v tisku, tiskové zprávy a tiskové konference. V období 2007–2013 využívaly inzerce, články a pořady v médiích a tiskové zprávy ke své komunikaci všechny operační programy. Tiskové konference a presstripy¹⁰ využívaly v největší míře zejména regionální operační programy. Z tematických operačních programů je využívaly zejména OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost, OP Lidské zdroje a zaměstnanost a OP Životní prostředí.

V rámci online komunikace jsou využívány webové prezentace operačních programů, na kterých jsou dostupné jak základní informace a dokumenty, tak také novinky, seznamy příjemců atd. Vlastní internetové stránky jsou operačními programy využívány jako nosný nástroj komunikace při naplňování cílů definovaných v komunikačních plánech. V rámci online komunikace jsou rovněž využívány elektronické zpravodaje/newslettery. Elektronické zpravodaje využívaly v období 2007–2013 jen některé operační programy, mezi něž patří např. OP Doprava, OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost, OP Lidské zdroje a zaměstnanost, Integrovaný OP a zejména pak regionální operační programy.

Mezi nástroje přímé komunikace patří zejména workshopy, semináře, konference, veletrhy a osobní, telefonní nebo emailové konzultace. Využívaný je také databázový mailing. Nástroje přímé komunikace využívaly v období 2007–2013 všechny operační programy.

Z hlediska publikačních aktivit využívají všechny operační programy letáky, informační brožury, publikace nebo časopisy/bulletiny. Za každý rok jsou pak řídicí orgány povinny vypracovat výroční zprávu o průběhu realizace operačního programu.

Mezi ostatní využívané komunikační nástroje patří propagační předměty, venkovní reklama a akce pro veřejnost. Propagační předměty využívaly

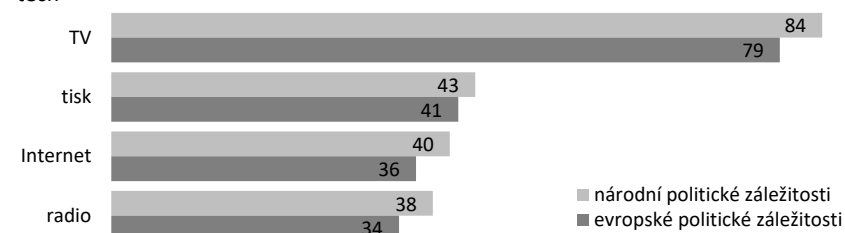
¹⁰ Presstrip je organizovaná návštěva novinářů na místě realizace konkrétních projektů.

v období 2007–2013 ke své propagaci všechny operační programy, naproti tomu venkovní reklamu a akce pro veřejnost využívaly typicky regionální operační programy.

Mezi základní pilíře komunikace tedy patřily takové nástroje jako inzeráty, články v médiích a tiskové zprávy. Důležité byly také formy přímé komunikace v podobě seminářů, workshopů, konferencí a konzultací. Rovněž platí, že nástroje nepřímé komunikace byly používány při komunikaci s veřejností, naproti tomu přímé nástroje byly zacíleny na skupinu (potenciálních) žadatelů a příjemců podpory.

Jaké informační nástroje využívají k získávání informací o evropských politických tématech a záležitostech obyvatelé ČR? Odpovědi na tuto otázku poskytuje například výzkum Eurobarometer 78 realizovaný na podzim 2012. Ze spontánních odpovědí vztahujících se k respondentům z ČR vyplývá, že jako hlavní zdroj informací o národních i evropských politických tématech a záležitostech využívají obyvatelé ČR především televizi (přibližně čtyři pětiny). Tisk slouží jako hlavní zdroj informací dvěma pětinám obyvatel, Internet a rádio považuje v této souvislosti za hlavní zdroj informací více než třetina obyvatel ČR.

Graf 2: Hlavní zdroj informací obyvatel ČR o národních a evropských politických událostech

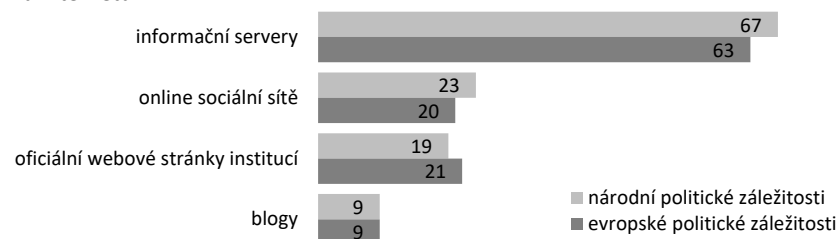


Zdroj: Eurobarometer 78 (2012; N (ČR)=1 003)

