

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

Н. П. Карпчук

**ЗАСАДИ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ:
ДОСВІД КРАЇН-ЧЛЕНІВ
ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

Монографія

Луцьк
Вежа-Друк
2015

УДК 323 : 316.77

ББК 66.3(4),4

К 26

*Рекомендовано до друку вченою радою
Східноєвропейського національного університету
імені Лесі Українки (протокол № 3 від 29 жовтня 2015 р.)*

Рецензенти:

Нагорняк Т. Л. – доктор політичних наук, професор (Донецький національний університет (м. Вінниця));

Ржевська Н. Ф. – доктор політичних наук, професор (Національний авіаційний університет (м. Київ));

Гулай В. В. – доктор політичних наук, доцент (Національний університет «Львівська політехніка» (м. Львів)).

Карпчук Н. П.

К 26 Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу [Текст] : монографія / Наталія Петрівна Карпчук. – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – 440 с.

ISBN 978-617-7272-45-7

У виданні досліджено генезу розвитку комунікаційної політики Європейського Союзу, принципи та завдання якої імплементуються в національних комунікаційних політиках країн-членів відповідно до потреб місцевого рівня. Проаналізовано комунікаційні виклики України в контексті європейської інтеграції та запропоновано поради у сфері комунікаційної політики держави.

Видання буде корисним студентам, аспірантам, викладачам вищих навчальних закладів, науковцям із міжнародних відносин та соціальних комунікацій, дослідникам інформаційно-комунікаційних проблем ЄС, представникам ЗМІ й усім, хто цікавиться теорією та практикою комунікації.

УДК 323 : 316.77

ББК 66.3(4),4

© Карпчук Н. П., 2015

© Маліневська І. П. (обкладинка), 2015

ISBN 978-617-7272-45-7

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	5
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	10
1.1. Концепт інформації та комунікації як теоретичне підґрунтя комунікаційної політики Європейського Союзу.....	10
1.2. Комунікаційна політика ЄС: роль та формування, мета та завдання.....	42
РОЗДІЛ 2. ЕТАПИ РОЗВИТКУ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.....	74
2.1. Європейський Союз у пошуках комунікаційної стратегії (1957 – 1999 рр.).....	74
2.2. Підґрунтя для справжньої комунікаційної політики (2000 – 2004 рр.).....	88
2.3. Комунікаційна політика Європейського Союзу (2005 – 2014 рр.).....	103
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ТРАНС'ЄВРОПЕЙСЬКОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ.....	149
3.1. Електронна участь як напрям комунікаційної політики Європейського Союзу.....	149
3.2. Аудіовізуальна та медіаполітика як засіб підвищення обізнаності громадян ЄС з європейських питань.....	166
3.3. Багатомовність як спосіб включення громадськості в інформаційно-комунікаційні процеси ЄС.....	196
РОЗДІЛ 4. НАЦІОНАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ПОЛІТИКИ КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.....	222
4.1. Комунікаційна політика країн-членів ЄС з підтримки європейської інтеграції.....	222
4.2. Комунікації з залучення громадян у країна-членах ЄС.....	260

4.3. Мовна політика країн-членів ЄС як спосіб включення громадян у комунікацію.....	294
РОЗДІЛ 5. КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ : ВИКЛИКИ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	313
5.1. Комунікаційна підтримка євроінтеграції України : стан і проблеми.....	313
5.2. Напрями покращення комунікації з громадянами.....	332
ПІСЛЯМОВА.....	368
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	372
ДОДАТКИ.....	420

ПЕРЕДМОВА

Ефективне спілкування з великою кількістю людей різного віку, походження, національно-етнічної приналежності тощо є досить складним та вимогливим процесом, адже не має гарантії, що відправлене повідомлення буде однаково інтерпретуватися всіма комунікатами. Проте ми не можемо уникнути комунікації, адже як істоти соціальні ми маємо потребу взаємодіяти, говорити, ділитися ідеями, почуттями, переживаннями, шукати розв'язання спільних проблем, іноді навіть вдаючись до компромісу для загального добробуту всієї спільноти.

Сучасний глобальний інформаційний простір актуалізує комунікацію, оскільки комунікаційні процеси відіграють дедалі більш важливу роль як у внутрішньому, так і в міжнародному житті суспільства. Без адекватної інформаційної підтримки не можуть ефективно працювати ні міжнародні структури, ні національні держави. Будь-яка держава, претендуючи бути демократичним утворенням і виступаючи на захист демократії, повинна здійснювати ефективну комунікаційну політику, яка передбачає не лише інформування громадян про процес та результат прийняття рішень, але й участь громадян в обговоренні цих рішень задовго до їх прийняття. Демократія неможлива без ефективної комунікації. Демократія буде процвітати лише тоді, коли громадяни будуть знати, що відбувається, та будуть у змозі брати участь у демократичних перетвореннях. Громадяни очікують, що держава запропонує їм процвітання, єдність та безпеку в епоху глобалізації, тому оприлюднення програми ефективної комунікаційної політики набуває особливої важливості.

Європейська інтеграція стала не лише політичним, але й комунікаційним викликом. Щоб подолати проблеми взаємодії між громадянами Європи та ЄС, Європейська комісія значно посилила свою увагу до проблем комунікації, а комунікаційна діяльність стала важливою складовою функціонування європейських організацій і держав. Сьогодні ЄС серйозно зацікавлений у покращенні свого іміджу та комунікаційного потенціалу як на пан'європейському, так і на національному рівні.

Комунікація не може зробити ЄС кращим та вирішити його економічні, соціальні, політичні та екологічні проблеми, проте вона допомагає підвищенню обізнаності та мобілізації людей. Саме комунікація може стати провідним інструментом для зміцнення ідентичності, інтеграції, поваги та демократії; вона допоможе краще зрозуміти громадян і завдяки такому розумінню ЄС зможе покращити свої інститути й політики. Комунікація стає стратегічним ресурсом.

Комунікаційну політику ЄС не регулюють спеціальні положення Установчих Договорів, але вона походить із зобов'язання ЄС пояснювати громадянам свою діяльність, політики та європейську інтеграцію. Правовим підґрунтям потреби в ефективній комунікації є Хартія Європейського Союзу про основоположні права 2000 р., яка гарантує право громадян бути поінформованими з європейських питань. Зокрема, ст. 11 надає право на інформацію та свободу вираження, свободу та різноманітність мас медіа; ст. 42 гарантує право бути почутим та доступу особи до документів про неї; ст. 44 надає право петицій¹.

Комунікація з громадянами завжди була більш-менш у полі зору інституцій ЄС, які потребували посилення довіри громадськості до всього європейського проекту. Провальні референдуми з Європейської Конституції у Франції та Нідерландах у травні 2005 р. та відхилення Лісабонської Угоди в Ірландії в червні 2008 р. змусили ЄС звернути більшу увагу на комунікацію з широкою громадськістю своїх держав-членів. Завданням було не лише покращити інформування громадян і пояснити вплив політик ЄС на їхнє щоденне життя, а й надавати можливість громадянам реалізовувати своє право брати активну участь у демократичному житті Союзу, де рішення мають прийматися якнайвідкритіше і якомога ближче до громадян із дотриманням принципів плюралізму, участі, відкритості й транспарентності.

Із 2012 р. «Європейська Ініціатива громадян»² дозволила останнім більш прямо залучатися до вироблення законодавчих положень та питань, що стосуються існування ЄС.

¹ Charter of Fundamental Rights of the European Union [Electronic resource]. – Available at : http://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_en.pdf

² Regulation (EU) No 211/2011 of the European Parliament and of the Council of 16 February 2011 on the citizens' initiative [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:02011R0211-20131008&from=EN>

Актуальність дослідження зумовлена потребою вивчення досвіду ЄС та його країн-членів у сфері комунікації органів влади пан'європейського, національного, місцевого рівнів і громадськості в контексті курсу України на євроінтеграцію.

Мета монографії – проаналізувати етапи становлення й напрями транс'європейської комунікаційної політики ЄС та реалізацію національної комунікаційної політики в країнах-членах.

Для реалізації поставленої мети визначено такі завдання: схарактеризувати концепти «інформація» та «комунікація» як теоретичне підґрунтя комунікаційної політики ЄС; окреслити етапи формування, мету та завдання комунікаційної політики ЄС; описати підґрунтя та етапи розвитку комунікаційної політики ЄС від пошуку комунікаційної стратегії до справжньої комунікаційної політики; проаналізувати напрями реалізації транс'європейської комунікаційної політики, зокрема електронну участь, аудіовізуальну та медіаполітику, політику мультилінгвізму; дослідити національні комунікаційні політики країн-членів ЄС у контексті євроінтеграційного процесу та демократизації суспільства; з'ясувати комунікаційні виклики України на шляху до євроінтеграції; запропонувати напрями покращення комунікаційної політики України.

Перший розділ присвячено систематизації теоретичних і методологічних засад дослідження понять «інформація» та «комунікація» як теоретичного підґрунтя комунікаційної політики ЄС; особливий акцент зроблено на розумінні цих понять Європейською комісією. У межах розділу поглиблено та розширено теоретичні підходи до поняття «комунікація», особливості політичної комунікації за вектором «влада – громадяни»; проаналізовано виникнення та розвиток поняття «комунікаційна політика», принципи та етапи її формування; запропоновано авторське трактування поняття «комунікаційна політика ЄС».

У другому розділі досліджено генезу розвитку комунікаційної політики Європейського Союзу з часу його заснування, коли основний акцент робився на діяльність прес-служби, до початку 2000-х рр., коли серйозні комунікаційні проблеми змусили переосмислити та розробити окрему політику ЄС – комунікаційну. Проаналізовано основоположні документи у сфері комунікаційної політики ЄС.

Доведено, що комунікаційна політика є і буде необхідною умовою успішного функціонування інституцій ЄС, запорукою довіри громадян, попри те, що з 2010 р. не виділена в окрему політику ЄС, однак залишається обов'язковою складовою всіх інших політик.

У третьому розділі розглянуто напрями пан'європейської комунікаційної політики, зокрема електронне урядування та електронну участь, які є основою сучасної комунікаційної політики в інформаційно-комунікаційному суспільстві; політику мультилінгвізму ЄС, яка зорієнтована на забезпечення доступу громадян їхніми рідними мовами до інформації та всього процесу вироблення політичних рішень; медіаполітику ЄС, яка спрямована на створення ефективного каналу комунікації між інституціями ЄС, журналістами та громадянами.

Четвертий розділ присвячено з'ясуванню специфіки національних комунікаційних політик країн-членів ЄС у період їхньої підготовки до вступу до Спільноти. Проаналізовано також напрями комунікаційної політики держав, які сприяють активній участі громадян у комунікаційному процесі з владою. Найкращі практики досліджено у сфері е-участі на загальнонаціональному рівні, ініціативи е-участі – на локальному рівні, мовної та медіа політик держав.

У п'ятому розділі розглянуто стан і проблеми комунікаційної підтримки євроінтеграційної політики України; наведено пропозиції щодо покращення комунікаційної політики України в контексті євроінтеграційного курсу нашої держави на основі позитивного досвіду проаналізованих країн-членів ЄС.

Теоретичні та практичні висновки монографії можуть бути використані для подальших досліджень комунікаційної політики держав, інституцій, організацій, органів самоврядування тощо. Теоретичні узагальнення, висновки та рекомендації, запропоновані автором, упроваджено в навчальні нормативні та спеціальні курси для студентів вищих навчальних закладів, зокрема в дисципліни «Міжнародна інформація», «Теорія та практика комунікацій», «Європейські комунікації», «Бренд-комунікації», «Міжнародні організації». Результати авторського дослідження можуть бути використані в практично-політичній діяльності Уряду України, структурних підрозділах міністерств і відомств, можуть застосувати

місцеві органи влади в процесі розробки механізмів е-участі, розробки мовного законодавства.

Представлена монографія є практично першою вітчизняною розвідкою щодо комунікаційної політики Європейського Союзу та досвіду його країн-членів, у якій узагальнено наукові висновки з проблем вироблення й напрямів реалізації комунікаційної політики, практики їхньої адаптації в Україні, зважаючи на сучасні комунікаційні виклики нашої держави.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

1.1. Концепт інформації та комунікації як теоретичне підґрунтя комунікаційної політики Європейського Союзу

У документах Європейського Союзу використовують два поняття: інформація і, відповідно, інформаційна політика; комунікація й комунікаційна політика.

У науковому обігу існує велика кількість інтерпретацій поняття «інформація», які зумовлені цілями конкретної науки. Загалом усі тлумачення відповідають таким концепціям³:

1. Кібернетико-семіотична концепція (Р. Хартлі, Н. Віннер, К. Шеннон, Дж. Маккарті, Ю. Шрейдер, У. Мартін, М. Мазур, В. Сесюнин, Є. Журавльова, І. Хабаров, Ю. Черняк, В. Михайловський) визначає «інформацію» як форму відображення, яка пов'язана з системою управління, що спроможна постійно підтримувати свою якісну визначеність, здійснювати цілеспрямоване програмне функціонування та саморозвиток, самовдосконалення своїх програм та способів функціонування. У такому підході «інформація» часто ототожнюється з поняттям «сигнал».

2. Атрибутивна концепція (Б. Рассел, А. Урсул, Р. Карнап, Ф. Махлуп, А. Моль, К. Ерроу, В. Глушков, Р. Абдеев, Б. Бірюков, В. Полушкін, С. Пюкке, Є. Маймінас, І. Негодаєв, С. Дятлов, В. Владимиров, Є. Горний, С. Янковський, Н. Сочеванов) розуміє інформацію як відображення різноманітності в будь-яких об'єктах і процесах живої та неживої природи. Вирізняють три рівня існування інформації: потенційна інформація як форма відображення в неживій природі, інформація як біологічна форма відображення та інформація як соціально-психічна форма відображення, пов'язана з мисленням людини.

³ Публіцистика. Масова комунікація : [медіа-енциклопедія] / [за загл. ред. В. Ф. Іванова]. – К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2007. – С. 6 – 46.

3. Комуникативна концепція (найпопулярніша сьогодні) (Н. Луман, К. Дойч, Ю. Габермас, Д. Іванов, Ф. Шарков, В. Березін, С. Борисньова, В. Тростніков, О. Скаленко, А. Соколов, В. Коган, Г. Почепцов) розглядає інформацію як сферу спілкування та сферу загальнонаукової рефлексії. Інформація не існує поза комунікацією і з'являється, коли принаймні дві людини вступають у комунікацію.

У межах згаданих концепцій ключова ідея полягає в тому, що інформація виробляється та циркулює, якщо існує потреба задовольнити інформаційні потреби індивіда, які обумовлені рівнем розвитку суспільства, соціальною групою, до якої він належить.

Серед учених домінуючою є точка зору теоретика інформаційної економіки Ф. Махлупа, який розумів *інформацію* як 1) процес передавання знань, сигналу чи повідомлення; 2) поточні дані про змінні величини в певній галузі діяльності, систематизовані відомості щодо основних причинних зв'язків, які містяться в знанні як понятті більш загального класу; 3) знання, передані кимось чи набуті шляхом власного дослідження чи вивчення; 4) знання про певну особу, подію, випадок тощо⁴.

З погляду комуникативістики Л. Землянова розкладає поняття «інформація» на власне інформацію, інформацію в значенні влади, інформацію як джерело розвитку, інформацію як парадокс. Щодо визначення інформації як владної сили, то виділяють такі підходи: 1) ідеалістичний – ключ до порятунку людства лежить у налагодженні інформаційних зв'язків; 2) прозелітаційний – об'єднання навколо певних ідей за допомогою інформації як засобу пропаганди; 3) економічний – інформацію розглядають як товарно-економічну силу, що веде до вестернізації; 4) міжнародний – інформацію трактують як окрему силу в міжнародних відносинах. Окрім цього існує концепція інформації як джерела людського та соціального розвитку⁵.

С. Мироненко вважає, що інформація слугує формою репрезентації дійсності, у якій локалізований досвід і поведінка

⁴ Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп. – М. : Прогресс, 1966. – С. 36 – 37.

⁵ Землянова Л. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества : [толковый словарь терминов и концепций] / Л. Землянова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1999. – С. 72 – 73.

людини, а процесом, що забезпечує трансляцію відомостей між індивідами та соціальними групами, є комунікація. Комунікація перетворює, «ратифікує» феномени репрезентацій як інформаційні одиниці. У процесі комунікації індивіди когнітивно опановують дійсність і надалі відповідним чином реорганізують соціальні практики⁶.

Інформація наближується до комунікації – операції трансляції символів, яка закликає чи спонукає до дії. При цьому комунікацію розглядають насамперед як процес генерування соціальних смислів⁷. Проте комунікація – це не лише процес обміну інформацією, а процес створення певної спільності, у якій осмислюється будь-яка інформація, яка потім зіставляється зі смислами всіх учасників комунікативної взаємодії, створюючи певну міру взаєморозуміння, спільного смислоутворення та смислогенерування. Зважаючи на, це під комунікацією розуміють соціальний процес створення, збереження, підтримки та перетворення соціальних реальностей; комунікація є смисловим відтворення суспільства й будь-який соціальний зв'язок базується на комунікації⁸.

На думку В. Шрамма, одного з основоположників американської комунікативістики, з самого початку гуманним призначенням інформаційних зв'язків між людьми було виникнення людського співтовариства, яке відрізняється і від тваринного, і від рослинного світу. Без комунікації не було б спільноти, як без спільноти немає комунікацій⁹. Дійсно, комунікація виникає для задоволення потреб побуту окремої людини, спочатку її використовують лише в побуті. 4-5 тисяч років тому людина починає «розмірковувати та узагальнювати», тому на перше місце виходять соціальні потреби й комунікація «обслуговує» невеликі людські спільноти. Розвиток письма, поява книгодрукування, телеграфу, радіо, телебачення

⁶ Мироненко С. Репрезентация политики : [моногр.] [Электронный ресурс] / С. Мироненко. – Режим доступа : <http://alfasci.ru/tag/politica/page/2>

⁷ Соколов А. Общая теория социальной коммуникации / А. Соколов. – СПб. : Михайлов, 2002. – 460 с.

⁸ Чистяков А. Социализация личности в обществе Интернет-коммуникаций : социокультурный анализ : дисс. ... доктора социол. наук : 22.00.06 [Электронный ресурс] / А. Чистяков. – М., 2006. – С. 115. – Режим доступа : <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/311433.html>

⁹ Schramm W. Man, women, messages and media. Understanding human communications / W. Schramm, W. E. Porter. – N. Y. : Harper and Row, 1982. – 278 p.

розширює обсяги та підвищує значення комунікації. Ще більш значущою стає роль комунікації в інформаційному суспільстві, у якому з'являються величезні можливості для інтелекту людини та створюються нові інформаційні ресурси, що суттєво впливають на спосіб нашої спільної діяльності та життя.

Інформація та комунікація як глобальні цінності людства сприяють побудові та перетворенню світу, який є довкола людини. Будь-які інформаційні процеси перетворюються в комунікаційні, бо сам факт передачі інформації від комуніканта до комуніката свідчить про акт комунікації. І навпаки, будь-які комунікаційні процеси автоматично позначають, що відбулася передача інформації чи було здійснено обмін інформацією між комунікаторами. Інформація як єдиний процес усвідомлення процесів та явищ і комунікація як форма взаємодії між різними суб'єктами стають глобальним національним ресурсом науково-технічного прогресу та розвитку людства. Розв'язання багатьох глобальних проблем залежить від умілого використання інформації, яка ґрунтується на новітніх технологічних досягненнях, а також здійснення комунікації між різними суб'єктами.

Очевидно, концепт «комунікація» виник у науковій думці завдяки європейській античній філософії. Зокрема, Сократ під час знаменитих діалогів з опонентами уважно їх вислуховував, задавав питання, а потім переконував у хибності їхніх поглядів. Відхід від суб'єктивного догматизму й перехід до діалогічності, тобто сприймання доказів опонента та готовність змінити свої погляди на основі обґрунтованих аргументів співрозмовника, виділили європейський стиль наукової думки. Слід зауважити, що ці деліберативні традиції збережено й у сучасній Європі, де інтелектуали створюють свої осередки спілкування, щоб допомогти один одному розширити погляди й духовно збагатитися.

Системні дослідження комунікації розпочинаються на початку ХХ ст. через потребу вивчити модифікацію процесів спілкування в межах політичних умов, які склалися, що зумовлено зміною структури інформаційного процесу, виокремлення різних типів аудиторії з урахуванням соціальних груп та освітньо-професійного рівня, розуміння ефективності масової комунікації. Наприклад, у працях Г. Блумера, Х. Кентріла, Дж. Геллапа, Д. Хардінга проведено перші емпіричні дослідження впливу мас-медіа на громадську думку,

політичних установок громадян, процесу здійснення громадською думкою управлінської функції тощо. Представники чиказької школи Дж. Дьюї, Д. Мід, Дж. Тафтс, Дж. Енжел, Е. Реймс, Е. Мур, Ч. Моріс та ін. допомагали розвинути вчення про семіотику як науку про знакові явища, які впливають на поведінку особи і визначають її політичні вподобання¹⁰.

У ХХ ст. розроблено кілька конкретно-наукових підходів до вивчення комунікації:

Технократичний підхід до вивчення комунікації базується на концепції технологічного детермінізму, найбільш відомою серед яких є теорія інформаційного суспільства, що розглядає сучасні технічні засоби інформації як найважливіший стимул і джерело соціального розвитку (Д. Белл, Н. Постман, М. Маклюєн, Т. Стоуньєр, Е. Тоффлер, А. Бюль та ін.). Теоретик комунікаційних технологій Г. М. Маклюєн уважав, що основний двигун історії – зміна технологій, яку викликає зміна способу комунікації. На думку вченого, тип суспільства значною мірою визначається пануючим у ньому типом комунікації, а людське сприйняття – швидкістю передачі інформації. Разом із тим бурхливий розвиток сучасних інформаційних технологій веде до того, що зміст комунікації відступає на задній план, стає багато в чому випадковим, ситуативним, а засоби її здійснення набувають наростаючі можливості маніпулювання свідомістю людей, «бомбування»¹¹.

Системний підхід (К. Шенон) розглядає комунікацію як систему, у якій присутні джерело, передавач, канал, одержувач, місце призначення, шум. Комунікація означає, що джерело інформації вибирає бажане повідомлення, передавач кодує повідомлення в сигнали, а одержувач розшифровує сигнали в повідомлення. Успіх інформаційної передачі залежить від здатності точно одержати повідомлення в місці призначення. Виокремлено такі проблеми інформаційної передачі : надмірність (повторення, копіювання інформації); шум (будь-яке спотворення, яке виникає під час передачі

¹⁰ Зернецька О. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини : [моногр.] / О. Зернецька. – К. : Освіта, 1999. – 352 с.

¹¹ Маклюєн Г. М. Понимание медиа : Внешние расширения человека [пер. с англ. В. Николаева] [Электронный ресурс] / Г. М. Маклюэн. — М.; Жуковский : «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. — 464 с. — Режим доступа : http://yanko.lib.ru/books/media/mcluhan-understanding_media.pdf

сигналу від джерела до місця призначення); зворотний зв'язок (коригувальна інформація від одержувача).

Інтеракційний підхід, який запропонував Т. Ньюкомбом, розглядає комунікацію як взаємодію¹². Суб'єкти комунікації тут рівноправні та пов'язані як взаємними очікуваннями й установками, так і спільним інтересом до предмета спілкування. Комунікація розглядається як реалізація цього інтересу за допомогою переданих повідомлень. Ефекти комунікації полягають у зближенні або розходженні точок зору комуніканта й комуніката на загальний предмет, що в свою чергу означає розширення чи звуження їхніх можливостей взаєморозуміння і співпраці. Такий погляд на комунікацію ставить у центр уваги досягнення згоди між суб'єктами комунікації, встановлення рівноваги в системі взаємних установок.

Американські науковці Дж. С. МакКроскі та В. П. Річмонд виділяють два історичні підходи до розуміння саме інтерактивної природи комунікації¹³:

– риторичний (західний, індивідуалістський, що базується на європейській філософії) підхід загалом концентрує свою увагу навколо вивчення впливу комунікації: комунікант прагне переконати чи примусити комуніката зробити те, що бажає комунікант. Вплив є основним, відносини між комунікаторами – вторинні. Комунікант володіє владою та контролем, він здійснює комунікативний вплив, щоб захистити свої інтереси та досягти ще вищого статусу. Як засіб впливу застосовуються різноманітні риторичні прийоми та фігури;

– релятивний (східний, колективістський, що базується на принципах конфуціанства) підхід вивчає комунікацію з трансакційної точки зору, коли комунікатори узгоджують свою взаємодію, намагаючись досягти взаємної вигоди. Первинні – гармонійні відносини, вплив є вторинним і може не досягти поставленої цілі. За такої взаємодії основним є збереження «обличчя» комунікаторів та підтримка хороших відносин.

¹² Newcomb T. M. *Social Psychology : The Study of Human Interaction* / T. M. Newcomb, R. H. Turner, Ph. E. Converse. – New York : Holt, Rinehart and Winston, 1965. – 591 p.

¹³ McCroskey J. C. *Human Communication Theory and research : Traditions and Models* [Electronic resource] / J. C. McCroskey, V. P. Richmond // *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*. – 1996. – Available at : http://www.jamescmccroskey.com/publications/bookchapters/019_1996.pdf

Поява та розвиток новітніх технологій комунікації, технічних засобів спілкування зумовили формування нового культурного простору – масового суспільства, яке характеризується наявністю специфічних засобів зв'язку – засобів масової комунікації. Бурхливий розвиток засобів масової комунікації в ХХ – ХХІ ст. призвів до зміни світосприйняття, трансформації, «дегуманізації» культури та мистецтва, формування нового віртуального світу спілкування. За таких умов виникають нові теорії та концепції, які вивчають місце й роль масової комунікації в суспільстві: «теорії чарівної кулі» (Г. Лассуел), теорія селективної аудиторії (М. Дефлер), «спіраль мовчання» (Е. Ноель-Нойман), теорія дифузії (Е. Роджерс), теорія культивування (Дж. Гербнер), теорія набуття користі та задоволення (Дж. Бламлер, Е. Кац) тощо.

У роботі використовуємо саме інтеракційний підхід, який уможлиблює дослідження комунікації як дво- (багато)векторного процесу, у якому особливу увагу звернуто на очікування та реакції комунікаторів, реалізацію їхніх комунікативних інтенцій.

У межах інтеракційного підходу методологічною основою дослідження є концепція Ю. Габермаса, який здійснив наукове осмислення ролі комунікації в сучасному політичному процесі. Зокрема, науковець наголошує на тому, що важливість процесу відкритого обговорення та рівноправного обміну аргументами з принципово важливих суспільних проблем полягає в тому, що це – шлях розбудови демократичного, цивілізованого суспільства, якому властиві розширення соціальної рівності та свободи й демократизація держави, створення відкритого комунікативного простору між владою та громадськістю; «обговорення має спиратися на обмін аргументами, а чи ведуть вони до справедливих компромісів, істотно залежить від умов ведення процесу обговорення, і саме їх слід оцінювати з позицій моралі»¹⁴.

¹⁴ Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості : дослідження категорії громадянське суспільство [Електронний ресурс] / Ю. Габермас. – Львів : Літопис, 2000. – 319 с. – Режим доступу : http://platonanet.org.ua/load/knigi_po_filosofii/politologija/gabermas_strukturni_peretvorennya_sfere_vidkritosti/21-1-0-1495

Американські вчені Ф. Денс та К. Ларсон, проаналізувавши 126 визначень терміна «комунікація», виділили три основних інтерпретації¹⁵:

1) комунікація є засобом зв'язку будь-яких об'єктів матеріального та духовного світу як конкретна структура (підхід орієнтовано на вивчення комунікативних засобів із метою їх застосування для реалізації соціальних функцій);

2) комунікація – це взаємодія, у процесі якої суб'єкти обмінюються інформацією; якщо суб'єктами є люди, то така комунікація перетворюється в спілкування (тлумачення стосується соціальної комунікації, особливо міжособистісної комунікації);

3) комунікація – передача та масовий обмін інформацією з метою впливу на суспільство чи його складові компоненти (тлумачення пов'язане з проблемами впливу масової комунікації на розвиток суспільних відносин).

Використовуючи термін «комунікація» багато авторів мають на увазі «соціальну комунікацію», тобто процес передачі та сприйняття інформації як у міжособистісній, так і груповій чи масовій взаємодії різними каналами за допомогою різноманітних комунікативних засобів. Система соціальних комунікацій сучасного суспільства – це

– комунікаційна мережа, що об'єднує взаємопов'язаних соціальних суб'єктів, які координують та узгоджують свою спільну діяльність через передачу повідомлень за допомогою ІКТ;

– загальнодоступне хранилище масивів знань та інформації, яке використовують як засіб задоволення інформаційно-комунікативних потреб соціальних суб'єктів у системі соціальної взаємодії¹⁶.

У дослідженні будемо використовувати соціальну комунікацію в значенні, яке запропонував В. Різун, «системи суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення й підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності, що спрямована на розробку, провадження,

¹⁵ Dance F. E. X The Functions of Human Communications: A Theoretical Approach / F. E. X. Dance, C. E. Larson. – NY : Holt, Rinehart & Winston, 1976.

¹⁶ Зотов В. Становление информационно-коммуникативной среды как основание общественных трансформаций [Электронный ресурс] / В. Зотов // Общество: политика, экономика, право. – 2008. – № 2. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-informatsionno-kommunikativnoy-sredy-kak-osnovanie-obschestvennyh-transformatsiy>

організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами, де, з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціально комунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти – учасники соціальної взаємодії»¹⁷.

Н. Луман сформулював постулат про неймовірність комунікації, він є релевантний і для комунікації ЄС, в його основі такі положення¹⁸:

По-перше, неймовірно те, що один індивід у принципі розуміє, що має на увазі інший через автономію та індивідуалізацію їхньої свідомості. Розуміння смислу можливе лише в контексті, який спочатку визначається лише змістом власної пам'яті.

По-друге, неймовірність комунікації пов'язана з можливістю досягнути комунікативів. Неймовірно, що комунікація досягне більшої кількості людей, ніж ті, які знаходяться в конкретній ситуації. Проблема полягає в просторовому та часовому вимірі. Система взаємодії учасників конкретної ситуації гарантує їхню увагу до комунікації, але вона руйнується, якщо предметом комунікації стає небажання її продовжувати. За межами системи взаємодії чинні в ній правила можуть не виконуватися. Навіть якщо є постійні та мобільні в часі учасники комунікації, все ж неймовірно, що вона завжди може забезпечувати їхню увагу, адже в різних ситуаціях люди змушені чинити по-різному.

Третя неймовірність комунікації – це неймовірність її успіху: навіть якщо комунікація буде зрозумілою, це не означає, що вона буде прийнятою. Успішна комунікація залежить від сприймання комунікатом селективного змісту комунікації як передумови своєї поведінки та приєднання до цього селективного змісту наступних, що лише посилює його селективність.

Інакше кажучи, неймовірно, що громадяни країн-членів ЄС, розмовляючи різними мовами, переживаючи свої власні проблеми та здобутки, однаково зацікавлені в європейській комунікації та

¹⁷ Різун В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] / В. Різун // [Наукова сторінка професора Володимира Різуна] / Інститут журналістики: [сайт]. – Київ, 2011. — Режим доступу : http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf

¹⁸ Луман Н. Невероятность коммуникации [Электронный ресурс] / Н. Луман. – Режим доступа : <http://smolsoc.ru/index.php/home/2009-12-28-13-47-51/43-2010-08-30-12-19-02/2732-2011-09-21-02-07-28>

однаково інтерпретують повідомлення інституцій ЄС. Зробити повідомлення універсальним, зважаючи на місцеві пріоритети, залучити до процесу активної комунікації громадян усіх країн-членів, переконати їх у необхідності підтримувати інтеракцію – це комунікаційні виклики ЄС.

Вступаючи в комунікацію, людина реалізовує свою здатність до критичного мислення, відповідальність за власні вчинки, спроможність раціонально пояснити, аргументувати свої дії в процесі публічного їх обговорення. Звичайно, на процес комунікації впливають і сторонні фактори (у вигляді традицій чи інтересів, влади чи грошей), які не властиві самому комунікативному процесу. На думку Ю. Габермаса, на них варто дивитися як на те, що спотворює комунікацію, негативно впливає на її відкриту симетричну природу. Позбавитися від зовнішніх примусів допоможе встановлення належних правил комунікації, головним із яких є справедливий розподіл шансів учасників спілкування та дотримання правила «кращого аргументу». Сюди додано ще й поняття «ідеальна комунікація», у якій спілкування не спотворюється ні зовнішнім, ні внутрішнім (цій комунікації властивим) примусом, а конститується силою кращого аргументу в межах «ідеальної комунікативної спільноти», для якої властивим є симетричний, справедливий розподіл шансів для досягнення справжнього взаєморозуміння.

В основі комунікативної інтеракції має бути комунікативне взаєморозуміння як процес взаємного переконання, яке координує діяльність великої кількості учасників на основі мотивації через обґрунтування. У такому сенсі «взаєморозуміння» означає комунікацію, спрямовану на дійсну згоду¹⁹. Ю. Габермас розглядав соціальні комунікації як спосіб емансипації, звільнення від економічних, політичних та інших впливів, які спотворюють комунікації та відіграють латентну роль у примусі. Формування «емансипованого суспільства» стає основою для побудови громадянського суспільства через розвиток комунікативних відношень та систем масових комунікацій. Науковець виступає проти маніпулювання думками та поведінкою людей через засоби масової комунікації, адже коли суспільні комунікативні структури

¹⁹ Habermas J. Theory of Communicative Action / J. Habermas. – Vol. 1 : Reason and the Rationalization of Society. – Boston : Beacon Press, 1985. – P. 286.

перебувають під владою засобів масової інформації, поглинаються ними, це неминуче призводить до формування фрагментарної та некритичної повсякденної свідомості, домінування «спотвореної комунікації», яка і є ядром людського відчуження.

К. Дойч, досліджуючи проблему ролі комунікації в становленні націй та народів, прийшов до висновку, що «...процеси комунікації є основою зв'язності суспільств, культур і навіть особистостей...»²⁰. Учений вважає, що будь-яка співпраця людських істот потребує комунікації, і чим більш організоване суспільство – тим більша потреба в комунікації. У суспільстві повинен бути центр чи провідна група, визначальною рисою якої є високий рівень комунікативності. Члени спільноти (народу чи нації) пов'язані з центром та провідною групою нерозривним ланцюгом зв'язків та комунікацій, часто й в економічному житті, при цьому не існує різких відмінностей у можливостях комунікації чи просуванні вверх громадськими сходами.

Комунікація виконує функцію життєзабезпечення як у суспільстві загалом, так і в окремих його складових – соціальних організаціях, соціальних спільнотах, соціальних інститутах. Ще у 1969 р. Ж. Д'Арсі вперше акцентував увагу громадськості на необхідності визнання права людини на комунікацію, включивши в це поняття можливість забезпечення і матеріальних, і духовних умов комунікації²¹. Як тільки припиниться комунікація між складовими соціальних підструктур, соціальне перестане існувати. Саме комунікація є засобом залучення соціальних організацій у зовнішнє середовище, забезпечує необхідний рівень їхньої взаємодії з соціальним оточенням, без спілкування з яким неможливе або безглузде існування соціальних організацій²².

Залежно від сфери дослідження (соціології, політології, психології, лінгвістики тощо) науковці обирають різні аспекти поняття «комунікація». Наприклад, представники соціологічного напрямку цікавляться комунікабельністю інформаційних засобів

²⁰ Дойч К. Народи, нації та комунікація / К. Дойч // Націоналізм : антологія / [упорядн. О. Проценко, В. Лісовий]. – К. : Смолоскип, 2000. – С. 546.

²¹ Терин В. Массовая коммуникация : Исследование опыта Запада [Электронный ресурс] / В. Терин. – М., 2002. – С. 145. – Режим доступа : <http://www.twirpx.com/file/711197/>

²² Тихомирова Є. PR-формування відкритого суспільства: [моногр.] / Є. Тихомирова. – К. : Наша культура і наука, 2003. – 197 с.

міжособистісних, міжгрупових та міжнародних відносин; теологи розглядають значення комунікації для створення ком'юніті – спільності людей, об'єднаних вірою та принципами релігійної етики; прихильники семіотики аналізують знакові атрибути комунікації; послідовники М. Маклюєна акцентують увагу на технічних засобах комунікації. Спільним для цих досліджень є розуміння комунікації як соціально-культурної взаємодії людей, груп та організацій, держав і регіонів за допомогою інформаційних зв'язків²³.

Проте жодна соціальна система не може існувати без комунікації, тому виникненням соціальних систем керують не неймовірності процесу комунікації, а способи їхнього подолання та трансформації у ймовірності. Процес соціокультурної еволюції можна розуміти як перетворення та посилення можливостей перспектив комунікації, навколо якої суспільство створює свої соціальні системи. Три види неймовірності комунікації посилюють одна одну. Їх не можна переробити окремо, одну за одною, і трансформувати у ймовірності. Вирішення однієї проблеми ускладнює тим самим вирішення іншої. Якщо комунікацію розуміють правильно, то виникає більше причин відмовитися від неї. Тоді ж, коли комунікація виходить за коло людей, що беруть участь у ній, розуміння ускладнюється, а відмова від неї спрощується²⁴.

Коли комунікацію розглядають лише як передачу повідомлення або засіб зв'язку, то абсолютизують технічні засоби зв'язку або інформацію. Насправді в комунікаційному процесі відбувається не просто рух інформації, а й активний обмін нею. При цьому люди можуть обмінюватися інформацією за умови, що вона не просто прийнята, але й зрозуміла, осмислена, а для цього учасники комунікації повинні користуватися спільною системою знаків. Більше того, вона можлива за умови інтерсуб'єктивності мови, яка означає, що знаки та закріплені за ними значення відомі всім учасникам комунікативного процесу. Усе це дає змогу визначати комунікацію як двосторонній процес обміну сигналами з метою інформування, інструктування чи переконання, що ґрунтується на смислових

²³ Землянова Л. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества : [толковый словарь терминов и концепций] / Л. Землянова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1999. – С. 91.

²⁴ Климанська Л. Соціально-комунікативні технології в політиці : Таємниці політичної кухні : [моногр.] / Л. Климанська. – Львів : НУ ЛП, 2007. – 332 с.

значеннях, які однаково можна розуміти та визначати за допомогою відносин комунікаторів і соціального контексту.

Щодо термінології, яку використовують у ЄС, то «інформація» – це «непропагандистський матеріал, що базується на фактах, як засіб допомогти людям реалізувати свої демократичні права»²⁵. Інституції ЄС акцентують увагу на правах і можливостях громадян ЄС та на впливовості дій, політик інституцій ЄС на громадян. Ці ідеї стосуються іншого, більш складного процесу – комунікації, тобто «способу, за допомогою якого контент [інформація] доноситься до людей, та межі, до якої люди можуть реагувати»²⁶. Європейська комісія формулює комунікацію як встановлення стосунків та ініціацію діалогу з громадянами Європи, дослуховування та зв'язок із ними²⁷.

У жовтні 2004 р. міжнародна організація Друзі Європи («Friends of Europe») та консалтингова установа Gallup Europe представили доповідь «Чи чує мене ЄС?» («Can EU Hear Me?»), яка подала точки зору високопосадовців інституцій ЄС щодо їхнього розуміння понять «інформація» та «комунікація», «комунікаційна політика» та проблем, пов'язаних із комунікацією ЄС²⁸.

Зокрема, президент A&A Group, міжнародної консалтингової фірми інформації та комунікаційних технологій (Париж), Ж. Аталі вважає, що «інформація – це розподіл знань різними засобами, а комунікація – метод, за допомогою якого цього можна досягнути». Комунікація передбачає знаходження цільових груп, визначення аудиторії поступово та за допомогою різноманітних інструментів.

Директор з комунікацій Стокгольма Х. Бруген розглядає комунікацію як діалог і дискусію, а інформацію як односторонній процес, проте необхідні обидві. Неможливо примусити великі групи людей цікавитися комунікацією, вони потребують елементарної інформації та мають знати, куди слід іти, щоб долучитися до

²⁵ European Citizens Action Service, Information for the European Citizen [Electronic resource]. – Brussels, 2003. – Available at : <http://www.ecas.org>

²⁶ Ibidem

²⁷ Action Plan to improve communicating Europe by the Commission [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/communication_com_en.pdf

²⁸ Can EU hear me? How to get the EU's message out [Electronic resource] // Friends Of Europe. – October 2004. – Available at : http://www.mie.ro/fisiere_atasate/ro22_1143540624Can%20EU%20Hear%20Me%20oct%202004.pdf

комунікації з конкретних питань. Це необхідно для збереження демократії під час голосування на виборах.

Генеральний директор Генерального директорату Європейської комісії з освіти і культури Н. ван дер Пас порівнює інформацію із наповненням коробки, а комунікацію вбачає двостороннім процесом, обов'язковою складовою якого є емоції.

Європейський комісар з питань юстиції та внутрішніх справ, відповідальний за інформацію та комунікацію А. Віторіно стверджує, що існує чітке розмежування між інформацією та комунікацією. На його думку, інформація охоплює основне розуміння того, що ЄС робить, і фактичне знання таких питань ще досить обмежене. Комунікація в європейському інформаційному просторі – це двосторонній процес, який передбачає зворотний зв'язок між громадянами й державами-членами ЄС. «Ми маємо дати людям те, що вони хочуть – безпеку, економічну стабільність тощо. Конкретна інформація не буде потрібна, якщо держави-члени не будуть докладати зусиль для цього»²⁹.

Основна ідея всіх висловлених думок полягає в тому, що комунікація – це діалог, а інформація – однобічний рух у фактах.

Беручи до уваги зазначені тлумачення науковців та ідеї високопосадовців ЄС, у дослідженні комунікаційної політики ЄС ми трактуємо інформацію як сукупність даних та знань із певної теми, а комунікацію – як діалог, дискусію, протягом якої передається інформація.

Комунікація як соціально-культурна взаємодія людей, груп, організацій, держав і регіонів завдяки інформаційним зв'язкам виконує дуже важливу інтегративну функцію. Для здійснення, наприклад, міжособистісної комунікації потрібно володіти хоча б мінімумом граматичних та гносеологічних правил, керуватися спільною системою цінностей, яка обумовлює комунікативні установки, діяти в межах певних моральних правил. І якщо комунікація відбулася, можна з упевненістю констатувати, що

²⁹ Can EU hear me? How to get the EU's message out [Electronic resource] // Friends Of Europe. – October 2004. – Available at : http://www.mie.ro/fisiere_atasate/ro22_1143540624Can%20EU%20Hear%20Me%20oct%202004.pdf

склалася певна спільність, яка характеризується зазначеними рисами й особливостями³⁰.

Представники інших спільностей утворюють «чуже» середовище, комунікація в межах якого потребує, окрім обміну змістом, обміну правилами та цінностями, а для того, щоб досягти згоди, потрібно зробити ці правила предметом рефлексії. Як результат, формується нова узгоджена система цінностей і правил спілкування, що забезпечує комунікативні процеси між соціальними спільностями й призводить до інституалізації комунікативних процесів. Комунікативними інститутами є ЗМІ. Вони піднімають статус інтерперсонального та соціального спілкування на якісно новий рівень, створюють однорідне інформаційне середовище суспільства та виконують роль універсального посередника й інтегратора суспільства, оскільки «задають» єдину систему цінностей, формують здібності до сприйняття інформації, пропонують «теми» для спілкування³¹.

Характер комунікації, рівень залучення громадян до процесу прийняття рішень визначає ефективність влади. Змінюються, відповідно, функції основних суб'єктів такої комунікації, оскільки взаємодія здійснюється не лише по вертикалі, але й по горизонталі. Владні інституції ЄС сьогодні розуміють, що *інформація – це те, що виходить, а комунікація – це те, що доходить*, тому слід розвивати саме комунікаційну, а не інформаційну складову власної діяльності.

Фахівці з PR сформулювали такі підходи до ефективної комунікації:

- 1) увага – наскільки повідомлення привертає увагу потенційних споживачів, до кого спрямовано, хто його використовує;
- 2) ідентифікація відбувається тоді, коли результатом впливу повідомлення на аудиторію є утворення у свідомості його комунікатів відповідного ланцюжка: «повідомлення – джерело повідомлення – організація чи установа, якої воно стосується». Відсутність такого ланцюжка породжує «сліпу комунікацію», коли не відбувається усвідомлення хто і з якого приводу інформує;

³⁰ Землянова Л. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества : [толковый словарь терминов и концепций] / Л. Землянова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1999. – С. 91.

³¹ Амелин В. Социология политики / В. Амелин. – М. : Изд-во МГУ, 1992. – С. 56.

3) позитивний інтерес виникає тоді, коли комунікація побудована переважно на позитивних емоціях;

4) довіра – джерело й зміст інформації повинні викликати довіру з боку цільової аудиторії; довіра виникає тоді, коли більше й краще поінформований, а сучасні інформаційні технології надають для цього великі можливості;

5) доступність – зміст інформації подано в зрозумілій формі, чітких поняттях, з конкретними цілями, близькими до потреб аудиторії задля стимулювання уваги, інтересу, сприйняття змісту;

6) асоціативність – знакова система повідомлення чи обрана символіка повинні викликати певні асоціації в конкретній аудиторії;

7) динамізм означає, що повідомлення має бути активним для того, щоб примусити аудиторію відповідним чином сприймати чи діяти, оскільки всі комунікації впливають на комунікаторів на трьох рівнях: когнітивному – сфера свідомості; конотативному – сфера підсвідомості; афективному – сфера установок³².

Для визначення ефективності комунікації Б. Барельсон навіть розробив рівняння, яке дає змогу виміряти та спрогнозувати будь-яку комунікацію від етапу її ініціювання до фіналу:

$$X+Y+Z+N=E,$$

де E – певний вплив визначається як сума необхідних компонентів: X – певні види комунікацій, Y – визначені теми, Z – певні групи людей, чю увагу слід привернути, N – умови проведення комунікації³³.

Ефективність діяльності політичного суб'єкта полягає в забезпеченні реалізації прав і свобод людини й громадянина, своєчасному прийнятті потрібних громадянам рішень, наближенні управлінських послуг до споживачів та наданні їх у повному обсязі, створенні умов для сталого розвитку суспільства тощо.

Незадовільний стан комунікаційного процесу призводить до серйозних непорозумінь у керівництві, для уникнення яких інформація має бути³⁴:

³² Логунова М. Комунікації судової влади / М. Логунова, М. Лашкіна, П. Гвоздик, А. Алексєєв – К : АДЕФ – Україна, 2011. – 276 с.

³³ Ситников А. Победа без победителей: Очерки теории прагматических коммуникаций / А. Ситников, М. Гундарин. – М. : Консалтинговая группа "ИМИДЖ-Контакт", 2003. – С.36.

³⁴ Мельникова К. Комунікації як складова підвищення ефективності роботи керівників органів державної влади [Електронний ресурс] / К. Мельникова, Ю. Боковикова //

- логічною, систематизованою;
- доступною (без зайвої секретності);
- своєчасною (поданою згідно з потребою або замовленням того, кому вона необхідна);
- адекватною (такою, що відповідає дійсному стану речей);
- актуальною (пов'язаною з найважливішими питаннями, проблемами часу);
- достатньо повною за обсягом і насиченістю (вичерпно повна інформація часто буває надто ускладненою й об'ємною);
- обґрунтованою і вмотивованою;
- зрозумілою учасникам комунікаційного процесу (у документах, роз'ясненнях та інструкціях недопустимі багатозначність, різні тлумачення, вони не повинні бути переобтяжені спеціальними термінами).

До ознак погано організованої комунікації можна зарахувати:

- недостатнє розуміння керівниками важливості інформаційного обміну, коли представники вищої управлінської ланки вважають непотрібним інформувати підлеглих;
- недостатня відповідальність тих органів і працівників, які мають передавати інформацію;
- незадовільна структура інформації (ускладнена або заплутана лексика, погана структурованість тексту, недостатня достовірність і конкретність інформації);
- відсутність зворотного зв'язку або його недооцінка.

Досвід держав-членів ЄС засвідчує, що ефективність комунікації значно підвищується при системному впровадженні новітніх технологій у цей процес. Прийняття узгодженої нормативно-правової бази та розвиток єдиного інформаційного простору мають охоплювати розбудову всіх елементів сучасної інформаційної інфраструктури техніко-технологічної бази органів влади, ефективну взаємодію відомчих інформаційних систем, передбачати створення єдиних правил формування, обліку, збереження, використання інформаційних ресурсів та форматів даних і протоколів для забезпечення взаємодії всіх суб'єктів інформаційних відносин у суспільстві.

Від інформації та комунікації залежить ефективне функціонування урядових структур, різноманітних організацій, хід та результати конфліктів. Засоби комунікації створюють нову сферу людської діяльності, яка не піддається регулюванню за допомогою права, що засноване на географічних кордонах. В Окінавській Хартії Глобального Інформаційного Суспільства наголошено: «Інформаційно-комунікаційні технології є одним із найважливіших чинників, що впливають на формування суспільства XXI ст. Їх революційний вплив стосується способу життя людей, їхньої освіти й роботи, а також взаємодії уряду та громадянського суспільства»³⁵.

Із середини 60-их рр. XX ст. у межах соціально-футурологічних концепцій вчені активно обговорюють питання вступу найбільш розвинутих країн в інформаційну стадію свого розвитку. У концепціях Н. Лумана³⁶, М. Кастельса³⁷, Ю. Габермаса³⁸ соціум є комунікативним за своєю суттю, а нові інформаційні засоби стають одним із найважливіших інструментів орієнтації людини в світі та взаємодії людей. Інформаційні засоби й технології перетворюють індустріальне суспільство в інформаційне.

У праці «Інформаційне суспільство як постіндустріальне суспільство» Й. Масуда уточнював, що після створення глобального інформаційного суспільства розпочнеться всевітня комунікаційна діяльність громадян, яка легко долатиме всі національні кордони, зростатиме взаємний обмін інформацією, що сприятиме поглибленню спільного розуміння глобальних проблем і уможливить їхнє розв'язання з глобальних позицій³⁹.

Один із теоретиків ідеї інформаційного суспільства М. Кастельс стверджував, що в кінці XX ст. саме комунікація, а не інформація стали смислоутворюючим стрижнем суспільства. Сучасний глобальний інформаційний простір нав'язує індивіду комунікацію, а

³⁵ Окінавська Хартія Глобального Інформаційного Суспільства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.e-ukraine.biz/ukraine7.html>

³⁶ Луман Н. Что такое коммуникация? [Электронный ресурс] / Н. Луман. – Режим доступа : <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2954>

³⁷ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура : [пер. с англ.] / [под науч. ред. О. Шкаратана] / М. Кастельс. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 606 с.

³⁸ Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості : дослідження категорії громадянське суспільство / Ю. Габермас. – Львів : Літопис, 2000. – 319 с.

³⁹ Masuda Y. The Information Society as Post-Industrial Society / Y. Masuda. – Washington, D.C. : World Future Society, 1981. – 171 p.

обсяг інформації, який постійно зростає, примушує сприймати її не через теоретико-пізнавальну роль, а через емоційно-образне враження⁴⁰.

Комунікація проникає в усі сфери життєдіяльності суспільства, що призводить до виникнення та розвитку якісно нового типу комунікативних структур і процесів, глибокого переосмислення комунікативної природи соціальної реальності, сучасних змін у соціально-комунікативному середовищі, місця й ролі комунікації в розвитку суспільства⁴¹. Саме комунікація стає основою інформаційного суспільства, а не суто інформація, що й призвело до парадигмального зсуву всієї концепції інформаційного суспільства. О. Белінська зазначає, що серйозні зміни відбуваються також із фундаментальною характеристикою інформаційного суспільства, де пріоритет надається знанням, бо сьогодні рівень знань не є підставою для соціальної стратифікації та нерівності; характер відношення до інформації стає основою для нової соціальної стратифікації, що чітко простужуємо в ресурсах і доступі до нових технологій та комунікацій⁴². Поступово інформаційне суспільство трансформується в інформаційно-комунікаційне.

Уважають, що однією з причини появи інформаційно-комунікаційного суспільства як наступної фази розвитку інформаційного суспільства є характер інформаційної революції: не суто технологічний, а соціо-технологічний, зумовлений розвитком ІКТ, мережових комунікацій, Інтернету, стрімкою вестернізацією та глобалізацією сучасного суспільства⁴³. І. Казанська стверджує, що новому інформаційно-комунікаційному суспільству властиві такі риси: важлива роль ІКТ у всіх соціальних практиках; висока концентрація будь-якої форми капіталу (ресурсного, інноваційного,

⁴⁰ Горошко Е. Информационно-коммуникативное общество : становление и перспектива развития / Е. Горошко // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – 2009. – Т. 22 (61). – № 1. – С. 91 – 97.

⁴¹ Василик М. Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации / М. Василик // Актуальные проблемы теории коммуникации : [сб. науч. тр.]. – СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 4 – 11.

⁴² Белинская Е. К обоснованию социокультурного подхода в анализе виртуальной реальности [Электронный ресурс] / Е. Белинская. – Режим доступа : <http://psynet.carfax.ru/texts.bel5.html>

⁴³ Смолян Г. Интернет в России. Перспективы развития [Электронный ресурс] / Г. Смолян, В. Цыгичко, Д. Хан-Магомедов. – М. : Едиториал-УРСС, 2004. – С. 30. – Режим доступа : http://chertyasts.ucoz.org/news/internet_v_rossii_perspektivy_razvitija_g_1_smoljan_v_n_cyigichko_d_d_khan_magomedov/2014-02-12-200

символічного); відсутність встановлених часово-просторових меж; обмеження кількості основних дійових акторів; внутрішня замкненість під час проголошення ідеології відкритого суспільства; високий рівень глобалізації та віртуалізації культури, економіки, політики та освіти⁴⁴.

Російський науковець Д. Іванов запропонував власне пояснення причин виникнення інформаційно-комунікаційного суспільства (теорія віртуалізації суспільства)⁴⁵. Зокрема, на його думку, інформація відіграє надзвичайно важливу роль у суспільстві, проте її не можна ототожнювати із знаннями, які є силою та однією із форм символічного капіталу. Для розуміння сутності й ролі інформації слід розмежовувати поняття «повідомлення», «інтерпретація» та «комунікація». Так, повідомлення – це «річ», тобто продукт інтелектуальної діяльності людини, який передається; інтерпретація – це «думка», тобто набуте знання; а комунікація – це лише операція передачі чи трансляції інформації (символів) чи інтерпретації. Проте в сучасному світі «... саме ця операція трансляції є визначальною, домінуючою ланкою тріади “повідомлення – інтерпретація – комунікація”»⁴⁶. При цьому виникає парадоксальна ситуація, коли найбільш поінформованою стає не та людина, яка більше знає, а та, яка бере участь у великій кількості комунікацій. *Homo sapiens* перетворюється у *Homo communicans*. Дослідник наголошує, що лише як комунікація, а не як знання чи предмет, інформація може викликати нові операції; люди діють, використовуючи інформацію, а комунікативні потоки зростають та пришвидшуються.

Поступово термін «інформаційно-комунікаційне суспільство» стає частиною вокабуляру не лише спеціалістів у галузі ІКТ, але й політиків, економістів, учених, громадських діячів. Часто це поняття асоціюється із розвитком високих технологій (комп'ютерних, інформаційних та медійних), засобів зв'язку, які на основі глобального суспільства можуть дати достойну відповідь на всі

⁴⁴ Казанская И. К научному пониманию феномена Интернета / И. Казанская // Актуальные проблемы социогуманитарного знания : [сб. науч. тр. МПГУ]. – М. : Прометей 2007. – С. 128-150.

⁴⁵ Иванов Д. Виртуализация общества : Версия 2.0 [Электронный ресурс] / Д. Иванов. – СПб. : Петербургское Востоковедение, 2002. – С. 10 – 11. – Режим доступа : <http://library.univer.kharkov.ua/OpacUnicode/index.php?url=/notices/index/IdNotice:153233/Source:default#>

⁴⁶ Ibidem

виклики інформаційно-технічної революції та великих соціальних трансформацій, що відбуваються у світі.

Використання сучасних засобів комунікації призвело до зміни уявлень про роль особи в процесі прийняття важливих політичних рішень. Інтернет став чинником політичної та культурної глобалізації; його доступність та відкритість дає змогу здійснювати відкриту політичну комунікацію будь-яким користувачам, конструктивна та деструктивна критика яких стимулює власників інформаційних ресурсів до усвідомлення необхідності еволюційних змін політичної ідентичності акторів⁴⁷.

Через забезпечення широкого доступу до інформації та її аналізу Інтернет розширює можливості політичної комунікації й створює ілюзію подолання ієрархічності політичної влади⁴⁸. На думку С. Тихонової, мережева організація суспільства змінює структуру комунікативного процесу: будь-хто може одночасно бути і комунікантом і комунікатом у різноманітних комунікативних ситуаціях. Межі комунікативних процесів стають нечіткими та прозорими, а різні рівні комунікативного простору – сумісними й легко поєднуються⁴⁹.

В. Зотов уважає, що практика впливу нових інформаційних технологій на громадську структуру полягає в таких аспектах: 1) створенні нової системи комунікацій, яка сприяє формуванню нових соціальних практик у рамках чинних інститутів, 2) статусно-рольові позиції змінюють ресурсне забезпечення залежно від рівня включеності в інформаційно-комунікаційне середовище, а отже змінюється ступінь впливу на процес трансформації соціальних інститутів, 3) становлення спорадичних форм комунікації, які базуються на ідеї постійної «добудови» комунікативного процесу та правил взаємодії, суттєво ускладнює регулювання⁵⁰.

⁴⁷ Бондаренко С. Политическая идентичность в киберпространстве [Электронный ресурс] / С. Бондаренко. – Режим доступа : <http://www.dzyalosh.ru/01-comm/statii/bondarenko.htm>

⁴⁸ Піпченко Н. Соціальні медіа у структурі зовнішньої політики провідних міжнародних акторів : [моногр.] / Н. Піпченко. – К. : Центр вільної преси, 2014. – С. 35.

⁴⁹ Тихонова С. Коммуникационная революция сегодня : информация и сеть / С. Тихонова // Полис. Политические исследования. – 2007. – № 3. – С. 53 – 64.

⁵⁰ Зотов В. Становление информационно-коммуникативной среды как основание общественных трансформаций [Электронный ресурс] / В. Зотов. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-informatsionno-kommunikativnoy-sredy-kak-osnovanie-obshchestvennyh-transformatsiy>

Завдяки новим технологіям Веб 2.0 та Веб 3.0 виникла нова форма комунікації – масова самокомунікація, яка є мультимодальною, дає змогу переформатовувати її зміст завдяки безкоштовному вільному доступу до програмного забезпечення та поширеного безпроводового зв'язку. Зміст такої комунікації поповнюють та керують самі користувачі, які обирають повідомлення в межах «від багатьох – багатьом». Масові самокомунікації створюються через SMS, блоги, відеоблоги, підкасти, вікі-сторінки, лайки; файлообмінники та пірінгові мережі сприяють циркулюванню, змішуванню та переформатуванню будь-якої цифрової інформації. Як наслідок, зникають посередники на шляху передачі інформації. Горизонтальні мережі будуються навколо індивідуальних ініціатив, інтересів та бажань; мережеві товариства поступово інтегруються в реальне життя та змінюють сфери життєдіяльності людей⁵¹. Поступово інформаційно-комунікаційне суспільство трансформується у мережеве, тобто в «суспільство, у якому значна частина інформаційних взаємодій відбувається за допомогою електронних мереж»⁵².

У сучасному інформаційно-комунікаційному суспільстві комунікацію розглядають як панацею від усіх соціальних катаклізмів, оскільки вона забезпечує загальну поінформованість різних соціальних суб'єктів, сприяє формуванню єдиної системи цінностей і тим самим знімає напругу в їхніх відносинах і взаємодіях.

Досить активно протікають комунікаційні процеси в політиці, де необхідний постійний зв'язок між владними структурами, політичними партіями, громадськими організаціями, об'єднаннями, лобістськими угрупованнями, засобами масової інформації та громадянами з приводу актуальних проблем громадсько-політичного й соціально-економічного життя, який забезпечують політичною комунікацією. Сучасні дослідження в сфері політичної комунікації ґрунтуються на трьох моделях взаємодії засобів масової інформації і

⁵¹ Бобова Л. Мануэль Кастельс : влияние сетевого общества на характер социальных коммуникаций [Электронный ресурс] / Л. Бобова. – Режим доступа : http://www.vestnik.mgimo.ru/sites/default/files/pdf/28sociologiya_bobova.pdf

⁵² Кравченко Т. Становлення мережевого суспільства в умовах сучасності [Електронний ресурс] / Т. Кравченко. – Режим доступа : <http://www.info-library.com.ua/books-text-12023.html>

політики Д. С. Галліна та П. Манчіні⁵³, які після чотирьох теорій преси Ф. Сіберта, Т. Петерсона і У. Шрамма⁵⁴ та їх критики Ф. Уебстером⁵⁵ стали найбільш відомим щодо розвитку суспільних комунікацій у демократичних суспільствах. Політичні функції мас-медіа в країнах із різними політичними режимами визначив та узагальнив німецький дослідник Г. Штромайер, який називає відкритість однією з головних функцій політичної комунікації⁵⁶. Англійський науковець Д. Дж. Ліллекер проаналізував більше 50 концептів, теорій, стратегій та видів діяльності, пов'язаних із політичною комунікацією у публічній сфері політики й державного управління⁵⁷.

Основоположник кібернетики Н. Вінер пояснював політичну комунікацію як створення, відправлення, отримання й переробку повідомлень, які суттєво впливають на політику. Цей вплив може бути прямим (заклик голосувати за певного кандидата чи партію на виборах) й опосередкованим (повідомлення використовують для створення образів дійсності й стереотипів, які здійснюють вплив на політичну свідомість і поведінку громадськості та політичних еліт), миттєвим і довготривалим. Комунікаторами можуть бути політики, журналісти, представники груп інтересів чи окремі індивіди; повідомлення має суттєвий політичний ефект, впливаючи на свідомість, переконання й поведінку осіб, груп, інститутів і цілих спільнот, а також середовища, у якому вони існують⁵⁸.

Щодо визначень політичної комунікації є два підходи⁵⁹:

Перший трактує політичну комунікацію як процес передачі інформації. Зокрема, у політологічному енциклопедичному словнику

⁵³ Галлін Д. С. Сучасні медіа системи : три моделі відносин ЗМІ та політики / Д. С. Галлін, П. Манчіні / [перекл. з англ. О. Насика]. – К. : Наука, 2008. – 320 с.

⁵⁴ Siebert F. S. Four Theories of the Press / F. S. Siebert, Th. Peterson, W. Schramm. – Chicago : University of Illinois, 1963. – 168 p.

⁵⁵ Webster F. Theories of the Information Society : [1st edition] / F. Webster. – London : Routledge, 1995. – 314 p.

⁵⁶ Штромайер Г. Політика і мас-медіа / Г. Штромайер : [пер. з нім. А. Орган] – К. : Вид. дім. «Києво-Могилянська академія», 2008. – 303 с.

⁵⁷ Ліллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / Д. Ліллекер : [пер. с англ. С. Остнек] – Харьков : Изд-во «Гуманитарный Центр», 2010. – 300 с.

⁵⁸ Димитров В. Комунікативістика в системі суспільних відносин [Електронний ресурс] / В. Димитров. – Режим доступу : http://novyn.kpi.ua/2007-2-1/02_Dimitrov.pdf

⁵⁹ Климанська Л. Соціально-комунікативні технології в політиці: Таємниці політичної кухні : [моногр.] / Л. Климанська. – Львів : НУ ЛП, 2007. – 332 с.

наведено таке визначення: «...комунікація (від лат. *communicatio* – повідомлення, передача, бесіда, розмова) – це процес передачі, обміну інформацією, який структурує політичну діяльність і надає їй нового значення, формує громадську думку й політичну соціалізацію громадян із врахуванням їхніх потреб та інтересів»⁶⁰.

Другий підхід акцентує увагу на інтеракції. Так, М. Вершинін уважає: «Політичні комунікації – це смисловий аспект взаємодії суб'єктів політики шляхом обміну інформацією в процесі боротьби за владу або її здійснення. Вони пов'язані з цілеспрямованою передачею та вибіркоким прийомом інформації, без якого неможливий рух політичного процесу»⁶¹.

Політична комунікація як тип інтеракції між людьми, соціальними спільнотами та інститутами допускає обмін інформацією та соціальним досвідом у контексті політичної реальності; вона здійснюється суб'єктами політики в процесі боротьби за владу чи її здійснення⁶². М. Кастельс у праці «Влада комунікації» розглядає владу через призму комунікації, він зауважує, що для ефективного здійснення влади потрібна не фізична сила, насилля та примус, які знищують взаємодію між людьми, а комунікація, яка сприяє творенню соціальних інституцій та прийняттю важливих рішень⁶³.

Ефективність влади безпосередньо залежить від засобів інформаційного обміну, встановлення й підтримання постійних зв'язків між її акторами, бо владу неможливо уявити без опосередкованих форм спілкування та спеціальних засобів зв'язку між різними носіями влади, а також між державою і суспільством, чого можна досягти лише за безпосередньої контактної взаємодії громадян за допомогою спеціальних засобів передачі інформації, що

⁶⁰ Політологічний енциклопедичний словник / [відп. ред. В. Бабкін]. – К. : Генеза, 1997. – С. 162.

⁶¹ Вершинин М. Политическая коммуникация в информационном обществе : перспективные направления исследований [Электронный ресурс] / М. Вершинин // Актуальные проблемы теории коммуникации : [сб. науч. тр.]. – СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 98 – 107. – Режим доступа : http://www.russcomm.ru/rca_biblio/v/vershinin02.shtml

⁶² Висоцька О. Політична комунікація / О. Висоцька // Політологія : [навч. енцикл. словник-довідник] / [за наук. ред. д-ра політ. н. Н. Хоми]. – Львів : «Новий Світ - 2000», 2014. – С. 490 – 491.

⁶³ Castells M. Communication Power / M. Castells. – Oxford : Oxford University Press, 2009. – 571 p.

забезпечують єдність волі, цілісність, єдину спрямованість дій індивідів⁶⁴.

Політична комунікація може протікати за такими сценаріями:

– репресивна, насильницька комунікація, коли комунікант наказує комунікату зробити щось, що не входить у його плани, проте з певних причин комунікат підпорядковується;

– маніпулятивна комунікація, яка дає змогу керувати поведінкою людей, не вдаючись до грубих форм репресії, проте досягаючи набагато більших результатів; на відміну від попереднього сценарію, комунікат виконує побажання комуніканта залюбки, бо переконаний, що це він сам так прагне чинити;

– партнерська, діалогічна комунікація, коли комунікатори не намагаються використовувати схеми впливу на свідомість та підсвідомість один одного й уважають своїм комунікативним завданням – максимально повно відкрити свої наміри та аргументи⁶⁵.

Сучасна політична комунікація в межах ЄС має на увазі не односторонню спрямованість сигналів від еліти до маси, а весь діапазон неформальних комунікативних процесів у суспільстві, які здійснюють різноманітний вплив на політику.

На межі ХХ – ХХІ ст. завдяки розвитку комп'ютерної техніки і виникнення нових електронних засобів зв'язку політична комунікація поступово набуває діалогічної форми. Проте обов'язковою основою для домінування діалогічної політичної комунікації є дотримання всіма комунікаторами норм комунікативної культури, які гарантують толерантність та взаєморозуміння.

Політична комунікація – найважливіший чинник демократизації владних відносин у ЄС, оскільки останні базуються на засадах публічної політики, забезпечують постійний взаємозв'язок між політичними суб'єктами на всіх рівнях. Завдяки політичній комунікації можливе подолання протиріч, які ускладнюють демократизацію суспільства (бюрократизм влади, маніпулювання громадською думкою, недовіра органів влади до громадських організацій, низький професійний рівень чиновників тощо).

⁶⁴ Піпченко Н. Соціальні медіа у структурі зовнішньої політики провідних міжнародних акторів : [моногр.] / Н. Піпченко. – К. : Центр вільної преси, 2014. – С. 46.

⁶⁵ Дзялошинский И. О коммуникации, информации и судьбе Российского информационного пространства [Электронный ресурс] / И. Дзялошинский. – Режим доступа : <http://www.dzyalosh.ru/comm-stati.shtml>

Інформація відіграє суттєву роль у політичному процесі як фактор порозуміння, зближення, консолідації суб'єктів політики, узгодження інтересів різних суспільних груп усередині кожної конкретної країни й суверенних держав на міжнародній арені⁶⁶.

Л. Климанська згруповує всі функції політичної комунікації в п'ять блоків, у рамках яких вони пов'язані або через протиставлення (1,2), або через логічну послідовність (3,4,5)⁶⁷.

Перший блок – функції інтеграції (у межах усього соціуму або окремих соціальних груп) та диференціації (відчуження) групових агентів політики.

Другий блок – функції агональності (ініціювання та вирішення соціального конфлікту, виразу незгоди й протесту проти дій влади) та гармонізації (досягнення консенсусу).

Третій блок – функції акціональності (проведення політики через мобілізацію або «наркотизацію» населення: мобілізація полягає в активізації та організації прихильників, тоді як під «наркотизацією» розуміють процес умиротворення та відволікання уваги, приспання пильності) та поширення інформації. Поширення інформації про стан справ у політичному співтоваристві може відбуватися через явну експліцитну інформацію у формі опису, думок, порівнянь та узагальнень. Ці повідомлення можуть включати імпліцитно-конотативний пласт інформації (емоційно забарвлені слова, що виражають базові політичні орієнтації та цінності, патріотичні символи, евфемізми та ін.).

Четвертий блок – функції інтерпретації та орієнтації (створення комунікативної реальності поля політики й забезпечення існування в цій реальності). У політичному спілкуванні інтерпретація дійсності відбувається експліцитно – через текстові форми (коли самі політики пояснюють значимість тих чи тих подій, розкривають їхні причинно-наслідкові зв'язки й кореляції з іншими подіями, виносять судження та дають оцінку) та імпліцитно – через номінативні одиниці, через визначення, дефініцію політичної реальності.

⁶⁶ Карчевська О. Роль політичної комунікації в електоральному процесі : теоретико-методологічний аналіз [Електронний ресурс] / О. Карчевська, Г. Агафонова. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Polzap_2012_6_19.pdf

⁶⁷ Климанська Л. Соціально-комунікативні технології в політиці: Таємниці політичної кухні : [моногр.] / Л. Климанська. – Львів : НУ ЛП, 2007. – 332 с.

П'ятий блок – функції контролю (створення передумов для уніфікації поведінки, думок, почуттів та бажань великої кількості індивідів, тобто маніпулювання суспільною свідомістю) та заохочення (стимулювання дій електорату).

Фахівці виділяють декілька активних суб'єктів політико-владної комунікації:

– сама політична сфера суспільства: держава і всі її інститути, що повинні інформувати суспільство про свої дії для того, щоб останнє схвалило і визнало їх як легітимні;

– недержавні установи, політичні партії, громадські організації та об'єднання; юридичні особи і, звичайно, громадяни;

– засоби масової інформації, у яких піднімаються й обговорюються питання державної політики, які впливають і на суспільство загалом, і на політичну сферу⁶⁸.

У сучасному вільному, відкритому, плюралістичному інформаційно-комунікаційному суспільстві всі три суб'єкти незалежно і, водночас, взаємозалежно здійснюють комунікацію між собою; вони говорять, що й коли вважають за потрібне, але знаходяться під впливом один одного; у процесі формування аргументів, думок, стратегій, одна з груп може виявитися визначальною.

Політична комунікація є завжди персуазивною і охоплює такі кроки:

1. Персуазивне повідомлення передається.
2. Комунікат сприймає повідомлення.
3. Комунікат осмислює повідомлення.
4. Комунікат погоджується і переконується запропонованими аргументами.
5. Набута позиція утримується.
6. Бажана поведінка реалізується⁶⁹.

Функціональна спрямованість політичної комунікації ЄС на передачу інформації, що становить суспільний інтерес для всіх громадян Союзу з одночасним наданням їй публічного статусу (тобто

⁶⁸ Лашкіна М. Нові підходи до комунікації в публічному просторі державного управління [Електронний ресурс] / М. Лашкіна. – Режим доступу : <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/putp/2013-1/doc/1/02.pdf>

⁶⁹ Severin W. J. Communication Theories : [5th ed.] / W. J. Severin, Werner J., J. W. Tankard, Jr. – New York : Longman, 2001. – P. 174.

є відкритою й орієнтованою на інтереси громадськості), породжує публічну комунікацію. Публічна комунікація ЄС – це спілкування органів влади ЄС зі своїми громадянами; жодна ініціатива інституцій ЄС неможлива без справжнього діалогу, без підтримки громадян. Відмінність публічної комунікації від суто політичної полягає в тому, що в публічній комунікації всі комунікатори розглядаються як рівнозначні, тобто не існує відносин домінування-субординації (що характерне для політичної комунікації), тому й комунікаційна діяльність у публічному просторі потребує стратегічного планування, детальної продуманості та належного контролю.

І. Дзялошинський розуміє під публічною комунікацією процес актуалізації у свідомості індивіда, групи, усього суспільства смислів, які породжує громадянське суспільство, і зворотну реакцію на них; усі комунікаційні лінії, що існують у суспільстві, які допомагають індивіду включитися в осмислення і вирішення проблем громадянського волевиявлення. Публічні комунікації охоплюють системи, що забезпечують⁷⁰:

- зв'язок індивідів з некомерційними, неурядовими, громадськими організаціями;
- зв'язок між структурами громадянського суспільства;
- зв'язок громадянського суспільства загалом з іншими компонентами соціальної системи;
- можливість участі індивідів і структур громадянського суспільства в розробці, обговоренні та прийнятті рішень з економічних, політичних, соціальних та інших питань, тобто в публічній політиці.

Середовище реалізації публічної комунікації – публічна сфера, яка є відображенням соціального простору й сама є простором для дискусій та обговорень важливих соціально-політичних проблем. Публічна сфера – це арена, де громадяни збираються разом, обмінюються думками про публічні справи, обговорюють, обмірковують та формують громадську думку; це «мережа для комунікаційної інформації та точок зору <...> потоки комунікації в процесі фільтруються та синтезуються так, щоб об'єднатися в

⁷⁰ Дзялошинский И. Гражданские коммуникации и публичная политика [Электронный ресурс] / И. Дзялошинский. – Режим доступа : <http://www.dzyalosh.ru/comm-stati.shtml>

сукупність тематично визначених громадських думок»⁷¹. І. Кант трактував публічну сферу як «публічне застосування розуму», яке базується на етичних принципах комунікації, а саме: повага до протилежної точки зору, спроможність іти на компроміс та інші принципи чесних публічних дебатів⁷².

Демократична публічна сфера – це «структурна сила в політиці, ... основна частина архітектури хорошого керівництва, <...> саме у вільній та відкритій публічній сфері соціальні рухи отримують публічний голос, борються за визнання, самостверджуються, шукають шляхи формування громадської думки, впливають на лідерів і політиків та приносять зміни»⁷³. Хороше та підзвітне керівництво створює вільний потік інформації, вільне самовираження, вільне обговорення важливих політичних питань.

Акторами публічної сфери й одночасно активними учасниками процесу вироблення та імплементації комунікаційної політики є⁷⁴:

- громадськість – традиційне розуміння громадськості стосується уявної групи людей, які об'єднуються навколо спільних інтересів з одного чи кількох публічних питань. У сучасній соціології цей термін часто використовують для позначення політично значимої групи громадян (наприклад, електорату, громадянського суспільства, місцевих спільнот чи аудиторії ЗМІ);

- громадянське суспільство, що складається з організацій та діяльності, які мають, передусім, політичний чи комерційний характер і не мотивуються прибутком чи владою. За певних обставин вони можуть стати частиною публічної сфери;

- посадові особи – держава не є частиною публічної сфери, але має не лише можливість, але й зобов'язання бути актором публічної сфери. У демократичній публічній сфері посадовці дослухаються до громадськості і визначають публічну волю,

⁷¹ Habermas J. Between Facts and Norms. Contribution to a Discourse Theory of Law and Democracy / J. Habermas. — Cambridge, Massachusetts : The MIT Press, 1996.

⁷² Кант И. Критика практического разума: Основы метафизики нравственности ; Критика практического разума ; Метафизика нравов / И. Кант. — СПб. : Наука, 1995. — 528 с.

⁷³ Odugbemi A. Public opinion, the public sphere, and quality of governance: An exploration / A. Odugbemi // Governance reform under real-world conditions. Citizens, stakeholders, and voice : [S. Odugbemi, T. Jacobson (Eds.)]. — Washington, D.C. : The World Bank, 2008. — P. 15 — 37.

⁷⁴ The public sphere [Electronic resource]. — Available at : <http://siteresources.worldbank.org/EXTGOVACC/Resources/PubSphereweb.pdf>

інформують про свої питання та позиції, забезпечують інформацією про рішення та дії.;

– ЗМІ – вони забезпечують канали комунікації, визначають та пропонують теми публічного обговорення;

– приватні актори – якщо громадяни та приватні корпорації вступають у публічну сферу, то чинять так для забезпечення приватних чи публічних інтересів, у такому випадку стають частиною громадськості.

Ю. Габермас визначає такі основні типи учасників публічної сфери: 1) ті, хто прагне інструментально використовувати публічну сферу у своїх цілях (політичні партії та різноманітні лобісти); 2) ті, хто бореться за певні соціальні інтереси, прагне впроваджувати інституційні реформи, відстоює певні права та колективні ідентичності; 3) представники мас-медіа, журналісти, які визначають теми на інформацію, обіг якої здійснюється в публічній сфері⁷⁵.

Продуктом публічної сфери, важливим концептом керівництва та прийняття політичних рішень є громадська думка, яка проявляється в комунікаційній політиці й стосується:

– справ, які торкаються держави, уряду, соціальних інститутів;

– питань, які є відкриті та доступні для кожного;

– подій, політик чи рішень, які стосуються громадян;

– питань загального інтересу;

– громадського добробуту.

Громадська думка – основа політичної влади та законності, будь-який уряд «у безпеці, допоки його населення добровільно погоджується з таким керівництвом»⁷⁶. Ворожа громадська думка може загрожувати як демократичним, так і авторитарним режимам. В останньому випадку така громадська думка може створити підпілля й поступово руйнувати політичний устрій. Через мобілізацію громадської думки опозиційні групи можуть отримати суттєву підтримку та визначити пропозиції щодо реформ, які уряд змушений буде брати до уваги. У найгіршому випадку групи, що сіють незгоду,

⁷⁵ Габермас Ю. Наскільки розумним є авторитет повинності / Ю. Габермас // Ю. Габермас. Залучення іншого: студії з політичної теорії [пер. з нім. А. Дахній] ; [наук. ред. Б. Поляруш]. – Львів : Астролябія, 2006. – 416 с.

⁷⁶ Price V. Opinion quality in public opinion research / V. Price, P. Neijens // International Journal of Public Opinion Research. – 1997. – № 9(4). – P. 336 – 360.

можуть ламати публічну сферу, створюючи політичний хаос і навіть насилля.

Політики стверджують, що не завжди доречно слідувати громадській думці, припускаючи, що люди часто не знають, або байдужі щодо питань державного управління, і в такому випадку врахування громадської думки може навіть зашкодити добробуту громадян. Саме міцна та відкрита публічна сфера – засіб проти непоінформованої точки зору. Ідея демократії побудована на припущенні, що якщо громадяни освічені, мають доступ до релевантної інформації, спроможні осмислити питання, то вони мають право висловити свою точку зору з приводу того, яке має бути керівництво.

Законність уряду базується на підтримці людей. Національна єдність, чи принаймні консенсус, уможливує ефективний вплив політики. Підтримка громадянами урядових програм та реформ – передумова їхнього успіху. Завдяки ефективній комунікаційній політиці активні та поінформовані громадяни роблять цінний внесок у процес управління, сприяючи покращенню якості та ефективності публічної служби.

Без функціональної та демократичної публічної сфери урядовці не можуть звітуватися про свої дії, а громадяни не зможуть здійснювати вплив на прийняття політичних рішень. Реквізитами хорошого керівництва є вільний потік інформації, вільне вираження власних ідей та вільне обговорення. Ідеальна публічна сфера залучає до співпраці, а також найкращий захист від зловживання владою.

Виокремлено п'ять основ функціонування демократичної публічної сфери як середовища публічної комунікації⁷⁷:

1) гарантовані конституцією громадські свободи – свобода слова, висловлювання та зібрань. Більшість країн світу приймають основні громадянські свободи, закріплені в Загальній декларації прав людини;

2) система вільних, плюралістичних та незалежних від державного контролю медіа: систему ЗМІ часто розглядають як основну інституцію публічної сфери, яка гарантує рівний доступ та

⁷⁷Odugbemi A. Public opinion, the public sphere, and quality of governance: An exploration / A. Odugbemi // Governance reform under real-world conditions. Citizens, stakeholders, and voice : [S. Odugbemi, T. Jacobson (Eds.)]. – Washington, D.C. : The World Bank, 2008. – P. 17.

висловлювання громадянам за умови, якщо ЗМІ незалежні від політичних та корпоративних інтересів;

3) доступ до публічної інформації, який включає свободу інформаційного права та культуру транспарентності і відкритості. Значна кількість країн прийняли закони про свободу інформації, які доповнюються положеннями відповідно до вимог відкритості та можливості робити запити;

4) громадянське суспільство, яке підтримує вимогу громадян про підзвітність та участь у публічній сфері. Організації громадянського суспільства встановлюють та забезпечують громадян порядком денним;

5) місця для щоденного обговорення публічних справ – це будь-які місця, де громадяни можуть спільно обговорювати політику (наприклад, робоче місце, кав'ярня, школа тощо).

Ю. Красін виділяє такі функції публічної сфери, яка забезпечує комунікацію влади та суспільства у формуванні політики, що викликає громадський інтерес⁷⁸:

- артикуляція громадських інтересів, які повинні, передусім, чітко прозвучати в самому суспільстві, щоб і громадськість, і влада їх почули та оцінили;

- публічний контроль діяльності влади, зокрема стан справ у суспільстві, державі, економіці, соціокультурній сфері;

- вплив на формування політики, вираження та захист загального інтересу;

- політична освіта громадян: публічний форум залучає громадян до роздумів, які сприяють усвідомленому вибору позицій та пошуку шляху до порозуміння, коли громадяни детально вивчають проблему й приходять до зважених рішень після розгляду різноманітних точок зору з дотриманням правил поваги до думок інших, та включеності усіх зацікавлених у процес обговорення.

Отже, у межах інтеракційного підходу трактуємо комунікацію як діалог, дискусію, протягом якої передається інформація як сукупність даних та знань з певної теми. Від ефективності інформації та комунікації залежить ефективність діяльності інституцій ЄС. З'ясовано такі сучасні комунікаційні виклики ЄС: зробити

⁷⁸ Красін Ю. Российские проблемы публичного [Электронный ресурс] / Ю. Красин. – Режим доступа : http://www.gorby.ru/activity/conference/show_450/view_23992/

повідомлення універсальним, зважаючи на місцеві пріоритети; залучити до процесу активної комунікації громадян усіх країн-членів; переконати їх у необхідності підтримувати інтеракцію. Інтерактивна природа комунікації забезпечує процес відкритого обговорення та рівноправного обміну аргументами між владними інститутами ЄС й громадянами з принципово важливих суспільно-політичних проблем. Такий діалог сприяє розбудові демократичного, цивілізованого суспільства, якому властиві розширення соціальної рівності та свободи, створення відкритого комунікативного простору між владою та громадськістю. Комунікація ЄС функціонально спрямована на передачу інформації, що становить суспільний інтерес для всіх громадян Союзу з одночасним наданням їй публічного статусу; жодна ініціатива інституцій ЄС неможлива без справжнього діалогу, без підтримки громадян.

1.2. Комунікаційна політика ЄС : роль та формування, мета та завдання

У сучасному інформаційно-комунікаційному суспільстві, де основним предметом праці більшої частини людей є інформація та знання, а знаряддя праці – інформаційні технології, держава та інші політичні суб'єкти одночасно виконують інформаційну та комунікаційну функції:

- *інформаційна функція* охоплює створення інформації (умовно можна назвати первинної) – безпосередньо формують нормативні акти, інформацію для яких беруть ззовні; супровід інформації, що має державне значення (насамперед, похідні функції обліку, контролю, моніторингу); відкритість органів державної влади для громадян; збір, обробка, охорона й захист інформації, необхідної для реалізації функцій держави; створення спеціалізованих структур у сфері інформації й регулювання їхньої діяльності – засобів масової інформації, архівів, бібліотек, установ культури, освіти (масова інформація й поширення знань); інформаційний обмін між органами державної влади (усередині держапарату); використання інформації у внутрішніх інтересах держави; зберігання інформації на різних

стадіях інформаційного процесу; утворення єдиного інформаційного простору держави як частини світового інформаційного простору⁷⁹;

- *комунікаційна функція* полягає в надаванні громадянам і організаціям публічних послуг швидко та якісно, у налагодженні взаємодії публічно-владних структур із громадянами та організаціями на основі рівноправних партнерських відносин⁸⁰.

Зазначимо, що комунікаційна функція держави та інших політичних суб'єктів реалізується в таких напрямках:

- забезпечення транспарентності діяльності;
- тісна взаємодія з медіа;
- надання інформаційних послуг громадянам;
- доступ громадян до суспільно важливої публічної інформації;
- залучення громадян до обговорень суспільно важливих питань;
- реагування на запити громадян, підтримання реально діючого зворотного зв'язку;
- Інформування громадян про рішення, які приймаються тощо.

Зважаючи на те, що інформація та комунікація взаємозалежні, але не синонімічні поняття, трактуватимемо їх як дві сторони одного процесу: інформація – сукупність певних даних, знань, тобто зміст комунікації, а комунікація – засіб повідомлення, зв'язок, спілкування, передача інформації, тобто специфічна форма взаємодії соціальних суб'єктів із приводу інформації. У такому тлумаченні інформація включає те, що передається, а комунікація те, як інформація передається. Саме тому інформаційну та комунікаційну політику слід розглядати як нематеріальні активи відповідного соціального суб'єкта, розрізняючи їхні сутнісні характеристики та зміст.