Televize je tedy nejvíce rozšířeným zdrojem informací o politických tématech a záležitostech týkajících se ČR i EU. Zároveň platí, že komunikace regionální politiky je založena zejména na mediální komunikaci, a především pak na komunikaci prostřednictvím Internetu. Zvolený komunikační mix tedy do značné míry koresponduje s reálně využívanými komunikačními nástroji ze strany obyvatel ČR. Prostor pro zvýšení zásahu existuje

zejména v případě televize; její začlenění do komunikačního mixu je však problematické z důvodu příliš vysokých nákladů. V souvislosti s využitím Internetu jako komunikačního nástroje je důležité identifikovat, na jakých konkrétních serverech se obyvatelé ČR dozvídají jak o národních, tak evropských politických tématech. Vůbec nejčastěji je to na informačních portálech (dvě třetiny obyvatel), přibližně pětina obyvatel tyto informace čerpá na sociálních sítích a stejný podíl využívá oficiální webové stránky jednotlivých institucí a operačních programů. Obyvatelé ČR tedy primárně nenavštěvují oficiální stránky institucí, ale dané informace zaznamenávají na všeobecných informačních serverech.

Graf 3: Zdroje informací obyvatel ČR o národních a evropských politických záležitostech na Internetu



Pozn.: údaje se vztahují jen k těm respondentům, kteří získávají informace na Internetu

Zdroj: Eurobarometer 78 (2012; N (ČR)=1 003)

Potenciál v oblasti komunikace na Internetu mají sociální sítě, blogy a diskuzní fóra (Králíček, Král 2011), zejména pak Facebook, Google+, Myspace, Youtube nebo Twitter. V ČR bylo využívání Facebooku na začátku roku 2009 okrajovou záležitostí¹¹, zatímco v polovině roku 2013 měl necelé 4 miliony uživatelů¹². Sociální sítě jsou účinným komunikačním nástrojem zejména pro komunikaci s mladými lidmi, neboť dle Králíčka a Krále (2011) byly v srpnu 2010 čtyři pětiny uživatelů Facebooku v ČR mladší 35 let. DG Regio již zařadilo sociální média mezi využívané komunikační nástroje, jak vyplývá z informačních a komunikačních plánů DG Regio na roky 2012 a 2013¹³. Prostřednictvím těchto sociálních médií šíří

¹¹ Králíček, Král (2011)

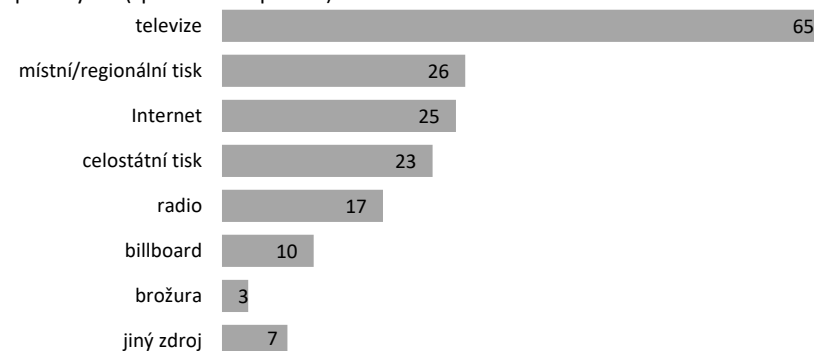
¹² zdroj: <http://www.zoomsphere.com/>

¹³ http://ec.europa.eu/dgs/regional_policy/index_en.htm#1

DG Regio informace o tématech spojených s regionální politikou EU, a navíc získává zpětnou vazbu od jejich uživatelů. Jak vyplývá z evaluací plnění komunikačních plánů jednotlivých operačních programů v ČR, bylo řídicím orgánům doporučeno tuto oblast komunikace také využívat.

Důležitost mediální komunikace dokládá také výzkum Flash Eurobarometer 298 z roku 2010, který se zabýval otázkami spojenými přímo s regionální politikou EU. Z jeho výsledků v této souvislosti vyplývá, že o projektech spolufinancovaných z prostředků EU se obyvatelé ČR dozvídají jednoznačně nejčastěji prostřednictvím televize (dvě třetiny z nich). Prostřednictvím regionálního a celostátního tisku a prostřednictvím Internetu se o projektech financovaných z EU dozvídá přibližně čtvrtina obyvatel ČR. Ostatní dotazované zdroje informací, jako jsou rádio, billboardy, informační brožury a další využívá jako zdroj informací o projektech spolufinancovaných z evropských fondů méně než pětina obyvatel.

Graf 4: Zdroje informací o projektech spolufinancovaných prostřednictvím regionální politiky EU (spontánní odpovědi)



Pozn.: údaje se vztahují pouze k těm, kteří znají konkrétní projekt spolufinancovaný EU

Zdroj: Flash Eurobarometer 298 (2010, N (ČR)=1 000)

Významnou roli mediální a online komunikace v oblasti regionální politiky EU dokládají také výsledky výzkumu společnosti STEM/MARK¹⁴ realizovaného v roce 2011, které se týkají informačních zdrojů o evropských fondech. Výsledky potvrzují, že obyvatelé ČR získávají informace o ev-

¹⁴ Informovanost o fondech EU (2011)

ropských fondech nejčastěji z televize (80 %) a z tisku (56 %). Častým informačním zdrojem je v tomto případě také Internet využívaný 42 % obyvatel. Nejméně využívanými komunikačními nástroji jsou pak rozhlas (33 %) a brožury/letáky (25 %).