У цьому контексті варто розрізняти інформаційну та комунікаційну політику. Проте слід зауважити, що не існує чіткого розмежування цих понять ні в науковій літературі, ні в документах

⁷⁹ Павленко Ж. Поняття інформаційної функції держави [Електронний ресурс] / Ж. Павленко. – Режим доступу : http://nauka.jur-academy.kharkov.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=270&Itemid=210&lang=uk

⁸⁰ Лоцихін О. Комуникативна функція у системі функцій сучасної держави [Електронний ресурс] / О. Лоцихін // Комунікація. – 2013. – № 3. – С. 18 – 27. Режим доступу : http://pdp.org.ua/images/stories/materials/Communication_3_Apr2013.pdf

ЄС. Так, інформаційна політика трактується як політика збирання, колекціонування, зберігання інформації, яка є доступною, поширюється та утримується. Інформаційна політика встановлює правила, за якими діють приватні інформаційні провайдери та медіа. Інформаційна політика включає такі сфери:

- грамотність,
- урядову приватизацію та дистрибуцію,
- інформацію,
- свободу доступу до інформації,
- право інтелектуальної власності,
- зберігання архівних копій матеріалів,
- хартію / статут інформаційних прав громадян⁸¹.

Відповідно до інституційного підходу під інформаційною політикою розуміють систему заходів, які здійснюють певні інститути щодо інформаційної сфери суспільства. Відповідно роль органів державної влади в реалізації інформаційної політики держави розглядають як активну, а роль громадянського суспільства і окремих громадян – як пасивну. Проте державна інформаційна політика, яка базується на принципах демократії, формується та реалізується активними силами держави загалом, а не лише зусиллями органів державної влади. Інформаційна політика постає з необхідності держави, суспільства та окремої особи реагувати на процеси, що відбуваються всередині країни та за її межами. У межах цього підходу до державної інформаційної політики зараховують зусилля держави, суспільства та особистості, які є реакцією у відповідь на процеси, що проходять у глобальному, міждержавному, національному, регіональному та локальному просторах.

У межах директивного підходу під інформаційною політикою розуміють боротьбу політичних акторів за нові джерела знань та володіння інформацією.

Функціональне розуміння політики подає її як стратегічну діяльність соціальних акторів, спрямовану на формування та розвиток інформаційних відносин, вироблення змістовних і техніко-технологічних аспектів інформації та її трансляцію в громадське середовище, перетворення інформаційної сфери з певною метою. Г.

⁸¹ What is Information Policy? [Electronic resource]. – Available at : <http://www.vcn.bc.ca/bcla-ip/committee/broch95.html>

Нурулліна трактує інформаційну політику як конструкт соціальної культури та особливу сферу життєдіяльності людей (політиків, учених, аналітиків, журналістів, читачів, глядачів тощо), яка пов'язана з відтворенням, поширенням і споживанням інформації, задовольняє інтереси держави й громадянського суспільства, спрямована на забезпечення творчого, конструктивного діалогу між ними. Інформаційна політика має інтегральний характер; її загальна модель у країні / регіоні утворена діалектичною сумою чотирьох суб'єктів політики: держави (структури влади), громадськості (політичні партії, рухи й громадські об'єднання), медіа (медіахолдинги, журналістські колективи), приватні особи, бізнес-структури⁸².

Комунікативний підхід розглядає інформаційну політику як систему, у якій владні відносини щодо володіння та управління інформацією забезпечуються та визначаються процесами спілкування як сукупності соціальних інтеракцій. Такий підхід наближує нас до розуміння комунікаційної політики як взаємодії органів влади та громадян⁸³.

Отже, у межах такого системного підходу П. Малуєв інформаційною політикою вважає таку діяльність людини, суспільства, держави, які забезпечені чи прагнуть бути забезпечені необхідним та достатнім ресурсом влади для здійснення своєї програми дій у просторі соціальних комунікацій, яка (діяльність) спрямована на формування та розвиток інформаційних відносин, вироблення змістовних і техніко-технологічних аспектів інформації та її трансляцію в громадське середовище, перетворення інформаційної сфери з певною метою⁸⁴.

Досліджуючи роль інформації в ЄС, М. Брюгеман трактує інформаційну політику як:

⁸² Нурулліна Г. Информационная политика в нравственном измерении [Электронный ресурс] / Г. Нурулліна // Информационная политика и публичная риторика в трансформирующемся обществе. – Режим доступа: <http://fksu.ru/public/doc/jurfil/science/conf2007.pdf>

⁸³ Малуєв П. Источники и функции государственной информационной политики в условиях демократии [Электронный ресурс] / П. Малуєв. – Режим доступа: http://vestnik.pags.ru/vestnik/archive/text_pdf/17.pdf

⁸⁴ Малуєв П. Источники и функции государственной информационной политики в условиях демократии [Электронный ресурс] / П. Малуєв. – Режим доступа: http://vestnik.pags.ru/vestnik/archive/text_pdf/17.pdf

- 1) надання чи заперечення інформації,
- 2) реагування на вимоги чи проактивне інформування громадян,
- 3) гарантування права на інформацію,
- 4) рекламування чи пояснення політичних рішень,
- 5) зосередження інформації в інформаційному офісі чи поширення серед урядових агенцій⁸⁵.

Усе це вимагає політичних рішень, які й створюють галузь інформаційної політики.

Інформаційну політику, яка активно розвивається в ЄС ще з 80-их рр. ХХ ст., тлумачать по-різному, зокрема:

1) як систему сучасних заходів, спрямованих на розвиток процесів формування, перетворення, зберігання, передачі й використання всіх видів інформації, ефективного розв'язання проблем створення, впровадження і використання засобів комп'ютерної та інформаційної техніки, засобів зв'язку й технічних носіїв запису, а також комплексного використання інформаційних систем в управлінській діяльності⁸⁶;

2) як сукупність взаємопов'язаних дій, спрямованих на створення умов отримання громадянами інформації, що задовольняє їхні базові потреби й інтереси; розвиток відповідних технічних засобів, що забезпечують створення (обробку, зберігання й доставку) інформаційних ресурсів ділового, розважального, науково-освітнього й іншого характерів; вбудовує інститути структури влади в інформаційні процеси⁸⁷.

Ю. Куришева, досліджуючи інформаційну політику ЄС, визначає її як наддержавне явище, як інформаційно-комунікаційну діяльність інститутів Євросоюзу, яка, відповідно до цілей ЄС, національних інтересів країн-членів і громадян об'єднаної Європи, спрямована на створення й підтримку функціонування єдиного європейського культурно-інформаційного простору. Її зовнішні та внутрішні цілі трактують як створення єдиного медіа простору ЄС і захист

⁸⁵Bruggemann M. How the EU Constructs the European Public Sphere: Seven Strategies of Information Policy [Electronic resource] / M. Bruggemann // The Public. – 2005. – Vol. 12. – № 2. – Available at : <http://www.javnost-thepublic.org/article/pdf/2005/2/4>

⁸⁶ Халипов В. Власть. Политика. Государственная служба: [словарь] / В. Халипов, Е. Халипова. – М. : Луч, 1996. – С. 169.

⁸⁷ Попов В. Информациология и информационная политика / В. Попов. – М. : РАГС, 2005. – 120 с.

внутрішнього комунікаційного простору ЄС від зовнішнього впливу⁸⁸. У такому тлумаченні не проведено розмежування інформації та комунікації, що призводить до синонімічного вживання термінів «інформаційна» і «комунікаційна політика». Зважаючи на це, доречно розглядати інформаційну політику ЄС як політику створення й поширення інформаційного контенту, розвитку й регулювання європейського інформаційного простору, побудови європейського інформаційного суспільства інститутами ЄС разом з іншими соціально-політичними суб'єктами ЄС.

Проте в документах ЄС знаходимо розподіл цих понять, тому й предметом дослідження є саме комунікаційна політика Союзу.

Перш ніж розглянути детально поняття «комунікаційна політика», вважаємо доцільним розмежувати два фонетично схожих терміни: «комунікаційний» та «комунікативний».

В. Різун, розмежовуючи ці терміни, вдається до порівняння слів «інформативний» та «інформаційний»: «інформативний» – це засіб, який містить у собі наповненість певним змістом. «Інформативні засоби» – це засоби, які інформують. «Інформаційні засоби» – це засоби, які мають відношення до інформації, до інформаційної діяльності. Наприклад, «інформативна політика» – політика, яка несе інформацію. А це вже сфера переносних значень. Тому правильно говорити «інформаційна політика», тобто політика, що має відношення до інформаційної діяльності.

Така ж різниця між словами «комунікаційний» і «комунікативний», бо вони побудовані за однією й тією ж словотворчою моделлю, що й слова «інформаційний» та «інформативний». Тобто «комунікативна політика» – це політика спілкування, встановлення взаємозв'язків із кимось, а «комунікаційна політика» – політика, що має відношення до комунікації. Отже, однозначно правильно: «...основні засади державної комунікаційної політики...»⁸⁹.

У словнику іншомовних слів наведено такі визначення: «комунікативний – той, що належить до комунікації» (тобто, чим

⁸⁸ Курьшева Ю. Принципы и стратеги информационной политики ЕС / Ю. Курьшева // Вест. С.-Петербур. ун-та. – 2007. – Вып. 4. – Ч. II. – С. 256 – 260. (Сер. 9).

⁸⁹ Різун В. Поняття про соціальні комунікації в системі взаємозв'язків влади з громадою / В. Різун // Запровадження комунікацій у суспільстві : [за заг. ред. Н. Дніпренко, В. Різун]. – К. : ТОВ «Вістка», 2009. – 56 с.

наповнена комунікація), «комунікаційний – той, що стосується комунікації»⁹⁰. «Комунікативний» (наприклад, підхід) стосується вивчення умов існування мовної системи, її підсистем і одиниць у конкретних актах спілкування, вибір і використання їх учасниками комунікації, тому «комунікативною» може бути навичка, стратегія, акт, поведінка тощо. Політика держави чи організації є лише «комунікаційною», бо «стосується комунікації», яка зорієнтована на організацію комунікації за допомогою доступних засобів вираження певної інформації; комунікат бере цю інформацію до уваги та приходить до власних висновків щодо інформативних намірів комуніканта. Окрім цього, в англomовних документах ЄС із комунікаційної політики використовують термін «communication policy», який перекладається саме як «комунікаційна політика»; англomовним еквівалентом терміну «комунікативний» є прикметник «communicative»⁹¹.

Прикладне дослідження комунікації взагалі й комунікаційної політики зокрема розпочато під час дискусій, які ініціювалися ЮНЕСКО, а саме:

- ЮНЕСКО зосередила увагу на ролі комунікації в розвитку ще з часу свого заснування в 1946 р. (це відображено у ст. 1.2 Конституції ЮНЕСКО⁹²);

- з 1958 р. ЮНЕСКО стає провідною агенцією зі створення та посилення комунікаційної інфраструктури, бо у своїй резолюції від 1958 р. Генеральна Асамблея ООН закликала організацію створити програму чітких дій для розбудови преси, телетрансляцій, кіно- та телеіндустрії в країнах у процесі їхнього економічного та соціального розвитку⁹³;

- у 1962 р. ЮНЕСКО замовила публікацію дослідження В. Шрамма «Засоби масової інформації та національний розвиток:

⁹⁰ Словник іншомовних слів: 23000 слів та термінологічних словосполучень : [уклад. Л. Пустовіт та ін.]. – К. : Довіра, 2000. – 1018 с.

⁹¹ Карпчук Н. Теоретико-методологічні основи комунікаційної політики / Н. Карпчук // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2012. – № 20 (245). – С. 12 – 17.

⁹² Статут Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_014

⁹³ Freedom of Information [Electronic resource] // Resolutions adopted by the General Assembly at its 13th session. – Available at : http://www.un.org/depts/dhl/resguide/r13_en.shtml

роль інформації у країнах, що розвиваються»⁹⁴, у якому науковець логічно обґрунтував використання ЗМІ під час формування нації;

– у 1969 р. на зустрічі експертів з масової комунікації та суспільства представлено обґрунтоване, систематизоване дослідження процесів масової комунікації в країнах, що розвиваються (аналіз медіа організацій, власності та фінансової підтримки, етика прийняття рішень у виробництві медіа, система цінностей комунікаторів та їхня роль у суспільстві, реальні та можливі цілі ЗМІ)⁹⁵;

– у 1971 р. у полі зору ЮНЕСКО такі питання: хто керує та контролює ЗМІ, чиїм інтересам вони служать, які ресурси використовують, яка природа їхніх продуктів, які потреби вони задовольняють, а які нехтують, перш ніж розробляти адекватні комунікаційні політики. Результатом таких досліджень стали два поняття: «політики» – заяви про комунікативну поведінку на рівні суспільства, яка припускає напрям та поштовх для комунікативної системи; та «планування для комунікацій» на рівні більш завершеному та цілісному, ніж, наприклад, інституційне планування⁹⁶;

– у 1972 р. ЮНЕСКО пропонує перше визначення комунікаційної політики: «Комунікаційні політики – це набір принципів та норм, встановлених для управління поведінкою комунікаційних систем. Їх орієнтація є основоположною та довготривалою, хоча вони можуть також мати короткотермінові оперативні завдання. Вони формуються в контексті загального підходу суспільства до комунікації, походять із політичної ідеології, соціальних та економічних умов країни, її цінностей. Комунікаційні політики існують у кожному суспільстві, хоча можуть бути

⁹⁴Schramm W. Mass media and national development: the role of information in the developing countries [Electronic resource] / W. Schramm. – Stanford : Stanford University Press, 1964. – Available at : <http://unesdoc.unesco.org/images/0008/000872/087299eb.pdf>

⁹⁵ The Right to Communicate: the Status Report [Electronic resource] // Reports and Papers on Mass Communication. – Available at : <http://unesdoc.unesco.org/images/0005/000503/050335eo.pdf>

⁹⁶ Hancock A. Communication Planning for Development / A. Hancock. – France : UNESCO, 1981. – 198 p.

латентними, не повністю узгодженими й не чітко артикульованими»⁹⁷.

У 1978 р. група експертів ЮНЕСКО, яка запропонувала поради щодо розробки комунікаційних політик, навела низку причин необхідності комунікаційної політики та комунікаційного планування, згідно з якими національна комунікаційна політика допоможе досягнути таких цілей⁹⁸:

- створити в країні клімат і дух спільних прагнень;
- забезпечити повне та систематичне використання комунікаційних ресурсів, націлених на соціальний, культурний та економічний розвиток;
- гарантувати не лише широку обізнаність громадян з питань, що стосуються їхнього життя, а й вмотивоване залучення до участі в національних програмах розвитку;
- підтримувати співпрацю та координацію між різноманітними агенціями й організаціями публічного та приватного секторів, які задіяні в процесі збору, обробки та поширення інформації;
- сприяти розвитку інфраструктури комунікаційної діяльності та скороченню зайвого дублювання роботи, марної витрати обмежених ресурсів, втрати робочих місць;
- забезпечувати розподілення та використання комунікаційних ресурсів відповідно до національних цілей та політик.

Цього ж року на міжнародному симпозіумі з питань свободи комунікації, який проводився за підтримки ЮНЕСКО, усі комунікаційні права були поділені на 3 групи: 1) права особи: свобода думки та вираження, право бути поінформованим, право інформувати, захист приватного життя, свобода переміщення, право зібрання, доступ до джерел інформації; 2) права інституцій: доступ до джерел інформації, свобода думки та вираження, право опубліковувати матеріали, свобода переміщення, підтримання

⁹⁷ Dias M. A. R. National communication Policy Councils. Principles and Experiences [Electronic resource] / M. A. R. Dias, J. R. Lee, K. Nordenstreng, O. A. Wiio. – Available at : <http://unesdoc.unesco.org/images/0003/000370/037074eo.pdf>

⁹⁸ The Right to Communicate : the Status Report [Electronic resource] // Reports and Papers on Mass Communication. – Available at : <http://unesdoc.unesco.org/images/0005/000503/050335eo.pdf>

професійної конфіденційності; 3) комунікаційні права націй: право інформувати, вільний і збалансований потік інформації, збереження культурної єдності, культурний обмін, свобода думки та вираження, право бути поінформованим, право на відповідь, право внесення поправок⁹⁹.

У 1980 р. у доповіді Ш. МакБрайда «Багато голосів. Один світ» особливу увагу зосереджено на важливості комунікаційних політик: «Стратегії розвитку повинні поєднувати комунікаційні політики як невід’ємну частину у визначенні потреб та у створенні й втіленні в життя визначених пріоритетів. У цьому контексті комунікація повинна розглядатися як основний ресурс розвитку, засіб гарантування справжньої політичної участі у виробленні рішень, як центральна інформаційна основа для визначення цілей політики та інструмент формування обізнаності щодо національних пріоритетів. Більше того, комунікаційні політики повинні бути пов’язані з цілями загального соціального, культурного та економічного розвитку. Такі політики повинні розвиватися із широких консультацій з усіма зацікавленими секторами, результатом чого стане визначення цілей та шляхів їх імплементації за участі організованих соціальних груп»¹⁰⁰.

Відтоді обговорення комунікаційних політик проводиться на національному та міжнародному рівнях і найчастіше стосується таких питань, як збалансований потік інформації, трансфер технологій, діяльність транснаціональних корпорацій. Комунікація проникає в процеси розвитку й охоплює ЗМІ, телекомунікації, ІКТ, організовану міжособистісну комунікацію та всі ресурси, які використовує суспільство, щоб забезпечити потік інформації. Метою комунікації є інформувати, розвивати, переконувати, навчати, розважати, мотивувати людей та провокувати зміни в поведінці, які сприяють національному розвитку.

Зважаючи на це, Ф. Р. Брейд та її колеги вважають, що комунікаційна політика стосується основних принципів поширення та використання комунікаційних ресурсів, питань власності; визначає роль комунікації в суспільстві, стосунки між масмедіа, урядом та бізнесом; забезпечує рамки, у межах яких згадані структури можуть

⁹⁹ Ibidem

¹⁰⁰ MacBride S. Many Voices, One World, 1980 [Electronic resource] / S. MacBride. – Available at : <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066eb.pdf>

трансформуватися, щоб підтримувати цілі побудови справедливого та гуманістичного суспільства¹⁰¹.

Світовий банк пропонує таке визначення комунікації: «це процес, який полегшує розподіл знань для досягнення позитивних змін у сфері розвитку. Це – ефективне поширення інформації та професійна організація діалогу зі стейкхолдерами»¹⁰².

Світовий конгрес з комунікації для розвитку визначає комунікацію як «соціальний процес, який заснований на діалозі з використанням широкої різноманітності засобів і методів. Це пошук змін на рівні слухання, формування довіри, поширення знань і навичок, розбудова політик, обговорення та навчання для сталих та усвідомлюваних змін»¹⁰³.

Міністерство закордонних справ Данії тлумачить комунікацію як «розвиток вільних, відкритих та плюралістичних масмедіа, які створюють комунікаційні структури для демократичного діалогу між учасниками комунікаційного процесу; розвиток комунікаційних процесів, які створюють контекст та шлях спрямування діалогу»¹⁰⁴.

У наведених трьох визначеннях наголошено на діяльнісному, прикладному аспекті комунікації, тому вважаємо, що, попри використання терміну, у їх полі зору саме розуміння комунікаційної політики. Ключовим моментом у визначеннях є процесуальний характер комунікації, в основу якого покладено чітко визначені принципи взаємодії, які реалізуються через слухання один одного, обговорення, що призводить до еволюційних змін у суспільстві.

Г. Бергенхольц пропонує загальне та специфічне тлумачення комунікаційної політики¹⁰⁵:

¹⁰¹ Braid F. R. A Reader on Information and Communication Technology [Electronic resource] / F. R. Braid, R. R. Tuazon, N. O. Gamolo. – Manila: Asian Institute of Journalism and Communication (AIJC) and United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) National Commission of the Philippines, 2007. – Available at : <http://ww2.aijc.com.ph/PCCF/mediamuseum/who'who/whos'who-comm-ed-braid.htm>

¹⁰² World Congress on Communication for Development website [Electronic resource]. – Available at : <http://go.worldbank.org/WR87Z58FK0>

¹⁰³ The Rome Consensus: Communication for Development. A Major Pillar for Development and Change, 2007 [Electronic resource] – Available at : <http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMMENG/Resources/RomeConsensus07.pdf>

¹⁰⁴ Guiding Note on Indicators for Communication for Development [Electronic resource]. – Denmark : Danida, 2005. – Available at : <http://www.comminit.com/evaluations/eval2007/evaluations-400.html>

¹⁰⁵ Bergenholtz H. Towards a definition of «communication policy», «language policy», and «language planning» [Electronic resource] / H. Bergenholtz // Stellenbosch Papers in Linguistics

– загальна комунікаційна політика охоплює відповідний контроль внутрішньої та зовнішньої комунікації організації для того, щоб посилити функціональність організації, включаючи розвиток продукту та продаж. Зазвичай комунікаційна політика бере до уваги цінності та ідеї організації. Загальна комунікаційна політика «мовно незалежна», її створюють та використовують компанії, організації та наднаціональна влада. Автор наголошує, що загальна комунікаційна політика рідко стосується держав;

– специфічна комунікаційна політика включає загальні чи тематичні вимоги чи заборони, які стосуються форм та каналів комунікації чи заборони проти отримання окремої інформації або документів. Такі заборони охоплюють вимоги щодо загального чи обмеженого доступу чи використання специфічної інформації.

Уважаємо, що концепція Г. Бергенхольца більше стосується мовного аспекту комунікаційної політики, ніж її політичної ролі в демократичному суспільстві, що є предметом нашого дослідження.

Сьогодні термін «комунікаційна політика» активно використовують як практики, так і теоретики PR, маркетингу, журналістики, комунікативістики тощо.

Різноманітні фінансові та комерційні організації були першими, хто почав розробляти власну комунікаційну політику як ефективний засіб спілкування із зовнішньою громадськістю. Типовим для них є розуміння комунікаційної політики як системи, що забезпечує передачу інформації про товар чи компанію реальним чи потенційним споживачам з метою просування товару на ринок чи створення позитивного іміджу компанії та її товарів. Комунікаційна політика базується на стратегічних цілях та завданнях компанії. У ході розробки комунікаційної політики компанія намагається дати відповідь на такі запитання: кому повідомляти?, що повідомляти?, чому / навіщо повідомляти?, що ми прагнемо досягти?, якою ціною?¹⁰⁶.

Комунікаційну політику підприємства визначено як стратегію та технологію використання комплексу засобів взаємодії з

PLUS. – 2006. – Vol. 34. – P. 1 – 34. – Available at : <http://sun025.sun.ac.za/portal/page/portal/Arts/Departments/linguistics/documents/SPILPLUS34-Bergenholtz.pdf>

¹⁰⁶Виртуальное консультационное агенство SOS Cons@lting [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.sos-consulting.ru/ru/serv/politic/>

зацікавленими особами¹⁰⁷; управління маркетинговими комунікаціями підприємства для найбільш ефективного досягнення його довготривалих та короткотривалих цілей і забезпечення сприятливого ставлення всіх контактних аудиторій (споживачів, партнерів, державних органів тощо) на обраному цільовому ринку¹⁰⁸.

Під комунікаційною політикою органу державного управління розуміють безперервну управлінську діяльність суб'єкта владних відносин із розподілу комунікативних ресурсів (інформацію, умов, факторів, сукупності методів та засобів її поширення) для підвищення ефективності функціонування організації. Стратегією комунікаційної політики є управління комунікативними потоками для конструювання соціальної реальності, маневрування ресурсами з метою формування ефективних комунікативних стосунків з цільовими групами, що охоплює такі напрями діяльності органів влади: планування системи комунікацій, визначення комунікативних потреб організації; управління ресурсами; збір та поширення інформації; оцінка результатів комунікації та прогнозування подальшої діяльності¹⁰⁹.

Комунікаційну політику держави тлумачать як інструмент комунікативного способу політичного управління, який належить до групи методів управління, що базуються на переконанні. Її характерною рисою є використання когнітивних механізмів формування певного сприйняття політичного курсу, який проводить політична еліта¹¹⁰.

Комунікаційна політика держави охоплює:

¹⁰⁷ Деревянко Е. Коммуникативная политика украинских холдингов [Электронный ресурс] / Е. Деревянко. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/press/zhuk/2004-4/08.shtml>

¹⁰⁸ Белоусова Н. Формирование коммуникационной политики издательства : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 [Электронный ресурс] / Н. Белоусова. – М., 2006. – 140 с. – Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/formirovanie-kommunikatsionnoi-politiki-izdatelstva#ixzz3RWaFXBAJ>

¹⁰⁹ Панова Е. Коммуникативная политика представительной власти : На примере Законодательного собрания Санкт-Петербурга : дис. ... канд. полит. наук : 10.01.10 [Электронный ресурс] / Е. Панова. – Санкт-Петербург, 2005. – 196 с. – Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/kommunikativnaya-politika-predstavitelnoi-vlasti-na-primere-zakonodatelnogo-sobraniya-sankt-#ixzz3RX5zlhdt>

¹¹⁰ Гусев Д. Государственная коммуникативная политика в условиях процесса модернизации современной России : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 [Электронный ресурс] / Д. Гусев. – Нижний Новгород., 2010. – 210 с. – Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/gosudarstvennaya-kommunikativnaya-politika-v-usloviyakh-protssesa-modernizatsii-sovremennoi-#ixzz3RWtSClOo>

1) розробку та вдосконалення законодавства, яке забезпечує не лише свободу інформації, але й захист державної інформації від зловживання ЗМК як міжнародних, так і національних – незалежної преси, радіо, ТБ, які належать приватним організаціям та власникам;

2) власне комунікаційну діяльність держави: створення та розвиток усіх видів власних ЗМІ;

3) широкий розвиток інформаційної державної інфраструктури (прес-центрів, служб ПР тощо);

4) різноманітні форми, методи та способи впливу державних органів на масову комунікацію, включаючи прийоми інфільтрування державної інформації в масову політичну комунікацію¹¹¹.

Спільним для наведених визначень є те, що комунікаційна політика передбачає тривалий вплив на цільову аудиторію з метою забезпечення сприятливого ставлення до інформації, яка пропонується, та до джерела інформування. Однак недолік у тому, що зовсім не наголошено на діалогічності комунікативної інтеракції, а отже й обов'язковості налагодження зворотного зв'язку.

Розуміючи комунікаційну політику як діяльність держави, її інститутів, спрямовану на формування та забезпечення процесів обміну соціально-політичною інформацією, необхідною для функціонування політичної системи, циркуляції цієї інформації між її інститутами, політичними та соціальними групами, елітами та масами, Л. Угрин вирізняє два рівні інформаційних потоків:

1) вертикальний (типовий для авторитарних суспільств): еліта відбирає, передає й спрямовує інформацію, яка має офіційні або «вивірені» відомості про рішення та функціонування інститутів влади, що формують і допомагають зберегти сприятливий образ політичної системи, зміцнюють її легітимність;

2) горизонтальний (важливий саме в демократичних суспільствах): поєднання потоків інформації, які виробляє та ініціює еліта, держава, з інформаційними потоками громадянського суспільства, його інформаційними потребами, пріоритетами¹¹². У такому діяльнісному підході наголошено на важливості діалогічної

¹¹¹ Ирхин Ю. Политология [Электронный ресурс] / Ю. Ирхин, В. Зотов, Л. Зотова. – М. : Юристь, 2002. – 511 с. – Режим доступа : <http://politics.ellib.org.ua/pages-827.html>

¹¹² Угрин Л. Комунікаційна політика / Л. Угрин // Політологія : [навч. енцикл. словник довідник] / [за наук. ред. д-ра політ. н. Н.М. Хоми]. – Львів : «Новий Світ-2000», 2014. – С. 311 – 312.

взаємодії владних органів та громадян, яка повинна призвести до порозуміння на основі спільних пріоритетів.

Сьогодні країни шукають шляхи впровадження єдиних стандартів до інфраструктур своїх інформаційних просторів, будують державну політику, ґрунтуючись на новітніх комунікаційних технологіях, у тому числі й щодо забезпечення ефективних комунікацій влади, громадян і бізнесу. Комунікаційна політика сприяє проясненню відповідальних взаємин влади та народу, послідовному втіленню в життя демократичних способів їх функціонування.

Отже, державні урядові структури теж усвідомили важливість забезпечення зворотного зв'язку з громадянами. Комунікаційна політика містить основні цілі комунікації з громадянами, бізнесом, організаціями та іншими публічними комунікатами.

На відміну від інформаційної політики, комунікаційна політика стосується особливостей побудови і функціонування різноманітних засобів політичної інформації; розробки і вдосконалення знакової, символічної та семіотичної систем для політико-комунікативних передач, способів шифрування та дешифрування політичної інформації, створення різних політичних міфологем, символічних, рекламних і пропагандистських образів та сюжетів; соціально-політичних наслідків інформаційного впливу на поведінку й діяльність суб'єктів політики, формування громадської думки, перебіг електоральних процесів, політичне управління суспільством.

У документах ЄС багато зазначено про важливість комунікації інституцій ЄС та громадян, визначено принципи та можливі напрями такої взаємодії, введено термін «комунікаційна політика», проте ніде не сформульовано його тлумачення. Проаналізувавши документи ЄС, *під комунікаційною політикою Європейського Союзу будемо розуміти комплекс принципів та заходів, зорієнтованих на об'єктивне й неупереджене поширення інформації про діяльність та політики ЄС, встановлення прозорих стосунків між інституціями ЄС та громадянським суспільством і бізнесом, дослуховування до потреб і вимог громадян, залучення громадян до процесів прийняття важливих рішень.*

Суб'єктами комунікаційної політики можуть бути комерційні організації, органи державної влади та управління, політичні партії,

політичні лідери, громадські організації, держава, міжнародні організації. Об'єктами є цільова аудиторія, наприклад, споживачі, громадяни держави, електорат, інші держави, члени міжнародних організацій тощо.

Суб'єкти комунікаційної політики Європейського Союзу – інституції ЄС. Об'єкти – уряди держав-членів, місцеві органи влади, громадяни, масмедіа, бізнес, неурядові організації тощо.

Комунікаційна політика ЄС зорієнтована на виконання таких функцій:

- надання публічності: забезпечуючи трансляцію та циркуляцію інформаційного контенту в просторі соціальних комунікацій, комунікаційна політика надає різним процесам, явищам та об'єктам певної публічності, гласності, інформаційної відкритості та прозорості. Для інституцій ЄС публічний характер є одним із головних факторів їхнього демократичного розвитку, спосіб подолання «дефіциту комунікації»;

- впливу на громадську думку: формування, зміцнення чи зміна установок, розуміння та дій соціальних суб'єктів щодо політичних, економічних, соціальних рішень ЄС, зокрема переконання в невідворотності та перевагах євроінтеграційного процесу;

- інклюзивна функція: формуючи єдиний інформаційно-комунікаційний простір через упровадження нових технологій в управління, вироблення інформаційного контенту та вплив на громадську думку, подачу контенту мовою, зрозумілою для споживача інформації, підтримання культурних традицій, ефективну взаємодію з масмедіа, комунікаційна політика ЄС сприяє згуртуванню народів держав-членів та просуванню ідеї європейської інтеграції;

- підтримання стабільності: узгодження, координація, гармонізація інтересів, позицій і діяльності суб'єктів та об'єктів комунікаційної політики ЄС, регулювання політичних відносин, інтеграція суспільства або соціальних груп, оптимізація управлінської діяльності й політичних рішень на рівні Союзу.

Комунікаційні процеси відіграють важливу роль у внутрішньому та міжнародному житті суспільства, тому без адекватної інформаційної та комунікаційної підтримки не може здійснюватися

євроінтеграційний процес і ефективно працювати структури ЄС. Відповідно, комунікаційна політика ЄС – це перспективний напрям дій ЄС, що спирається на обґрунтовану стратегію використання системи комунікаційних засобів для підвищення іміджу й репутації ЄС та ефективності євроінтеграційного процесу.

Основна мета комунікаційної політики ЄС – подолання «дефіциту комунікації» між ЄС та громадянами. Виділено такі завданнями названої комунікаційної політики: 1) комунікація з громадянами держав-членів ЄС про переваги євроінтеграції (особливо актуальна після провальних референдумів з Конституційного договору у Франції та Нідерландах у 2005 р.); 2) посилення демократизації в державах-членах через активне залучення громадян до процесів прийняття важливих політичних та економічних рішень.

Цілями комунікаційної політики ЄС є надати можливість громадянам:

- отримувати правильну та зрозумілу / чітку інформацію про свої права, обов'язки та можливості;
- мати доступ до інформації про діяльність та політику ЄС;
- залучатися до участі у формулюванні політик, домовленостей та послуг.

У документах ЄС не визначено конкретних напрямів реалізації комунікаційної політики, проте постійно наголошується на важливості електронної участі, потенціалі масмедіа та важливості мультимедіа. Саме ці аспекти комунікації – електронна участь, аудіовізуальна та медіаполітика, політика мультимедіа – трактуватимемо як напрями реалізації комунікаційної політики ЄС.

В основу комунікації та комунікаційної політики ЄС покладено такі принципи¹¹³:

- 1) право на інформацію та свобода висловлювання, які є наріжним каменем комунікаційної політики й закріплені ст. 11 Хартії ЄС про основоположні права¹¹⁴;
- 2) інклюзивність, яка передбачає, що всі громадяни ЄС мають право отримувати інформацію, що становить громадський інтерес,

¹¹³ White Paper on a European Communication Policy [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/documents/comm/white_papers/pdf/com2006_35_en.pdf

¹¹⁴ Charter of Fundamental Rights of the European Union [Electronic resource]. – Available at : http://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_en.pdf

своїми мовами та різноманітними каналами; усім має надаватися допомога в розвитку навичок доступу до та використання інформації;

3) різноманітність означає, що комунікаційна політика ЄС має поважати всі точки зору громадян протягом публічних обговорень;

4) участь: громадяни повинні мати право висловлювати свої точки зору, бути почутими та вступати в діалог із тими, хто приймає важливі рішення. На рівні ЄС, де існує ризик віддаленості інституцій від громадян, цей принцип стає особливо важливим.

Формування комунікаційної політики ЄС проходить певні етапи, які показано на рис. 1.1.

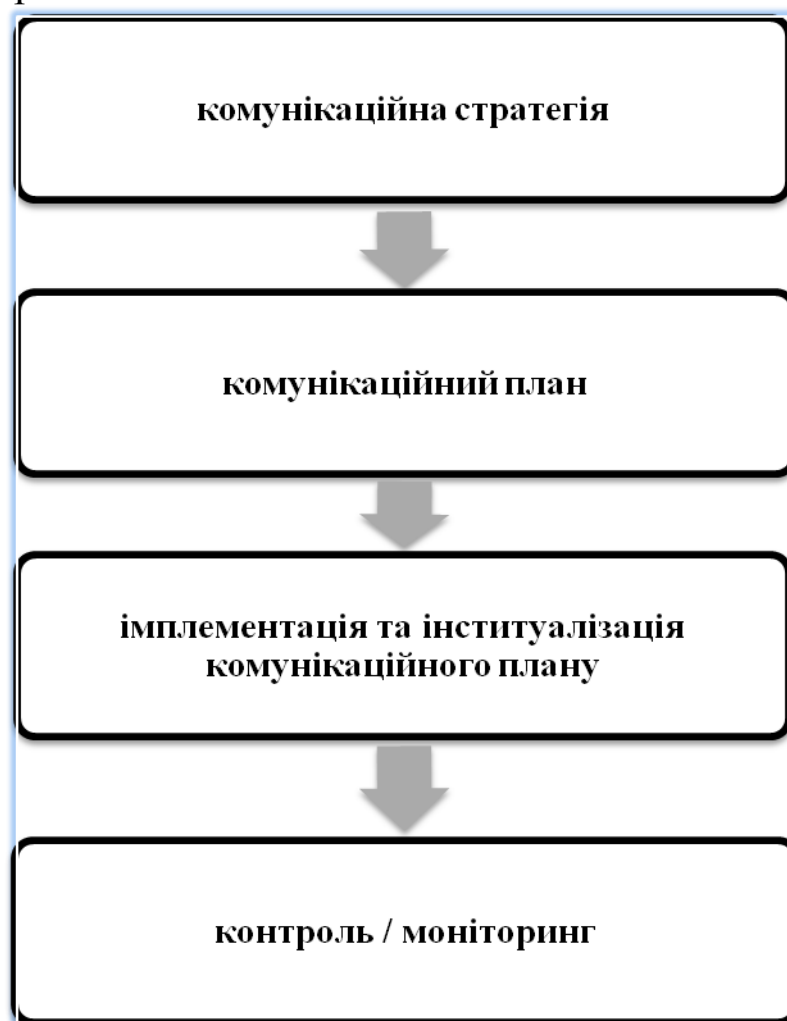


Рис. 1.1. Етапи формування комунікаційної політики ЄС

На першому етапі відбувається розробка комунікаційної стратегії для донесення інформації зі специфічних питань, про події, ситуації конкретній аудиторії. Ефективна комунікаційна стратегія представляє

найкращий підхід для ефективного інформування громадськості ЄС з конкретних важливих для неї питань та проблем. Вона передбачає довгостроковий вплив на громадськість та координацію всіх повідомлень. Комунікаційна стратегія укладається за такою схемою:

1. Визначення основних напрямів майбутньої комунікації, наприклад:

- досягнути загальних цілей окремих програм чи кампаній,
- встановити тісну взаємодію зі стейкхолдерами,
- продемонструвати успіх,
- переконатися, що громадськість обізнана з цілями, які ставить ЄС,
- змінити ставлення громадськості до ситуації чи проблеми й сформулювати нову громадську думку тощо. І лише згодом визначити чіткі коротко- та довгострокові цілі комунікації.

2. Наступним кроком є аналіз комунікаційних переваг суб'єкта. Фахівці радять провести PEST-аналіз, тобто визначити політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори, які можуть вплинути на комунікаційну взаємодію інституцій ЄС та громади, та SWOT-аналіз, тобто проаналізувати комунікаційні пріоритети з позицій власних переваг, недоліків, можливостей та потенційних загроз¹¹⁵.

3. Розробка комуникативних заходів, які сприятимуть оптимальному досягненню визначених цілей. Усі заходи мають чіткі часові рамки для їх реалізації. Згадані принципи комунікації покладено в основу як усієї стратегії, так і ключових повідомлень, адресованих цільовій громадськості.

4. Будь-яка комунікація зазнає краху без чіткої ідентифікації своєї аудиторії. У комунікаційній стратегії вказано цільові групи: громадяни ЄС, громадянське суспільство, бізнесмени, інституції та департаменти ЄС, уряди держав-членів. Така сегментація сприяє пріоритизації комунікаційної діяльності. Фахівці пропонують накреслити «карту» аудиторії, тобто визначити критерії ранжування комуникативів, в основі якої ступінь зацікавленості комуникативів у політиках (див. рис. 1.2).

¹¹⁵ Developing a communications strategy [Electronic resource]. – Available at : <http://knowhownonprofit.org/campaigns/communications/effective-communications-1/communications-strategy>



Рис. 1.2. Критерії ранжування комунікатів комунікаційної політики¹¹⁶

До *ключових гравців* ЄС зараховуємо тих, хто безпосередньо бере участь у формулюванні положень та реалізації комунікаційної політики (інституції ЄС, органи влади національного, регіонального та місцевого рівнів, місцеві ЗМК). *Завжди повинні бути поінформовані* споживачі інформації (наприклад, громадяни держав-членів ЄС), адже від їхньої обізнаності залежить ефективність не лише комунікації, а й усього процесу інтеграції. Постійно повинна *вивчатися думка* широкої громадськості, бо саме ідеї громадян, їхні прагнення та пропозиції повинні бути наріжним каменем будь-якої політики. *Постійно повинні бути задоволені* національні ЗМК та закордонна громадськість, бо їхня підтримка суттєво впливає на ставлення громадян до політик ЄС і всього процесу євроінтеграції.

¹¹⁶ Communication Strategies [Electronic resource]. – Available at : <http://www.epa.gov/superfund/community/pdfs/toolkit/comstrats.pdf>

5. Ключові повідомлення адресовано громадянам доступною мовою без канцеляризмів, якій вони надають перевагу, та пріоритетними для них каналами.

6. Методи комунікації залежать від типу комунікативних: конференції, віртуальні чи реальні форуми, семінари, прес-конференції, брифінги, брошури, листівки, електронні бюлетені, прямі телефонні лінії, спеціальні події, реалізація проектів, програм тощо.

Комунікаційна політика тісно пов'язана з поняттям «комунікаційне планування», яке стосується укладання короткострокових планів ефективного та справедливого використання комунікаційних ресурсів у контексті конкретних комунікативних стратегій. На другому етапі на основі попередніх положень укладають робочий комунікаційний план, де подано основні комунікаційні заходи, часові рамки чи точні дати проведення, витрати на їхню реалізацію та необхідні ресурси. Комунікаційний план базується на таких ключових моментах:

1. З'ясувати причини необхідності комунікації: подання інформації, підвищення обізнаності, заохочення до дій, формування консенсусу, зміна поведінки, заохочення до участі в спільноті, розв'язання конфлікту, заохочення до висловлювання нових ідей.

2. Визначити аудиторію, яку варто досягнути: на кого впливає повідомлення, хто є зацікавленим у ньому, які групи недооцінені, якою інформацією вже володіє стейкхолдер, якими питаннями цікавиться, як ймовірно буде діяти, які його соціально-демографічні характеристики.

3. Сформулювати два-три ключових повідомлення за рівнем пріоритетності.

4. Виокремити канали надсилання повідомлень: через масмедіа (спеціальні програми, статті, прес-релізи тощо), електронну пошту, соціальні мережі, особисте звернення до аудиторії, прес-конференції, громадські слухання, збори, через переклад документів різними мовами тощо.

5. З'ясувати канали зворотного зв'язку: телефонна лінія, міжособистісне спілкування, форум, дискусійний клуб, голосування тощо.

6. Обрахувати бюджетні витрати на комунікацію залежно від обраних каналів¹¹⁷.

Третій етап – імплементація комунікаційного плану відповідно до визначених інструментів і затвердженого плану з координацією зусиль усіх задіяних комунікантів та інституалізація комунікаційної політики, тобто закріплення визначених норм комунікації, упорядкування каналів комунікації, подальше збалансування внутрішніх та зовнішніх потоків інформації.

Четвертий етап – аналіз і моніторинг усіх заходів, їх ефективність та недоліки. До оцінки успішності залучають незалежні аналітичні центри, політичних аналітиків, журналістів, громадськість тощо, які можуть запропонувати свої ідеї щодо покращення комунікативної інтеракції. Критеріями оцінки ефективності комунікаційних заходів і всієї комунікаційної політики може бути кількість учасників форумів, кількість та якість їхніх пропозицій і оцінок; медіа висвітлення; опитування громадської думки й можливі зміни в громадському сприйнятті певних початково проблемних моментів; кількість та якість реалізованих проектів тощо. Наприклад, моніторинг ефективності комунікаційної політики ЄС здійснює міжнародна організація Друзі Європи («Friends of Europe»), консалтингова установа Gallup Europe; громадську думку з приводу окремих напрямів комунікаційної політики вивчає бюлетень ЄК Eurobarometer, звіти пропонує ЄК.