Na význam mediálních a online komunikačních nástrojů poukazuje v neposlední řadě také výzkum GfK¹⁵ realizovaný v roce 2011. V rámci tohoto výzkumu je mimo jiné hodnocena vhodnost komunikačních nástrojů k šíření informací o čerpání peněz ze strukturálních fondů EU, kdy jsou tisk, televize a Internet hodnoceny jako nejvhodnější komunikační kanály při komunikaci s veřejností. O vhodnosti informování o strukturálních fondech prostřednictvím těchto tří komunikačních kanálů je přesvědčeno 70 % až 75 % dotázaných. Jako méně vhodné respondenti hodnotili informační letáky, rozhlas a billboardy a za nejméně vhodné považují nástroje přímé komunikace (konference, semináře, konzultace apod.).

Jednotlivé výzkumy zabývající se komunikací témat spojených s EU a její regionální politikou tedy souhrnně potvrzují význam masmédií (zvláště pak televize) a online médií. Komunikace regionální politiky zaměřená na veřejnost je v ČR založena zejména na těchto nástrojích a komunikační mix zvolený řídicími orgány jednotlivých operačních programů lze proto považovat za adekvátní.

Vhodné nastavení komunikačního mixu potvrzují také zjištění a závěry provedených interim evaluací plnění komunikačních plánů jednotlivých operačních programů. Vyplývá z nich, že mezi klíčové komunikační nástroje, jak ze strany zdrojů komunikace (řídicích orgánů OP), tak ze strany příjemců sdělení (cílových skupin), patří nástroje online, mediální a přímé komunikace. V následující tabulce jsou černým čtverečkem označeny komunikační nástroje, na kterých je komunikace daného operačního programu založena (ostatní nástroje jsou použity spíše jen doplňkově). Šedou tečkou jsou označeny komunikační nástroje využívané veřejností.

¹⁵ Informovanost široké a odborné veřejnosti o strukturálních fondech a OP LZZ (2011)

Tabulka 2: Klíčové komunikační nástroje využívané řídicími orgány a příjemci informací v první části programového období (tzn. v letech 2007–2010)

	nástroje mediální komunikace	nástroje online komunikace	nástroje přímé komunikace	publikační aktivity	ostatní komunikační nástroje
Tematické OP					
OPD	■ ●	■ ●	●		
OPPI	■ ●	●	■ ●		■
OP VAVPI	■ ●	■ ●	■ ●	●	
OP VK	■ ●	■ ●	■ ●		
OP LZZ	■ ●	■ ●	■ ●		
OPŽP	■ ●	■ ●	■ ●		
IOP	■ ●	■ ●	■ ●		
OPPA/OPPK	■ ●	■ ●	■ ●		
Regionální OP					
ROP JZ	■ ●	■ ●	■ ●	■ ●	■
ROP JV	■	■ ●	■ ●	■ ●	●
ROP SZ	■ ●	■ ●	■		■ ●
ROP SV	●	■ ●	■ ●	●	■
ROP SČ	■ ●	■ ●	■	■	
ROP SM	■	■ ●	■ ●	●	
ROP MS		■ ●	■ ●	■	●

Pozn.: černým čtverečkem jsou označeny klíčové komunikační nástroje využívané ze strany řídicích orgánů jednotlivých řídicích orgánů, šedým kolečkem jsou označeny komunikační nástroje klíčové pro cílové skupiny komunikace, prázdné pole znamená, že daný komunikační nástroj nebyl označen za klíčový ani v případě řídicích orgánů, ani v případě cílových skupin komunikace

Zdroj: vlastní zpracování, výroční zprávy jednotlivých OP a evaluace plnění komunikačních plánů OP

V rámci provedených evaluací bylo potvrzeno účelné zaměření komunikačních aktivit vzhledem k veřejnosti.

Na konci komunikačního procesu stojí příjemci, resp. objekty komunikace. V případě komunikace regionální politiky EU jde na nadnárodní úrovni, za kterou je zodpovědné DG Regio, o veřejnost, zainteresované strany a média. Z Informačních a komunikačních plánů DG Regio¹⁶ vyplývá, že:

¹⁶ http://ec.europa.eu/dgs/regional_policy/index_en.htm#1

- **Veřejnost** zahrnuje obyvatele Evropy, kteří se zajímají o to, jak regionální politika EU funguje. K dispozici je jim především web „Info regio“, kde mohou nalézt informace o možnostech podpory a projektech v jejich regionu či obci.
- **Zainteresované strany** zahrnují odborníky zapojené do řízení a rozvoje politiky soudržnosti a regionální politiky. Tyto subjekty pracují buď pro orgány veřejné nebo regionální správy zabývající se řízením strukturálních fondů, Fondu soudržnosti či regionálních rozvojových agentur nebo jsou členy monitorovacích komisí. Mohou to být také členové národních nebo evropských institucí, jako jsou parlament, politické strany apod. Pro všechny tyto subjekty jsou k dispozici zejména web „Info regio“, „Radioflash“ elektronické zprávy, publikace a specifické, tematicky zaměřené akce.
- **Média** zahrnují novináře pracující pro regionální či celostátní média. Pro tyto subjekty představují intervence politiky soudržnosti a regionální politiky v jejich regionu či obci často nejkonkrétnější známky působení EU. Okamžité mediální informace jsou novinářům k dispozici prostřednictvím tiskové mluvčí komisaře pro regionální politiku, k dispozici jsou jim dále mediální balíčky a informace o plánovaných akcích v jejich regionu, informace o pořádaných seminářích apod.

Kromě těchto tří hlavních skupin lze za objekty komunikace považovat lektory, studenty a výzkumné pracovníky, kteří se zabývají politikou soudržnosti a další subjekty mimo EU, které se o danou oblast zajímají¹⁷.

Mezi objekty komunikace na národní úrovni, za kterou odpovídají řídicí orgány jednotlivých operačních programů v ČR, patří zejména:

- **potenciální žadatelé/příjemci**, kterým řídicí orgány zajišťují informace o možnostech financování projektů, informace o podmínkách způsobilosti, informace o způsobu hodnocení a schvalování projektových žádostí a v neposlední řadě kontakty na osoby, které mohou poskytnout informace o operačních programech, a to na vnitrostátní, regionální i místní úrovni¹⁸,

¹⁷ http://ec.europa.eu/dgs/regional_policy/index_en.htm#1

¹⁸ Informační povinnosti řídicích orgánů vůči potenciálním příjemcům jsou definovány v Nařízení Komise (ES) č. 1828/2006, kapitola II, oddíl 1, článek 5

- **žadatelé**, kterým je poskytována informační podpora zaměřená na úspěšnou realizaci projektů,
- **příjemci**, kteří sami zajišťují publicitu svých projektů¹⁹,
- **veřejnost**, která je informována o podpoře ze strany EU a o dopadech a přínosech této podpory²⁰,
- **odborná veřejnost**,
- **subjekty implementační struktury operačních programů**,
- **další zainteresované strany** jakými jsou například potenciální a koneční uživatelé, hospodářští a sociální partneři, experti, zpracovatelé projektů, regionální a místní úřady, monitorovací výbory a Evropská komise.

Výzkum Institutu evaluací a sociálních analýz (INESAN) umožňuje provést segmentaci příjemců komunikace regionální politiky na základě míry jejich zájmu o informace o evropských fondech a operačních programech a hodnocení jejich znalostí o těchto oblastech. Na základě této segmentace byly definovány celkem čtyři skupiny respondentů:

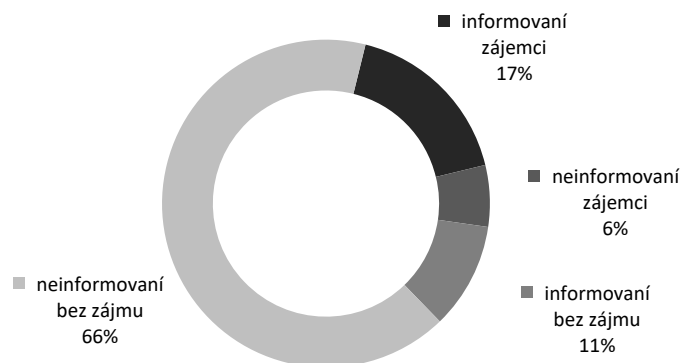
- informovaní zájemci, kteří se o informace aktivně zajímají a zároveň mají těchto informací dostatek,
- neinformovaní zájemci, kteří se o informace aktivně zajímají, ale mají těchto informací nedostatek nebo je nemají vůbec,
- informovaní bez zájmu, kteří mají těchto informací dostatek a žádné další informace nepožadují,
- neinformovaní bez zájmu, kteří žádnými informacemi nedisponují a ani o ně nemají zájem.

Největší skupinu obyvatel ČR tvoří neinformovaní bez zájmu, kterých jsou dvě třetiny (66 %), zatímco informovaných bez zájmu je celkem 11 %. Více než tři čtvrtiny respondentů se tedy o problematiku evropských fondů a operačních programů nezajímají. Ostatní dotázaní (23 %) se o problematiku zajímají, přičemž významná většina těchto respondentů hodnotí svou informovanost v této oblasti jako dostatečnou.