Ключовим аспектом хорошого керівництва на рівні ЄС є те, як громадяни, лідери, громадські інституції взаємодіють задля змін. Без комунікативних структур та процесів, які уможливають обмін інформацією між громадянами та владними структурами ЄС, важко уявити, як органи влади можуть реагувати на громадські потреби й очікування. Саме двостороння комунікація надає змогу громадянам моніторити діяльність органів влади, вступати з ними в діалог із важливих питань та впливати на політичні результати, що сприяє створенню атмосфери довіри між інституціями ЄС та громадянами.

На практичному рівні комунікацію ЄС розглядаємо як основу спроможності (*Capability*), підзвітності (*Accountability*) інституцій ЄС та підтримання зворотного зв'язку (*Responsiveness*):

¹¹⁷ Hancock A. Communication Planning for Development / A. Hancock. – France : UNESCO, 1981. – 198 p.

– спроможність: консультації та діалог між інституціями ЄС і громадянами можуть покращити розуміння й підтримку політик Союзу та заохотити участь громадян у реформах; без громадської підтримки процес європейської інтеграції може зазнати краху;

– підзвітність: доступ до інформації та прозорість інституцій ЄС є важливими для заохочення громадян моніторити і вимагати відповідальності від інституцій ЄС за свою діяльність. Прозорість скорочує можливості для корупції та посилює довіру громадян до всього проекту ЄС;

– підтримання зворотного зв'язку: поінформований та політично активний електорат посилює власні вимоги щодо підзвітності ЄП. Дебати в масмедіа, громадські інформаційні кампанії, механізми соціальної підзвітності можуть заохочувати інституції ЄС реагувати на вимоги громадян і, як наслідок, створювати кращі громадські послуги¹¹⁸.

Роль комунікації в управлінні ЄС можна трактувати й через комунікаційні структури та комунікаційні процеси:

– комунікаційні структури включають систему вільних, плюралістичних, незалежних масмедіа, міцне громадянське суспільство та правові й регуляторні рамки, які гарантують вільний потік інформації від інституцій ЄС до громадян і навпаки. Як наслідок, громадяни та інституції ЄС можуть вступати в діалог;

– комунікаційний процес може бути одностороннім (вертикальним – надання інформації та передача повідомлень) чи двостороннім (горизонтальним – діалог, обговорення). Комунікація ЄС еволюціонувала від пропаганди, впливу на ставлення, соціального маркетингу до процесу участі та обговорення¹¹⁹.

Завдяки доступу до інформації громадяни ЄС можуть висловлювати свої думки, оцінювати та вимагати звітності від інституцій ЄС, брати участь у діалозі з питань, які безпосередньо впливають на життя громадян; громадяни, виключені зі звичного життя, отримують змогу реалізовувати свої права. Фахівці наголошують, що доступ до інформації не призводить обов'язково до більшої участі громадян, підзвітності органів влади та підтримання

¹¹⁸Communication and governance [Electronic resource]. – Available at : <http://www.gsdrc.org/go/topic-guides/communication-and-governance/the-role-of-communication-in-governance-and-development>

¹¹⁹ Ibidem

діалогу. Структурні та політичні бар'єри (влада може не заохочувати реалізацію права на інформацію; громадяни може не обізнані з цим правом чи бояться реалізовувати його через можливі репресії, домінуючу культуру й не піддають сумніву дії влади; незаможні люди можуть не мати доступу до Інтернету; службовці не обізнані зі своїми повноваженнями надавати інформацію і її потік дуже слабкий тощо) можуть заважати спроможності та ініціативі влади створювати інформацію й спроможності громадян реалізовувати своє право на інформацію, вимагати кращого управління.

Сучасні комунікації, котрі здійснюються на основі новітніх технологій, здатні втручатися в особисте життя громадян і порушувати їхні права та свободи: особистість стає вразливою внаслідок несанкціонованого доступу до інформації, її викривлення, крадіжок, знищення. Зрозуміло, комунікації необхідно розвивати, забезпечивши правове регулювання цього розвитку: реалізація права на інформацію, її доступність, відкритість та свободу обміну не повинна порушувати права, свободи та законні інтереси всіх соціальних суб'єктів.

Дж. Ф. Кеннеді наголошував, що «надмірні офіційні обмеження на розповсюдження інформації невідворотно призводять до самообману й слугують причиною головного болю всіх зацікавлених посадових осіб»¹²⁰.

У ст. 38 Конституції України йдеться про те, що *участь в управлінні є складовою права на здійснення народовладдя*¹²¹. Основна ознака, що відокремлює це право від інших прав, – це особиста, безпосередня участь кожного окремого громадянина в здійсненні безпосереднього народовладдя.

Право на участь в управлінні закріплене в Загальній декларації прав людини, Ч.1 ст. 21: *«Кожна людина має право брати участь в управлінні своєю країною безпосередньо або через вільно обраних представників»*¹²². У Міжнародному пакті про громадянські й політичні права зазначено, що кожний громадянин має право *«брати*

¹²⁰Комунікація [Електронний ресурс]. – 2013. – №3. – С. 3. – Режим доступу : http://www.yl.edu.te.ua/Progects/AccessPoint/docs/Communication_3_Apr2013.pdf

¹²¹Конституція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>

¹²²Загальна декларація прав людини [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_015

участь у веденні державних справ як безпосередньо, так і за посередництвом вільно обраних представників», ст. 25 пункт «А»¹²³. Природно, здійснення цього права зумовлює необхідність запровадження певних механізмів його реалізації.

Комунікаційна політика демократичного суспільства побудована на дебатах та дискусіях, які є в основі поняття деліберації, тобто «дорадчого процесу», «дорадчої демократії». Філософську основу моделі деліберативної демократії або «демократії обговорення» становить комунікативна теорія вже цитованого Ю. Габермаса, згідно з якою сучасна модель взаємин держави і громадян має вибудовуватися не за традиційним принципом суб'єктно-об'єктних відносин (керуючі-керовані), а на механізмах «комунікативної поведінки», тобто суб'єктно-суб'єктних відносин, на принципах визначення рівноправності як людини державної, так і людини «приватної». Головною демократичною процедурою за таких умов стає «діалогова комунікація» влади і вільної громадськості, а наслідком – досягнення компромісу. Деліберативна модель передбачає широку участь громадян у політичному процесі, сприяє підвищенню рівня їхньої політичної обізнаності та відповідальності.

Підґрунтям деліберації є розвиток громадянського суспільства й масових рухів, підвищення загального рівня громадянської освіченості й політичної культури народу через комунікацію влади та громадськості. Із позиції демократії, саме комунікація – ключовий елемент під час формування суспільства, у якому громадяни й держава відчують взаємозв'язок. Завдяки комунікації відбувається створення довірливих відносин між зацікавленими сторонами, формування правильних очікувань з боку громадськості та налагодження партнерських стосунків між суб'єктами комунікації. У ході такої комунікації формується громадська думка.

Деліберативна комунікація на рівні ЄС, яка покликана інтегрувати в єдину концептуальну структуру механізми прийняття рішень та політичну комунікацію, реалізовується за такими етапами:

– створення вагомої інформаційної бази, щоб переконатися, що учасники комунікації розуміють сутність проблеми;

¹²³Міжнародний пакт про громадянські і політичні права [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_043

- комунікатори визначають та ранжують за ступенем важливості ключові цінності (інтереси громадян);
- комунікатори з'ясовують широке коло потенційних рішень визначеної проблеми;
- учасники зважують «за» та «проти» усіх рішень;
- приймається найкраще колективне рішення з точки зору всіх положень, які обговорювали протягом дискусій.

Дж. Гастіл та Л. У. Блек пропонують таку модель деліберативної комунікації протягом громадського слухання, яка актуальна й на рівні ЄС (таб. 1.1.).

Таблиця 1.1.

Модель деліберативної комунікації протягом громадського слухання¹²⁴

Аналітичний процес	Поведінка протягом слухання
Створити інформаційну базу	Поєднати професійні знання та особистий досвід, щоб краще зрозуміти сутність проблеми та її вплив
Ранжувати ключові цінності	Поєднати публічну артикуляцію основних цінностей з фінансовими можливостями та можливими законодавчими обмеженнями
Визначити рішення	Визначити традиційні та інноваційні рішення, включаючи як урядові, так і неурядові організації
Зважити рішення	Зіставляти громадські пріоритети та альтернативні рішення
Прийняти найкраще рішення	Визначити рішення, що найкраще підходить для розв'язання проблеми
Соціальний процес	Поведінка протягом слухання
Комунікативні можливості	Поєднувати неформальні обговорення в малих групах зі структурованими

¹²⁴ Gastil J. Public Deliberation as the Organizing Principle of Political Communication Research [Electronic resource] / J. Gastil, L. W. Black // Journal of Public Deliberation. – 2008. – Vol. 4. – Issue 1. – Available at : http://www.publicdeliberation.net/jpd/vol4/?utm_source=www.publicdeliberation.net%2Fjpd%2Fvol4%2Fiss1%2Fart3&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages

	дискусіями у великих групах
Спільне розуміння	Гарантувати, що експерти дослуховуються до точок зору громадськості, а громадськість розуміє всі технічні положення
Обговорення, розгляд	Гарантувати включеність професіоналів і загальної громадськості в процес комунікації, заохочувати громадськість висловлюватися
Повага	Уважати, що громадськість достатньо кваліфікована, щоб бути присутньою на обговоренні. Вважати, що посадовці будуть діяти в інтересах громадськості

Такий різновид комунікації покликаний зібрати громадськість, надати їй високоякісну інформацію та мінімізувати вплив посадовців на визначення порядку денного. Як наслідок, після таких обговорень посадовці змушені перейматися надалі тим, що подумає громадськість про їхню діяльність і політику. Деліберативна комунікація спроможна відновити довіру громадськості до урядових інституцій та подолати «дефіцит комунікації» ЄС.

Комунікація в межах дорадчої демократії ґрунтується на вільних і добровільних обговореннях громадянами громадських тем: громадяни поділяють відповідну інформацію, обговорюють політичні справи, формують громадську думку й беруть участь у політичних процесах. Створення ефективної, надійної системи обміну інформацією, яка відповідала б вимогам повноти, достовірності, оперативності, гнучкості, – це одна з найскладніших проблем як в організаціях, державі, так і на рівні ЄС. Під ефективністю розуміємо зіставлення досягнутих результатів із зусиллями (витратами). Ефективність у комунікаціях – це співвідношення між виходом системи, її результатом і входом¹²⁵. Ефективна система – це відкрита

¹²⁵ Мельникова К. Комунікації як складова підвищення ефективності роботи керівників органів державної влади [Електронний ресурс] / К. Мельникова, Ю. Боковикова // Комунікація. – 2013. – №.3. – Режим доступу : http://www.yl.edu.te.ua/Projects/AccessPoint/docs/Communication_3_Apr2013.pdf

система, яка пристосовується до змін середовища, появи нових потреб і характеризується трансформацією управління відповідно до визначення нових пріоритетів.

Ефективна комунікація між органами влади ЄС та громадянським суспільством є важливим проявом демократичного розвитку Союзу. Через комунікацію відбувається зворотній зв'язок, коли інституції ЄС можуть краще інформувати про свою діяльність суспільство, а також дізнаватися про оцінку цієї діяльності з боку активних верств населення, що їх представляють інституції громадянського суспільства.

Досліджуючи взаємодію держави та громадян завдяки використанню ІКТ, А. Чадуїк та К. Мей виділили три моделі комунікаційної інтеракції¹²⁶:

1. Адміністративна модель (Managerial model), яка володіє такими характеристиками: «ефективне» поширення урядової / державної інформації громадянам та іншим групам користувачів (тут під «ефективністю» розуміють підвищену швидкість поширення інформації при зниженні витрат); покращення потоків інформації в межах та поза межами держави; «контроль» логіки викладу; пришвидшення надання інформації сприяє «відкритості» уряду; розробка регулятивних рамок; відповідь на потреби «нової економіки»; загалом відсутня можливість отримувати та інтерпретувати інформацію; одновекторна модель інформації.

Використовуючи електронну систему, уряди можуть надавати громадянам продукти кращої якості, швидше та в зручний спосіб. Проте Д. Тапскот наголосив, що це оновлення існуючих функцій, а не відкриття доступу для громадян¹²⁷. Інформацію трактують як простий, лінійний, а не комплексний процес. Її можна поширити й надати деякі повноваження тим, хто раніше не мав до неї доступу. Однак держава є авторитарним джерелом інформації в суспільстві й може маргіналізувати альтернативні джерела, створювати додаткові значення, визначати порядок денний. Доступність інформації тлумачать як вторинне, «технічне» питання, а не можливість вибрати

¹²⁶ Chadwick A. Interaction between states and citizens in the age of the Internet: 'e-government' in the United States, Britain and the European Union [Electronic resource] / A. Chadwick, Ch. May. – Available at : <http://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/82cd8d57-e93b-4cc4-9a16-3cdc3e47bb00.pdf>

¹²⁷ Tapscott D. The Digital Economy. Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence / D. Tapscott. – New York : McGraw-Hill, 1995. – P. 167 – 175.

та оцінити публічно важливу інформацію. Це модель типу «push»: аудиторія – пасивний реципієнт, а не співрозмовник; держава управляє інформацією, створюючи форуми для обговорення визначених питань та забезпечуючи доступ споживачів до них.

2. Консультативна модель (Consultative model) характеризується такими рисами: голосування, доступ зацікавлених сторін до уряду, представлення точок зору; «кнопочна демократія», е-голосування, постійне опитування громадської думки; доступ як технічне питання є проблемою власного вибору респондентів; прямий та негайний контакт громадян і держави; «збори електронного міста»; визначення порядку денного як критичне питання; технологічне відставання між громадянами та їхніми представниками; одновекторна модель.

Це модель типу «pull»: ІКТ полегшують донесення думок громадян урядові; інформація – ресурс, який може використовуватися для створення «кращого» уряду; завдяки використанню ІКТ уряд збирає точки зору громадян, які можна використати під час розробки політик. Технологічне забезпечення доступу є вагомим елементом, бо саме так можна встановити зв'язки між урядом та громадянами. Із цією метою створюють «електронні ратуші» (США, Австралія, Британія) чи обмежені в часі консультації на визначену тему. Проблема консультативної моделі полягає в нерівному доступі всіх громадян до ІКТ; як наслідок, не всі точки зору можуть бути представлені під час обговорення. Окрім цього, уряд може просувати інтереси окремої групи, а іншим громадянам про це невідомо, хоча ці інтереси суттєво впливають на всіх. Як і в попередній моделі, інформація – пасивний ресурс, бо обговорення «вмонтовуються» у порядок денний, визначений політиками. Думки, які суперечать обраній політиці, можуть подаватися як «ідеологічно залежні» чи спровоковані поганою поінформованістю.

3. Модель участі (Participatory model): громадянське суспільство існує поза державою й електронний зв'язок виступає посередником; добровільні асоціації, спонтанна взаємодія в кіберпросторі; достатній доступ для заохочення ширшої політичної участі; держава захищає свободу висловлювання та право на самовираження; демократія участі замінить адміністративну й

консультативну моделі в інформаційному суспільстві; дискурсивна модель.

Дві попередні моделі наголошували на вертикальних потоках комунікації держави та громадян, модель участі базується на комплексній багатосторонній інтеракції. Вагома участь громадян завдяки відкритому програмному забезпеченню заважає державі чи великим корпораціям поширювати неправдиву інформацію. У моделі акцентуємо увагу на тому, що знання змінні, залежать від обставин і виникають лише завдяки інтеракції.

У моделі участі взаємодію розглядаємо як основу демократії: формування точок зору й політична діяльність на форумах, групах чи в нових віртуальних спільнотах розвивають та поживляють громадянське суспільство. Згодом комунікація за посередництвом ІКТ створить нове кібернетичне громадянське суспільство¹²⁸.

У своєму розвитку ЄС пройшов усі три моделі комунікаційної інтеракції. У перші десятиліття існування Спільноти реалізовувалася адміністративна модель, коли пріоритетом була широка інформаційна підтримка євроінтузіастів та боротьба з євроскептиками. Ознака сучасного етапу існування ЄС – консультативна модель, яка реалізовується в постійному моніторингу громадської думки, проведенні обмежених у часі консультацій з громадськістю на визначену тему; та модель участі, що передбачає широке залучення громадян через використання ІКТ до пропонування нових ідей та обговорення важливих рішень, зокрема через е-петиції.

Отже, комунікаційна політика ЄС – це перспективний напрям дій ЄС, що спирається на обґрунтовану стратегію використання системи комунікаційних засобів для підвищення іміджу й репутації ЄС та ефективності євроінтеграційного процесу, адже без адекватної інформаційної та комунікаційної підтримки не може здійснюватися євроінтеграційний процес й ефективно працювати структури ЄС. Комунікаційна політика надає можливість громадянам отримувати правильну та зрозумілу / чітку інформацію про свої права, обов'язки й можливості; мати доступ до інформації про діяльність та політики інституцій ЄС; залучатися до участі у формулюванні політики, домовленостей та послуг.

¹²⁸ Rheingold H. The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier [Electronic resource] / H. Rheingold. – Available at : <http://www.rheingold.com/vc/book/>

Формування комунікаційної політики ЄС проходить 4 етапи: формування комунікаційної стратегії, розробка комунікаційного плану, імплементація та інституалізація комунікаційного плану, контроль та моніторинг заходів. Основною метою комунікаційної політики ЄС є подолання «дефіциту комунікації» між ЄС та громадянами. Виділено такі завдання комунікаційної політики ЄС: підтримати процес європейської інтеграції та посилити демократизацію в державах-членах ЄС.

Висновки до розділу 1

У ЄС сьогодні чітко розмежовують поняття «інформація» та «комунікація». Зокрема, владні інституції ЄС, що інформація – це те, що виходить (непропагандистський матеріал, що базується на фактах, як засіб допомогти людям реалізовувати свої демократичні права), а комунікація – це те, що доходить (спосіб, за допомогою якого контент [інформація] доноситься до людей, та межі, до якої люди можуть реагувати на цей контент).

На відміну від згаданих термінів, попри велику кількість документів у ЄС не пропонують чіткого визначення понять «інформаційна політика» та «комунікаційна політика». Науковці розглядають інформаційну політику ЄС як політику створення й поширення інформаційного контенту, розвитку й регулювання європейського інформаційного простору, побудови європейського інформаційного суспільства інститутами ЄС разом з іншими соціально-політичними суб'єктами ЄС.

У дослідженні пропонуємо тлумачення комунікаційної політики ЄС як комплексу принципів та заходів, зорієнтованих на об'єктивне та неупереджене поширення інформації про діяльність та політики ЄС, встановлення прозорих стосунків між інституціями ЄС та громадянським суспільством і бізнесом, дослуховування до потреб і вимог громадян, залучення громадян до процесів прийняття важливих рішень. Напрямами комунікаційної політики ЄС є електронна участь, аудіовізуальна та медіаполітика, політика мультимедіа.

Комунікаційна політика покликана сприяти проясненню відповідальних взаємин інституцій ЄС та громадян, послідовному

втіленню в життя демократичних способів їх функціонування. Першочергова мета комунікаційної політики ЄС – подолання «дефіциту комунікації» через просування ідеї європейської інтеграції та підтримку демократизації в країнах-членах.

Суб'єктами комунікаційної політики Європейського Союзу є інституції ЄС. Об'єктами – уряди держав-членів, місцеві органи влади, громадяни, масмедіа, бізнес, неурядові організації тощо.

Комунікаційна політика ЄС зорієнтована на виконання таких функцій: надання публічності для подолання «дефіциту комунікації»; впливу на громадську думку, зокрема, переконання в невідворотності та перевагах євроінтеграційного процесу; інклюзивна функція: комунікаційна політика ЄС сприяє згуртуванню народів держав-членів і просуванню ідеї європейської інтеграції; функція підтримання стабільності: узгодження, координація, гармонізація інтересів, позицій і діяльності суб'єктів та об'єктів комунікаційної політики ЄС, регулювання політичних відносин, інтеграція суспільства або соціальних груп, оптимізація управлінської діяльності й політичних рішень на рівні Союзу.

РОЗДІЛ 2

ЕТАПИ РОЗВИТКУ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

2.1. Європейський Союз у пошуках комунікаційної стратегії (1957 – 1999 рр.)

Більше п'ятдесяти років із часу підписання Римського Договору (25 березня 1957 р.) ЄС продовжує трансформуватися та реформуватися, щоб протистояти глобалізації, міграції, змінам клімату, загрозі безпеці тощо. Сьогодні ЄС більший, різноманітніший, із комплексними проблемами, про які не завжди легко інформувати громадян. Зважаючи на це, постає необхідність застосувати більш досконалу взаємодію, яка ґрунтується на партнерстві між усіма акторами європейського суспільства для оприлюднення та обговорення результатів, які мають суттєве значення для громадян ЄС.

У статті 10 Лісабонського Договору (2007 р.) йдеться про те, що «рішення повинні прийматися якомога відкритіше та ближче до громадян», проте як і в попередніх договорах не згадано про комунікаційну політику ЄС. Договір не зобов'язує європейські інституції активно інформувати громадян про політики та закони, які вони приймають і втілюють. Парадокс у тому, що наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. громадяни самі визнають проблему розуміння європейських інституцій та їх рішень, а політичні лідери цю проблему або ігнорують, або недооцінюють, бо не вивчають серйозно огляди Євробарометра (чи інші огляди громадської думки), які свідчать, що громадяни ЄС не стільки прагнуть брати безпосередню участь у прийнятті рішень, скільки хочуть отримувати зрозумілу інформацію про те, чому рішення приймаються і як вони впливають на життя громадян¹²⁹.

Для пояснення цілей і засобів інформації та комунікації політичних інституцій М. Брюгеман використовує у 2005 р. термін

¹²⁹ Moussis N. Access to European Union [Electronic resource] / N. Moussis. – Available at : http://europedia.moussis.eu/books/Book_2/4/10/01/03/?all=1

«інформаційна політика»¹³⁰, який у подальших документах ЄС трактується як «комунікаційна політика». На його думку, така інформаційна політика складається з трьох елементів:

– перший стосується права й практичного питання доступу до інформації та документів. Цю складову активно обговорюють у ЄС під поняттям транспарентності;

– другий елемент – професійні Public Relations: стратегічні комунікаційні зусилля, наприклад, Комісії, які частково можуть передаватися комерційним PR агенціям;

– третім джерелом публічної інформації та думок є політична риторика, тобто комунікативна діяльність політичного менеджменту під час виступів у Комісії.

М. Брюгеман запропонував сім стратегій для аналізу інформаційної політики (комунікаційної) ЄС. Різниця між цими стратегіями у двох аспектах: 1) чи інформаційна політика відкриває доступ до інформації, чи проактивно досягає громадян із метою донести політичне послання; 2) комунікативні та владні відносини між урядом та людьми симетричні чи асиметричні.

Комунікаційна політика може варіювати у своїй демократичній якості. На противагу транспарентній політиці та діалогу, які є складовими дорадчої демократії, прихована політика та пропаганда – методи вибору авторитарного режиму. Природно, навіть у демократичних суспільствах виникають питання, які не можуть бути вирішені публічно. Не завжди можна проігнорувати пропаганду. Комунікативні владні відносини між інституцією та громадськістю варіюють від асиметричних у випадку пропаганди до симетричних під час діалогу.

Варто розмежовувати інформацію та персуазивну (переконувальну) комунікацію: оскільки транспарентність означає доступ до інформації, то політичні інституції можуть прагнути встановити публічний порядок денний, щоб показати, що проблеми, якими вони займаються, є найбільш релевантними. Більше того, вони можуть прагнути донести свою точку зору, використовуючи інструменти політичного маркетингу, наприклад, символічну

¹³⁰ Bruggemann M. How the EU Constructs the European Public Sphere: Seven Strategies of Information Policy [Electronic resource] / M. Bruggemann // The Public. – 2005. – Vol. 12. – № 2. – Available at : <http://www.javnost-thepublic.org/article/pdf/2005/2/4>

комунікацію, яка апелює до емоцій, або ж можуть обрати публічний доказ своїх політик завдяки раціональній аргументації.

М. Брюгеман виділяє сім стратегій інформаційної (комунікаційної) політики ЄС (табл. 2.1):

Таблиця 2.1.

Сім стратегій інформаційної (комунікаційної) політики¹³¹

Пропаганда Переконання ігнорує основні комуникативні норми	Маркетинг Використовує символи для апелювання до емоцій	Обґрунтування Пояснення політик та пропонування доказів	Діалог Обговорення політик	Персуазивна комунікація  Інформація
Визначення порядку денного Підвищення обізнаності із питань				
Прихована політика Замовчування в публічній сфері		Транспарентна політика Прямий доступ до необхідної інформації		
Асиметрична комунікація Авторитарне керівництво			Симетрична комунікація Дорадче керівництво	

Приховану політику характеризують як політику за зачиненими дверима, де не існує інформації про політичний порядок денний, немає доступу до документів та оприлюднення процесу прийняття рішень, а функції зв'язків із громадськістю дуже слабкі.

Пропаганда хибно використовує зв'язки з громадськістю для повідомлення неправди та маніпулювання громадською думкою. Пропаганда не бере до уваги контраргументи.

¹³¹ Bruggemann M. How the EU Constructs the European Public Sphere: Seven Strategies of Information Policy [Electronic resource] / M. Bruggemann // The Public. – 2005. – Vol. 12. – № 2. – Available at : <http://www.javnost-thepublic.org/article/pdf/2005/2/4>

Транспарентна політика – це політика відкритих дверей, коли порядок денний, усі документи та прийняття рішень доступні для громадськості; фахівці PR готують доступну, всебічну та неупереджену інформацію.

Політичний маркетинг охоплює зусилля з продажу політики через систему символічних заходів чи звертання до емоцій, а не до раціонального пояснення. Це ж стосується й публічного обґрунтування, бо саме поєднання політичного маркетингу та обмеженого раціонального обґрунтування за підтримки фахівців PR стало звичною практикою.

Визначення порядку денного акцентує увагу на важливості певних питань, і увага ЗМІ стає дуже важливою.

Діалог – комунікативний взаємозв'язок між говорінням і слуханням; щодо інформаційної політики діалог може стати інтерактивним засобом політичного маркетингу. Як елемент дорадчої демократії діалог означає також слухання, навчання та можливі зміни в політичних рішеннях.

Для демократичної публічної сфери досить важливо, за якою моделлю розвивається інформаційна політика: за моделлю пропаганди чи за моделлю діалогу. Транспарентна політика та політичні інституції уповноважать громадян презентувати свої проекти публічно перед прийняттям рішень. Обґрунтування, на відміну від символічної репрезентації, надає електорату можливість активно та обдуманно голосувати.

Описуючи комунікаційну політику Комісії, М. Грамбергер стверджував, що вона пройшла шлях від спроб примусити замовчати громадськість у період Ж. Моне до спроб розпочати діалог у період Ж. Сантера¹³². Європейській комісії довгий час вдавалося керувати європейською інтеграцією мовчки. Як результат, громадськість, медіа та політики втратили інтерес читати, писати чи говорити про справи ЄС і виникло коло «некомунікації» про ЄС. Проте економічна та політична інтеграції просувалися і все більше повноважень передавали до європейського рівня за мовчазної згоди громадської думки.

¹³² Gramberger M. Die Öffentlichkeitsarbeit der Europäischen Kommission 1952 – 1996: PR zur Legitimation von Integration? / M. Gramberger. – Opladen: Leske + Budrich, 1997.

Коло «некомунікації» про ЄС

Відсутність інтересу говорити, читати про ЄС

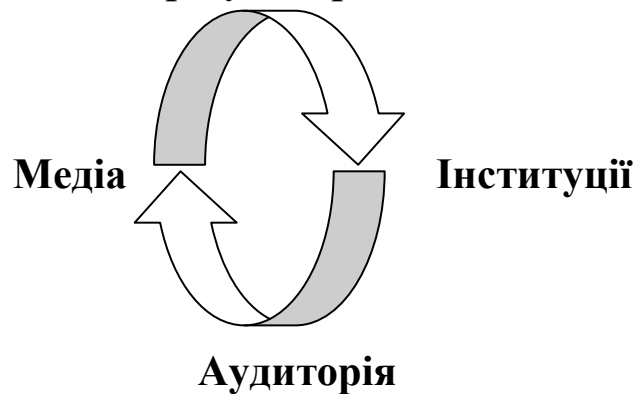


Рис. 2.1. Коло «некомунікації» про ЄС¹³³

Протягом переходу від Європейської Економічної Спільноти до Європейського Союзу ЄЕС не позбавилася інформаційно-комунікаційного стилю, що домінував у Європейській Спільноті з вугілля та сталі, бо комунікація не вважалася стратегічною ціллю. Доказом цього є те, що з 1958 р. до 1999 р. не було жодного комісара, який би відповідав за комунікацію. Основний акцент робили на «інформації», бо саме це було суттєвим для ЄС протягом сорока років. Інформаційна служба Європейської Спільноти з вугілля та сталі мала на меті «заспокоювати ворогів інтеграційного процесу», а місія наступника була «вдаватися до глобальних дій, що гарантують створення та розвиток сприятливого клімату в громадській думці, а також чесне виховання публіки <...> вдаючись до різних засобів вираження»¹³⁴. Із часом постала проблема боротьби зі спротивом громадськості європейському проекту, що змусило докласти спеціальних інформаційних зусиль (які науковці часто ототожнюють із пропагандою) і створити службу спікера, обов'язками якого стала монополія на інформування.

¹³³ Bruggemann M. How the EU Constructs the European Public Sphere: Seven Strategies of Information Policy [Electronic resource] / M. Bruggemann // The Public. – 2005. – Vol. 12. – № 2. – Available at : <http://www.javnost-thepublic.org/article/pdf/2005/2/4>

¹³⁴ Meillier S. Towards better EU Communication A conceptual, organisational and structural Challenge [Electronic resource] / S. Meillier. – Available at : http://www.touteurope.eu/fileadmin/CIE/06-observatoire/etudes/S._MEILLIER_-_College_of_Europe_-Thesis.pdf

У 50-ті – 60-ті роки ХХ ст. простежено інституалізацію брифінгів для преси, де служба спікера та вузьке коло євроінтузіастів розпочали встановлювати тісні робочі (іноді особисті) стосунки, що породило певну проблему із комунікацією: служба не шукала взаємодії із широкою публікою, яка мала доступ лише до обмеженої, дібраної інформації про проекти миру та процвітання¹³⁵. Огляди Євробарометра, які розпочалися у 1970-их рр., засвідчили, що держави-члени не вбачають необхідності і не висловлюють ініціативи радикального перегляду європейської інформаційно-комунікаційної політики¹³⁶.

Період від перших європейських парламентських виборів із прямим загальним голосуванням (з 1979 р.) до ратифікації Маастрихтського договору (1992 – 1993 рр.) стає першим просуванням до нового етапу розширення ЄС, де рішення Брюсселя приймаються систематично з урахуванням громадської думки. Раніше процес прийняття рішень обмежувався дипломатичними колами та переговорами між керівниками національної адміністрації.

У 1985 р. Колегія Ж. Делора (J. Delors) включила питання комунікації до переліку пріоритетів і працювала в напрямі глибшого висвітлення діяльності ЄС у ЗМІ за допомогою відповідних селективних пропагандистських кампаній у різних європейських країнах. Після такого нового рекламного підходу до вирішення проблем депутати Європарламенту затвердили доповідь із комунікаційної політики європейської спільноти, доповідач – Дж. Б. Бозо (European Parliament, Report on the communication policy of the European community (rapporteur: Gianni Baget Bozzo), 1986 (A 2-111/86).), у якій заявили, що установи повинні вдаватися до найбільш придатних засобів комунікації через аудіовізуальні засоби, пресу, плакати, рекламу¹³⁷. І в доповіді, і в орієнтації комісарів під комунікацією розуміли окрему чітку єдність з інформацією, стратегічну близькість повідомлення і поширену технологію впливу

¹³⁵ Clarisse Y. Les Maîtres de l'Europe / Y. Clarisse, J. Quatremer. – Paris: Grasset, 2005. – P. 171 – 192.

¹³⁶ Newman M. After the «Permissive Consensus»: Still Searching for Democracy / M. Newman // European Union: Power and Policy-Making : [J. Richardson (ed.) / [3rd edition]. – London: Routledge, 2006. – P. 377 – 397.

¹³⁷ Aldrin Ph. The ambivalent politicisation of European communication [Electronic resource] / Ph. Aldrin, J.-M. Utard. – Available at : <http://prisme.u-strasbg.fr/workingpapers/WPDakowska.pdf>

на громадян. Інформаційна політика, розроблена без комунікаційної –політика без сенсу існування. Проте вагомих змін не було: вони обмежилися лише застосуванням рекламних методів щодо інституційної комунікації ЄС. Зсув від інформаційної політики, спрямованої на створення повідомлення, до комунікаційної політики, спрямованої на переконання, став лише пристосуванням моделі до проблем. Постало питання, як віднайти засоби проти лазівок та невдач, об'єднавши професійні методи створення та поширення повідомлень із інформаційними зусиллями.

Прийняття Єдиного Європейського Акту в 1986 р. (the Single European Act) та шлях до політичного Союзу в 1990-их рр. спровокували переосмислення інформаційної політики ЄС. Важливі кроки не можливо було зробити на основі лише прийняття рішень на наднаціональному рівні, не залучаючи громадську думку. Президент Комісії Ж. Делор усвідомлював, що не досягне проекту створення єдиного внутрішнього ринку до 1992 р. без підтримки європейських економічних акторів і громадян. Комісія почала будувати переконливішу комунікаційну стратегію навколо двох головних ідей: «інформація» та «спокушання»¹³⁸.

З точки зору інформації, Офіс офіційних публікацій (the Office of publications) у Люксембурзі збільшив випуск педагогічних брошур для загальної громадськості, також розпочалася ініціатива «Телебачення без кордонів», яка сприяла появі спільного аудіовізуального простору. Щодо внутрішніх реформ, то Ж. Делор доручив першому комісару, відповідальному за інформацію та комунікацію Дж. Пінхейро (Joao de Deus Pinheiro), модернізувати зв'язки з громадськістю європейської виконавчої влади, а саме: модернізувати кімнату преси в Брюсселі, визначити обов'язок служби спікера – захищати Комісію та її президента, щоденно моніторити результати інституційної інформації в медіа. Усі завдання мають пропагандистський характер, що не сприяло впровадженню справді «стратегічних» реформ¹³⁹. Окрім цього деякі комісари вважали обговорення громадської думки в Колегії марнуванням часу,

¹³⁸Dacheux E. L'impossible défi: la politique de communication de l'Union Européenne / E. Dacheux. – Paris : CNRS Editions, 2004. – P. 8.

¹³⁹ Meyer Ch. Political Legitimacy and the Invisibility of Politics: Exploring the European Union's Communication Deficit / Ch. Meyer // Journal of Common Market Studies. – 1999. – Vol. 37. – No. 4. – P. 617 – 639.

відмовлялися обговорювати свої політичні справи на публіці й обминали службу спікера, щоб не підтримувати контакти з пресою, особливо у своїх країнах¹⁴⁰.

Щодо «спокушання», то Комісія дотримувалася рекомендацій В. де Клерка (Willy De Clercq), бельгійського експерта з реклами та маркетингу, який радив розглядати ЄС як «бренд-продукт» і «націлюватися» на журналістів та редакторів, щоб вони стали «щирими прихильниками справи», на жінок – через їхнє «інтуїтивне» та «інстинктивне» мислення, їхні «моральні цінності» (ненависть до війни та любов до сім'ї), на молодь, підприємців, фермерів та іншу чітко визначену аудиторію¹⁴¹. Як результат, Комісія збільшила кількість подій та кампаній типу «інфотейнмент» з приводу символічних питань ЄС, які б створили позитивний імідж, а саме: конференції щодо єдиної валюти, зустріч Великої 7 з інформаційних магістралей тощо.

Проте ратифікація Маастрихтського договору 1992 р. засвідчила неефективність такого підходу, адже договір не був ратифікований відразу всіма державами-членами, що стало поштовхом до дискусії про дефіцит демократії проекту ЄС. Завдяки прискореній європеїзації на початку 1990-х рр. лідери Комісії, включаючи депутатів Європарламенту, знову зосередили свою увагу на політичній ролі, яку відіграють інформація та комунікація ЄС. Зважаючи на це, інституції ЄС вдалися до низки заходів, щоб зробити свою роботу більш прозорою та наблизитися до громадян. Ці наміри підтверджено міжінституційною декларацією про демократію, прозорість та субсидіарність (An inter-institutional declaration on democracy, transparency and subsidiarity), яка була прийнята в жовтні 1993 р.¹⁴² Названа декларація, а також міжнародні нормативно-правові документи, що визначають права громадян на отримання інформації, окреслюють правові засади сучасної комунікаційної політики ЄС.

¹⁴⁰ Smith A. European Commissioners and the Prospects of a European Public Sphere: Information, Representation and Legitimacy [Electronic resource] / A. Smith. – Available at : <http://www.arena.uio.no/cidel/WorkshopStirling/PaperSmith.pdf>

¹⁴¹ Meillier S. Towards better EU Communication A conceptual, organisational and structural Challenge [Electronic resource] / S. Meillier. – Available at : http://www.touteurope.eu/fileadmin/CIE/06-observatoire/etudes/S._MEILLIER_-_College_of_Europe_-Thesis.pdf

¹⁴² An inter-institutional declaration on democracy, transparency and subsidiarity [Electronic resource]. – Available at : http://aei.pitt.edu/1801/01/democracy_declaration_1993.pdf

Як реакція у відповідь, Комісія додала до двох попередніх ключових ідей комунікації («інформація» та «спокушання») ще два елементи до комунікаційної стратегії: «комунікація» у значенні «слухання й діалог» та «транспарентність», що означає повну відкритість процесу прийняття рішень, про що зазначено в Декларації № 17 Маастрихтського договору¹⁴³. Вперше з часу Римського договору (1957 р.) визначено, що зміст поширення інформації полягає не лише в переконанні громадян будь-якими засобами, а в залучення їх та заохоченні до участі в інтеграційному процесі. Перед Комісією постало завдання – взявши до уваги необхідність взаємодії із громадськістю, здійснити перехід від інформації до справжньої комунікації. Проте комунікаційна діяльність Комісії спершу страждала від європейської бюрократії, розпорошення адміністративної та політичної влади, браку професіоналізму персоналу й, що важливо, відсутності розуміння суті публічної комунікації¹⁴⁴.

Якісно-кількісний стрибок у напрямі проактивної комунікаційної політики зроблено в другій половині 1990-их рр. за допомогою програми «Priority Information Programs for the Citizens of Europe» (PRINCE), яку ініціював Європейський парламент (далі – ЄП), який завжди був прихильником активної інформаційної політики. PRINCE охоплювала такі теми, як внутрішній ринок («Citizens First»), Амстердамський договір, інституційна реформа («Building Europe Together») та євро.

В основу PRINCE покладено принципи взаємодії Комісії, Європарламенту та Ради, співпрацю з національними урядами, спілкування з широкими верствами населення. Програму здійснювали як держави-члени, що мали можливість відобразити національні особливості своїх країн, так і за допомогою зусиль Представництва Комісії в державах-членах, а також офісів Парламенту, щоб забезпечити повністю децентралізовану підтримку діяльності в кожній з п'ятнадцяти країн. У реалізації PRINCE брали також активну участь неурядові громадські організації по всій

143 Maastricht Treaty [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/en/treaties/dat/11992M/htm/11992M.html>

¹⁴⁴ Meyer Ch. Political Legitimacy and the Invisibility of Politics: Exploring the European Union's Communication Deficit / Ch. Meyer // Journal of Common Market Studies. – 1999. – Vol. 37. – No. 4. – P. 617 – 639.

території ЄС, загалом завдяки проектам, що були спрямовані на поглиблення особистої зацікавленості людей у фактичному матеріалі, пов'язаному з кожною кампанією. Комісія підписала так звані «конвенції» зі спільної інформації про євро з усіма урядами, окрім Великобританії та Данії¹⁴⁵.

Особливого успіху в рамках Програми PRINCE набула інформаційна підтримка введення євровалюти «Євро, одна валюта для Європи» (The euro, one currency for Europe)¹⁴⁶. Пріоритет комунікаційної та інформаційної діяльності обумовлено потребою в сприянні економічному і фінансовому співтовариству в підготовці для переходу до єдиної валюти, щоб зрозуміти, прийняти і використовувати євро.

Ключова роль відводилась ЗМІ як основному джерелу інформації про ЄС. Деякі з нововведень кампанії PRINCE, довівши свою успішність, були переведені на постійну основу:

- сайти (зокрема, так звана зона євро на Інтернет-сервері Europa¹⁴⁷), які забезпечують веб-інформацією та надають можливість діалогу, наприклад, шляхом інтерактивного «yourvoice»¹⁴⁸ і «Futurum»¹⁴⁹, надають доступ до широкого спектру матеріалів, спрощують постановку питань і висловлювання своєї думки;
- безкоштовні телефонні лінії в кожній державі-члені з використанням 11 мов виклику;
- прямі відповіді поштою та електронною поштою, використання телефонів, факсів тощо;
- посилення на інформацію та консультації в приміщеннях ЄС на національному, регіональному та місцевому рівнях;
- брошури та листівки всіма офіційними мовами;

¹⁴⁵ Тихомирова Є. Комунікаційна політика ЄС: програма PRINCE [Електронний ресурс] / Є. Тихомирова // Слов'янський вісник : [зб. наук. праць]. – 2011. – Вип. 1. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Slv/2011_11/st63.pdf

¹⁴⁶ The euro, one currency for Europe. Communication from the commission on the information strategy for the euro [Electronic resource] // Euro Papers. – 16 January 1998. – Brussels.– Available at : http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/publication_summary1278_en.htm

¹⁴⁷ Europa. The Official Website of the European Union [Electronic resource] – Available at : http://europa.eu/index_en.htm

¹⁴⁸ Your Voice in Europe [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/yourvoice/index_en.htm

¹⁴⁹ The Futurum website [Electronic resource]. – Available at : <http://europa.eu.int/futurum>

- відповіді на запити осіб про те, як здійснювати свої права і скористатися можливістю їхньої реалізації в ЄС (наприклад, визнання дипломів, отримання соціального забезпечення тощо);
- встановлення зворотного зв'язку на основі питань, заданих громадянами (і підприємствами), які допоможуть виявити проблеми ЄС і законодавства, що потребує поліпшення й застосування якого на національному рівні є незадовільним;
- інструменти для спілкування на низовому рівні, такі як організація пересувних виставок або «eurobuses»¹⁵⁰.

Завдяки програмі PRINCE Європейська комісія вперше отримала фінансові можливості для інформаційних кампаній, щоб інформувати громадян про різні сфери діяльності ЄС.