¹⁹ Informační povinnosti příjemců vzhledem k veřejnosti jsou definovány v Nařízení Komise (ES) č. 1828/2006, kapitola II, oddíl 1, článek 8

²⁰ Informační povinnosti řídicích orgánů vůči veřejnosti jsou definovány v Nařízení Komise (ES) č. 1828/2006, kapitola II, oddíl 1, článek 7

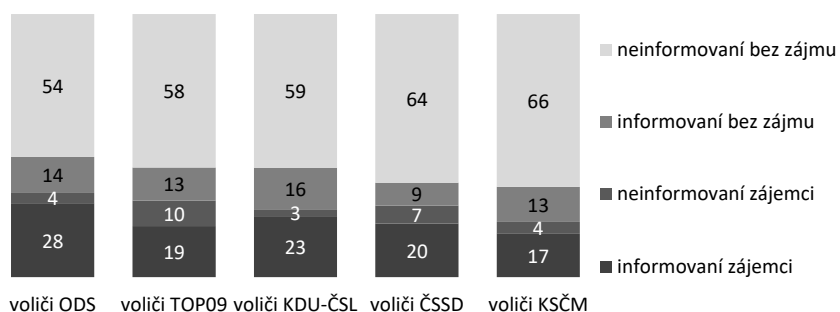
Graf 5: Segmentace respondentů podle informovanosti a zájmu o informace o evropských фонech a operačních programech



Zdroj: INESAN (2013, N=2 114)

Zajímavý je pohled na jednotlivé segmenty z hlediska politické orientace respondentů. V segmentu informovaných zájemců dominují voliči ODS, kterých je celkem 28 %, naopak nejmenší zastoupení mají v tomto segmentu voliči KSČM (těch je 17 %). Voliči KSČM spolu s voliči ČSSD dominují se 66 % resp. 64 % v segmentu neinformovaných bez zájmu.

Graf 6: Segmentace respondentů podle informovanosti a zájmu o informace o evropských фонech a operačních programech (podle politické orientace)

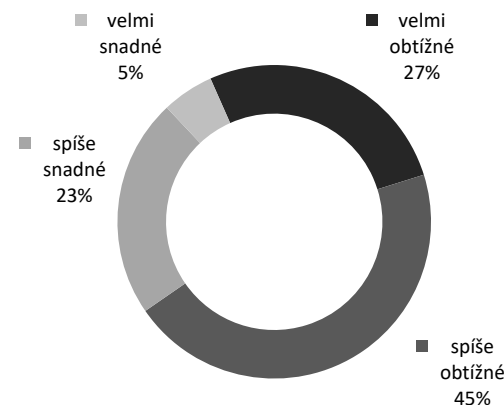


Pozn.: v grafu jsou zahrnuti jen voliči pěti nejvýznamnějších politických stran, podle preferencí v lednu 2013

Zdroj: INESAN (2013, N=2 114)

Zpětná vazba je v komunikačním procesu považována za významný prvek. Jde o sdělení, které příjemce vysílá zpět ke zdroji a představuje určitou formu reakce na získanou informaci. Zpětná vazba umožňuje poznat účinnost komunikace a dává podnět pro případné změny v budoucím období. Jako zpětná vazba může sloužit například hodnocení dostupnosti komunikovaných sdělení ze strany příjemců těchto sdělení. O hodnocení dostupnosti informací o evropských фонech vypovídají také výsledky výzkumu Institutu evaluací a sociálních analýz (INESAN), z nichž vyplývá, že získat aktuální informace o evropských фонech je pro obyvatele ČR většinou obtížné. Jako obtížně dostupné totiž tyto informace hodnotí téměř tři čtvrtiny dotázaných; naopak jako dostupné je hodnotí 28 % dotázaných osob a za snadno dostupné je považuje 5 % dotázaných.

Graf 7: Hodnocení obtížnosti získání aktuálních informací o problematice evropských fondů



Zdroj: INESAN (2013, N=2 114)

Z porovnání odpovědí respondentů, kteří mají informace o evropských фонech a operačních programech dostatek s odpověďmi ostatních dotázaných je patrná rozdílná úroveň zájmu o dané informace. Ti, kteří se zajímají, hodnotí dané informace jako dostupnější než respondenti, kteří se o tuto problematiku nezajímají (60 % oproti 75 %). Podobně platí, že aktuální informace jsou obtížně dostupné zejména pro dotázané, kteří o evropských фонech nemají žádné nebo téměř žádné informace (79 %).

Posledním prvkem v komunikačním procesu jsou šumy, které vznikají z důvodu příliš obecného pojetí komunikačního sdělení, kdy může docházet k problémům v přijetí některých sdělení. Šumy vznikají také z důvodu záměny pojmů či nepřehlednosti. Při komunikaci regionální politiky mohou šumy vznikat například z důvodu nízké informovanosti obyvatel o základních principech a mechanismech regionální politiky či v důsledku nepřehledné implementační struktury.

Závěr

Komunikace je důležitou součástí realizace regionální politiky EU, která si klade za cíl informovat o této politice, prezentovat pozitivní dopady intervencí z evropských fondů, přispívat k transparentnosti její realizace a napomoci ke zvyšování absorpční kapacity. Prostřednictvím komunikace jsou ovlivňovány postoje a zvyšovány znalosti, vědomosti a poznatky jednotlivých cílových skupin, zejména pak veřejnosti. Aby byla tato komunikace efektivní a účinná, je potřeba zvolit vhodná komunikační sdělení, která korespondují s potřebami jednotlivých cílových skupin, a která budou šířena prostřednictvím vhodných komunikačních kanálů. Obyvatelé ČR se v souvislosti s evropskými fondy zajímají především o to, na co vše se prostředky z evropských fondů vynakládají, jaké projekty se s nimi financují a jaký je celkový objem finančních prostředků, které může ČR čerpat. Dále se zajímají o možnosti čerpání dotací a o podmínky, které je nutné splnit pro jejich získání. Provedená analýza potvrdila, že informační potřeby a preference obyvatel ČR korespondují s tím, jaké informace jim poskytují řídicí orgány jednotlivých operačních programů. Kromě shody v obsahu sdělení existuje shoda také v mixu komunikačních nástrojů, jež řídicí orgány ke komunikaci využívají. Současně však platí, že i přes relativní shodu z hlediska obsahu sdělení a využití komunikačních kanálů vnímají obyvatelé ČR informace o evropských fondech a dotacích jako hůře dostupné.

Prameny

- [1] DE PELSMACKER, P., GEUENS, M., VAN DER BERGH, J. (2003) Marketingová komunikace. Praha: Grada Publishing.
- [2] ĎURĎA, O. (2014) „Analýza povědomí o operačních programech a projektech spolufinancovaných z evropských fondů“. *Evaluální teorie a praxe* 2(1): 53–78
- [3] FOULGER, D. (2004) Models of the Communication Process [online]. New York. [cit. 2014-08-24]. Dostupné z: <http://davis.foulger.info/research/unifiedModelOfCommunication.htm>
- [4] CHENEY, G. (2011) Organizational Communication in an Age of Globalization: Issues, Reflections, Practices. Long Grove, IL: Waveland Press.
- [5] JOSAN, I. J. (2008) European union strategic development in the communication field. In: 4th International Conference of ASECU "Development Cooperation and Competitiveness". Dostupný z: http://www.asecu.gr/en_Proceedings.html
- [6] KARLÍČEK, M., KRÁL, P. (2011) Marketingová komunikace, Jak komunikovat na našem trhu. Praha: Grada Publishing.
- [7] KEYTON, J. (2011) Communication and Organizational Culture: A Key to Understanding Work Experience. Thousand Oaks, CA: Sage.
- [8] LUNENBURG, F. C. (2010) Communication: The Process, Barriers, And Improving Effectiveness. *Schooling*, Vol 1(1).
- [9] PŘIKRYLOVÁ, J., JAHODOVÁ, H. (2010) Moderní marketingová komunikace. Praha: Grada Publishing.
- [10] REMR, J. (2012) Lazarsfeld's Approach to Researching Media Effectiveness. In: Haas H., Jeřábek H., Petersen T., The Early Days of Survey Research. Vienna: Braumueller.
- [11] SHANNON, C. E., WEAVER, W. (1949): The mathematical theory of communication, Urbana, University of Illinois Press
- [12] SCHRAMM, W. (1955) The Process and Effects of Mass Communication. Urbana: University of Illinois Press.
- [13] WOOD, J. T. (2012) Communication in Our Lives, Sixth Edition [online]. Boston [cit. 2014-09-20]. Dostupné z: http://www.cengagebrain.co.uk/content/wood45570_1111345570_02.01_chapter01.pdf.