Проте в липні 1999 р. у голосуванні на виборах до Європейського Парламенту взяло участь лише 49% усіх, хто мав право голосувати. Відсоток був дещо вищим лише в Бельгії, Греції та Люксембурзі, де голосування обов'язкове. Огляди Євробарометра показали, що ті, хто добре поінформовані, мають високий намір голосувати, слабо поінформовані громадяни не виявляють інтересу до голосування (це підтвердилося і протягом голосування 2004 р.).

Огляди Євробарометра^{151 152} визначили сфери, у яких громадяни ЄС не поінформовані:

- за листопад/грудень 2000 р. простежено, що громадянам ЄС бракує знань, або вони мають хибне уявлення про бюджетні витрати Союзу;
- огляд Євробарометра за квітень/травень 2001 р. показав, що громадяни ЄС нерівнозначно поінформовані про інституції ЄС (найбільш обізнані з Європейським парламентом (89%));
- квітень/червень 1997 р. свідчить, що громадяни ЄС погано поінформовані про свої права;

¹⁵⁰ Тихомирова Є. Комунікаційна політика ЄС: програма PRINCE [Електронний ресурс] / Є. Тихомирова // Слов'янський вісник : [зб. наук. праць]. – 2011. – Вип. 1. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Slv/2011_11/st63.pdf

¹⁵¹ Public opinion in the European Union [Electronic resource] // European Commission Eurobarometer. – Report № 54. – April 2001. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb54/eb54_en.pdf

¹⁵² European elections [Electronic resource] // Flash Eurobarometer. – № 67. – 1999. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_67_fr.pdf

– лише 18% громадян ЄС обізнані з питаннями розширення, 78% – недостатньо чи зовсім не поінформовані (листопад/грудень 2000 р.);

– 26% громадян зацікавлені в тому, щоб взяти участь у дискусіях про Європу, 62% – не зацікавлені в діалозі, основна причина відмови – громадяни мало що знають про ЄС (листопад/грудень 2000 р.)¹⁵³.

Після підписання Маастрихтського договору держави-члени ЄС передали багато своїх обов'язків інституціям ЄС, що призвело до «дефіциту демократії», в основі якого – неузгодженість між зростаючим впливом інституцій на життя європейців і домінуванням національних політик. Саме відсутність легітимності європейських інституцій вважають одним із негативних факторів слабкості європейської публічної сфери¹⁵⁴ та комунікації ЄС, брак якої руйнує підтримку інтеграційних процесів у Європі, що впливає на репутацію ЄС й ускладнює прийняття Конституції. Проте дійшли до такого висновку через тривалий час, і лише з кінця ХХ ст. Союз сконцентрував увагу на донесенні своєї політики до громадян. Основна мета – покращити сприйняття ЄС та його інституцій через започаткування діалогу з громадянами. Зазначимо, що підтримка комунікаційної стратегії з боку громадськості була незначною, а причиною цього вважали саме погану комунікацію. Європейська публічна сфера мала б стати місцем, де громадяни ЄС могли б детально вивчати та критикувати політики ЄС і відкрито висловлювати ідеї і, що важливо, бути почутими.

Успішна європейська інтеграція включає процес комунікації та появу публічної сфери, яка надає можливість громадянам залучатися до публічного обговорення європейських політик. Участь громадян – ключовий фактор функціонування демократії, а громадяни залежать від інформації, яку надають ЗМК. Громадяни потребують інформації про інституції ЄС, його політики, процес прийняття рішень, бо

¹⁵³ Upson R. Information for the european citizen. ECAS (Euro citizen action service) [Electronic resource] / R. Upson. – Available at : http://www.friendsofeurope.org/Portals/6/Documents/Reports/ECAS%20Background%20report_InfoEUCitizen.pdf

¹⁵⁴ Valentini Ch. Constructing public support: EU communication challenges for the process of integration [Electronic resource] / Ch. Valentini. – Available at : http://www.instituteforpr.org/iprwp/wpcontent/uploads/Communicating_EU_to_media.pdf

більше довіряють своїм національним урядам, ніж ЄС. Інакше процес євроінтеграції не зможе продовжуватися.

У Білій Книзі з управління 2001 р. (White Paper on Governance) йдеться про те, що варто створити міжнаціональний «простір», де громадяни з різних країн можуть обговорювати ті виклики, які вони вважають важливими для ЄС. Це мало допомогти політикам залишатися в тісному зв'язку з громадською думкою й могло б скерувати їх створювати такі європейські проекти, які б мобілізували публічну підтримку¹⁵⁵.

Європейські науковці виділяють такі важливі чинники формування успішної публічної сфери ЄС як середовища існування ефективної комунікаційної політики:

– Ю. Габермас зазначив, що конституційний акт та процес *конституціоналізації* забезпечують величезний потенціал для ініціювання публічних дискусій¹⁵⁶. ЗМК не приділяли особливої уваги Європейській конвенції про майбутнє ЄС¹⁵⁷ і заміною публічного форуму став веб-сайт Комісії «Про майбутнє Європи» («On the Future of Europe») (<http://www.europa.eu.int/futurum>). Комісія запропонувала кожному громадянину форум, де він / вона може представити своє бачення ЄС. Протягом року обмінялися більше ніж 2600 повідомленнями¹⁵⁸. Проте, Конвенція не забезпечила широку громадську обізнаність щодо суттєвості створення конституції.

Конституцію зробили предметом референдумів і це вплинуло на специфіку комунікації: прихильники та опоненти договору висловлюються, щоб переконати громадськість у своїх цілях. Тим не менше, референдуми стимулюють публічну сферу лише тоді, коли політичні актори проводять проактивні кампанії з певним результатом. Так трапилося до референдуму з конституції ЄС у Франції, проте це не характерно для Ірландії протягом першого

¹⁵⁵ White Paper on Governance [Electronic resource]. – Available at : http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2001/com2001_0428en01.pdf

¹⁵⁶ Habermas J. Braucht Europa eine Verfassung? / J. Habermas // Zeit der Übergänge : [J. Habermas (ed.)]. – Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 2001. – S. 104 – 129.

¹⁵⁷ The European Convention, 2003 [Electronic resource]. – Available at : <http://european-convention.europa.eu/docs/Treaty/cv00850.en03.pdf>

¹⁵⁸ Information Note by the Commission : Actions taken by the Commission in Respect of the Public Debate on the Future of Europe [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu.int/futurum/informations_en.htm

референдуму з Договору в Ніці, де прихильникам не вдалося мобілізувати частину населення й участь досягла лише 35 %.

– За М. Брюгеманом, *парламентаризація* наднаціональної влади є іншою моделлю інституційної реформи з потенційним важелем для європейської публічної сфери та комунікації. Члени Європейського парламенту мають суттєвіший стимул для забезпечення публічності своєї роботи, ніж службовці Комісії, бо їм потрібно мобілізувати своїх виборців. Проте Європейський парламент не досяг успіху в позиціюванні себе як публічного форуму чи осередку демократії ЄС. Однак існують приклади, коли Парламент, використовуючи свою владу, міг би розширити публічну сферу, зокрема, розпуск Комісії в 1999 р. через корупційний скандал комісара Едіт Крессон (Edith Cresson) став можливим тільки тоді, коли Європейський парламент та група журналістів об'єднали свої зусилля, щоб широко оприлюднити цю справу¹⁵⁹.

– Ще одним важливим чинником є *персоналізація*: часто зазначалося, що Європа не має обличчя – «Пан чи пані Європа» (а «Mrs. Or Mr. Europe?»). Ситуація мала змінитися, якщо діючий Президент Ради, Європейський Міністр закордонних справ та Президент Комісії створять три потенційно добре знаних обличчя Європи та стануть важливими комунікантами в європейській публічній сфері.

– Слід зауважити, що Конвенція приділила надзвичайно мало уваги впливам, які конституція могла б мати на Європейську публічну сферу, зокрема на «*локалізацію*» політики ЄС. Європейська практика ротації президентства потребує великих коштів. На думку К. Меєра, вона не дуже ефективна, але має ефект європеїзації на національні публічні сфери, повинна широко підтримуватися, наприклад, через проведення час від часу засідань Ради в різних європейських столицях ближче до громадян¹⁶⁰.

Громадяни Європи реалізують свої політичні права загалом на національному та місцевому рівнях і дізнаються про політику та політичні питання через системи національної освіти й ЗМК, а отже й

¹⁵⁹ Bruggemann M. How the EU Constructs the European Public Sphere: Seven Strategies of Information Policy [Electronic resource] / M. Bruggemann // The Public. – 2005. – Vol. 12. – № 2. – Available at : <http://www.javnost-thepublic.org/article/pdf/2005/2/4>

¹⁶⁰ Meyer Ch. O. Europäische Öffentlichkeit als Kontrollsphäre: Die Europäische Kommission, die Medien und politische Verantwortlichkeit / Ch. O. Meyer. – Berlin : Vistas, 2002.

обговорюють ці питання тільки у своїх спільнотах. Коли на порядку денному постає питання загальноєвропейського масштабу, воно розглядається з національної перспективи. Завдяки розвитку публічної сфери ЄС стало можливим обговорення та розробка комунікаційної політики.

Отже, з 1958 р. до 1999 р. суттєвим для ЄС було інформування. Із цією метою, а дещо пізніше й для боротьби із спротивом громадськості європейському проекту, створено службу спікера з монополією на подачу інформації. Прийняття Єдиного Європейського Акту в 1986 р. та проблеми з ратифікацією Маастрихтського договору 1992 р. спонукали Комісію будувати переконливішу комунікаційну стратегію, яка концентрувалася навколо таких ідей, як «інформація», «спокушання», «комунікація», «транспарентність». Уведено посаду комісара, який відповідає за інформацію та комунікацію. Поступово приходить розуміння, що сутність поширення інформації полягає не лише в переконанні громадян будь-якими засобами, а в залученні їх та заохоченні до участі в інтеграційному процесі. Перша якісна спроба проактивної комунікаційної політики була зроблена програмою PRINCE, що охоплювала такі теми, як внутрішній ринок, Амстердамський договір, інституційна реформа та євро.

2.2. Підґрунтя для справжньої комунікаційної політики (2000 – 2004 рр.)

Після розпуску Комісії Ж. Сантера в 1999 р. у результаті корупційного скандалу інституції ЄС переглянули ставлення до комунікації, адже раніше ще ніколи громадський тиск не був таким потужним, як на Колегію, яку очолював Р. Проді. Перед нею постало завдання відновити довіру до виконавчої влади ЄС, й також зреагувати на нові комунікаційні вимоги. Річ у тім, що Рада та ЄП уже поступово почали формувати власні комунікаційні стратегії, викликані впливом розширення та експансії повноважень ЄС згідно з Маастрихтським та Амстердамським договорами¹⁶¹. Як результат,

¹⁶¹ Smith A. European Commissioners and the Prospects of a European Public Sphere: Information, Representation and Legitimacy [Electronic resource] / A. Smith. – Available at : <http://www.arena.uio.no/cidel/WorkshopStirling/PaperSmith.pdf>

існував певний ризик, що обмануті журналісти звернуться зі своїми запитам про інформацію до інших інституцій.

Зважаючи на ці виклики, з 2000 р. Комісія Р. Проді намагалася дотримуватися таких аспектів успішної стратегії публічної комунікації: 1) які питання слід обговорювати, які аргументи залучати та що вирішувати (проблемний аспект), 2) на якій стадії процесу обговорення знаходяться згадані питання; які засоби, актори та точки доступу можуть вплинути на перебіг процесу (процедурний аспект), 3) хто виступає на захист питань, що розглядаються; хто відповідає за прийняття рішень і втілення політики в життя (аспект підзвітності)¹⁶².

Варто зазначити, що Європейський парламент звернувся з проханням до Комісії розробити інформаційно-комунікаційну стратегію ще з часу початку роботи Комісії Р. Проді 1999 р. Втіленням цього стала Резолюція від 14 березня 2001 р., у ній вказано на труднощі, які виникли як наслідок того, що в 1999 р. Комісія розпоршила інформаційно-комунікаційні функції серед різноманітних Генеральних Директоратів. Очевидно така плутанина стала причиною того, що Комісія розробляла комунікаційну стратегію три роки. Першим практичним втіленням комунікаційних намірів стало об'єднання Генерального Директорату Х та служби спікера в новий Генеральний Директорат преси та комунікації (2000 р.) під прямим політичним керівництвом президента Комісії¹⁶³. Завдяки своїй структурі новий ГД мав забезпечувати кращу координацію між усіма інформаційно-комунікаційними службами, одночасно здійснюючи керівництво веб-сайтом Еуропа та підтримуючи зв'язки з еквівалентними службами інших організацій. Розпочалася професіоналізація персоналу, що відповідав за комунікацію, через внутрішні тренінги та зростаючу довіру до інформаційних мереж із боку неурядових організацій та держав-членів.

Отже, поступово комунікація стає повною мірою політикою ЄС на службі громадян. Вона базується на необхідності справжнього

¹⁶² Meyer Ch. Political Legitimacy and the Invisibility of Politics: Exploring the European Union's Communication Deficit / Ch. Meyer // Journal of Common Market Studies. – 1999. – Vol. 37. – No. 4. – P. 617 – 639.

¹⁶³ European Citizens Action Service, Information for the European Citizen [Electronic resource]. – Brussels, 2003. – Available at : <http://www.ecas.org>

діалогу між людьми та політиками й на жвавих дискусіях між самими громадянами, адже всі прошарки суспільства повинні мати право на чесну та повну інформацію про ЄС і бути впевненими, що їх погляди та переживання почуті інституціями ЄС¹⁶⁴.

У липні 2001 р. Європейська комісія ухвалила процес передачі інформації в нових рамках співпраці щодо діяльності, яка стосується інформаційної та комунікаційної політики (загальною вартістю € 432.717 млн). Вона закликала інституції ЄС та держави-члени об'єднати зусилля, щоб відрегулювати інформаційно-комунікаційну політику. Уперше було визнано, що держави-члени відіграють важливу роль у поширенні інформації про ЄС. Наголошено, що основою інформаційно-комунікаційної політики є зобов'язання наблизити Європу до громадян, тому всі структури та інституції ЄС повинні подавати зрозумілу, необхідну інформацію, яка відповідає інтересам громадян. У документі вказано, що всю зовнішню інформацію треба поділяти на три групи: 1) загальну інформацію (зорієнтовану на широку громадськість, окрема інформація адресована жінкам та дітям); вона пояснює політики, роль та діяльність інституцій, особливу увагу приділяє правам і можливостям громадян; 2) інформацію для спеціалістів, яка детально пояснює окремі аспекти політик ЄС для зацікавлених спеціалізованих груп; 3) інформацію для преси: моментальні новини та спеціалізовані бекграунди¹⁶⁵.

Проте 25 лютого 2002 р. Комітет культури Парламенту та Бюджетний комітет звинуватили Комісію в тому, що вона протягом років неспроможна була створити спільну ефективну стратегію у сфері інформації та комунікації¹⁶⁶.

У березні 2002 р. Європейський парламент схвалив:

¹⁶⁴ Карпчук Н. Генеза комунікаційної політики ЄС / Н. Карпчук // Науковий вісник Одеського державного економічного університету. – Одеса, 2011. – № 19 (144). – С. 177 –186.

¹⁶⁵ A new framework for co-operation on the activities concerning the information and communication policy of the European Union. Communication from the Commission to the Council? European Parliament, Economic and Social Committee, the Committee of the Regions, 2001 [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0354&from=EN>

¹⁶⁶ Upson R. Information for the european citizen [Electronic resource] / R. Upson. – Available at : http://www.friendsofeurope.org/Portals/6/Documents/Reports/ECAS%20Background%20report_InfoEUCitizen.pdf

1) доповідь, яка закликала до покращення інформаційної політики ЄС та розвитку всебічної комунікаційної стратегії;

2) Резолюцію, висунувши низку пропозицій, наголосивши на потребі в неупередженій інформації та спільних кампаніях Комісії та Парламенту напередодні виборів у липні 2004 р. Резолюція пропонує чітко визначитися щодо інформації з питань, що близькі до буденного життя громадян («питання першочергової пріоритетності»), та інформації щодо основних питань, із якими стикається ЄС («додаткові, але важливі питання»)¹⁶⁷. Цікаво, що Декларація про майбутнє Європейського Союзу, відома ще як Лаакенська Декларація, яка видана Європейською радою 15 грудня 2001 р., акцентуючи особливу увагу на виборчому процесі в інституціях ЄС, наголошує на демократичності, транспарентності та ефективності інституцій, проте в ній зовсім не йдеться про необхідність інформувати громадян про прийняті рішення.

У липні 2002 р. Комісія поінформувала про нову стратегію інформаційно-комунікаційної політики (загальною вартістю € 285.065 млн на період 2003 – 2006 рр.), яка однак не змінила низьку підтримку громадськості. Стратегію 2002 р. важко назвати стратегією в повному розумінні, вона ще надто абстрактна та загальна. З іншого боку, вона вказує на те, що Комісія готова розглядати питання комунікації набагато серйозніше, ніж раніше. Мета стратегії – створити публічний форум для європейських дебатів. Проте першочергова ціль – персуазивна комунікація: будь-яке повідомлення варто створювати та контролювати, щоб здобути прихильність громадян Європи¹⁶⁸. У пресі з'являється фраза «справжній діалог», яка справляє враження, що Комісія збирається сісти за стіл переговорів із громадськістю та обговорити свою політику, а не розповсюджувати буклети.

Комісія навіть розробила схематичне пояснення, як слід подавати повідомлення для громадськості з точки зору Комісії та зацікавлених комунікатів. Темою для зразку обрано «Розширення ЄС»,

¹⁶⁷ Upson R. Information for the european citizen [Electronic resource] / R. Upson. – Available at : http://www.friendsofeurope.org/Portals/6/Documents/Reports/ECAS%20Background%20report_InfoEUCitizen.pdf

¹⁶⁸ An Information and Communication Strategy for the European Union. Communication from the Commission to the Council? European Parliament, Economic and Social Committee, the Committee of the Regions, 2001 [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52002DC0350&from=EN>

зацікавленими комунікатами є країни кандидати. Зауважимо, що весь вертикальний потік інформації подано по висхідній, тобто акцент робиться не на вертикальності комунікації, уникаючи агресивно директивної форми, а на підпорядкованості комунікантів інтересам аудиторії.

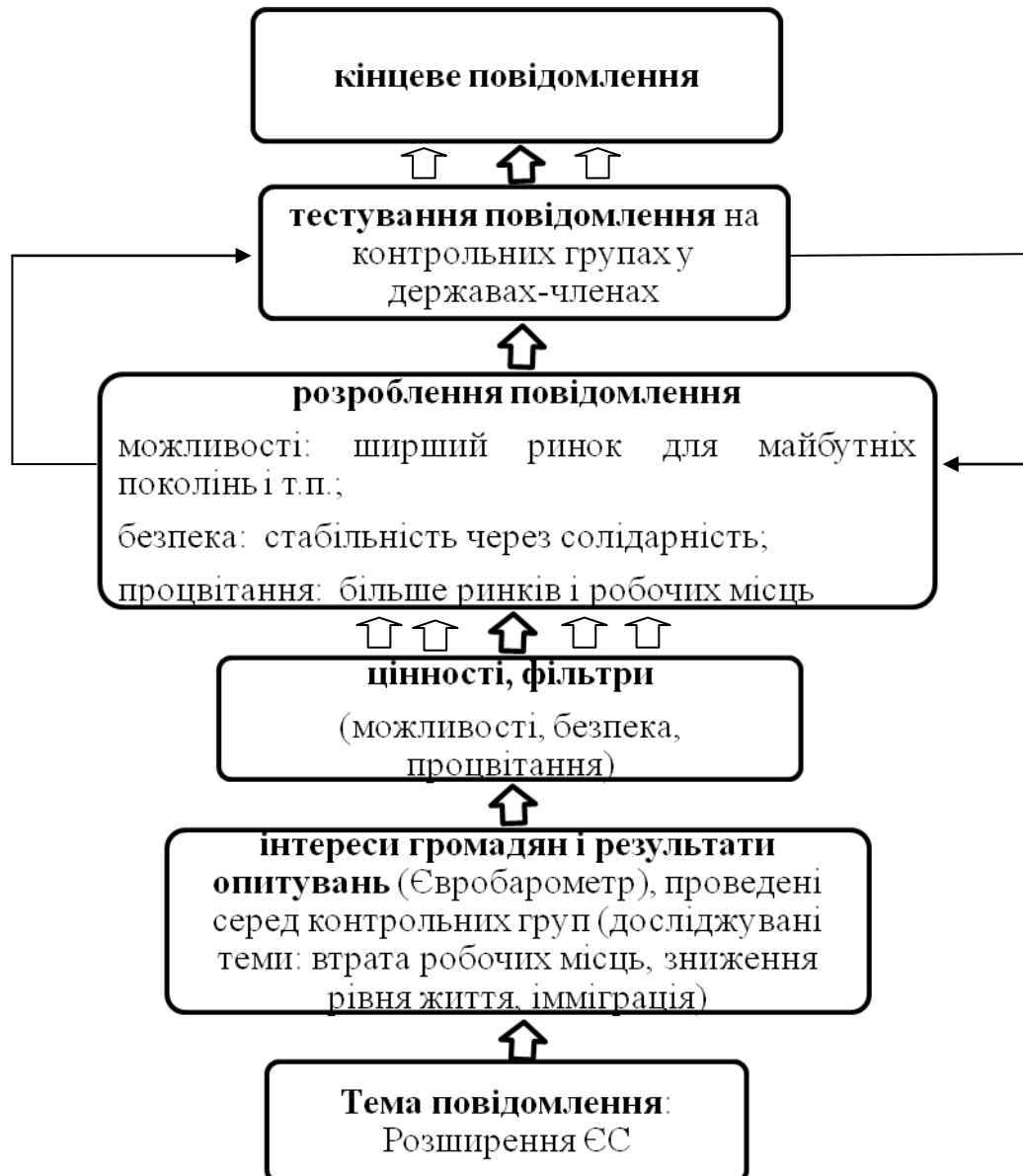


Рис. 2.2. Підготовка повідомлення з точки зору Європейської комісії¹⁶⁹

У схемі подачі інформації з точки зору країн-кандидатів відмінності знаходимо щодо основних інтересів громадян, через

¹⁶⁹ An Information and Communication Strategy for the European Union. Communication from the Commission to the Council? European Parliament, Economic and Social Committee, the Committee of the Regions, 2001 [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52002DC0350&from=EN>

призму яких має подаватися повідомлення, та цінностей і фільтрів, які повідомлення проходить. Інакше кажучи, Комісія наголошує, що інформаційне повідомлення має бути диверсифікованим, тобто обов'язково повинно брати до уваги дещо відмінні інтереси громадян країн-членів і країн-кандидатів ЄС.



Рис. 2.3. Підготовка повідомлення з точки зору країн-кандидатів¹⁷⁰

¹⁷⁰ An Information and Communication Strategy for the European Union. Communication from the Commission to the Council? European Parliament, Economic and Social Committee, the Committee of the Regions, 2001 [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52002DC0350&from=EN>

Комісія врахувала важливі ініціативи в галузі інформації, наприклад, посилення аудіовізуальної потужності, зокрема через посилення Europe by Satellite та поновлення співпраці з телевізійним каналом Euronews на основі контракту про спільне виробництво. Диверсифікуючи комунікаційне партнерство на всіх рівнях управління (європейському, національному, регіональному), Комісія запровадила більш постійний вид кампаній, зокрема «Програму діалогу з громадянами та бізнесом» (Dialogue with Citizens and Business programme), пришвидшила розвиток інформаційно-комунікаційних веб-потужностей ЄС не лише через модернізацію веб-сайту Еуропа, але й через більш інтерактивний проект – «yourvoice» та «futurum». «Уперше Комісія об'єднала силу громадської думки та аналіз преси, інформаційні кампанії та щоденну політичну комунікацію під одним дахом. Новий департамент підкріплювався реформами діяльності високопосадовців Комісії, що посилювало внутрішню відповідальність, а отже й комунікацію»¹⁷¹. Реформа позитивно позначилася на прозорості та доступі до документів усіх інституцій ЄС. Проте внаслідок реформ Р. Проді з комунікації виникли невдоволення щодо недостатньої оцінки комунікаційної діяльності, слабкої зовнішньої та внутрішньої інституційної координації в цій сфері, відсутності адекватних ресурсів і загального «президентського стилю», який не пасував PR-профілю глави Комісії¹⁷².

Нова інформаційно-комунікаційна стратегія була зосереджена на ідеї «інформаційного дефіциту» ЄС і Комісія Р. Проді шукала нові засоби залучення громадян до отримання інформації. Проте інформаційна стратегія Комісії виявилася незадовільною, бо тоді ж, коли інституції ЄС докладали зусиль для розвитку широкої мережі альтернативних, сучасних, дійсно європейських каналів (наприклад, сервер Еуропа), огляди громадської думки продемонстрували, що громадськість надає перевагу традиційним ЗМІ¹⁷³. Заради досягнення

¹⁷¹ Kurpas S. After the European Elections, Before the Constitution Referenda. Can the EU communicate better? [Electronic resource] / S. Kurpas, Ch. Meyer, K. Gialoglou // CEPS, Policy. – July 2004. – No. 55. – Available at : http://shop.ceps.be/downfree.php?item_id=1140

¹⁷² Meyer Ch. O. Political Legitimacy and the Invisibility of Politics: Exploring the European Union's Communication Deficit / Ch.O. Meyer // Journal of Common Market Studies. – 1999. – Vol. 37. – No. 4. – P. 617 – 639.

¹⁷³ European Citizens Action Service, Information for the European Citizen [Electronic resource]. – Brussels, 2003. – Available at : <http://www.ecas.org>

транспарентності Комісія вирішила поширювати будь-яку інформацію, проте з чітко визначеною інтерпретацією, щоб не допустити ніякого різнотлумачення ЗМІ. Як наслідок, те, що розпочиналося як комунікація, завершилося як інформація.

«Дефіцит комунікації» створив серйозну комунікаційну проблему для Комісії в 2004 р., спровоковану Директивою з послуг на внутрішньому ринку, яку Колегія прийняла після низки внутрішніх консультацій 13 січня 2004 р. на пропозицію Ф. Болькештейна (Frits Bolkestein), комісара з питань внутрішнього ринку¹⁷⁴ (спроби створити та прийняти таку директиву були в 1990 р. та 2000 р.). У березні 2004 р. бельгійські профспілки заявили в прес-релізі про «неприйнятність» пропозиції, розпочавши антиліберальну хвилю. У вересні 2004 р. вуличні демонстрації докотилися Франції та Лондонського Європейського Соціального Форуму (the European Social Forum of London). 13 лютого 2005 р. 60000 осіб з усієї Європи пройшли Брюсселем із закликом відкликати текст, бо документ суттєво зашкодить європейській соціальній моделі¹⁷⁵.

Полеміка щодо двох ідей Директиви: лібералізація всіх послуг та ризик соціального демпінгу. За шість місяців до французького референдуму з Конституційного Договору французькі політики-єврофоби запустили міф про «польського сантехніка» на підставі того, що Директива про послуги дає змогу робітникам із нових держав-членів пропонувати свої послуги у Франції. У такій скандальній атмосфері національні ЗМІ назвали директиву «Директивою Франкенштейна»¹⁷⁶.

Комісія відмовилася організувати громадські слухання з громадськими представниками, адже пропозиція охоплювала широке коло секторів. Видимість консультацій проводилася Генеральним Директоратом Внутрішнього Ринку («Markt») з власної ініціативи: хоча ГД був нібито відкритим для всіх зацікавлених осіб, проте основну увагу зосередив на звичайних аспектах, яких торкався у своїх відносинах з бізнес-організаціями (наприклад, з Eurocommerce, UNICEF тощо). Як результат, профспілки та конфедерації робітників не мали доступу до важливої інформації та не могли донести свої ідеї,

¹⁷⁴ European Commission, DG Internal Market website [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu.int/comm/internal_market/services/services-dir/index_en.htm

¹⁷⁵ No Valentine for Bolkenstein [Electronic resource]. – Available at : www.stopbolkestein.org

¹⁷⁶ Slama A.-G. La Tentation Féodale / A.-G. Slama// Le Figaro Magazine. – 2005. – 29 January.

що стало дуже грубою помилкою, яку ГД Markt визнав, бо ідея комунікації розглядалася суто як законодавча реалізація цілей політики, а не як процес інформування та взаємодії з громадською думкою. З'ясували, що парламентські прес-релізи, які публікували протягом законодавчого процесу, більш якісні, ніж прес-релізи Комісії. Тож представники ЗМІ надавали перевагу не брифінгам Комісії, де надавали «пусті повідомлення, далекі від реальності», а брифінгам Ради, де «прес-служба пропонувала цінну технічну та об'єктивну інформацію»¹⁷⁷.

Після кризи Директиви про послуги та голосування Франції проти Конституційного Договору парламентське представництво при Міністерстві закордонних та європейських справ Франції опублікувало доповідь про те, як краще інформувати французів із європейських питань. Доповідь М. Гербілона (M. Herbillon) аналізує «епізод Бolkештейна» як типовий випадок неправильного управління інформацією та комунікацією ЄС національними ЗМІ та політиками, які продемонстрували глибоку необізнаність з інституційними механізмами й процедурою прийняття рішень у ЄС¹⁷⁸.

Після неефективної комунікації щодо Директиви про послуги та відхилення Конституційного Договору Комісія Ж. М. Барозо визначила кращу комунікацію з-поміж своїх пріоритетів. Результатом цього стало, по-перше, створення портфоліо для Комунікаційної стратегії та міжінституційних відносин, за що відповідала М. Волстром, шведський комісар; по-друге – рішення розвивати власну комунікаційну політику¹⁷⁹. Після низки публічних консультацій та конференцій із зацікавленими сторонами (включаючи представників громадянського суспільства) комісар

¹⁷⁷ Meillier S. Towards better EU Communication A conceptual, organisational and structural Challenge [Electronic resource] / S. Meillier. – Available at : http://www.touteurope.eu/fileadmin/CIE/06-observatoire/etudes/S._MEILLIER_-_College_of_Europe_-Thesis.pdf

¹⁷⁸ Herbillon M. La fracture européenne: après le référendum du 29 mai, 40 propositions concrètes pour mieux informer les Français sur l'Europe [Electronic resource] / M. Herbillon // Rapport de la Mission Parlementaire auprès Ministre des Affaires étrangères et de la Ministre déléguée aux Affaires européennes au Premier Ministre. – 2005. – Juin. – Available at : <http://www.lacomeuropeenne.fr/tag/herbillon/>

¹⁷⁹ Action Plan to improve communicating Europe by the Commission [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/communication_com_en.pdf

М. Волстром та її персонал розробили низку документів щодо покращення комунікації¹⁸⁰.

Унаслідок змін, які інституції ЄС внесли до комунікаційної політики, у серпні 2004 р. Комісія прийняла Інформаційно-комунікаційну стратегію (Information and Communication Strategy), мета якої підтримати перехід на євро в країнах-членах, переконавши громадськість у перевагах євро й Економічного та монетарного Союзу (Economic and Monetary Union (EMU)). Основою цієї Стратегії є децентралізація та делегування ініціативи, послідовність і гнучкість послань, партнерські угоди з державами-членами та багатофункціональний мультимедійний підхід¹⁸¹.

У 2004 р. за ініціативи колишнього Президента ЄК Р. Проді розпочався структурований діалог із метою втілення в життя Білої Книги з управління 2001 р. («White Paper on Governance») задля покращення комунікації між Комісією та місцевою і регіональною владою через потребу інституцій ЄС тісніше співпрацювати з представниками європейських регіонів і міст. Біла Книга з Управління окреслила такі проблемні сфери, спричинені поганою інформаційно-комунікаційною політикою:

- погіршення іміджу ЄС упродовж останніх років;
- знання про ЄС, зокрема про інституції, загалом у більших державах-членах досить слабкі;
- інформація, яку громадяни потребують про ЄС, надходить із ЗМІ;
- низький рівень обізнаності з інформацією, що надходить від ЄС та національної влади;
- все більше «північних» держав-членів чинять супротив розширенню;
- існує суттєва потреба в більшій кількості інформації про ЄС, зокрема про те, як діяльність Союзу впливає на щоденне життя кожної країни та особи¹⁸².

¹⁸⁰ Website of the consultation process [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/communication_white_paper/

¹⁸¹ Information and Communication Strategy [Electronic resource]. - Available at : http://europa.eu/legislation_summaries/economic_and_monetary_affairs/introducing_euro_practical_aspects/125079_en.htm

¹⁸² The White Paper on European Governance [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/comm-initiatives/2001-european-governance-white-paper-com2001_0428_en.pdf

Мета структурованого діалогу – покращити законодавство ЄС, гарантуючи, що точки зору місцевих та регіональних об'єднань беруться до уваги перед офіційним початком процесу прийняття рішень; посилити політику координації між Комісією та місцевою й регіональною владами; забезпечити громадянам краще розуміння політики ЄС; зробити ЄС прозорішим.

Вирізняють два типи структурованого діалогу: 1) загальний діалог із Президентом ЄК навколо питань широкої сфери інтересів, наприклад, щодо робочої програми Комісії; 2) тематичний діалог із відповідним Комісаром, який фокусується на окремих політиках ЄС, наприклад, на комунікаційній, освітній тощо. Комітет Регіонів як основна ланка між інституціями ЄС та європейськими й національними об'єднаннями тісно співпрацює з Європейською комісією в організації структурованого діалогу на основі угоди про співпрацю з листопада 2005 р. У вересні 2006 р. Президент Європейської комісії Ж. М. Барозо та Президент Комісії регіонів М. Делабар погодилися й надалі проводити структурований діалог, зробивши його більш динамічним¹⁸³.

М. Брюгеман так передає зміну парадигми політики ЄС у сфері інформації та комунікації протягом 1954 – 2004 рр., де прихована політика базується на інформації, а транспарентна політика – на комунікації:

¹⁸³ Structured Dialogue with Commissioner Margot Wallström EU Communication Policy and Plan D «Plan D: Communicating Europe – going local» [Electronic resource]. – Available at : <http://cor.europa.eu/fr/activities/structured-dialogue/Pages/26a45978-72e7-4c53-a317-166970d4a21b.aspx>

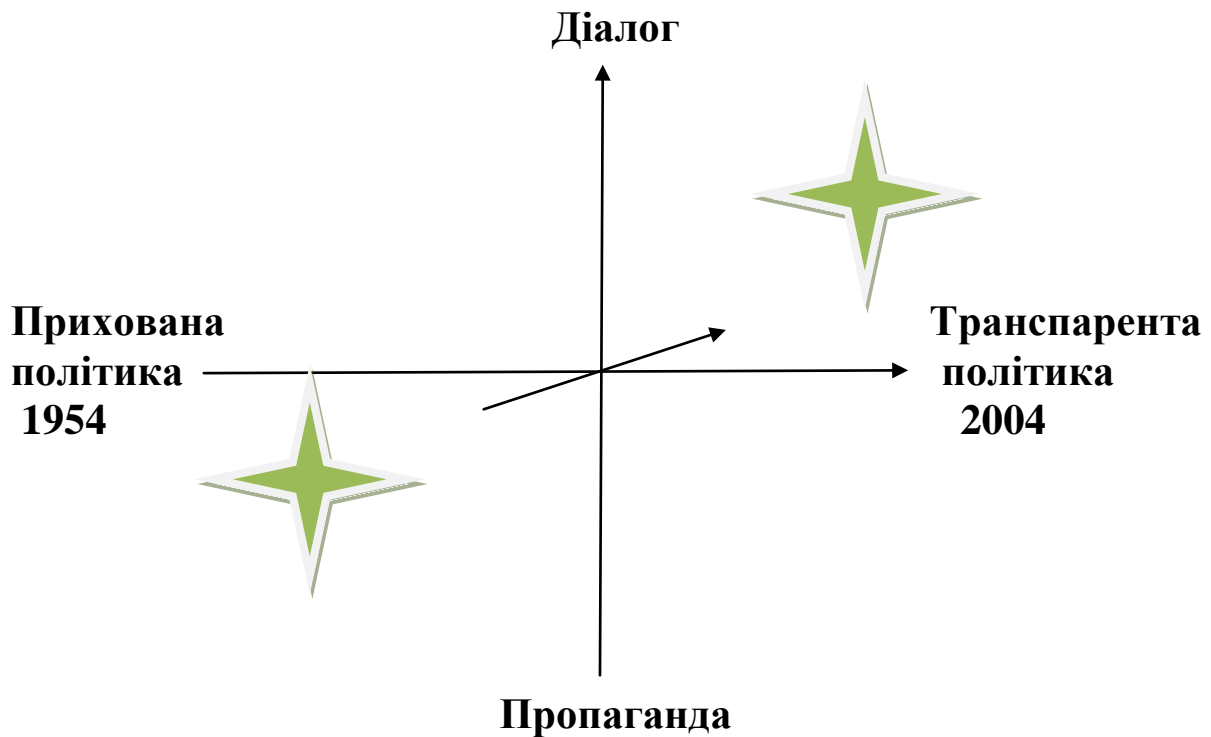


Рис. 2.4. Зміна парадигми політики ЄС у сфері інформації та комунікації протягом 1954 – 2004 рр.¹⁸⁴

У жовтні 2004 р. Друзі Європи («Friends of Europe» – неприбуткова, цілком незалежна, без національного або політичного упередження та членської основи організація, Брюссельський мозковий центр, що прагне стимулювати новий погляд на майбутню Європу й розширити дебати в ЄС) та консалтингова організація Gallup Europe представили доповідь «Чи чує мене ЄС?» («Can EU Hear Me?»), яка базувалася на оригінальному підході до знайомої проблеми покращення зв'язку ЄС та його інституцій із громадянами. Доповідь складається з опитувань та огляду думок політичних лідерів, тих, хто формує громадську думку, зацікавлених груп, а саме: 12 % респондентів безпосередньо працюють в інституціях ЄС, 10 % – в урядових структурах різного рівня, 8% – представники медіа, 18 % – із неурядових організацій, 18 % – корпоративний сектор, 15 % – освіта та наука, 19 % – не вказали свою сферу діяльності.

Робоча група засідала регулярно в Брюссельському офісі Друзів Європи та Gallup Europe; навесні 2004 р. Gallup Europe провела

¹⁸⁴ Bruggemann M. How the EU Constructs the European Public Sphere: Seven Strategies of Information Policy [Electronic resource] / M. Bruggemann // The Public. – 2005. – Vol. 12. – № 2. – Available at : <http://www.javnost-thepublic.org/article/pdf/2005/2/4>

розширене опитування громадської думки; дібрано думки та ідеї 20 провідних політиків, журналістів та осіб, що формують громадську думку. Опитування показало, що більшість комунікаційних професіоналів не розглядають комунікаційну політику ЄС як справу, яку має вирішувати громадянська служба ЄС (EU civil service), і надають перевагу ширшому механізму досягнення консенсусу. Одне з центральних питань – «Чи справді інформація та комунікація ЄС такі погані?»¹⁸⁵. Виокремлено такі типові відповіді на це запитання:

– «Ідея комунікації ЄС та наявний матеріал – хороші, проблема в каналах, через які поширюється інформація для людей; вона не доходить до аудиторії. Сьогодні основна увага сфокусована на письмовій інформації, проте ми живемо у візуальній культурі, де радіо та телебачення важливіші. Проблема з телебаченням у тому, що те, що ми вважаємо хорошою інформацією, більшість людей вважають нудною», – Ж. Л. Даен (Jean-Luc Dehaene), экс-прем'єр-міністр Бельгії, член Конституційного комітету Європейського парламенту.

– «ЄС стурбований тим, як діють і взаємодіють інституції ЄС, не зважаючи на те, що вони роблять. Людям потрібно більше конкретної інформації про економіку та інші питання, які прямо на них впливають», – А. Гоуерс (Andrew Gowers), редактор *Financial Times*.

– «Інформаційна політика ЄС погана, бюрократична та нудна. Яскраві брошури, що видаються інституціями, викликають лише позіхання та плутанину, а не інтерес, про захоплення вже і не йдеться. Багато прес-релізів – це образа мові та здоровому глузду. Здається, ЄС неспроможний переконати громадян у своїй цінності», – Е. Райн (Eberhard Rhein), экс-директор середземноморської політики Європейської комісії.

– «Обов'язок Комісії – передавати інформацію, загалом вона робить це непогано. Проте справжній виклик – це пояснити аргументи та створити основу для того, що вона хоче, щоб трапилося.

¹⁸⁵ Can EU hear me? How to get the EU's message out [Electronic resource] // Friends Of Europe. – October 2004. – Available at : http://www.mie.ro/fisiere_atasate/ro22_1143540624Can%20EU%20Hear%20Me%20oct%202004.pdf

Це повинно йти зверху», – К. Річардсон (Keith Richardson), экс-Генеральний Секретар круглого столу промисловців.

Gallup Europe разом із веб-сайтом EurActiv.com EU опитали 1500 респондентів, запропонувавши 30 запитань. Підсумком цієї роботи стали пропозиції Комісару з комунікаційної стратегії М. Волстром щодо покращення комунікації ЄС із громадянами, а саме:

1) варто відвідати всі держави-члени протягом перших шести місяців перебування на посаді: проводити публічні форуми в кожній країні, щоб дізнатися, що люди думають про ЄС; підкреслювати, як ЄС допоміг своїм прибічникам; зустрічатися з редакторами найважливіших національних ЗМІ та провідними політиками;

2) просувати інформацію про переваги членства в ЄС: проводити огляди в кожній країні-члені, щоб з'ясувати вплив ЄС на життя людей та втрати, яких вони можуть зазнати, якщо країна вийде із Союзу; опублікувати результати, залучивши професійне агентство з комунікації, що має пан'європейську мережу; найняти «послів доброї волі» (відомих людей із різних сфер зайнятості), які б інформували про переваги Європи;

3) варто зробити послання ЄС цікавішими: не звертатися до громадян із надто детальною інформацією, достатньо три ключових моменти; пристосувати послання до аудиторії та наводити конкретні приклади, як нова політика впливає на пересічного громадянина; не приховувати політичну незгоду та інформувати про неї журналістів;

4) швидко реагувати на новини: створити групу швидкого реагування на події, яка б подавала прес-релізи протягом 4 годин з часу події в країні-члені; прискорити процедуру схвалення прес-релізів; створити відділ новин, який би постачав найновішу інформацію високих стандартів світовим та європейським ЗМІ про те, що відбувається в ЄС;

5) необхідно адаптувати канали до повідомлення та держави-члена: провести огляд ЗМІ в кожній державі-члені щодо величини, популярності та проникнення кожного національного й регіонального медіаканалу (ТБ, радіо, преса чи інтернет) для аудиторії, на яку варто орієнтуватися; заснувати стипендію для молодих журналістів «Розповідаючи про ЄС» (Reporting the EU) для тренінгових курсів у Брюсселі; перед оприлюдненням повідомлення. Треба чітко

з'ясувати, який вид ЗМІ обрати в кожній країні (ТБ, радіо, пресу, інтернет чи їх комбінацію);

6) у кожній інституції ЄС слід змінити пануючу культуру в напрямі комунікації: посилити інтеграцію із ЗМІ ЄС; позбутися адміністративних перепон між інституціями ЄС, які заважають активній співпраці під час медіакампаній, та знищити бюрократію, яка душить свободу відділів преси у виконанні своїх обов'язків; залучати професіоналів до роботи в прес-офісах ЄС;

7) використовувати ділові та подієві ЗМІ, щоб досягнути спеціалізованої аудиторії: спонукати ділові та подієві ЗМІ до поширення інформації про ідеї, політики та переваги ЄС; використовувати незалежні аудіовізуальні та інтернет компанії, щоб посилити поширення новин і збільшити спільне виробництво з телевізійними станціями; створити базу даних фахових та національних ЗМІ в кожній країні, до яких можна звернутися, щоб оприлюднити інформацію про події в ЄС;

8) варто донести повідомлення людям у державах-членах: надати державам-членам більше можливостей для оприлюднення нових політик, які матимуть вплив на країну; службовці та комісари ЄС повинні нести більшу відповідальність за інформування своїх країн про переваги ЄС; у кожній державі-члені слід створити Спеціальну групу з комунікації (Communications Task Force), яка б звела службовців ЄС, політиків і журналістів для обговорення шляхів донесення повідомлення ЄС до національного рівня, Спеціальна група з комунікації повинна регулярно звітуватися з конкретними рекомендаціями;

9) для передачі повідомлень ЄС потрібно застосувати підхід «Громадяни переконують громадян»: використовувати тих, хто вже отримав переваги від політик ЄС, послів як національних експертів, забезпечивши їх необхідними комунікаційними засобами; зобов'язати тих, хто вже отримав переваги від політик ЄС (науковців та дослідників за програмою Erasmus), проводити інформаційну роботу в своїх країнах; забезпечити місцевий бізнес та організації громадянського суспільства матеріалами ЄС рідними мовами, щоб ті інформували про переваги ЄС;

10) докласти особливих зусиль, щоб досягти молодь: доречно, щоб держави-члени включили матеріали, що стосуються ЄС, до

навчальних програм; для передачі повідомлення потрібно застосовувати нові технології (MMS, SMS, цифрове телебачення тощо), інтернет, молодіжні телевізійні станції як MTV чи MCM; особливо концентрувати увагу на молоді, коли розпочинається нова програма, яка найбільше впливає на неї¹⁸⁶.