Dokumenty

- [1] Evropská komise: Regionální politika – Inforegio. Information and Communication Plan 2010 [online]. Evropská komise. Dostupné z: http://ec.europa.eu/dgs/regional_policy/index_en.htm#1
- [2] Evropská komise: Regionální politika – Inforegio. Information and Communication Plan 2011 [online]. Evropská komise. Dostupné z: http://ec.europa.eu/dgs/regional_policy/index_en.htm#1
- [3] Evropská komise: Regionální politika – Inforegio. Information and Communication Plan 2012 [online]. Evropská komise. Dostupné z: http://ec.europa.eu/dgs/regional_policy/index_en.htm#1
- [4] GFK. Informovanost široké a odborné veřejnosti o strukturálních fondech OP LZZ [online]. GFK © 2011 [cit. 2014–06–20]. Dostupné z: <https://oldforum.esfcr.cz/dview.file.htm?ident=50&fileid=3873&md5=8bd1ccf4f6abb09fef3c079e33271c40&1372336165>
- [5] HOPE-E.S. Evaluace komunikačního plánu OP VK [online]. Brno: HOPE-E.S. [cit. 2014–05–30]. Dostupné z: <http://www.esfcr.cz/file/8200/>
- [6] HOPE-E.S. Evaluace komunikační strategie a publicity OP VaVpI [online]. Brno: HOPE-E.S. [cit. 2014–05–08]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/file/16808>
- [7] Magistrát hl. m. Prahy. Výroční zpráva za roky 2007 až 2013, OPPA [online]. Praha: Magistrát hl. m. Prahy [cit. 2014–07–03]. Dostupné z: <http://www.prahafondy.eu/cz/oppa/dokumenty/vyrocní-zpravy.html>
- [8] Magistrát hl. m. Prahy. Výroční zpráva za roky 2007 až 2013, OPPK [online]. Praha: Magistrát hl. m. Prahy [cit. 2014–07–03]. Dostupné z: <http://www.prahafondy.eu/cz/oppk/dokumenty/vyrocní-zpravy.html>
- [9] MD ČR. Výroční zpráva OP Doprava za roky 2007 až 2013 [online]. Praha: MD ČR [cit. 2014–07–05]. Dostupné z: <http://www.opd.cz/cz/vyrocní-zpravy-OPD>
- [10] MMR ČR. Výroční zpráva za roky 2007 až 2013, Integrovaný operační program [online]. Praha: MMR ČR [cit. 2014–07–01]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Microsites/Integrovaný-OP/O-programu/Dokumenty>
- [11] MPO ČR. Výroční zpráva Operačního programu Podnikání a inovace za roky 2007 až 2013 [online]. Praha: MPO ČR [cit. 2014–07–05]. Dostupné z: <http://www.mpo-oppi.cz/media/273-vyrocní-zpravy-oppi-za-roky-07-08-09-10-1112.html>
- [12] MPSV ČR. Výroční zpráva o provádění Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost 2007 až 2013 [online]. Praha: MPSV ČR [cit. 2013–07–12]. Dostupné z: <http://www.esfcr.cz/file/7701/>

- [13] MŠMT ČR. Výroční zpráva o provádění Operačního programu Výzkum a vývoj pro inovace za roky 2007 až 2013 [online]. Praha: MŠMT ČR [cit. 2014–07–10]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/strukturalni-fondy/vyrocní-zprava-op-vavpi>
- [14] MŠMT ČR. Výroční zpráva Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost za roky 2007 až 2013 [online]. Praha: MŠMT ČR [cit. 2014–07–10]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/strukturalni-fondy/vyrocní-zpravy-op-vk>
- [15] MŽP ČR. Výroční zpráva za roky 2007 až 2013, OPŽP [online]. Praha: MŽP ČR [cit. 2014–07–20]. Dostupné z: <http://www.opzp.cz/sekce/522/vyrocní-zpravy/>
- [16] Nařízení Komise (ES) č. 1828/2006, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 1083/2006 o obecných ustanoveních týkajících se Evropského fondu pro regionální rozvoj, Evropského sociálního fondu a Fondu soudržnosti a k nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1080/2006 o Evropském fondu pro regionální rozvoj. 2006. Dostupné také z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:371:0001:0163:CS:PDF>
- [17] Nařízení Rady (ES) č. 1083/2006 o obecných ustanoveních o Evropském fondu pro regionální rozvoj, Evropském sociálním fondu a Fondu soudržnosti a o zrušení nařízení (ES) č. 1260/1999. 2006. Dostupné také z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:210:0025:0078:CS:PDF>
- [18] NAVIGA 4. Evaluace komunikačních a propagačních aktivit IOP [online]. Praha: NAVIGA 4 [cit. 2014–08–31]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Microsites/Integrovaný-OP/O-programu/Dokumenty>
- [19] NAVIGA 4. Evaluace komunikačních a propagačních aktivit OP LZZ a realizace komunikačního plánu. [online]. Praha: NAVIGA 4 [cit. 2014–08–31]. Dostupné z: <http://www.esfcr.cz/file/8122/>
- [20] NAVIGA 4. Evaluace komunikačních a propagačních aktivit OPPA a OPPK [online]. Praha: NAVIGA 4 [cit. 2014–09–20]. Dostupné z: http://www.prahafondy.eu/userfiles/File/OPPA%20dokumenty/Evaluace/Evaluace_KoP_OPPA_OPPK_Zaverena_zprava.pdf
- [21] Navreme Boheme. Evaluace realizace Komunikačního plánu Regionálního operačního programu NUTS II Severovýchod a realizace komunikačních a propagačních aktivit [online]. Praha: Navreme Boheme [cit. 2014–09–19]. Dostupné z: <http://www.rada-severovychod.cz/file/1434>