Отже, у 1999 р. Європейський парламент звернувся з проханням до Комісії розробити інформаційно-комунікаційну стратегію. Перший крок – об'єднання у 2000 р. Генерального директорату X та служби спікера в новий Генеральний Директорат преси та комунікації під прямим політичним керівництвом президента Комісії. У 2001 р. ЄК наголошує, що основою інформаційно-комунікаційної політики є зобов'язання наблизити Європу до громадян, тому всі структури та інституції ЄС повинні подавати зрозумілу, необхідну інформацію, яка стосується інтересів громадян. У 2002 р. оприлюднено нову стратегію інформаційно-комунікаційної політики, мета якої – створити публічний форум для європейських дебатів. Комісія визначила кращу комунікацію серед своїх пріоритетів і в 2004 р. прийняла Інформаційно-комунікаційну стратегію, основою якої є децентралізація та делегування ініціативи, послідовність та гнучкість послань, партнерські угоди з державами-членами та багатofункціональний мультимедійний підхід.

2.3. Комунікаційна політика Європейського Союзу (2005 – 2014 рр.)

Усі рекомендації, ідеї, висловлювання, пропозиції лягли в основу **Плану Дій покращення комунікації ЄС 2005 р.** (Action Plan to Improve Communicating Europe by the Commission), головна мета якого – гарантувати ефективну комунікацію про Європу, що підтримується в межах Комісії сучасним та більш професійним підходом в усіх департаментах. План встановлює робочий метод для досягнення цієї мети, адже співпрацюючи та плануючи разом департаменти Комісії покращать комунікацію та імідж інституції і всього ЄС. У Плані йдеться про те, що «комунікація є більше ніж

¹⁸⁶ Can EU hear me? How to get the EU's message out [Electronic resource] // Friends Of Europe. – October 2004. – Available at : http://www.mie.ro/fisiere_atasate/ro22_1143540624Can%20EU%20Hear%20Me%20oct%202004.pdf

інформація: вона встановлює відносини та ініціює діалог і громадянами Європи, вона уважно їх вислуховує та контактує з людьми ... вона є суттєвою частиною політичного процесу»¹⁸⁷.

Не зважаючи на певні спроби покращити комунікацію протягом 2001– 2004 рр., у цьому документі Комісія визнає свої слабкі місця, над якими слід працювати:

– постійна фрагментація комунікаційної діяльності через недостатню координацію та планування;

– повідомлення відображали політичні пріоритети, але не були пов'язані з інтересами та потребами громадян: кампанії зосереджували свою увагу на політичній еліті та ЗМІ, а не на громадянах;

– неадекватна імплементація: стратегії фокусувалися на фінансуванні кампаній, а не на діалозі та проактивній комунікації.

Новий підхід передбачає дотримання трьох стратегічних принципів:

1) *слухання*, бо комунікація – це діалог, і громадяни Європи хочуть, щоб їх почули та щоб їхня активна участь вплинула на політику ЄС;

2) *комунікація*: громадян варто інформувати в доступній формі про вплив політик та діяльності ЄС на їхнє повсякденне життя;

3) *зв'язок із громадянами на локальному рівні*: уся діяльність ЄС повинна орієнтуватися на вирішення демографічних, національних та локальних проблем через канали, яким громадяни надають перевагу, та мовою, яку вони розуміють.

У документі особливо наголошено на необхідності двостороннього процесу: інформувати людей про роль Європи через конкретні досягнення та проекти й дослуховуватися до очікувань громадян щодо того, що має бути зроблено в майбутньому. Дебати охопили таку тематику (хоча вона не обмежена):

– економічний та соціальний розвиток Європи: спроможність Європи до зростання добробуту громадян; створення робочих місць; спільні цінності, на яких базуються економічні та соціальні моделі в Європі; реформи, які сприятимуть конкурентоспроможності та створять умови для сталого розвитку;

¹⁸⁷ Action Plan to improve communicating Europe by the Commission [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/comm-initiatives/2005-action-plan-improve-communicating-europe-by-commission-sec2005-985_en.pdf

– ставлення до Європи та завдань Союзу: акцентувати увагу на перевагах, які принесло громадянам членство в ЄС; обговорювати, що варто зробити на місцевому рівні; як громадяни бачать майбутнє ЄС, зокрема в таких сферах, як правосуддя, свобода, безпека, зміни клімату, природні лиха;

– кордони Європи та роль Європи у світі: перспективи нового розширення; безпека на континенті; відносини з сусідами, вплив Європи на інші великі блоки у світі.

Комісія визначила такі пріоритетні дії (у Додатку до Плану дій усього запропоновано 50 конкретних кроків для кожного пріоритетного напрямку):

– встановлення пріоритетів комунікації;

– активна координація діяльності Комісії через мережу підрозділів із комунікації Генеральних Директоратів;

– посилення представництв як частини цільових пілотних проектів;

– краще використання комунікаційних засобів, яким надають перевагу громадяни;

– визначення реальних переваг політик ЄС;

– тренінг та рекрутинг фахівців у сфері комунікації.

У Плані Дій комісарів розглядають як головних та найефективніших комунікаторів, які вдаються до скоординованих дій з пріоритетів комунікації та визначають свою діяльність і порядок денний Колегії з точки зору комунікаційних аспектів.

Спрямування комунікаційної діяльності в межах окреслених трьох принципів вимагає культурних та структурних змін у всій Комісії. Основою цих змін повинні стати комунікаційні підрозділи в усіх департаментах Комісії, завдання яких – забезпечувати координацію з ГД з комунікації; підтримувати постійний зв'язок із службою спікера; прослідковувати інформаційні аспекти політичних ініціатив; регулярно надавати представництвам та делегаціям матеріали для брифінгів із місцевою та регіональною пресою; пропонувати та здійснювати керівництво комунікаційними планами. Співпраця та координація діяльності цих підрозділів здійснюється через Зовнішню комунікаційну мережу (External Communication Network (ECN)).

Комісія навіть запропонувала своє бачення координації стратегічної комунікації в межах підрозділів:

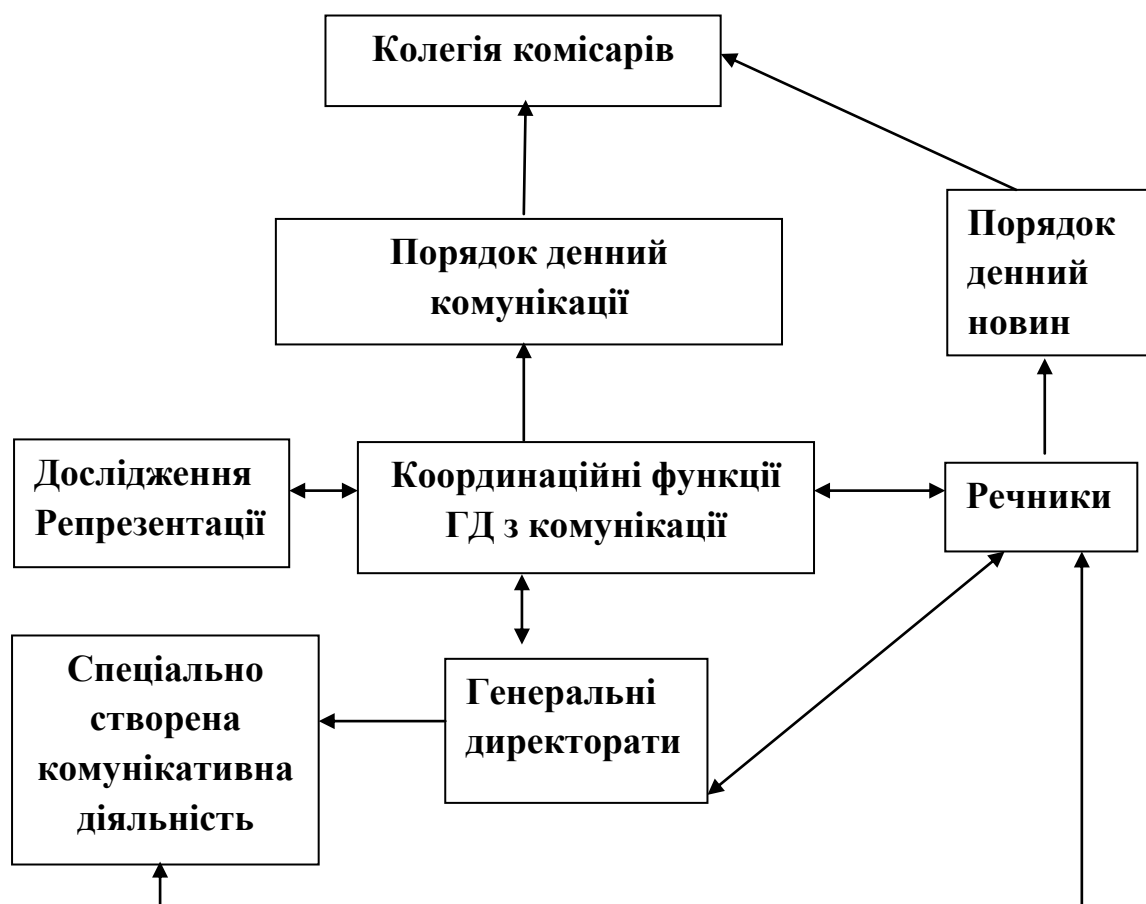


Рис. 2.5. Координація стратегічної комунікації¹⁸⁸

Комісія покращить діалог та зробить консультації публічними, щоб гарантувати повну прозорість і ширшу участь громадськості (у контексті Європейської ініціативи прозорості та Плану дій кращого регулювання (the European Transparency Initiative and Better Regulation action plan)). Ключові пропозиції будуть підкріплювати «висновками для непрофесіоналів» («layperson's summary»), які пояснюють особисті та суспільні переваги політики. Проект пропозицій Комісії готує відповідний ГД. Цей проект повинен бути зрозумілим, простим, точним і без «єврожаргону».

¹⁸⁸ Action Plan to improve communicating Europe by the Commission [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/comm-initiatives/2005-action-plan-improve-communicating-europe-by-commission-sec2005-985_en.pdf

Генеральний Директорат преси та комунікації перейменовано в Генеральний Директорат з комунікації, щоб проілюструвати новий підхід до комунікації та нову місію, наголошуючи на своїй ролі в підтримці комунікації в усій Комісії. Команда планування та координації відповідає за підготовку комунікаційного порядку денного на основі інформації від усіх ГД та ГД з комунікації.

Комісія зорієнтована на краще слухання громадян ЄС, проте до цього процесу повинні долучитися всі політичні прихильники, адже неможливо вступити в діалог із кожним. Зворотній зв'язок може забезпечуватися через систематичні огляди Євробарометра, медіамоніторинг, політичні доповіді від представництв, контактних центрів, через консультаційний процес. Основна увага зосереджена на визначенні пріоритетів комунікації. Генеральний Директорат з комунікації розробить стандарти якості для оцінки основних комунікаційних дій та сприятиме іншим ГД засобами оцінки та пропозиціями індикаторів оцінки.

Служба спікера, що знаходиться під прямою політичною владою Президента, – ключовий компонент ГД з комунікації; вона відповідає за донесення політичних пріоритетів Комісії для ЗМК та встановлює порядок денний для кореспондентів ЄС; посиляться якісний контроль прес-релізів, найважливіші тексти будуть адаптуватися до локальної аудиторії.

Представництва діють як офіційні представники Комісії в кожній державі-члені та слугують інтересам усієї інституції. Вони відіграють ключову роль в імплементації Плану Дій, зверненні до цільової аудиторії її мовою. Для сприяння Генеральним Директоратам у їхню комунікаційну діяльність повинні залучатися представництва, які повинні мати можливість отримувати доступ до інформації в кожному ГД та сфері кожного Комісара. Представництва доповідають від імені Комісії та підтримують контакт із ЗМК країни, слідує порядку денному та втілюють комунікаційні плани, організовують національну комунікаційну діяльність з питань ЄС як частини національних політичних дебатів, посилюють використання засобів комунікації та пропонують послання місцевими мовами.

Європейський парламент вивчає можливість створення каналу Парламенту ЄС. Комісія розглядає ймовірність створення кращої мережі телевізійних каналів Європи й зобов'язується продовжувати

розбудовувати мережі між мовниками на національному та пан'європейському рівнях, включаючи парламентські канали.

Згідно з Планом дій ГД з комунікації буде продовжувати керувати аудіовізуальною агенцією новин «Europe by Satellite» та забезпечувати аудіовізуальних журналістів усіма необхідними професійними та технічними умовами. З кінця 2005 р. започатковано регулярні «неформальні зустрічі» між лідерами ЄС, громадянським суспільством та теле-/радіо журналістами. Ця програма буде транслюватися «Europe by Satellite». Комісія буде звертати увагу на спеціальні потреби аудіовізуальних мовників під час організації новиннісних подій.

Веб-сайт ЄС «Еуропа» – найбільший публічний веб-сайт світу, багате джерело інформації – відіграє ключову роль у комунікаційних зусиллях Комісії. Однак існує потреба акцентувати увагу на комунікації, полегшити навігацію, прагнути забезпечити багатомовність сторінок «Еуропа». ГД з комунікації запровадить посаду редактора веб-сайту «Еуропа», щоб забезпечити вдалу структурованість сайту та уникнути співпадінь у текстах. Інформацію для широкої громадськості представництва будуть надавати місцевими мовами відповідно до потреб та реалій. Тематичні сторінки для спеціалізованої аудиторії будуть керуватися ГД, що відповідають за конкретну тему під контролем редактора сайту та, за потреби, із його допомогою. Тематичні портали повинні бути легко доступні всім зацікавленим у будь-якій інституції.

Публікації Комісії адресовані цільовій аудиторії згідно з принципом «чим менше, тим краще». Редактор публікацій буде організовувати цю діяльність у тісній співпраці із ОРОСЕ (Офісом офіційних публікацій ЄС – The Publications Office of the European Union) та шукатиме спільні моменти між темами та Генеральними Директоратами.

Європейська лінія прямого телефонного зв'язку є корисним комунікаційним каналом та способом отримання прямого зворотного зв'язку з громадянами щодо їх інтересів та проблем.

ГД з комунікації керує Центрами європейської документації у вищих навчальних закладах та мережею незалежних доповідачів, відомих як «Командна Європа» («Team Europe»), а також підтримує діяльність трьох найбільших інформаційних центрів у Лісабоні,

Парижі та Римі. Ці джерела інформації охоплюють усі політики ЄС та загалом створені саме для неспеціалізованої аудиторії.

Комісія буде й надалі першочергово приділяти особливу увагу потребам журналістів, національних та місцевих політиків, громадянському суспільству, молодим людям, зокрема студентам та учням. Комісія наголошуватиме на інформаційних можливостях для вчителів. Комісари будуть тісніше взаємодіяти із групами відвідувачів та час від часу будуть приймати їх у кімнаті для преси в Verlaymont для дискусій.

Щодо співпраці з журналістами, то будуть проводитися тренінги, передусім для журналістів регіональних і місцевих ЗМК, особливу увагу було зосереджено на програмі стажування студентів-журналістів¹⁸⁹.

У червні 2005 р. Європейська Рада закликала до вивчення просування інституційних реформ (параграф 3 Декларації глав держав чи урядів держав-членів ЄС щодо ратифікації Договору про запровадження Конституції для Європи)¹⁹⁰. У відповідь 13 жовтня 2005 р. ЄК прийняла «План Д для діалогу, демократії та дебатів» («Plan D for Democracy, Dialogue and Debate»)¹⁹¹ (вартістю € 6,6 млн), метою якого було заохотити держави-члени до організації широких публічних дебатів про майбутнє ЄС, залучивши громадян, громадянське суспільство, соціальних партнерів, національні парламенти та політичні партії за підтримки інституцій ЄС.

В основі Плану Д – стратегічні принципи Плану дій, тому й основна ідея Плану Д була «слухати краще», «пояснювати краще» та «дійти до місцевого рівні», щоб залучити громадян. План стимулював консультації про майбутнє Європи, які були додатковим елементом до консультацій прихильників та загальної аудиторії щодо пропозицій окремих політик. План Д поширювався через шість транснаціональних проектів європейських громадян, керівництво

¹⁸⁹ Action Plan to improve communicating Europe by the Commission [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/communication_com_en.pdf

¹⁹⁰ Declaration by the Heads of State or Government of the Member States of the European Union on the Ratification of the Treaty establish a Constitution for Europe, European Council [Electronic resource]. – 2005. – 16 – 17 June. – Available at : http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/ec/85325.pdf

¹⁹¹ Plan D for Democracy, Dialogue and Debate [Electronic resource]. – Available at: http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/decisionmaking_process/a30000_en.htm

якими здійснювали організації громадянського суспільства. Мета проектів – випробувати інноваційні методи консультацій та надати змогу людям із різних національних публічних сфер зв'язатися між собою як громадяни Європи та обговорити майбутнє ЄС¹⁹².

У Плані Д було визначено такі операційні цілі:

Операційна ціль 1. Сприяти національним обговоренням: Комісія допомагає організовувати одне загальнонаціональне обговорення в кожній країні-члені за активної участі національних парламентів та з просуванням національних ініціатив; організація Європейської конференції у травні 2006 р. для забезпечення зворотного зв'язку.

Операційна ціль 2. Стимулювати ширші публічні дебати: візити комісарів у країни-члени для кращого інформування громадян із широким медіависвітленням та покращення іміджу комісарів; організація щомісячних спеціальних подій та обговорень з цільовою аудиторією на національному рівні; розширення мережі центрів Europe Direct для покращення комунікації з громадянами на локальному рівні; проведення Європейського круглого столу та національних круглих столів для політичного діалогу Комісії, інституцій та громадян; організація спеціальних подій Європейськими послами доброї волі для покращення іміджу ЄС, пояснення його політик громадянам.

Операційна ціль 3. Сприяти участі громадян у демократичному процесі: організація ефективних консультацій з цільовими аудиторіями для їх подальшого врахування під час розроблення політик ЄС; організація та підтримка європейських експертних груп для посилення відчуття причетності громадян до політичного процесу; відкритість у діяльності Ради та інших інституцій ЄС; покращення електронної системи голосування для громадян.

Операційна ціль 4. Генерувати справжній діалог про європейські політики: пояснення політик ЄС комісарами перед національними парламентами, що має також сприяти більшій транспарентності інституцій ЄС; замовлення оглядів Євробарометра для аналізу точок зору та очікувань громадян ЄС; розробка нового сайту, присвяченого

¹⁹² Карпчук Н. Комунікаційна політика Європейського Союзу : План Д для діалогу, демократії та дебатів / Н. Карпчук // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2011. – № 20 (217). – С. 54 – 58.

дебатам; залучення фокус-груп для оцінки ефективності комунікаційних зусиль.

У червні 2006 р. Європейська Рада визнала внесок ЄК у період, коли вивчали ставлення громадськості до ЄС, та зазначила, що зобов'язання ЄС стали більш динамічними, демократичними й транспарентними, виходять за рамки цього періоду, а посилений діалог із громадянами вимагає адекватних засобів та зобов'язань, і рекомендувала продовжити період вивчення до 2007 р. включно¹⁹³. Реакцією Комісії на цей заклик стала інформаційна записка «План Д – ширші та глибші дебати про Європу» («Plan D — Wider and Deeper Debate on Europe»)¹⁹⁴. Комісія поновила свої зобов'язання згідно з Планом Д і вирішила співфінансувати нову серію проектів громадянського суспільства, зосередивши свою увагу на молоді, жінках та «рухові до місцевого рівня». Період вивчення завершився в червні 2007 р., коли Європейська Рада погодилася на мандат для нової міжурядової конференції (Intergovernmental Conference (IGC)) для реформування інституційних рамок Союзу. Конференція відбулася в жовтні 2007 р, а в грудні 2007 р. у Лісабоні було підписано угоду про внесення змін в Угоду про Європейський Союз й Угоду про заснування Європейської Спільноти.

1 лютого 2006 р. Комісія запропонувала **Білу книгу з Європейської комунікаційної політики** (White Paper on a European Communication Policy), основна мета якої – зробити крок уперед і запросити всіх гравців запропонувати власні ідеї щодо співпраці для заповнення розриву в комунікації з громадянами¹⁹⁵. На протипагу Плану дій, який був зорієнтований на покращення комунікації Комісії, Біла книга адресована всьому ЄС, включаючи інші центральні інституції, держави-члени, європейські політичні партії та громадянське суспільство. Результатом має стати порядок денний, зорієнтований на кращу комунікацію для посилення громадського обговорення в Європі. Варто згадати, що при укладанні Білої книги Комісія взяла до уваги рекомендації Резолюції Європейського

¹⁹³ Presidency Conclusions, European Council [Electronic resource]. – 2006. – 15 – 16 December. – Available at : http://www.consilium.europa.eu/ueDocs/cms_Data/docs/pressData/en/ec/90111.pdf

¹⁹⁴ Plan D — Wider and Deeper Debate on Europe [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/SEC2006_1553_en.pdf

¹⁹⁵ White Paper on a European Communication Policy [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/documents/comm/white_papers/pdf/com2006_35_en.pdf

парламенту з впровадження Інформаційно-комунікаційної стратегії ЄС¹⁹⁶.

Необхідність оприлюднення Білої книги була зумовлена низкою комунікаційних проблем у межах ЄС:

- 1) зниження довіри до політиків та урядів у всіх західних демократіях;
- 2) унікальна, проте складна система прийняття рішень у ЄС, яку важко зрозуміти;
- 3) лінгвістичні бар'єри, які ускладнюють розробку політик;
- 4) ті, хто приймають рішення на національному рівні, часто звинувачують ЄС у своїх невдачах; однак, якщо їхні рішення є успішними, то вважаються суто їхньою заслугою;
- 5) відсутність справжніх загальноєвропейських політичних партій, загальноєвропейські референдуми та вибори сприймаються лише через призму власних національних інтересів;
- 6) відсутність потужних загальноєвропейських медіа, місцеві ЗМК розглядають політики ЄС лише в контексті власних політичних систем;
- 7) недооцінювання ролі держав-членів у інформуванні про ЄС;
- 8) інформаційно-комунікаційна стратегія ЄС завжди тяжіла до централізованого інформування та PR-діяльності, а не формування справжньої публічної сфери, зосередженої на інтересах громадян¹⁹⁷.

Зважаючи на ці недоліки, у Білій книзі Європейська комісія пропонує фундаментально новий підхід: рішучий відхід від односторонньої комунікації до посилення діалогу; від комунікації, яка зосереджена на інституціях, до комунікації, зосередженій на громадянах; від підходу Брюсселя до більш децентралізованого підходу. Комунікація має стати політикою ЄС на службі громадян. Вона повинна базуватися на справжньому діалозі між людьми та політиками, на живих дискусіях між самими громадянами. Усі

¹⁹⁶ European Parliament Resolution on the Implementation of the European Union's Information and Communication Strategy [Electronic resource] // Herrero Report, (2004/2238(INI). – Available at : <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+PRESS+DN-20050512-1+0+DOC+XML+V0//EN#SECTION9>

¹⁹⁷ Jacuński M. The role of European political parties in closing the communication gap within the European Union. A critical view [Electronic resource] / M. Jacuński. – Available at : http://www.academia.edu/10019348/The_role_of_European_political_parties_in_closing_the_communication_gap_within_the_European_Union._A_critical_view

прошарки суспільства повинні мати право на чесну та повну інформацію про ЄС і бути впевненими, що їхні погляди та переживання почуті інституціями ЄС.

Біла книга розпочала консультативний процес, який має покращити залучення основних акторів, що приймають політичні рішення, зокрема національні та європейські парламенти. Два провальних референдуми щодо Конституційного договору навесні 2005 року забезпечили політичний контекст для пришвидшення розгляду питання комунікації. Стримана реакція кількох національних парламентів на ініціативу Європейського парламенту залучити їх до спільного дискусійного форуму про майбутнє Європи проілюструвала обмежені зобов'язання серед багатьох національних відповідальних осіб щодо активної європейської інтеграції.

Європейська комісія визначила 5 сфер діяльності в партнерстві з іншими інституціями ЄС, державами-членами та громадянським суспільством, а саме:¹⁹⁸

1. Визначення загальних принципів: право на інформацію та вільне вираження думок є в основі демократії й гарантоване Маастрихтським договором та Європейською Хартією Основних Прав (European Charter of Fundamental Rights) (ст. 11 Хартії). Це повинно стати точкою відліку в процесі, спрямованому на окреслення спільних принципів та поглядів на комунікаційну політику ЄС. Іншими важливими принципами, що лежать в основі комунікації є: *включеність*: усі громадяни повинні мати доступ до інформації про питання, що викликають громадський інтерес, своїми рідними мовами через різноманітні канали, включаючи ЗМІ та нові технології, зокрема інтернет; *різноманітність*: усі громадяни ЄС мають різноманітне соціальне й культурне походження та дотримуються різних політичних поглядів, тому комунікаційна політика ЄС повинна поважати всі точки зору, що висловлюються під час політичних дискусій; *участь*: громадяни мають право висловлювати свої думки, бути почутими та мати можливість діалогу з тими, хто приймає рішення.

2. Надання повноважень громадянам: передбачається, що майбутня робота в галузі створення успішної комунікаційної

¹⁹⁸ White Paper on a European Communication Policy [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/documents/comm/white_papers/pdf/com2006_35_en.pdf

політики буде концентруватися навколо таких трьох цілей: *покращення світської освіти*: світська освіта, яка є обов'язком держав-членів, не повинна зводитися до викладання учням про інституції та політику ЄС, вона повинна допомогти всім віковим категоріям використовувати інтернет, щоб мати доступ до публічної політики та приєднатися до дискусії. Програми Leonardo da Vinci, Socrates, Erasmus, Youth in Action допомагають молоді в Європі; *зв'язок громадян один з одним*: хоча комунікаційні технології безперечно є важливими, проте зустрічі віч-на-віч залишаються суттєвими; *зв'язок громадян та громадських інституцій*: у Плані дій Комісії з європейської комунікації 2005 р. підкреслено, що дослухатися до громадян дуже важливо, вказано, що Комісія має намір зробити, щоб «навести порядок у своєму домі». Комісія представила також Європейську ініціативу прозорості (European Transparency Initiative SEC (2005)1300/6 of 9 November 2005). Особливу увагу приділено праву громадян спілкуватися з інституціями за допомогою власної мови, адже мультлінгвізм – невід'ємна частина легітимності, прозорості та демократичності ЄС.

3. Співпраця із ЗМІ та новими технологіями: інформаційна революція суттєво посилила доступність інформації та відкрила світ інтерактивних медіа, що дало змогу величезній кількості людей зв'язуватися один з одним; використання потенціалу інформаційних технологій допоможе заповнити інформаційну прірву. Діяльність повинна зосередитися на таких цілях: *надання Європі «людського обличчя»*: ЄС часто сприймається «без обличчя», тому громадянам слід допомогти зв'язатися з Європою, адже політична інформація має більший вплив, коли вміщена в рамки інтересів людей, це дає змогу громадянам зрозуміти, як і чому це стосується їх особисто; *національні, регіональні та місцеві виміри*: пан'європейські ЗМІ та спеціалізована преса відіграють важливу роль у забезпеченні доступу громадян до сталого потоку загальної інформації, проте європейські питання мають обговорюватися і в національному, і в місцевому контекстах за ініціативи національних і місцевих політиків та інституцій, а інституції ЄС усіляко повинні цьому сприяти; *використання потенціалу нових технологій*: цифрові технології можуть запропонувати нові канали комунікації з європейських питань, нові форуми громадських обговорень та нові засоби

транскордонної демократії. Ініціатива i-2010 (i2010 – A European Information Society for growth and employment)¹⁹⁹ намагалася сприяти подоланню цифрового розриву, акцентуючи увагу на таких питаннях, як рівні можливості, інформаційно-комунікативні навички та нерівність європейських регіонів у доступі до інтернету.

4. Розуміння європейської публічної політики: європейська громадська думка – комплексне й складне явище, бо відображає різноманітні національні перспективи й розуміння цього стає окремим викликом. Саме Європейська комісія була першою в запровадженні такого нового засобу, як огляди Євробарометра для аналізу громадської думки. Зокрема, Євробарометр став основною базою даних; він на регулярній основі досліджує громадську думку в державах-членах та державах-кандидатах ЄС, опитуючи кожного разу тисячі людей. Усі огляди доступні для загальної публіки та дослідників.

5. Спільне виконання роботи. Партнерський підхід має залучати всіх ключових акторів, а саме: держави-члени мають довготривалі зобов'язання співпрацювати з європейськими інституціями щодо інформування людей про Європу та створення національних зв'язків із Брюсселем; необхідно докласти зусиль для гарантування того, що інституції ЄС працюють паралельно для покращення комунікації. Органи та інституції ЄС, які беруть участь у Міжінституційній групі з інформації (Inter-institutional Group on Information), мають сприяти децентралізації комунікації, зробивши її «місцевою», і заохочувати держави-члени активніше інформувати громадян про справи ЄС; багато стратегій та програм ЄС реалізовано на регіональному та місцевому рівнях, місцева й регіональна влада залучає місцеві спільноти до обговорення європейських питань (наприклад, Комісія та Шотландська виконавча влада тісно співпрацюють над проектом «наближення рішень до людей» («bring decisions closer to the people») через серію двосторонніх ініціатив між громадянами та інституціями); політичні партії відіграють важливу роль у формуванні громадської думки та в стимулюванні обговорень з європейських справ; на організації громадянського суспільства

¹⁹⁹ i2010 - A European Information Society for growth and employment [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/index_en.htm

також покладаються великі сподівання щодо ознайомлення громадян із питаннями ЄС та заохочення до їх активного обговорення.

Зважаючи на всі виокремлені проблемні питання щодо комунікаційної політики, Європейська комісія запропонувала цілу низку шляхів їх можливого розв'язання, а саме:

1. Загальні принципи та норми, які корегують інформаційно-комунікативну діяльність ЄС, могли б бути окреслені в документі з можливою назвою Європейська Хартія (European Charter) чи Кодекс поведінки в галузі комунікації (Code of Conduct on Communication). Мета такого документа – залучати всіх акторів (інституції ЄС, національні, регіональні та місцеві уряди, неурядові організації) до спільних зобов'язань, які базуються на добровільній основі, поважати ці принципи та гарантувати, що комунікаційна політика ЄС слугує інтересам громадян. Комісія започатковує громадянський веб-форум, який триває протягом шести місяців, для пошуку ідей щодо мети та бажаного наповнення такого документа. Організують громадські обговорення, держави-члени сприяють дискусіям та консультаціям на національному рівні. Веб-сайт оновлюється регулярно й інформує про стан дискусій на європейському, національному та регіональному рівнях. Після завершення консультаційного періоду Комісія представляє результати та визначається з типом документа – Хартія, Кодекс поведінки чи інший документ.

2. Наступним важливим кроком є забезпечення доступу громадян. Освіта громадян є обов'язком національного та регіонального рівня, проте ЄС може забезпечити обмін найкращими практиками та полегшити розвиток спільних освітніх засобів, щоб ефективніше відображати європейські виміри. Це можна реалізувати через спеціальну програму в межах існуючих структур, таких як Коледж Європи (College of Europe), чи через нову структуру з метою обміну інноваційними підходами до освіти громадян. Інший важливий проект – трансформація бібліотек у цифрові пов'язані європейські бібліотеки («digitally connected European libraries»), які працюють як інформаційні та навчальні центри, гарантуючи всім громадянам вільний доступ до інформаційних технологій та релевантної інформації.

Держави-члени скоординовують свої зусилля та створюють нові місця засідань, відкриті для громадян усіх поколінь і різного походження, організують культурні та політичні заходи, що стосуються Європи. Інституції та органи ЄС співпрацюють для координації, покращення та розширення програм відвідувачів, забезпечуючи збалансоване представлення різних груп інтересів. Три основні інституції ЄС організують об'єднані відкриті дебати, які доповнюють Парламентські дебати, базуючись на запитаннях від громадськості чи журналістів.

3. Питання залучення журналістів – це ще один важливий аспект. Європейська комунікаційна політика повинна заохочувати громадські органи на європейському, національному та регіональному рівнях постачати ЗМІ високоякісними новинами й матеріалами про поточні події, тісніше співпрацювати з теле- / радіомовниками та медіаоператорами, встановити нові зв'язки з регіональними та місцевими комунікативними системами, активно використовувати нові технології. Інституції ЄС повинні бути краще оснащені засобами та потужностями комунікації, чому має сприяти вдосконалення Europe By Satellite (основну увагу звертають на виробництво високоякісного аудіовізуального контенту та створення міжінституційної служби, що діє на основі професійних стандартів) та Європейська програма навчання у сфері громадської комунікації (European Programme for Training in Public Communication), за якою службовці європейських і національних інституцій могли б навчатися у сфері комунікації та медіатехнологій. Інституції ЄС повинні досліджувати способи найефективнішого забезпечення матеріалами пан'європейських, національних і місцевих ЗМІ з метою адаптації інформації до потреб різних країн та сегментів населення. У Плані Д зазначено, що Європейський круглий стіл за демократію (European Round Table for Democracy) міг би укласти проект доповіді з інформаційних технологій та демократії в Європі.

4. Суттєва роль відводиться оглядам Євробарометра, які пропонуватимуть опитування та якісні дослідження комунікації ЄС. Нова мережа національних експертів з досліджень громадської думки сприятиме обміну найкращими практиками та розвитку спільної діяльності між дослідниками різних рівнів. Інституції ЄС та держави-члени об'єднують свої ресурси для створення незалежної

Обсерваторії європейської громадської думки (Observatory for European Public Opinion), яка б забезпечила глибинний аналіз тенденцій громадської думки.

5. Уся окреслена діяльність має відбуватися на партнерській основі. Співпраця може бути фінансовою, наприклад, на зразок партнерського менеджменту, підписаного між Комісією та владою Німеччини, чи оперативною, включаючи співпрацю між Європейськими мережами та ретрансляторами (European Networks and Relays) такими, як нова мережа Europe Direct. Варто ініціювати нові, структуровані форми співпраці між національною владою у сфері публічної комунікації, щоб ділитися досвідом з питань комунікації в Європі для розвитку спільних ініціатив. Пошук моделей плідної співпраці особливо важливий у сфері зовнішніх відносин. Масштаби співробітництва між Комісією та Європейським парламентом мають суттєво розширитися. Економічний і соціальний Комітет та Комітет регіонів уже заохочують регіональні й місцеві обговорення європейських питань. Політичні партії могли б теж сприяти обговоренням через транснаціональні «мозкові центри». Громадські інституції могли б посилити свою роль через цільові проекти співпраці в галузі публічної комунікації²⁰⁰.

Хоча Білій книзі бракує революційності та конкретних політичних пропозицій, текст характеризується здоровим реалізмом та довготривалою перспективою. Підхід, який Комісія визначає як «фундаментально новий», дійсно таким є, бо Комісія звертається до інших інституцій та європейської громадськості за пропозиціями для розвитку кращої комунікації з питань ЄС. В епоху М. Востром Комітет ЄП з культури (the EP Committee on Culture), який також має справу з комунікацією, протягом майже десяти років марно вимагав провести дискусії зі щорічних пріоритетів комунікації Європейської комісії перед їх остаточним визначенням. Саме Біла книга розпочинає консультаційний процес, який може покращити залучення основних акторів, які приймають політичні рішення, зокрема національні та європейські парламенти.

Європейській комісії потрібно було багато часу, щоб представити Білу Книгу, що свідчить про делікатність питання. У багатьох

²⁰⁰ White Paper on a European Communication Policy [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/documents/comm/white_papers/pdf/com2006_35_en.pdf

країнах-членах політики традиційно мають слабе уявлення про комунікаційні зусилля акторів ЄС, особливо через представників Європейської комісії. Національні уряди надають перевагу монополізації національних дебатів з приводу європейських політичних питань, а зростання євроскептицизму у внутрішній політиці призвело до ще суворішого нагляду, чи бувало комунікація ЄС не порушує національні повноваження та не спричиняє марне витрачання грошей. Два провальних референдуми щодо Конституційного договору навесні 2005 р. забезпечили політичний контекст для пришвидшення розгляду питання комунікації.

Акредитовані в Брюсселі журналісти відразу відреагували на Білу книгу з певною зацікавленістю, що їх можуть зробити інструментом політики ЄС, та деяким острахом, що їх оминуть початкові плани створення агенції новин ЄС. Проте така критична реакція не дивна, зважаючи на те, що проект Білої книги теж викликав багато критики від самої Комісії. Деякі комісари скаржилися на винятково самокритичний тон тексту щодо європейських інституцій (цей же аргумент висловлювали 2001 р. з приводу Білої Книги з управління). Стверджували, що важливі пропозиції були політично нереальними чи юридично нездійсненними, що початковий проект надто зосереджував увагу на дефіциті демократії, тісно пов'язуючи його із дефіцитом комунікації ЄС. Насамкінець казали, що публікація тексту повинна мати форму більш загальної Зеленої Книги, оскільки вона навряд чи розв'яже питання інституційного впровадження та фінансових наслідків. Хоча С. Курпас, М. Брюгеман та К. О. Мейер вважають, що основні концепції не зовсім точно використовуються й мова тексту іноді дещо не зрозуміла, проте, виходячи із загальної мети Білої книги – подолати комунікаційний розрив між тими, хто приймає рішення, та громадянами ЄС, загальний підхід є цілком реалістичним і доречним²⁰¹.

У Білій книзі Комісія пропонує два досить нових терміни – «комунікаційна політика» та «Європейська публічна сфера», проте не дає їх однозначного й точного тлумачення. Комісія заявляє, що вводить новий термін «комунікаційна політика» як нову сферу

²⁰¹ Kurpas S. The Commission's White Paper on Communication: Mapping a Way to a European Public Sphere [Electronic resource] / S. Kurpas, M. Brüggemann, Ch. O. Meyer. – Available at : <http://www.ceps.eu/book/commissions-white-paper-communication-mapping-way-european-public-sphere>

політики, так і нову мету для галузі комунікації. Раніше не існувало комунікаційної політики, лише стратегія інформації та комунікації, не існувало комісара з комунікації, а Генеральний Директорат з комунікації (DG Communication) назвали Генеральним Директоратом преси (DG Press). Комісія прагнула рухатися від інформації до комунікації та заснувати комунікацію як політику з певними правами й кінцевою метою розвитку європейської публічної сфери.

Новий термін «комунікаційна політика» замість «інформаційна політика» вказує на відхід від односторонньої інформації до справжньої взаємодії з громадянами. Проте на думку С. Курпаса, термін «інформаційна політика» більш адекватний, бо позначає інформаційну діяльність інституцій ЄС та вказує на готовність / неготовність громадян взаємодіяти²⁰². Однак для повного заснування комунікаційної політики як галузі політики ЄС варто переглянути договори. Наприклад, Комісія має право інформувати громадян ЄС про свою діяльність як частину інституційної прерогативи, проте не існує чіткого мандату розробляти загальну комунікаційну політику ЄС.

Комунікаційні повноваження, як і пов'язані з ними ключові питання освіти та медіаполітики, покладено на держав-членів. Європейські інституції можуть діяти лише в обмежених правових рамках та в межах недостатніх ресурсів. Не існує очевидних заперечень щодо компетенції ЄС інформувати громадян про результати політики, проте створення «європейської публічної сфери» – досить амбітна мета. Для посилення конкретних ініціатив Білої книги, для того, щоб не складалося враження, що ці ініціативи нав'язує Брюссель, Рада та Європейський парламент повинні надати Комісії чіткий мандат, а не лише бюджет для комунікації.

Інший важливий термін (окрім «комунікаційна політика»), який не отримав чіткого тлумачення – «європейська публічна сфера». К. О. Мейер розглядає три функції громадської сфери в демократичному суспільстві, а саме²⁰³:

²⁰² Kurpas S. A Citizens' Compact: Reaching out to the Citizens of Europe / S. Kurpas et al. // EPIN Working Paper No. 1. – Brussels : European Policy Institutes Network, CEPS, 2005.

²⁰³ Meyer Ch. O. Europäische Öffentlichkeit als Kontrollsphäre: Die Europäische Kommission, die Medien und politische Verantwortung / Ch. O. Meyer. – Berlin : Vistas, 2002. – P. 68 – 71.

- 1) надати громадянам можливість сформувати поінформовану точку зору про те, як вони можуть пов'язати свої преференції з наявним політичним вибором,
- 2) забезпечувати відповідальність тих, хто приймає рішення, за свої дії, вивчаючи діяльність політиків між виборами;
- 3) сприяти загальній громадській єдності та довірі в суспільстві, надаючи широким групам у межах суспільства можливість бути почутими.

На відміну від переговорів у сфері бізнесу, дебати не проводять з позиції торгів чи сили, лише сила кращого аргументу призводить до прийнятного компромісу. Як результат, основний внесок публічної сфери в демократію – спроможність перетворити ізольованих індивідів у спільноту активних, поінформованих громадян, які взаємно довіряють один одному.

Біла книга розуміє європейську публічну сферу як дійсно міжнаціональне середовище, де пан'європейські ЗМІ та партії формують публічний дискурс і спільну політичну культуру, та акцентує увагу на тому, що Європа повинна знайти «своє місце» в національних обговореннях. Таке розуміння створює несприятливий образ європейської публічної сфери як еквіваленту національної громадської сфери, що могло б бути властивим супердержаві, але не політичній єдності, яка залежить від політичного волевиявлення громадян, організованих у межах національних держав. Пан'європейським ЗМІ також бракує масованості звертання та чіткого місця на ринку поза зацікавленими елітними колами.

На думку Дж. Герхардса, національні ЗМІ, хоча й повільно, розширюють медіаохоплення питань ЄС (так звана «вертикальна європеїзація»), водночас справжні міжнаціональні дебати («горизонтальна європеїзація») є спорадичним та залишаються рідкісним явищем. Усе, що потрібно в такій ситуації, це не створювати комунікаційний простір, який конкурує з національними громадськими сферами, а створити європеїзацію національних громадських сфер, що буде супроводжуватися тіснішим узгодженням національних обговорень із політико-орієнтованими дискусіями, які

протягом років проводили спеціалізовані європейські форуми та ЗМІ²⁰⁴.

Національні сфери – складові елементи європейської публічної сфери, цей факт суттєво відображено у підході Білої книги. Комісія просуває ключову ідею, яка полягає в тому, що європейські питання та позанаціональні актори мають стати більш видимі в межах національних публічних дебатів як первинне місце формування громадської думки. Для посилення європейської публічної сфери важливо, що Європейська комісія прагне встановити партнерські відносини з державами-членами.

М. Брюгемана вважає, що Біла книга містить чіткий, хоча й дещо дипломатичний, аналіз актуальних проблем, і досить «туманні» думки щодо конкретних шляхів покращення ситуації. Зокрема, серед основних ознак проблеми науковець виділяє такі:

- надто низька координація діяльності серед акторів;
- недостатнє залучення національних, регіональних та місцевих акторів;
- надто низьке фокусування уваги на інтересах та зацікавленості громадян²⁰⁵.

Проблема в тому, що ці недоліки не можливо усунути суто адміністративними методами. Проте в Білій книзі не достатньо наголошено, що цей новий підхід – довготривалий процес. Хороша комунікація – не справа хороших намірів і нових координаційних механізмів, це політичні ініціативи, пов'язані з реалізацією владних відносин та вибором персоналу, правових мандатів та фінансових ресурсів. Без «партнерського підходу» Білу книгу може спіткати доля інших, сповнених хороших намірів, ініціатив попередніх років.

Багатообіцяючим вважаємо те, що Біла книга йде проти логіки, яка домінувала в Європейській інтеграції протягом тривалого часу, а це сприяє відродженню після голосувань проти Європейської Конституції. Річ у тім, що більшість тих, хто приймає рішення, концентруються навколо політичних результатів і наголошують, що

²⁰⁴ Gerhards J. Missing a European Public Sphere / J. Gerhards // Will Europe Work? Integration, Employment and the Social Order : [M. Kohli and M. Novak (eds)]. – London/New York : Routledge, 2001.

²⁰⁵ Bruggemann M. How the EU Constructs the European Public Sphere: Seven Strategies of Information Policy [Electronic resource] / M. Bruggemann // The Public. – 2005. – Vol. 12. – № 2. – Available at : <http://www.javnost-thepublic.org/article/pdf/2005/2/4>

право ЄС завжди походило від «хороших результатів». Згідно з цією точкою зору Європа повинна надавати робочі місця та зростання. Проте така думка ігнорує те, що успіх приписується владі національного рівня, а в разі будь-якого провалу всі звинувачення лунають у бік Європейського Союзу. Біла книга стверджує, що «зміст» важливий, але не суттєвий. Про політику варто інформувати, а ті, на кого вона спрямована, повинні залучатися до формування кінцевих результатів. Проте в політичному процесі це буває надто рідко або ж дуже пізно.

Щодо консультаційного процесу з приводу Білої книги, то суттєвим є те, що Комісія запевняє, що до дискусій будуть залучатися громадяни та представники неурядових організацій, які зазвичай не залучаються до дебатів на європейському рівні: місцеві та регіональні актори, які відіграють стрижневу роль у щоденному житті багатьох громадян. Зрозуміло, що Комісія, контролюючи результати, прагне підбити підсумки дебатів та зробити висновки. Проте завжди існує загроза того, що небажані результати можуть відфільтруватися на певному етапі еволюційного процесу.

Європейська комісія пропонує принципи права на інформацію та свободу вираження, винятковості, різноманітності та участі громадян на основі громадських дебатів щодо європейської інтеграції; пропонує надалі розробити Європейську Хартію чи Кодекс поведінки в галузі комунікації для залучення не лише інституцій ЄС, але й національних, регіональних, місцевих урядів і неурядових організацій. Очевидно основна мета Кодексу – сприяти відповідальності для гарантування доступу всіх громадян до важливої для них інформації та забезпечити дотримання базових правил європейського громадського дискурсу. Однак у Білій книзі не вказано, чи цей Кодекс буде юридично зобов'язуючим, чи добровільним для дотримання. Щоб бути ефективним, Кодекс повинен пов'язати багатьох акторів.

На думку С. Курпаса, Кодекс, який пов'язує громадянське суспільство чи ЗМІ, не повинна створювати в контексті Білої книги Європейська комісія. Незалежність недержавних акторів – основна ідея громадської сфери. Повідомлення про ЄС у манері, яка може вважатися інституціями ЄС однобокою чи негативною, є частиною свободи преси та свободи слова; ЄС повинен захищати, а не

порушувати ці принципи²⁰⁶. Разом із тим, журналістів та неурядові організації можна попросити запропонувати свій кодекс поведінки щодо специфіки відображення справ ЄС. Асоціація європейських журналістів могла б створити раду європейської преси, яка б спостерігала за такими добровільними зобов'язаннями. Проте кодекс варто розглядати не як інструкцію, а сертифікат якості, який би різні організації та актори прагнули б здобути.

У контексті Білої книги доречно було б, щоб європейські інституції, національні, регіональні та місцеві урядові актори створили кодекс поведінки, який би охоплював їхню комунікативну діяльність. Загалом кодекс має бути добровільним, проте, щоб не залишатися суто формальним, він має накладати деякі зобов'язання на сторони-учасниці на всіх рівнях. Окрім цього кодекс має чітко визначити, як відповідні актори зв'яжуть себе зобов'язаннями щодо просування європейської публічної сфери. Головна мета Кодексу поведінки – гарантувати, що комунікаційна політика чітко відрізняється від «продажу» ЄС. Передусім вона має слугувати громадянам та базуватися на демократичних принципах. Як наслідок, інституції ЄС та національні уряди повинні підписати кодекс, який зобов'язує їх до активної комунікації про ЄС, до прозорості та діалогу з громадянами. Він повинен включати повагу громадських інституцій до свободи вираження та редакційну свободу преси. Кодекс мав би захищати від редакторського втручання ті організації та ЗМІ, які отримують фінансову допомогу від ЄС²⁰⁷.

Кодекс міг би зобов'язати національні уряди інформувати громадян про політику, яку вони здійснюють у Раді, як вони голосували, і, як наслідок, покінчити з практикою звинувачення Комісії в будь-яких невдачах за непопулярну політику. Глави держав та урядів повинні взяти на себе зобов'язання публічно пояснити своїм національним парламентам власну позицію щодо пріоритетів головування в ЄС та позицію, яку вони обирали протягом попереднього головування. Такий звіт повинен пропонувати двічі на рік після презентації кожен новий головуючий щодо пріоритетів Європейського парламенту. Уряди повинні створити мережу

²⁰⁶ Kurpas S. After the European Elections, Before the Constitution Referenda – Can the EU Communicate Better? / S. Kurpas, Ch. O. Meyer, K. Gialoglou // CEPS Policy Brief No. 55. – Brussels : Centre for European Policy Studies, 2004.

²⁰⁷ Ibidem.

національних веб-сайтів, де б йшлося про їхню позицію щодо питань ЄС і надавалося право вето на застосування режиму прозорості ЄС щодо національних документів, які утворюють частину процесу прийняття рішень у ЄС. Правила прозорості ЄС (Regulation No. 1049/2001, Art. 4, 4 – 5) вимагають, щоб Комісія консультувалася з державами-членами щодо доступу до національних документів. Відповідно держави-члени можуть ефективно використовувати документи, що стосуються прийняття рішень у ЄС²⁰⁸.

Кодекс поведінки міг би започаткувати незалежний орган, який би розглядав скарги людей. Європейський омбудсмен міг би розглядати справи про погане керівництво чи порушення цього кодексу європейськими інституціями; для цього він отримав би необхідні ресурси для виконання таких додаткових повноважень. Омбудсмену міг би посприяти Дорадчий орган з Європейської комунікації (Advisory Board on European Communication), до складу якого входили б асоціації журналістів, представники громадянського суспільства, національні та європейські парламенти.

Маастрихтській договір заклав розуміння громадянства ЄС, проте огляди Євробарометра^{209 210} показують, що більшість громадян мають обмежене розуміння про роботу ЄС, і як самі громадяни можуть вплинути на політику Союзу. Наприклад, більшість громадян ЄС розглядають Раду міністрів лише як форум засідань, а не місце прийняття правових рішень; повноваження Європейського парламенту недооцінюються, як наслідок – явка виборців суттєво знизилася протягом останніх десятиріч. Тим не менше, держави Європи еволюціонували й близько половини громадян ЄС можуть вільно розмовляти більше, ніж однією іноземною мовою. Європейська комісія повинна гарантувати громадянам ЄС можливість здобувати знання та навички, необхідні для активної участі в

²⁰⁸ Comments on the current discussions in Parliament about the revision of Regulation (EC) No 1049/2001 relating to public access [Electronic resource]. – Available at : http://www.edps.europa.eu/EDPSWEB/webdav/shared/Documents/Consultation/Comments/2009/09-02-16_Comments_public_access_EN.pdf

²⁰⁹ Public opinion in the European Union [Electronic resource] // Eurobarometer. – № 63. – Autumn 2004. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb62/eb62_uk_nat.pdf

²¹⁰ Public opinion in the European Union [Electronic resource] // Eurobarometer. – № 63. – Summer 2005. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb63/eb63_nat_uk.pdf

демократичних процесах на національному та європейському рівнях, які є тісно пов'язані і не можуть функціонувати один без одного.

Хоча освіта – обов'язок національної та регіональної влади, проте вчителі та фахівці у сфері освіти могли б розробити «основу європейського навчального плану» викладання політики, історії та мов. Такий навчальний план міг би створити базу для кожного європейського студента. Першим кроком могло б стати запрошення групи фахівців укласти проект доповіді про те, якою має бути освіта в сучасній Європі. Другий крок – створення «мозкового центру» чи інституту з «віртуальним представництвом» в Інтернеті, де розміщена база викладацьких матеріалів різними мовами, яка б постійно поповнювалася. Третій крок – «мозковий центр» міг би стимулювати та пришвидшувати дискусії серед національних урядовців з приводу того, як зробити Європу частиною національних навчальних планів²¹¹.

На жаль, Комісія не продемонструвала переконливо, як можна забезпечити систематичний зворотній зв'язок політики ЄС та громадян. Запропонований у Білій Книзі моніторинг громадської думки та утворення фокус-груп може допомогти Колегії комісарів уникнути громадського супротиву в деяких державах-членах щодо окремих ініціатив. Голосування можуть використовувати як ініціативу політичних акторів стати активнішими та отримати схвалення. Біла книга приділяє особливу увагу моніторингу та голосуванням. Безперечно експерти можуть сприяти стимулюванню опитувань громадської думки, але вони не можуть замінити роботу європейських інституцій для залучення громадян до інтерактивного діалогу. Принципово, щоб саме парламентарі несли основну відповідальність із спрямування ідей громадян у політичний процес. Журналісти могли б посприяти широкому залученню громадян, прямо інформуючи їх з питань ЄС, і в такий спосіб запобігти перетворенню комунікації в «розмову Брюсселя з Брюсселем».

Очевидно найважливішим аспектом Білої книги є обов'язкова включеність місцевих, регіональних та національних акторів до втілення в життя ефективної комунікаційної політики, інакше ця

²¹¹ Kurpas S. The Commission's White Paper on Communication: Mapping a Way to a European Public Sphere [Electronic resource] / S. Kurpas, M. Brüggemann, Ch. O. Meyer. – Available at : <http://www.ceps.eu/book/commissions-white-paper-communication-mapping-way-european-public-sphere>

політика зазнає краху. Передбачено низку проектів із комунікації, але мають бути розроблені чіткі критерії їх оцінки, а також варто вказати, скільки коштів буде витрачено, на кого конкретно зорієнтовані ці проекти. Фінансування ЄС мають отримати лише проекти з яскраво вираженим множинним ефектом.

Національні парламенти повинні прагнути приділяти більшу увагу європейським законодавчим проектам ще задовго перед процесом прийняття рішень, щоб національні дискусії не відбулися надто пізно. Національні парламенти – краще місце, ніж будь-які європейські інституції, для стимулювання обговорень серед широкої громадськості та привертання уваги ЗМІ до окремих питань. Проте розуміння рівня залучення національних парламентів до обговорення питань ЄС різниться від країни до країни²¹². Дорадчий орган з європейської комунікації повинен не лише моніторити ефективність комунікаційної політики ЄС й визначати порушення кодексу поведінки, він повинен надавати конкретні поради щодо покращення імплементації політики.

У Білій книзі йдеться про те, що Europe by Satellite (EbS) варто вдосконалити, проте це не повинно призвести до появи агенції новин, що керується ЄС, адже це може спровокувати появу звинувачень в «Брюссельській пропаганді», що лише загострить, а не розв'яже актуальні проблеми. Слід використовувати саме трансляції Europe by Satellite, а не посилювати покриття ЄС через існуючі ЗМІ особливо на регіональному та місцевому рівнях. EbS має отримувати ідеї та поради від Дорадчого органу. На додаток, EbS має забезпечувати веб-сайт EUROPA аудіо-візуальним контентом.

У Білій книзі Комісія не інформує про деталі свої ролі в покращенні європейської комунікації, оскільки вже зробила внесок до цієї галузі в Плані Дій з покращення комунікації в Європі, оприлюдненому за 6 місяців до Книги. Розпочатий консультативний процес має включати дискусії з приводу ролі Комісії в європейській комунікації²¹³. Залучення комісарів до комунікації з національною громадськістю потребує особливої уваги. Комісари мають незначну мотивацію проводити активну кампанію щодо нових ініціатив та

²¹² Kurpas S. A Citizens' Compact: Reaching out to the Citizens of Europe / S. Kurpas et al. // EPIN Working Paper No. 1. – Brussels : European Policy Institutes Network, CEPS, 2005.

²¹³ Gramberger M. Die Öffentlichkeitsarbeit der Europäischen Kommission 1952 – 1996: PR zur Legitimation von Integration? / M. Gramberger. – Opladen: Leske + Budrich, 1997.

пропозицій поза межами країни, яку вони знають найкраще. Першим важливим кроком стало створення Групи комісарів з вироблення програми комунікації (Communication Programming Group of Commissioners) для розробки порад Колегії з пріоритетів комунікації та діяльності. М. Грамбергер та К. Мейер пропонують таку взаємодію: наприклад, для переконання громадськості певної країни щодо необхідності розширення Союзу Комісар з питань розширення (Commissioner for Enlargement) повинен проконсультуватися з комісаром із цієї країни щодо основних інтересів громадськості та необхідної інформації, та як політики можуть залучити громадськість країни до серії комунікаційних актів. Комісари повинні звітуватися на веб-сайті про інтерв'ю, які вони давали як в рідній країні, так і в інших державах-членах, адже навіть визначні комісари, які успішно привертають увагу ЗМІ рідної країни, можуть зазнати невдачі закордоном²¹⁴,²¹⁵. Природно, штат прес-офісів Комісії має складатися з професіоналів у сфері комунікації.

Отже, усі пропозиції щодо комунікаційної політики ЄС зведено до таких основних положень:

1. Європейська Хартія чи Кодекс поведінки повинні містити зобов'язання, обов'язкові до виконання, підписані європейською, національною, регіональною та місцевою владами.

2. Дорадчий орган з європейської комунікації, який складається з європейських парламентарів, журналістів, представників громадянського суспільства, та європейський Омбудсмен повинні проводити моніторинги ефективності комунікативної політики ЄС.

3. Учителі та фахівці у сфері освіти з усього ЄС мають розробити «основу європейського навчального плану» для викладання політики, історії та мов.

4. Мають проводитися публічні обговорення, створені з метою вивчення важливих тем для всієї Європи. Телевізійне висвітлення зробить ці події цікавими для широкої громадськості.

²¹⁴ Ibidem

²¹⁵ Meyer Ch. O. Europäische Öffentlichkeit als Kontrollsphäre: Die Europäische Kommission, die Medien und politische Verantwortung / Ch. O. Meyer. – Berlin : Vistas, 2002.

5. Усі програми, що стосуються комунікації і фінансуються ЄС, повинні добиратися на основі їх потенціалу вийти «за межі Брюсселя».

6. Усі національні парламенти держав-членів повинні взяти на себе зобов'язання в межах Кодексу Поведінки підвищити громадську обізнаність щодо європейських законодавчих проектів на ранній стадії процесу прийняття рішень.

7. Глави держав та урядів зобов'язані публічно інформувати національні парламенти про свою позицію з питань пріоритетів ЄС.

8. Варто постійно підтримувати контакти зі ЗМІ всіх рівнів, щоб з'ясувати, чи Аудіовізуальна служба Комісії, зокрема Europe by Satellite, та прес-служба повною мірою сприяють їм у розкритті важливих питань ЄС.

9. Консультаційний процес у межах Білої книги має включати пропозиції щодо Комісії, зокрема активнішої комунікації комісарів.

Як відповідь на консультації з приводу Білої книги з європейської комунікаційної політики 30 вересня 2006 р. була представлена **Жовта книга з комунікації ЄС** («Yellow Paper on EU Communication»). Основні висновки такі:²¹⁶

- комунікаційна політика не викликає великої зацікавленості поза межами експертів (окрім Франції, Нідерландів чи Туреччини);
- жодна комунікаційна політика не може зробити теми цікавими для громадян, якщо ці теми потенційно не популярні;
- більшість коментарів заохотили до більш радикальної децентралізації послання;
- інституціям ЄС та їхнім лідерам подобається, коли їх люблять, проте вони не повинні швидко змінювати своє бачення (багато службовців знають чудові історії успіху, проте не володіють технологією та ресурсами їх використання, а багато національних журналістів та асоціацій цікавляться Європою);
- зазначені положення одностайно схвалюють експерти;
- операційні ініціативи Комісії та Парламенту з комунікації повільні через бюрократичні процедури, незважаючи на поштовх від політичних лідерів, добру волю службовців та підтримку чисельних неурядових організацій.

²¹⁶ Yellow Paper on EU Communication [Electronic resource]. – Available at : <http://www.intelsistem.hr/downloads/eu/euractiv//EurActiv%20summaryYellowPaper.pdf>

Жовта книга запропонувала 12 рекомендацій:

I) щодо цілей комунікації ЄС:

1) обирати реалістичну аудиторію та канали (не «кожного громадянина», не «просто спеціалістів ЄС», а посередників, тобто національну секторну аудиторію): інформувати прямих та непрямих бенефіціантів через національних професіоналів, а не лише через експертів ЄС; сучасні канали повинні інформувати національних частково залучених акторів ЄС та сприяти зворотному зв'язку; фондам ЄС має надаватися інформація не суто про джерела фінансування, а про конкретні переваги та прибутки, чого вони не зможуть досягти без ЄС;

2) залучати на ранній стадії компанії, профспілки та неурядові організації: щоб посилити обмін досвідом між національними рівнями й не фокусувати увагу на національних політиках та національних соціальних партнерах, слід запросити ненаціональних зацікавлених сторін до всіх комунікаційних ініціатив; варто залучати компанії до великих комунікаційних кампаній та спеціалізованих секторних дискусій, зокрема поширюючи професійну інформацію через інтернет; необхідно включати профспілки та неурядові організації для гарантування збалансованого обговорення;

3) координувати інституції, а не направляти їх: дати змогу Генеральним Директоратам самостійно здійснювати комунікацію у своїх спеціалізованих колах; керувати спеціалізованими мережами; посилити напрями спільної комунікації між інституціями;

II) щодо методів та каналів:

4) «націоналізувати» дебати ЄС та уповноважити Представництва: суттєво збільшити бюджет; перетворити пілотні представництва в агенції з широкою автономією; призначити для керівництва медіа зірку; більшість Генеральних Директоратів повинні мати свого аташе в кожній столиці, завдання якого – здійснювати прямий зв'язок із національними експертами, спеціалізованими журналістами та місцевими ЗМК, безпосередньо співпрацювати із секторними аташе й національними службовцями в різних країнах;

5) долучати комунікацію до всіх програм та політик ЄС: в усі тендери включати прохання про детальний комунікаційний план і бюджет; програми та дослідницькі проекти повинні систематично пов'язуватися із загальними цілями ЄС; завдяки децентралізації,

інтернету та мультилінгвізму контент ЄС повинен одночасно подаватися в ЗМІ та на веб-сайтах;

6) навчати службовців, журналістів і політиків: запровадити секторний підхід до чинних навчальних програм та гарантувати онлайн допомогу протягом усієї кар'єри; розпочати програми для політиків (особливо 30-40-річних), включаючи публічні виступи в Брюсселі, відвідування інших країн, мовні та комунікативні навички;

7) доповнювати інформацією про думки від незалежних посередників та тих, хто підтримує дебати: використовувати фокус-групи та панелі громадян, застосовувати диференційні підходи, тобто фокусувати увагу на лідерах громадської думки чи спеціалізованих групах (фермерах, банкірах, торговцях);

8) забезпечити локалізований багатомовний контент інтернету, не лише конференції, друк та ТБ: комунікація повинна бути мультимедійною із зростаючою роллю інтернету; дебати з мультилінгвізму (які проводять під керівництвом Комісара Я. Фігеля (J. Figel) повинні бути пов'язані із комунікаційною політикою;

9) оптимізувати та збільшити ресурси комунікації: ЄС слід витратити більше на комунікацію, проте потрібно чітко визначити загальну суму й проводити аналіз впливу комунікаційних заходів; ЄС повинен оптимізувати свій медіа-мікс відповідно до цілей та впливу на кожне євро;

III) щодо впровадження та часових рамок:

10) децентралізувати дебати на додаток до міжінституційних переговорів Брюсселя: варто брати до уваги точки зору громадян на національному рівні; будувати комунікаційний план дій разом з організаціями національного громадянського суспільства та урядами; сприяти відкритим дебатам між та всередині інституцій ЄС, пов'язуючи їх із національними дебатами; транслювати Парламент через WebTV, деякі важливі дебати із Ради та події в Комісії могли б додаватися до EP WebTV;

11) втілити нещодавні рішення Комісії, включаючи План дій 2005: аналізувати рішення, які приймалися раніше, перевіряти імплементацію та забезпечувати підзвітність; інституції ЄС мають суттєво збільшити аутсорсинг;

12) досягти впливу задовго до виборів до Парламенту 2009 р.: зосереджувати увагу на справжніх дебатах з точки зору суті та

переваг політик; не поєднувати комунікаційні ініціативи та конституційні дебати; сфокусувати більше ресурсів на країнах з більшою потребою політичних дебатів (Франція, Об'єднане Королівство, Польща, Нідерланди, Чеська Республіка)²¹⁷.

У червні 2007 р. Європейська Рада наголосила, що дебати з питань ЄС повинні проводитися поза межами інституцій між громадянами ЄС з метою посилення комунікації з громадянами, надання їм повної та релевантної інформації про ЄС та залучення їх до постійного діалогу²¹⁸. Комунікаційна політика повинна поєднувати близькість до громадян і поширення через кордони на країни, які прагнуть стати членами ЄС, та інші країни світу.

Для забезпечення ефективної та інтегрованої комунікації Комісія пропонує:

- міжінституційну угоду для створення рамок кращої співпраці щодо комунікаційного процесу ЄС, одночасно поважаючи автономію інституцій та держав-членів ЄС;
- співпрацю в управлінні на добровільній партнерській основі з державами-членами як основний інструмент спільних комунікаційних ініціатив;
- розвиток мережі Європейських публічних просторів у Представництвах;
- визначення аспектів шкільної освіти, де держави-члени могли б підтримати спільні дії на рівні ЄС;
- посилення Євробарометра;
- втілення Пілотних Інформаційних мереж («Pilot Information Networks (PINs)») для покращення комунікації між європейськими та національними політиками й тими, хто формують громадську думку.

ЄК ставить перед собою такі завдання:

- затвердити нову інтернет стратегію, щоб надати підтримку мережам громадянського суспільства та приватним веб-сайтам чи веб-сайтам громадського сектору з питань ЄС для сприяння контакту з / між громадянами ЄС;

²¹⁷ Yellow Paper on EU Communication [Electronic resource]. – Available at : <http://www.intelsistem.hr/downloads/eu/euractiv//EurActiv%20summaryYellowPaper.pdf>

²¹⁸ Communicating Europe in Partnership, 2007 [Electronic resource]. – Available at : http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2007/com2007_0568en01.pdf

– прийняти нову аудіовізуальну стратегію для підтримки мовників усієї Європи у створенні та трансляванні програм про справи ЄС;

– розпочати наступну комунікацію після Плану Д та нові проекти громадянського суспільства в межах Плану Д, загальна мета яких – підтримати процес ратифікації Конституційного Договору й участь у виборах до ЄП 2009 р.;

– вивчити можливе об'єднання та поширення недавнього успішного досвіду в посиленні роботи Представництва²¹⁹.

Європейська рада наполегливо підкреслювала важливість більшої та кращої комунікації з громадянами, надаючи їм повну інформацію про ЄС та залучаючи їх до постійного діалогу. У жовтні 2007 р. Комісія прийняла Комунікаційну стратегію **«Комунікація з Європою в партнерстві»** («Communicating Europe in Partnership»²²⁰), загальна мета якої – посилити зв'язок і взаємодію між діяльністю різних інституцій ЄС та держав-членів, щоб запропонувати громадянам кращий доступ і краще розуміння впливу політик ЄС на європейському, національному та місцевому рівнях. Зокрема, у цьому документі інституції ЄС визнають, що комунікація в ЄС вимагає політичної прихильності інституцій ЄС та держав-членів, а держави-члени несуть відповідальність за спілкування з громадянами. Інституції ЄС вважають, що комунікаційні заходи з європейських питань повинні надати кожному доступ до різноманітної інформації про ЄС і дати змогу громадянам реалізувати право на висловлювання, брати участь у громадських дебатах з питань ЄС. Інституції ЄС сприяють багатомовності та культурному різноманіттю в здійсненні комунікації. Ефективна комунікація відбувається лише за партнерського підходу інституцій ЄС і держав-членів. Кожна інституція ЄС, держава-член несуть індивідуальну відповідальність за свою комунікаційну стратегію та пріоритети.

Основний меседж документу – більше інформації та краща комунікація, щоб підвищити інтерес європейців до ЄС, зробити їх обізнаними з досягненнями Союзу для щоденного життя громадян; необхідно переконати європейців у цінності спільного європейського

²¹⁹ Communicating Europe in Partnership, 2007 [Electronic resource]. – Available at : http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2007/com2007_0568en01.pdf

²²⁰ Ibidem

проекту, гарантуванні миру й захисті унікального способу життя та співпраці. Парламент, Комісія та держави-члени кожного року обирають спільні комунікаційні пріоритети, наприклад у 2009 р. – зміни клімату, вибору до Парламенту ЄС, двадцята річниця падіння Берлінської стіни, п'ята річниця розширення. Проте медійники застерігали Комісара з комунікаційної політики М. Волстром від перетворення справжньої діалогічної комунікації в пропаганду, зорієнтовану на формування в громадян визначеного Комісією ставлення до подій, фактів, досягнень²²¹.

У грудні 2007 р. Комісія організувала підсумкову конференцію для шести проектів Плану Д під назвою «**Майбутнє Європи – Порядок денний громадян**» («The Future of Europe — The Citizens' Agenda»). Уперше на пан'європейському рівні громадяни, які брали участь у різноманітних транснаціональних демократичних проектах, отримали шанс синтезувати свої побажання та висловити їх прямо тим, хто приймає рішення. Усі рекомендації були сформовані у відкритий лист главам держав та урядів, національним парламентам, інституціям ЄС, європейським політичним партіям. Європейські політичні партії закликали включити ці рекомендації до своїх програм та обговорити їх із громадянами напередодні виборів до ЄП 2009 р., глав держав та урядів сприяти розвитку активного європейського громадянства на всіх рівнях управління.

Проекти громадян вказали на кілька шляхів досягнення названих цілей:

- європейський веб-сайт дебатів, пов'язаний з мережею національних веб-сайтів дебатів, поєднаний з місцевими, національними та європейськими дискусійними подіями;
- багатомовний, високо інтерактивний веб-сайт, контент якого визначається фокус-групами в різних країнах ЄС та адаптований до зворотного зв'язку з цільовою аудиторією;
- національні консультації з однакових питань в усіх державах-членах практично одночасно, що має призвести до синтезу ідей;

²²¹ Communicating Europe in Partnership – More EU Propaganda [Electronic resource] // The European Journal. – 2008. – October 27. – Available at : <http://www.europeanfoundation.org/communicating-europe-in-partnership-more-eu-propaganda/>

– пан'європейське консультативне опитування громадської думки, протягом якого довільно вибрані громадяни протягом трьох днів збираються та обговорюють питання віч-на-віч;

– місцеві події, дебати з яких проводяться в кількох країнах-членах у поєднанні з опитуваннями громадської думки та відеозаписами точок зору громадян.

Конференція «Майбутнє Європи – Порядок денний громадян» 2007 р. у межах Плану Д показала, що інституції ЄС мають вагомий вплив, якщо вони об'єднують свої зусилля та разом беруть участь у діалозі з громадянами, що демонструє демократію ЄС та дає змогу громадянам краще зрозуміти процес прийняття рішень.

Протягом 2007 – 2013 рр. діяла програма «Європа для громадян» (The Europe for Citizens Programme)²²² з бюджетом у € 215 млн, мета якої – наблизити Європу до громадян, надати їм можливість брати активну участь у будівництві Європи. Громадяни можуть залучатися до міжнаціональних обмінів та спільної діяльності, сприяючи розвитку відчуття приналежності до спільних європейських ідеалів і підтримуючи процеси європейської інтеграції. Створено пункти «Європи для громадян», де надаються поради та допомога в розробці проектів, підготовці заявок і налагодженні партнерських зв'язків.

Програма підтримує такі дії:

Дія 1 «Активні громадяни для Європи»: залучення громадян до діяльності, що пов'язана з містами-побратимами чи через інші громадянські проекти.

Дія 2 «Активне громадянське суспільство в Європі»: підтримка організацій громадянського суспільства через робочу програму європейського рівня чи через окремі проекти.

Дія 3 «Разом для Європи»: широке висвітлення подій, навчань та представлення інформаційних матеріалів.

Дія 4 «Активна європейська пам'ять»: проекти, націлені на збереження місць та архівів, пов'язаних із депортацією та вшануванням жертв нацизму й сталінізму.

Програму «Європа для громадян» продовжено й на період 2014 – 2020 рр., вона підтримує два тематичних напрями: «європейська

²²² The Europe for Citizens Programme, 2007 – 2013 [Electronic resource]. – Available at : http://eacea.ec.europa.eu/citizenship/programme/about_citizenship_en.php

пам'ять», акцентуючи увагу на європейське історичне походження, та «демократичне зобов'язання і громадянська участь», націлена на просвітництво громадян у сфері політик та ЄС і залучення до процесу вироблення політичних рішень²²³.

Особливу увагу Європейська комісія приділяла також питанню комунікації з молодими європейцями та виховання активної молоді. Протягом 2007 – 2013 рр. упроваджувалася програма «Молодь у дії» (Youth in Action)²²⁴, мета якої – інспірувати відчуття активного європейського громадянства, солідарності та терпимості серед молодих європейців віком 13 – 30 років, залучати їх до формування майбутнього Європи. Програма сприяє мобільності в та поза межами ЄС, неформальному навчанню, міжкультурному діалогу, заохочує до участі всіх молодих людей, незалежно від освіти, соціального чи культурного походження.

«Молодь у дії» охоплює проекти в таких операційних програмах:

– «Молодь для Європи» (Youth in Europe): молодіжні обміни надають можливість познайомитися з іншими культурами під час спілкуванні на теми, які викликають спільний інтерес; підтримка групових проектів на локальному, регіональному й національному рівнях; заохочення молоді до участі в демократичному житті місцевих громад, регіональних та національних спільнот.

– «Європейська волонтерська служба» (European Voluntary Service): підтримка молоді в різноманітній волонтерській діяльності, індивідуальній та груповій, у межах ЄС та за його кордонами.

– «Молодь у світі» (Youth in the World): підтримка проектів обміну, навчання з країнами-сусідами ЄС; навчання та обмін досвідом між студентами та молодими робітниками з інших країн-партнерів ЄС.

– «Системи підтримки молоді» (Youth Support Systems): заохочення молоді до участі в громадському житті, зокрема в неурядових організаціях; обмін найкращим досвідом та практиками; сприяння впровадженню інноваційних ідей у молодіжному середовищі; покращення доступу молоді до інформації та

²²³ The «Europe for Citizens» funding programme for the period 2014 – 2020 is officially adopted! [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/citizenship/about-the-europe-for-citizens-programme/future-programme-2014-2020/index_en.htm

²²⁴ Youth in Action [Electronic resource]. – Available at : http://eacea.ec.europa.eu/youth/programme/about_youth_en.php

комунікаційних служб, посилення участі молоді в розробці та поширенні інформаційних продуктів, які не шкодять користувачу.

– «Підтримка європейської співпраці в молодіжній сфері» (Support for European Cooperation in the Youth Field): організація семінарів, структурованого діалогу між активною молоддю та тими, хто відповідає за вироблення молодіжної політики.

У квітні 2008 р. Комісія виступила з результатами оцінки Плану Д для демократії, діалогу та дебатів («Debate Europe — building on the experience of Plan D for Democracy, Dialogue and Debate») ²²⁵. Підхід, запропонований у Плані Д ще 2005 р. – краще слухати, краще пояснювати та дійти до місцевого рівня – з певними адаптаціями застосовувався й протягом 2008 – 2009 р.р., під час процесу ратифікації Лісабонського Договору, зважаючи на наступні європейські вибори. У цей період ціллю комунікаційної політики Комісії було підтримати громадян, надавши їм доступ до інформації, щоб вони могли брати активну участь у дебатах з приводу справ ЄС.

План Д 2008 р. (вартістю € 3 млн) поєднував віртуальну комунікацію та комунікацію віч-на-віч, дорадчі консультації та опитування громадської думки, консультації на рівні країни, транскордонні та пан'європейські консультації. Інтернет-дебати проводилися на «Debate Europe» web site⁷.

Перша фаза Плану Д була сфокусована на «дебатах та діалозі», а далі на «демократії». Нова фаза отримала назву вслід за веб-сайтом Комісії, присвяченим Плану Д, – «Обговорюємо Європу» («Debate Europe»), мала таку мету:

1. Оприлюднити думки громадян, висловлені протягом консультаційного процесу, який проводився громадянським суспільством та тими, хто приймає політичні рішення.

2. Заохочувати тісну співпрацю і, де можливо, спільну діяльність між інституціями та органами ЄС, щоб посилити вплив їхнього прагнення сприяти активному європейському громадянству (форуми громадян, комунікаційні стратегії ЄП перед виборами 2009 року та дебати з організаціями громадянського суспільства,

²²⁵ Debate Europe – building on the experience of Plan D for Democracy, Dialogue and Debate, 2008 [Electronic resource]. – Available at : http://www.ezd.si/fileadmin/doc/4_AKTIVNO_DRZAVLJANSTVO/Viri/Building_on_the_experience_of_Plan_D.pdf

ініціативи Комітету регіонів й Економічного та Соціального комітетів).

3. Додати важелів до ініціатив, включаючи програми Комісії, що сприяють активному громадянству, наприклад, програма «Європа для громадян» («Europe for Citizens»), Європейський фонд інтеграції громадян третіх країн (the European Fund for Integration of Third-Country Nationals), програми соціальної єдності та проти бідності, ініціативи з відзначення Європейського року міжкультурного діалогу (2008 р.) та Європейського року творчості й інновацій, підготовчі дії з е-участі («the eParticipation Preparatory Action»), ініціатива е-інклюзивності («the e-Inclusion initiative»).

4. Здійснювати інші успішні дії Плану Д (інтернет дебати, зближення службовців ЄС та громадян, співпраця між інформаційними офісами Комісії та ЄП тощо).

Протягом 2008 – 2009 рр. метою комунікаційної стратегії ГД з комунікації було припинити тенденцію до зниження явки виборців на виборах до європейських органів 2009 р. і пройшла чотири етапи:

перший етап тривав увесь 2008 р.; його ціллю було підвищити обізнаність громадян і ЗМІ щодо впливу Парламенту на їхнє життя, поліпшення розуміння ролі Парламенту в цьому процесі, вплив на європейське суспільство й підвищення цінності життя європейців;

другий етап – початок 2009 р. – останній тиждень перед виборами: увагу зосереджено на виборах, їхній даті та наслідках, яким буде обличчя нового Парламенту, обговорювалися платформи;

третій етап – середина/кінець травня – початок червня 2009 р.: його мета – зробити подію якомога ширше відомою, щоб жоден європеець не міг сказати, що не брав участі у виборах, бо не знав про них та дату проведення;

четвертий етап – ніч після виборів: його мета – забезпечити швидке оприлюднення результатів та інформування про склад Парламенту. Незважаючи на ці ініціативи, явка виборців у червні 2009 р. була найнижчою – 43,4 %²²⁶.

²²⁶ Тихомирова Є. Комунікаційна політика ЄС / Є. Тихомирова // Європейська інтеграція : [навч. посіб. / за ред. С.В. Федонюка, В.Й. Лажніка]. – Луцьк: Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2011. – С. 512 – 531.

У вересні 2009 р. на замовлення Комісії представлено оцінку діяльності в межах Плану Д та фази «Обговорюємо Європу», результатом стали такі стратегічні та операційні пропозиції²²⁷:

- прояснити цілі: не змішувати політичні цілі з двосторонньою комунікацією, зорієнтованою на покращення іміджу ЄС; постійно акцентувати увагу на тому, що усі громадяни можуть зробити внесок у процес створення політики на всіх стадіях;
- покращити зв'язок між діяльністю спільноти, Парламенту та держав-членів, щоб ініціативи, які отримують фінансову підтримку спільноти, не фінансувалися також з іншого джерела;
- перейти від проектів, зініційованих неурядовими організаціями, до проектів, зініційованих ЄС, які будуть розроблятися в межах програм ГД;
- створити більшу потужність: багато Генеральних Директоратів підтримують певні проекти, проте через децентралізовану структуру Комісії не діляться вдалими (чи невдалими) практиками для спільного вивчення.

На 2010 – 2014 р.р. Комісія Ж. Барозо визначила такі політичні напрями комунікації²²⁸:

- діалог із громадянами та іншими акторами громадянського суспільства як основна ознака теперішньої Комісії, буде залишатися надзвичайно важливим;
- Комісія подвоїть свої зусилля для здійснення комунікації в державах-членах і в регіонах у партнерстві з Парламентом, дослуховуючись до громадян та вирішуючи важливі для них питання;
- розрив можна подолати лише в партнерстві з національною та регіональною владою.

Генеральний Директорат з комунікації визначив такі пріоритетні для себе сфери на 2011 р.: відновлення зростання кількості робочих місць до 2020 р.; дотримання громадянського порядку денного: свобода, безпека, правосуддя; посилення ваги Європи на глобальній арені; максимальний вплив політик ЄС²²⁹.

²²⁷ Evaluation of the Plan D / Debate Europe citizen consultation projects [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/about/evaluation/documents/2009-debate-europe_en.pdf

²²⁸ Amended Work Programme in the Field of Communication for 2011 [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/amend_prog2011_en.pdf

²²⁹ Ibidem.

2010 р. у Швеції вийшла книга журналістки Емілі фон Сюдів «Марго Волстром» (Emily von Sydow «Margot Wallstrom»)²³⁰, у якій автор в унісон із аналітичними статтями журналу «Economist» за 2009 р. акцентує увагу на всіх промахах у комунікаційній політиці Комісара з комунікацій ЄС. Зокрема, наголошується, що основна відповідальність комісара полягала в «продажу» Конституції ЄС. Проте голосування пройшло в три окремих референдуми через небажання М. Волстром поважати волю ірландського народу. Передбачалося, що зросте явка виборців на вибори до Парламенту ЄС, проте, незважаючи на яскраву промоційну капманію, яка коштувала 10 млн євро, явка виборців знизилася в 16 з 27 країн-членів ЄС. Пропозицію Комісара зробити доступ до інформації та документів ЄС легшим для громадян фахівці розглядають як, навпаки, ускладнення доступу. Наголошуючи на децентралізації комунікації, М. Волстром претворила Генеральний Директорат з комунікації на політичне лобі для підтримки більшої інтеграції, не виконавши основне завдання – надати широку інформацію про ЄС; вона агресивно втручалася в національні політичні дебати та намагалася контролювати, що пишуть ЗМК.

Водночас безперечним позитивом усіх комунікаційних зусиль є те, що необхідність комунікаційної взаємодії визнана й підтримана, комунікаційні питання включаються в програми розробки всіх політик ЄС, визначені ключові принципи інтеракції з громадськістю, практично реалізуються ключові напрями комунікаційної політики: електронна участь, аудіовізуальна політика та багатомовність.

28 вересня 2011 р. у доповіді президент Європейської комісії Ж. М. Бароззо наголосив, що комунікація ЄС повинна показувати, як Європа робить усе можливе для покращення життя громадян. Такий напрям продемонстровано, коли Генеральний директорат з комунікації перейшов в управління Віце-президента В. Редінг, яка відповідає за питання юстиції, фундаментальні права та громадянство. Стратегія В. Редінг полягала в тому, щоб гарантувати, що комунікація стає невід'ємною частиною розробки та пояснення

²³⁰ Margot Wallstrom: a failure? [Electronic resource]. – Available at : <http://openeuropeblog.blogspot.com/2009/10/margot-wallstrom-failure.html>

політики Комісією. Суттєвим компонентом такого підходу є інтеграція комунікації в усі політичні ініціативи²³¹.

Протягом 2013 р. за ініціативи ЄК тривав Європейський рік громадян, мета якого – посилити обізнаність громадян із правами європейського громадянства, щоб допомогти громадянам повністю скористатися своїми правами вільно переміщуватися та проживати на території держав-членів²³². Комунікаційна діяльність складалася з таких заходів:

- пан'європейська інформаційно-комунікаційна кампанія інформування громадян про їхні права;
- діяльність, що здійснювалася організаціями громадянського суспільства;
- діалоги з громадянами в столицях усіх держав-членів;
- спеціальні події, які реалізовувалися на національному рівні різними національними акторами;
- різноманітні події, зорієнтовані на просування теми Року, включаючи взаємодоповнюваність з іншими ініціатива рівня ЄС.

Уся сукупність комунікаційних засобів представлена такими категоріями:

1. Матеріали, зорієнтовані на поширення основної концепції та гасла кампанії «Це – про Європу, це – про тебе. Приєднуйся до обговорення» («It's about Europe, it's about You. Join the debate»).