- [22] Regionální rada regionu soudržnosti Jihovýchod. Výroční zpráva za roky 2007 až 2013, Regionální operační program Jihovýchod [online]. Brno: Regionální rada regionu soudržnosti Jihovýchod [cit. 2014–07–25]. Dostupné z: <http://www.jihovychod.cz/vysledky-rop/vyrocní-zpravy-rop-jv>
- [23] Regionální rada regionu soudržnosti Jihovýchod. Evaluace dosavadního provádění Komunikačního plánu ROP Jihovýchod [online]. Brno: Regionální rada regionu soudržnosti Jihovýchod [cit. 2014–08–25]. Dostupné z: <http://www.jihovychod.cz/vysledky-rop/vyrocní-zpravy-rop-jv>
- [24] Regionální rada regionu soudržnosti Jihozápad. Výroční zpráva o provádění Regionálního operačního programu NUTS II Jihozápad za roky 2007 až 2013 [online]. České Budějovice: Regionální rada regionu soudržnosti Jihozápad [cit. 2014–07–18]. Dostupné z: <http://www.rr-jihozapad.cz/?menu=rop-jihozapad&art=prubeh-realizace-evaluace>
- [25] Regionální rada regionu soudržnosti Jihozápad. Evaluace komunikačních a publicitních aktivit ROP NUTS II Jihozápad [online]. České Budějovice: Regionální rada regionu soudržnosti Jihozápad [cit. 2014–09–18]. Dostupné z: <http://www.rr-jihozapad.cz/?menu=rop-jihozapad&art=prubeh-realizace-evaluace>
- [26] Regionální rada regionu soudržnosti Moravskoslezsko. Výroční zpráva o provádění Regionálního operačního programu regionu soudržnosti Moravskoslezsko za roky 2008 až 2013 [online]. Ostrava: Regionální rada regionu soudržnosti Moravskoslezsko [cit. 2014–07–17]. Dostupné z: <http://www.rr-moravskoslezsko.cz/o-nas/vyrocní-zpravy-rop-a-rrms>
- [27] Regionální rada regionu soudržnosti Severovýchod. Výroční zpráva o realizaci ROP SV za roky 2007 až 2013 [online]. Hradec Králové: Regionální rada regionu soudržnosti Severovýchod [cit. 2014–07–17]. Dostupné z: <http://www.rada-severovychod.cz>
- [28] Regionální rada regionu soudržnosti Severozápad. Výroční zpráva Regionálního operačního programu regionu soudržnosti Severozápad za roky 2007 až 2013 [online]. Ústí nad Labem: Regionální rada regionu soudržnosti Severozápad [cit. 2014–07–17]. Dostupné z: <http://www.nuts2severozapad.cz/ropsz/ropsz-info/vyrocní-zpravy>
- [29] Regionální rada regionu soudržnosti Střední Čechy. Výroční zpráva o provádění Regionálního operačního programu regionu soudržnosti Střední Čechy, roky 2008 až 2013 [online]. Praha: Regionální rada regionu soudržnosti Střední Čechy [cit. 2014–07–22]. Dostupné z: <http://www.ropstrednicechy.cz/documents.php?sid=t787k6en7s541kju7qght9se20&mid=f9edaf4e-d1f4-102b-9c5f-00e0814daf34>

- [30] Regionální rada regionu soudržnosti Střední Čechy. Evaluace realizace Komunikačního plánu ROP SČ [online]. Praha: Regionální rada regionu soudržnosti Střední Čechy [cit. 2014–09–22]. Dostupné z: <http://www.ropstrednicechy.cz/documents.php?mid=030441f2-1036-11e1-a696-5254003d369a>
- [31] Regionální rada regionu soudržnosti Střední Morava. Výroční zpráva o realizaci ROP Střední Morava 2007 až 2013 [online]. Olomouc: Regionální rada regionu soudržnosti Střední Morava [cit. 2014–07–06]. Dostupné z: <http://www.rr-strednimorava.cz/urad-regionalni-rady>
- [32] Regionální rada regionu soudržnosti Střední Morava. Evaluace komunikačních aktivit v letech 2007–2010, ROP Střední Morava [online]. Olomouc: Regionální rada regionu soudržnosti Střední Morava [cit. 2014–09–23]. Dostupné z: <http://www.rr-strednimorava.cz/>
- [34] STEM/MARK. Informovanost o fondech EU [online]. STEM/MARK © 2011 [cit. 2014–04–23]. Dostupné z: <https://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/Narodni-organ-pro-koordinaci/Publicita/Novinky-Publicity/Dotaznikove-setreni-Informovanost-o-EU-fondech>
- [35] The Gallup Organization. Citizens' awareness and perceptions of EU regional policy, Flash Eurobarometer 289 [online]. The Gallup Organization © 2010 [cit. 2014–06–10]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_298_en.pdf
- [36] The Gallup Organization. EU Communication and the citizens, Flash Eurobarometer 189a [online]. The Gallup Organization © 2006 [cit. 2014–06–10]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/flash_arch_191_174_en.htm
- [37] TNS Opinion & Social. Media use in the European Union, Standard Eurobarometer 78 [online]. TNS Opinion & Social © 2012 [cit. 2014–06–12]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb78/eb78_en.htm
- [38] TNS Opinion & Social. Public opinion in the European Union, Standard Eurobarometer 79 [online]. TNS Opinion & Social © 2013 [cit. 2014–06–11]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb79/eb79_en.htm