2. Інформаційні матеріали з практичними порадами щодо діяльності для різних стейкхолдерів.

3. Роздаткові матеріали, які повторювали основні послання та діяльність протягом Року, зокрема в друкованих медіа.

4. Промоційні матеріали, адресовані окремим категоріям стейкхолдерів, щоб посилити їхню прихильність до кампанії, та націлені на супровід поширення інформації про різноманітну діяльність.

Особливо високо оцінено використання потенціалу соціальних медіа в поширенні повідомлень Європейського року, а саме через

²³¹ Communicating Europe to Citizens and Media. European Commission Directorate-General Communication [Electronic resource]. – Available at : http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/cult/dv/europetocitizensandmedia/europetocitizensandmediaen.pdf

²³² Evaluation of the 2013 European Year of Citizens. Final Report [Electronic resource]. – Available at : <http://europa.eu/citizens-2013/sites/default/files/content/document/EYC%20evaluation%20final%20report%20FINAL.pdf>

Twitter, Facebook and Google+²³³. Протягом року порядок денний змістився від централізованої промоційної діяльності ГД з комунікації до комунікації, зосередженій на громадянах. Упродовж тематичних тижнів громадяни мали змогу ставити запитання через соціальні медіа професіоналам Комісії, які працювали над конкретними темами й мусли реагувати на потреби та турботи громадян щодо їхніх прав у ЄС. Варто зазначити, що ці діалоги розпочалися в період недовіри громадян до ЄС.

Інші масмедіа теж розглядалися як потужний засіб посилення обізнаності про права в ЄС. Частоту медіависвітлення представила Агенція з Європейського року громадян (табл. 2.1):

Таблиця 2.1

Частота медіа-висвітлень діяльності протягом Європейського року громадян²³⁴

Тип джерела	Частота
Мережа	41
Преса	4
Мережа та преса	1
Інші	1
Рівень джерела	Частота
Медіа рівня ЄС	28
Національні медіа	18
Мова	Частота
Англійська	21
Французька	7
Іспанська	5
Хорватська	5
Італійська	4
Інші	5

Відповідно до принципів комунікаційної політики ЄС уся комунікація була адаптована до 1) до національних мов (усі повідомлення перекладалися 23 мовами країн-членів), віку, національної ситуації та культурного контексту; 2) щоденних потреб

²³³ Ibidem.

²³⁴ One Year to Go until the 2014 European Elections [Electronic resource]. – Available at : http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/en/00191b53ff/Eurobarometer.html?tab=2013_3

цільових аудиторій: молодих людей, працевлаштованих, тих, хто шукає роботу, людей похилого віку; 3) пріоритетів, визначених національними стейкхолдерами (наприклад, буклети, які відображали регіональні відмінності в Іспанії).

Огляди Євробарометра протягом 2013 р. підтвердили, що абсолютна більшість європейців розглядають свободу пересування та мир між державами-членами як найбільш позитивний наслідок членства в ЄС²³⁵. У листопаді 2013 р. огляд Євробарометра показав, що 43 % європейців вважають, що знають свої права (однак навесні 2013 р. цей показник був 46 %); більшість громадян 13 країн ЄС обізнані зі своїми правами: найвищі показники у Фінляндії (64 %), на Кипрі (59 %), Люксембург, Данія, Естонія, Австрія (по 58 %). 59 % європейців хотіли б більше знати про свої права (у 2010 р. їх було 72 %) ²³⁶.

Обмежена ефективність усіх заходів була зумовлена браком фінансування на національному рівні, затримкою в оголошенні тематики Року, недостатнім фінансування комунікаційних заходів.

Сьогодні Європейський Союз – це «комунікаційний союз», що виникає не внаслідок «передачі компетенцій», а в результаті неформальних змін у співпраці між країнами-членами ЄС та його інститутами, які закладені всіма згаданими комунікаційними ініціатива. У Європейському Союзі країни-члени пов'язані складною системою комунікацій та спостереження один за одним: обов'язки регулярного звітування, система встановлення контрольних точок і моніторингу тощо. Ця система – фактично нова форма політичної координації країн-членів ЄС, оскільки виступає постійним нагадуванням про їхні обов'язки як членів. Європейський Союз – форум, мета якого полягає в об'єднанні воль і вольової діяльності його держав-членів у рамках тісних взаємних зобов'язань ²³⁷.

ЄС та його інститути існують у вигляді сукупності політичних мереж, а ті виграші, що їх здобувають учасники політичних мереж, і роблять їх зацікавленими в розвитку інтеграції. Сенс терміну

²³⁵ One Year to Go until the 2014 European Elections [Electronic resource]. – Available at : http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/en/00191b53ff/Eurobarometer.html?tab=2013_3

²³⁶ Public Opinion in the European Union. First Results [Electronic resource] // Standard Eurobarometer. – № 80. – Autumn 2013. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb80/eb80_first_en.pdf

²³⁷ Гердеген М. Європейське право / М. Гердеген [пер. з нім.]. – К. : К.І.С., 2008. – 528 с.

«мережа» полягає в тому, що маси акторів, які представлені різними організаціями, взаємодіють між собою та діляться один з одним інформацією та ресурсами. Погодження їхніх інтересів передбачає примирення, врегулювання чи досягнення компромісу між різними інтересами, яких стосується рішення в певній галузі політики. Політична мережа є рамкою для співпраці, від якої виграють усі учасники незалежно від співвідношення їх силових потенціалів. Причина обопільного виграшу – взаємозалежність держав та інших учасників політичного процесу²³⁸.

Британський політолог М. Леонард з цього приводу вживає термін «мережева» Європа, зауважуючи, що Європейський Союз на сьогодні більше схожий на організаційну структуру «Visa», аніж на державу. Подібно до системи «Visa», Європейський Союз – децентралізована мережа, що належить державам-членам, а тому переговори в ньому займають не просто частину робочого часу – їх ведуть цілодобово й кожного дня без винятку²³⁹.

Як наслідок, Європейський Союз дедалі більше набуває вигляду «транснаціональних регулятивних мереж», які формулюють «загальні положення норм регулювання» і «контролюють діяльність національних органів регулювання»²⁴⁰, створюються для виконання специфічних технічних, наукових або адміністративних завдань та діють як своєрідні «інформаційні брокери», що з'єднують між собою різні національні рівні. «Транснаціональні регулятивні мережі» володіють такими характеристиками: 1) складаються з експертів та представників національних інституцій, які керуються або підтримують європейські позиції; 2) на основі експертизи та дієвих стандартів розвивають спільний передовий досвід правил і методів політики на національному рівні, що забезпечує хорошу репутацію національним акторам у разі їх дотримання; 3) завдяки спеціалізації та професійному і стандартно орієнтованому обміну інформацією, забезпечують координацію та гармонізацію національних рівнів

²³⁸ Шульга М. Європейський Союз як комунікативна спільнота [Електронний ресурс] / М. Шульга // Комунікація. – 2013. – № 3. – Режим доступу : <http://ukc.gov.ua/files/file/document/communication3.pdf>

²³⁹ Леонард М. XXI век – век Европы / М. Леонард [пер. с англ. Т. Банкетовой]. – М.: АСТ Москва : ХРАНИТЕЛЬ, 2006. – 250 с.

²⁴⁰ Європейська інтеграція [уклад.: М. Яхтенфукс, Б. Колер-Кох] ; [пер. з нім. М. Яковлева]. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. – 294 с.

європейської політики як один з одним, так і з європейським рівнем, не порушуючи при цьому національних пріоритетів.

Огляд Євробарометра восени 2013 р. засвідчив такі результати усіх комунікаційних зусиль ЄС²⁴¹:

- 56 % європейців вважають, що майбутнє їхньої країни буде гіршим поза межами ЄС;

- 89 % європейців обізнані з діяльністю Європейського парламенту, 82 % – Європейської комісії та 82 % – Європейського центрального банку;

- 39 % європейців довіряють, а 48 % – не довіряють ЄП (найнижчий рівень довіри за весь період Стандартних оглядів Євробарометра);

- 35 % європейців довіряють, а 47 % – не довіряють ЄК (теж найнижчий рівень довіри за увесь період Стандартних оглядів Євробарометра);

- 31 % європейців довіряють, а 58 % – не довіряють ЄС (історично низький рівень довіри);

- 31 % європейців позитивно оцінюють імідж ЄС, 28 % – негативно (з 2009 р. цей рівень знизився), 39 % мають нейтральне ставлення;

- 50 % європейців стверджують, що знають, як працює ЄС, 47 % – не знають. Обізнаність зростає з рівнем освіти, віку та соціального статусу;

- 4 з 10 європейців не знають, що ЄС нараховує 28 держав-членів;

- 50 % європейців переконані, що їхній голос нічого не вартий у рідних країнах. Проте громадяни таких країн вважають, що до них дослуховуються: Данія – 93 %, Швеція та Фінляндія – по 78 %, Нідерланди – 76 %, Австрія та ФРН – по 72 %, Бельгія – 66 %;

- на думку 66 % європейців їх голос нічого не вартий на рівні ЄС;

- 53 % європейців вважають, що інтереси їхніх країн не беруться до уваги належним чином на рівні ЄС.

Отже, комунікаційна політика ЄС викладена в низці документів. Так, у 2005 р. прийнято План дій покращення комунікації ЄС, де

²⁴¹ Public Opinion in the European Union. First Results [Electronic resource] // Standard Eurobarometer. – № 80. – Autumn 2013. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb80/eb80_first_en.pdf

наголошено на необхідності інформувати людей про роль Європи через конкретні досягнення й проекти і дослухатися до очікувань громадян стосовно того, що має бути зроблено в майбутньому. У 2005 р. ЄК прийняла «План Д для діалогу, демократії та дебатів», основна ідея якого «слухати краще», «пояснювати краще» та «дійти до місцевого рівня», щоб залучити громадян. У 2006 р. Комісія запропонувала Білу книгу з Європейської комунікаційної політики, яка адресована всьому ЄС, завдання якої краща комунікація для посилення громадського обговорення в Європі. У 2007 р. Комісія представила Комунікаційну стратегію «Комунікація з Європою в партнерстві», основний меседж якої – більше інформації та краща комунікація, щоб підвищити інтерес європейців до ЄС, переконати європейців у цінності спільного європейського проекту.

Протягом 2007 – 2013 рр. діяла програма «Європа для громадян», мета якої – наблизити Європу до громадян, надати їм можливість брати активну участь у будівництві Європи. З квітня 2012 р. діє «Ініціатива європейських громадян», її мета – залучити громадян до постановки політичного порядку денного на рівні ЄС, надаючи їм право законодавчої ініціативи через пряме звернення до Комісії, через визначення пріоритетних тем наднаціонального рівня.

Висновки до розділу 2

Протягом 40 років з часу заснування Європейської Спільноти комунікація з громадянами не вважалася пріоритетним напрямом, основний акцент робився на інформуванні, при цьому Служба спікера, створена загалом для боротьби з євроскептиками, орієнтувалася суто на масмедіа. Комісари теж були переконані в недоречності залучення громадян до процесу обговорення та прийняття важливих рішень.

Проте проблеми, з якими стикається ЄС протягом свого розвитку (прийняття Єдиного Європейського Акту, ратифікація Маастрихтського договору, корупційний скандал у Комісії 1999 р., пізніше Директива з послуг, низька участь громадян у виборах до ЄП) примусили Комісію переглянути свій підхід до комунікації. ЄК усвідомлює, що сутність поширення інформації не лише в

переконанні громадян будь-якими засобами, а в залучення їх та заохоченні до участі в інтеграційному процесі.

Поступово Рада та ЄП починають формувати власні комунікаційні стратегії, викликані впливом розширення та експансії повноважень ЄС згідно з Маастрихтським та Амстердамським договорами і в 1999 р. ЄП звертається з проханням до Комісії представити інформаційно-комунікаційну стратегію, розробка якої тривала кілька років.

Європейська комісія вперше отримала фінансові можливості для інформаційних кампаній, щоб інформувати громадян про різні сфери діяльності ЄС завдяки програмі PRINCE, окремі нововведення якої були переведені на постійну основу.

У 2001 р. ЄК закликала інституції ЄС та держави-члени об'єднати зусилля, щоб відрегулювати інформаційно-комунікаційну політику. Комісія наголошує, що інформаційне повідомлення має бути диверсифікованим, тобто обов'язково повинно брати до уваги дещо відмінні інтереси громадян країн-членів і країн-кандидатів ЄС.

У 2004 р. запроваджено посаду комісара з комунікаційної політики, який після низки публічних консультацій та конференцій із зацікавленими сторонами ініціює розробку документів щодо покращення комунікації ЄС, а саме: 2004 р. – Інформаційно-комунікаційна стратегія, 2005 р. – План дій покращення комунікації ЄС, 2005 р. – План Д для діалогу, демократії та дебатів, 2006 р. – Біла книга з європейської комунікаційної політики, 2007 р. – Комунікація з Європою в партнерстві, 2007 – 2013 рр. – програма «Європа для громадян».

Усі документи об'єднує одна ціль – краща комунікація, щоб підвищити інтерес європейців до ЄС, зробити їх обізнаними з досягненнями Союзу для щоденного життя громадян; переконати європейців у цінності європейської інтеграції; надати їм можливість брати активну участь у будівництві Європи.

З 2004 р. розпочався структурований діалог покращення комунікації між Комісією та місцевою і регіональною владами, мета якого – покращити законодавство ЄС, гарантуючи, що точки зору місцевих та регіональних об'єднань беруться до уваги перед офіційним початком процесу прийняття рішень; посилити політику координації між Комісією та місцевою й регіональною владою;

забезпечити громадянам краще розуміння політики ЄС; зробити ЄС прозорішим.

З 2011 р. Генеральний директорат з комунікації перейшов в управління Віце-президента з питань юстиції, фундаментальних прав та громадянства. Стратегія Віце-президента полягала в тому, щоб гарантувати, що комунікація стає невід'ємною частиною розробки та пояснення політики Комісією. Суттєвим компонентом такого підходу є інтеграція комунікації в усі політичні ініціативи.

РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ТРАНС'ЄВРОПЕЙСЬКОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

3.1. Електронна участь як напрям комунікаційної політики Європейського Союзу

Договір про заснування Європейського Союзу ставить вимоги перед інституціями ЄС продукувати та підтримувати прозорий діалог із громадянським суспільством. Зокрема, у ст. 10 (3) йдеться про те, що кожен громадянин має право брати участь у демократичному житті Союзу; рішення приймаються якомога відкритіше та ближче до громадян. Ст. 11 накладає інші зобов'язання: параграф 1 наголошує на горизонтальних, «громадянин – громадянин», стосунках і вимагає, щоб інституції ЄС надавали громадянам можливість формувати власні точки зору та обмінюватися ними щодо всіх сфер діяльності Союзу; параграф 2 зобов'язує інституції підтримувати відкритий, транспарентний, регулярний діалог із громадянським суспільством; параграф 3 визначає особливий обов'язок ЄК проводити консультації з різними зацікавленими сторонами, щоб гарантувати зв'язність та транспарентність дій ЄС²⁴².

На рівні ЄС концепт участі як основи демократії стає особливо популярним і перетворюється в норму в 1990 рр. Великої ваги набувають традиційні форми консультацій через оприлюднення проектів регуляторних актів: «Білі книги» окреслюють політичні (стратегічні) наміри ЄК чи пропозиції до впровадження цих намірів; «Зелені книги» – дискусійні документи, у яких запропоновано запитання та альтернативні варіанти відповідей (з інструкціями щодо участі в консультаціях) для цільових груп, які визначають організатори опитування.

А. Фішер-Хотцель виділяє три періоди в розумінні концепту участі Європейською Комісією:

1) 2000 – 2004 рр. ЄК зорієнтована на кращу комунікацію з громадянами та їхнє незначне втягнення в Європейський проект і наступні стадії інтеграції;

²⁴² Treaty on European Union [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2012:326:FULL:EN:PDF>

2) 2005 – 2007 рр. ЄК має намір стимулювати активну громадянську участь (після провального референдуму 2005 р.), використовувати всі засоби для залучення громадян у процеси прийняття рішень, заохочувати нові форми консультацій, втягувати громадян у політичний процес;

3) далі увага ЄК до участі громадян спадає²⁴³.

Варто наголосити, що з 2012 р. участь громадян у визначенні порядку денного знову постає в полі зору Комісії.

Лише три Директорати керували програмами участі громадян: ГД комунікації в 2005 р. ініціював «План Д для демократії, діалогу та дебатів», ГД з освіти та культури у 2006 р. розпочав програму «Європа для громадян» та ГД з досліджень акцентував на ролі громадян у Шостій Рамковій програмі у розділі «Наука і суспільство». Проте Директорати дещо по-різному розуміють учать громадян, зокрема:

– основна мета Плану Д – пошук визнання цінностей, які надає ЄС через ширші дебати в короткотривалій перспективі та через надання можливостей громадянам брати участь у процесі вироблення рішень у довготривалій перспективі²⁴⁴;

– у програмі «Європа для громадян» визначено такі цілі: формувати відчуття європейської ідентичності, в основі якого спільні цінності, історія та культура; наближати Європу до громадян через просування європейських цінностей та здобутків; зближати громадян через вивчення історії та будівництво майбутнього; надавати громадянам можливостей взаємодіяти та брати участь у створенні ближчої Європи²⁴⁵;

²⁴³ Fischer-Hotzel A. Democratic Participation? The Involvement of Citizens in Policy-making at the European Commission [Electronic resource] / A. Fischer-Hotzel. – Available at : <http://www.jcer.net/index.php/jcer/article/view/314/229>

²⁴⁴ Plan D for Democracy, Dialogue and Debate [Electronic resource]. – Available at: http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/decisionmaking_process/a30000_en.htm

²⁴⁵ The Europe for Citizens Programme, 2007 – 2013 [Electronic resource]. – Available at : http://eacea.ec.europa.eu/citizenship/programme/about_citizenship_en.php

– ГД з досліджень зосереджує увагу на інформаційному діалозі з дослідниками, промисловцями, політиками, які виробляють рішення, та громадянами²⁴⁶.

Отже, загальне розуміння участі громадян на рівні ЄС обмежене підтриманням обговорень серед громадян, наданням можливостей звертатися прямо до інституцій, які не мають чітких прямих зобов'язань брати до уваги результати громадських обговорень. Ініціювання участі громадян схоже на спробу покращити імідж ЄС в очах громадськості.

Протягом останніх років дійсно важливим політичним питанням стала електронна участь громадян, яка розглядається як основний фактор розвитку громадянського суспільства. Висловлюються різні точки зору щодо важливості е-участі: 1) е-участь – це порятунок від усіх сучасних викликів; 2) е-участь може стати загрозою саме через збільшення цифрового розподілу; 3) е-участь взагалі не є суттєвим фактором. Якби думки не лунали з приводу е-участі, Європейський Союз зіткнувся з проблемою широкого залучення громадян ЄС до політичних процесів як способу боротьби з дефіцитом демократії та подолання загальної апатії.

Електронна участь є наріжним каменем електронного врядування. Порядок денний електронного врядування ЄС стосується не виключних послуг чи абстрактних політик, а спеціальних рекомендацій державам-членам, сприяння обміну вдалими практиками, впровадження національних і пан'європейських пілотних проектів та посилення електронної участі для транспарентності прийняття рішень. Основні цілі політики е-врядування ЄС – покращити якість життя громадян, збільшити довіру громадян до уряду та підвищити конкурентоздатність європейських підприємств. Уперше про е-урядування йшлося в ініціативі «Електронна Європа – Інформаційне суспільство для всіх»²⁴⁷, яку Комісія прийняла в грудні 1999 р. Ініціатива ставила амбіційні цілі забезпечити вигоди всім європейцям від інформаційного суспільства.

²⁴⁶ Fischer-Hotzel A. Democratic Participation? The Involvement of Citizens in Policy-making at the European Commission [Electronic resource] / A. Fischer-Hotzel. – Available at : <http://www.jcer.net/index.php/jcer/article/view/314/229>

²⁴⁷ eEurope – An information society for all [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/124221_en.htm

Сьогодні концепції урядування та демократії зазнали серйозних змін через очікування того, що уряд має бути відкритим для демократичної підзвітності й широкої участі. ІКТ мають значний потенціал для цих двох сфер через доступ до даних та знань і можливість маніпулювати ними, а також через формування більш відкритого демократичного уряду завдяки каналам демократичного залучення²⁴⁸. Ефективне е-урядування може надати широкі переваги, включаючи вищу продуктивність праці та заощадження для бізнесу, посилення транспарентності, більшу участь громадян у політичному житті й більшу довіру громадян до політик та інституцій ЄС.

Європейська стратегія е-участі втілена в концепціях хорошого управління, комунікації та транспарентності. Відкритість та транспарентність можуть підтримуватися ІКТ через свободу інформації та консультації. Європейський Союз рухається в напрямі «дослуховування» до своїх громадян, щоб подолати дефіцит демократії. З цією метою ЄС створив канали електронної участі, щоб збагатити канали взаємодії та створити нові, щоб посилити транспарентність і легітимність процесу розробки політик та створення умов для публічних обговорень з європейських питань.

Протягом останніх десяти років Інтернет надав нові можливості для політичної участі громадян. Завдяки ІКТ виникли такі типи електронної участі в ЄС, як консультації зі стейкхолдерами; петиції, які дають змогу донести думки громадськості до органів влади; дискусії, коли проблеми обговорюються он-лайн у малих та великих групах; голосування на місцевих референдумах за допомогою електронних бюлетенів, які дають змогу виборцям передавати своє волевиявлення уповноваженим особам виборчих дільниць через Інтернет; опитування громадської думки; проведення кампаній протесту, лобіювання, інших форм колективної дії²⁴⁹.

ІКТ полегшують урядам відкритість для громадян, залучення останніх до активної політичної взаємодії, впливу на прийняття рішень та законів, які стосуються їх повсякденного життя. Біла книга з європейського управління (The White Paper on European

²⁴⁸ European eParticipation. Summary Report, November 2009 [Electronic resource]. – Available at : <http://ec.europa.eu/information.../document.cfm>

²⁴⁹ Beckert B. E-democracy in Europe. Prospects of Internet-based political participation [Electronic resource] / B. Beckert, R. Lindner, K. Goos, et al. – Available at : http://www.isi.fraunhofer.de/isi-wAssets/docs/t/de/events/STOA_E-Democracy_Deliverable2_final-version_02-2011.pdf

Governance)²⁵⁰ від 25 липня 2001 р. наголошує на необхідності створення транснаціонального «простору», де громадяни з різних країн могли б обговорювати те, що вони вважають найважливішими викликами для Європи.

У 2001 р. ГД з інформатики розробив інформаційну систему інтерактивного вироблення політики (IPM – Interactive Policy Making), яка активно використовувалася на сайті «Your Voice in Europe» для консультацій ЄК. Завдяки IPM усі консультації, які проводили Директорати, зосереджувалися на Your Voice, де зацікавлені сторони могли відповідати он-лайн. Ціль ЄК – здійснювати якомога ширші консультації з політик ЄС, націлюючись на специфічні сектори громадськості зі специфічних тем, опитуючи їх у ході законотворчого процесу.

За допомогою «Your Voice in Europe» ЄК розгорнула трикомпонентну стратегію: 1) залучення експертів до консультацій в одному місці, оприлюднення ідей для широкої громадськості, заохочення громадськості до участі в консультаціях, щоб переконати громадян ЄС у тому, що Комісія їх чує; 2) ЄК також створила відкритий реєстр організацій-партнерів Комісії CONECC, де кожен користувач міг переглянути, окрім списку організацій, пропозиції, які вони надіслали; 3) залучити нових партнерів до обговорень і зробити консультації більш ефективними та прибутковими²⁵¹.

У 2001 – 2004 рр. за ініціативи ЄК на сайті Futurum проводилися дебати з Європейської конституції. За підсумками обговорень ЄК дійшла висновку, що загалом участь брали експерти, добре обізнані з проблематики обговорення, які запропонували цікаві, реалістичні ідеї. Проблема полягала в тому, що пересічні громадяни дискусіями не зацікавилися.

Прикладом успішної практичної реалізації ініціатив Європейської комісії в сфері е-участі є проект «Webocracy» («Web technology supporting direct participation in democratic processes» – Технологія веб-підтримки прямої участі в демократичних процесах), який апробовано в межах П'ятої Рамкової програми (1998 – 2002 рр.). Згідно з метою проекту розроблено веб-систему, яка надає

²⁵⁰ The White Paper on European Governance [Electronic resource]. - Available at : http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2001/com2001_0428en01.pdf

²⁵¹ Badouard R. Pathways and Obstacles to eParticipation at the European level [Electronic resource] / R. Badouard. – Available at : <http://www.jedem.org>

громадянам інноваційні засоби спілкування з публічною адміністрацією, уможлиблюючи доступ до інформації в публічній адміністрації та голосування / опитування через Інтернет; це призводить до підвищення участі громадян у демократичних процесах і посилює транспарентність публічної адміністрації²⁵².

Виокремлено такі організаційні цілі проекту:

- 1) спростити комунікацію між громадянами, керівництвом місцевої влади та службовцями і, як наслідок, посилити можливість впливу громадян на роботу публічної адміністрації;
- 2) забезпечити всім групам користувачів доступ до інформації в публічних адміністраціях;
- 3) підтримувати обговорення важливих для громадськості питань, постійно підвищуючи професійний рівень таких обговорень (через посилання на документи, що стосуються теми);
- 4) надавати змогу громадянам виражати свої думки з приводу важливих питань, формулювати альтернативні пропозиції та голосувати за них;
- 5) підтримувати консультації щодо правових проблем;
- 6) посилити прозорість публічних закупівель через оприлюднення тендерів у Інтернеті;
- 7) покращити якість публічних послуг, проводячи їх моніторинг серед користувачів та підтримуючи зворотній зв'язок із громадянами.

Система Webocrat складається з таких модулів:

1. Дискусійний форум – для підтримки комунікації з громадянами та представниками влади, зокрема обговорення питань у групах за інтересами та в колі професіоналів.
2. Управління веб контентом – підтримує публікацію документів, що становлять особливий інтерес не лише для громадян, але й для бізнесу, кооперативних організацій. До компетенції модуля входить також управління навігацією та пошуком. Окрема частина модуля відповідає за оприлюднення інформації про закупівельні тендери й усі вимоги щодо участі в закупівлях.

²⁵² Sabol T. WEBOCRAT – a System for Supporting Knowledge Management in an Organization / T. Sabol, J. Paralič [Electronic resource]. – Available at : http://www.nbs.sk/_img/Documents/BIATEC/BIA02_04/21_24.pdf

3. Електронна кабіна для голосування – уможливило електронне голосування (гарантуючи повну анонімність) та обговорення на дискусійному форумі.

4. Інформаційний модуль – користувачі можуть задавати запитання через користувацький інтерфейс; система пропонує документи, релевантні темі запиту.

5. Модуль бюлетенів – тісно співпрацює з дискусійним форумом та кабіною для голосування, забезпечуючи засобами персоналізації (користувач може вказати свою сферу інтересів) та надаючи інформацію про результати голосування, обговорення протягом дискусійного форуму, коментарі до документів тощо.

6. Модуль знань – гарантує інтеграцію всіх згаданих модулів.

Система Webocrat була протестована пілотними проектами у Великобританії та Словаччині. Результати впровадження показали, що система може ефективно використовуватися для диверсифікованої підтримки й розширення послуг, які громадські служби надають громадянам та іншим групам користувачів²⁵³.

Після документів «Електронна Комісія»²⁵⁴ (2001 р.), «ЄВРОПА 2-ої генерації»²⁵⁵ (2001 р.), «Електронна Європа 2002»²⁵⁶, «e-Europe 2005»²⁵⁷, «Електронна Комісія 2006-2010»²⁵⁸ у 2006 р. Європейська комісія оприлюднила Повідомлення «План Дій е-урядування i2010: прискорення електронного урядування в Європі на користь усіх» (i2010 eGovernment Action Plan: Accelerating eGovernment in Europe for the Benefit of All)²⁵⁹, мета якого – посилити участь громадян та

²⁵³ Ibidem.

²⁵⁴ Memorandum to the Commission. Towards the e-Commission : Implementation Strategy 2001-2005 [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/informatics/ecommm/doc/sec_2001_0924_en.pdf

²⁵⁵ Towards the e-Commission. EUROPA 2nd Generation. Advanced Web Services to Citizens, Business and Other Professional Users [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/e2g_en.pdf

²⁵⁶ eEurope 2002 [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/124226a_en.htm

²⁵⁷ eEurope 2005: An information society for all [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0263:FIN:EN:PDF>

²⁵⁸ e-Commission 2006-2010: enabling efficiency and transparency [Electronic resource]. - Available at : http://ec.europa.eu/dgs/informatics/ecommm/doc/ecommm-2006-2010_cs_en_v414_postcis.pdf

²⁵⁹ i2010 eGovernment Action Plan: Accelerating eGovernment in Europe for the Benefit of All [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/124226j_en.htm

демократичне прийняття рішень у Європі. ІКТ можуть відіграти важливу роль під час розв'язання нових викликів, що стосуються залучення громадян; подолати складність законодавчого процесу та покращити законодавство. У Повідомленні поставлено завдання подолати такі виклики:

1) дефіцит демократії, який вимагає нових відносин між політиками та громадянами саме на рівні ЄС;

2) посилення зв'язку громадян, особливо молодих, з політикою та прийняттям політичних рішень (зважаючи на майбутні вибори);

3) складність втілення в життя політичних рішень у всіх 27 державах-членах.

У 2006 р. на прохання Європейського парламенту Європейська комісія розпочала ініціативу електронної участі (e-Participation Initiative). Перші проекти цієї ініціативи використовували ІКТ, щоб зробити процес прийняття рішень більш відкритим і зрозумілим для не експертів, допомогти громадянам побачити, як законодавство впливає на їх щоденне життя. Проекти були зорієнтовані на зменшення складності правових документів та процесів прийняття рішень, надання громадянам релевантної інформації²⁶⁰.

Такий підхід «зверху до низу» передбачав покращення транспарентності, щоб відновити довіру громадян до політичних інституцій та їх виборних представників, заохочувати громадян оприлюднювати свої думки та залучатися до політичного процесу. Із 2007 р. електронна участь робила більший акцент на підхід «знизу до верху» для залучення громадян у прийнятті конкретних рішень із важливих питань.

План дій покращення комунікації в Європі (2005 р.) наголошував на створенні двосторонньої комунікації, яка надасть змогу обмінюватися думками між громадянами та інституціями на рівні ЄС. Однією з цілей Плану Д (2005 р.) було поекспериментувати з новими методами консультацій і створити простір для транснаціонального обміну. Найбільш вдалим із 6 профінансованих проектів був European Citizens' Consultation, запущений у 2007 р. і продовжений у 2009 р. Було створено 28 національних сайтів: по одному для кожної країни-члена, два для Брюсселя, один французькою, один фламандською

²⁶⁰ Citizens speak out : A louder call for European eParticipation [Electronic resource]. – Available at : <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/brochure-citizens-speak-out-louder-call-european-e-participation>

мовами. Громадян запрошували заходити на національні сайти, інформувати себе, брати участь у дискусіях, вносити рекомендації, голосувати за найбільш придатні пропозиції.

Наступним кроком проекту була організація обговорень на національному рівні: на основі опитувань інституцій у кожній країні обиралася сотня громадян, яка утворювала комітет, що представляв національне населення. Під час таких обговорень вибирали 10 пропозицій, які раніше отримали найбільшу підтримку на національних сайтах. Національні комітети вирішували, чи просувати ці пропозиції (побажання, представлені на національних сайтах, не мали зобов'язуючої сили на цьому етапі). 15 пропозицій було обрано для Саміту Європейських громадян, який проводився у травні 2009 р. у Брюсселі. Присутні громадяни, вибрані з учасників національних комісій, представили рекомендації у формі доповіді перед комісією тих, хто приймає рішення на європейському рівні (Президентом ЄК, Президентом ЄП, представниками різних політичних груп ЄП). Із вересня 2008 р. по березень 2009 р. проведено 31 консультацію, запропоновано 5553 ідеї; участь брали органи влади – 18,5 %, організації громадянського суспільства – 46,5 %, дослідницькі центри, університети, аналітичні центри – 7,3 %, окремі громадяни – 14,2 %, бізнес – 13,5 %²⁶¹.

Очікувалося, що пропозиції будуть взяті до уваги під час розробки політик ЄС, однак ЄК залишила за собою право вирішувати ступінь релевантності пропозицій. Проте, зважаючи на декларування необхідності підтримання зворотного зв'язку з громадянами, інституції ЄС змушені були реагувати на громадянські ініціативи.

Е-участь у ЄС, завдяки якій виробляються ідеї, рекомендації, практики, складається з рівнів, наведених на рис. 3.1.

²⁶¹ Badouard R. Pathways and Obstacles to eParticipation at the European level [Electronic resource] / R. Badouard. – Available at : <http://www.jedem.org>

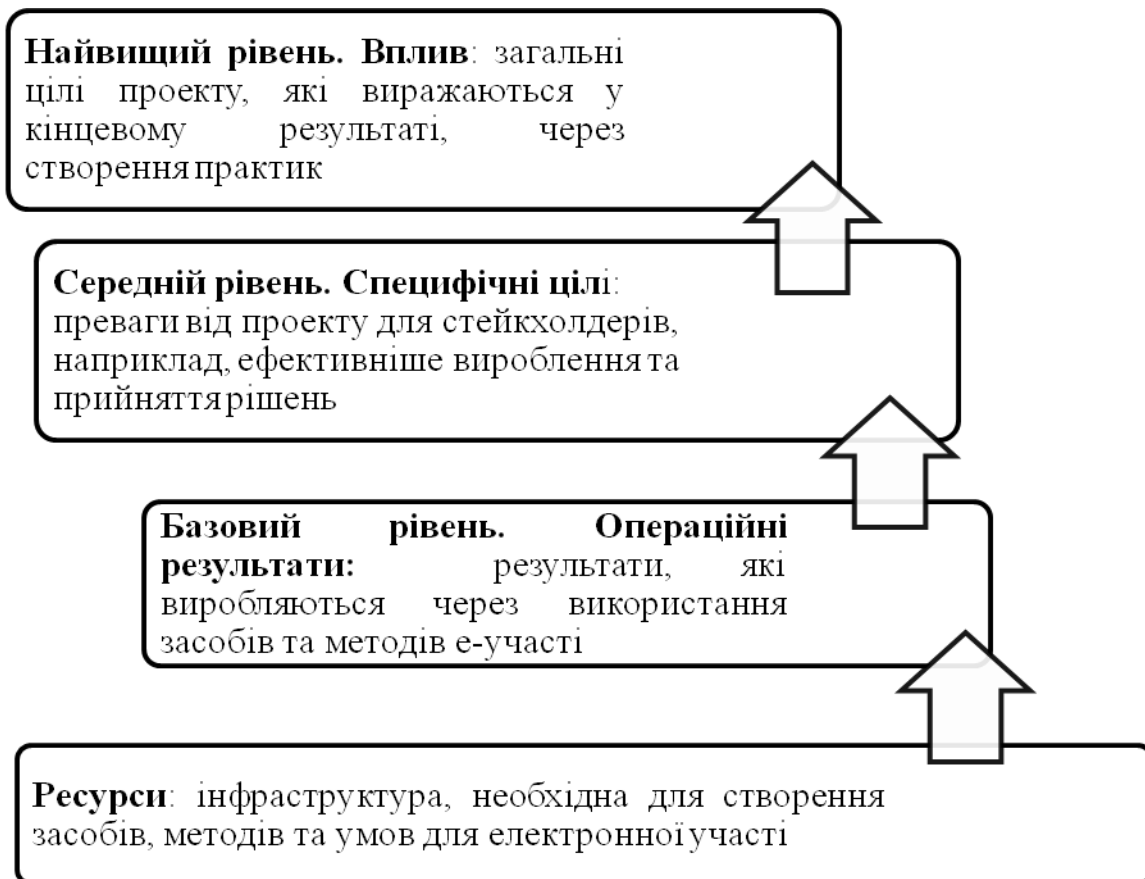


Рис. 3.1. Рівні електронної участі²⁶².

Цілі нижчого рівня чітко визначаються проектом, залежать від використаних ресурсів і зазвичай є короткотермінові. Цілі середнього рівня теж визначаються проектом, але сформульовані так, щоб надати реальні переваги стейкхолдерам, наприклад, через кращу розробку політики, прийняття рішень, законодавчу процедуру. Цілі вищого рівня є поза межами конкретного проекту й забезпечують вигодою ширші групи акторів та стейкхолдерів усього суспільства. Вплив здійснюється на все суспільство, наприклад, може стосуватися політичних цілей інституцій ЄС (демократія, громадянство, соціальна інклюзія тощо).

Більшість ініціатив реалізовували НУО та організації громадянського суспільства й зосереджені загалом на інформуванні, проведенні кампаній, дорадчому процесі та формуванні спільноти. На транснаціональному рівні переважали деліберативні процедури; основна діяльність сконцентрована на місцевому та національному

²⁶² European eParticipation. Summary Report, November 2009 [Electronic resource]. – Available at : <http://ec.europa.eu/information.../document.cfm>

рівнях і спрямована на інформування та консультації. Чим ширший регіон взаємодії (за географічним масштабом та населенням), тим важче використовувати інтерактивні, багатосторонні засоби й підходи електронної участі.

Серед переваг е-участі визначено наявність інформації, кращий обмін інформацією, доступ стейкхолдерів до цієї інформації, більша підзвітність та транспарентність. Серед проблем локального та національного рівнів – підвищення активності державних службовців, які повинні реагувати на і брати до уваги пропозиції громадськості. На європейському рівні лише незначна частина учасників мають достатні знання та досвід, щоб зрозуміти складні політики ЄС та запропонувати свої ідеї²⁶³.

У 2007 р. унаслідок чергового розширення політичні лідери ЄС зобов'язалися зробити Союз демократичнішим та прозорішим, запропонували посилити роль Європейського парламенту та національних парламентів, одночасно закликали надати громадянам більших можливостей, щоби бути почутими²⁶⁴. В основу документа покладено два підходи: проактивний, тобто з точки зору громадян (ініціативи громадянського суспільства), та підхід з точки зору тих, хто приймає політичні рішення (ініціативи для започаткування публічної участі). У документі наголошено, що основна увага буде приділятися ключовим питанням ЄС, які розглядатимуть з обох точок зору.

У грудні 2007 р. Комісія представила стратегію «Комунікація про Європу через Інтернет. Залучення громадян» (Communicating about Europe via the Internet. Engaging the citizens)²⁶⁵ як продовження стратегії «Комунікація з Європою в партнерстві» (жовтень 2007 р.)²⁶⁶. У документі зазначено, що Інтернет може допомогти інституціям ЄС зрозуміти громадську думку через підтримку справді європейських публічних дебатів, де жителі різних країн, які усвідомлюють себе громадянами ЄС, відкрито в он-лайн режимі обговорюють спільні теми. Інтернет перетворюється суто з джерела інформації в засіб

²⁶³ Ibidem.

²⁶⁴ E-participation. Work Programme, 2007 [Electronic resource]. – Available at : http://www.unic.pt/images/stories/publicacoes/eparticipation_workpgm.pdf

²⁶⁵ Communicating about Europe via the Internet. Engaging the citizens [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/internet-strategy_en.pdf

²⁶⁶ Communicating Europe in Partnership, 2007 [Electronic resource]. – Available at : http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2007/com2007_0568en01.pdf

двосторонньої комунікації та взаємодії. Інформаційні веб-сайти та засоби електронної пошти втрачають привабливість через свою статичність. Найуспішнішими стають ті веб-сайти, які пропонують максимальну участь та інтерактивність (відомі як «Web 2.0»).

Уряди залучають до двосторонньої Інтернет-комунікації як форми прямої демократії. Доповідь Комісії про електронну участь (2007 р.)²⁶⁷ показує, що держави-члени ЄС підхопили ініціативу залучення громадян у процеси прийняття рішень. На місцевому рівні громадянам надано можливість висловити свою думку під час онлайн консультацій та взаємодії. Інтернет змінює також соціальне та медійне середовище, у якому діють уряди. Він стає потужним засобом поширення інформації та точок зору громадян і зацікавлених груп, сприяє обізнаності й організації акцій та тиску на тих, хто приймає рішення. Уважають навіть, що референдум щодо Конституції ЄС у Франції був провальним, бо в Інтернеті не було обговорення.

Політичні партії теж усвідомлюють, що нехтувати Інтернетом неможливо, особливо коли йдеться про зв'язки з громадськістю, проведення кампаній, формування політичного порядку денного та громадської думки. Політики створюють власні блоги та прямо взаємодіють із спільнотою. Усі комісари ЄС мають свої сторінки. Інтернет стає альтернативним засобом висловитися для журналістів, які мають можливість звертатися до широкої аудиторії, не зазнаючи редакторської цензури. Наприклад, для багатьох журналістів, акредитованих у Брюсселі, Інтернет є додатковим «виходом», бо ЗМІ, на які вони працюють, надають обмежений простір для питань, що стосуються ЄС. Журналістські блоги та веб-сайти політичних новин сприяють медіа плюралізму, ширшій обізнаності громадян, їх зацікавленості в питаннях щодо політик та стану справ у ЄС.

У ЄС розуміють, що активне громадянство формується змалку. 9 грудня 2008 р. Рада Міністрів ЄС затвердила програму «Безпечніший Інтернет» (програма започаткована в 1999 р.) на період із 2009 до 2013 рр.²⁶⁸. Програма фінансує проекти з такою метою:

²⁶⁷ E-participation. Work Programme, 2007 [Electronic resource]. – Available at : http://www.unic.pt/images/stories/publicacoes/eparticipation_workpgm.pdf

²⁶⁸ Євросоюз зробить Інтернет безпечнішим для дітей [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/press_corner/newsletter/all-newsletters/2008/20081115_01_uk.htm

- підвищити громадську свідомість: молодь, батьки й учителі мають можливість приймати відповідальні рішення в мережі Інтернет за допомогою порад щодо відповідних запобіжних засобів;
- надати громадськості низку контактів, за якими можна звернутися в Інтернеті чи мобільним телефоном, щоб повідомити про тексти або поведінку, що містять протиправні та шкідливі елементи, зокрема про матеріали, що стосуються сексуального насильства над дітьми, «грумінгу» та віртуального залякування;
- сприяти саморегулюючим ініціативам у цій сфері та залучати дітей до створення безпечнішого віртуального середовища;
- створити базу знань на тему нових тенденцій у використанні електронних технологій та їхніх наслідків для життя дитини шляхом об'єднання на загальноєвропейському рівні експертів у галузях технологій, психології та соціології.

У травні 2009 р. розпочався європейський проект, профінансований ЄК, – Транс'європейська мережа е-участі (Pan-European eParticipation Network – PEP-NET)²⁶⁹. PEP-NET є безкоштовним джерелом інформації для організацій та надає можливість обміну хорошими практиками, сприяє дискусіям та контактам. Усі члени мережі зобов'язуються організовувати місцеві та регіональні заходи з е-участі, підтримувати порадами, пропонувати координаторів проектів серед активних учасників мережі тощо.

У березні 2010 р. ЄК розпочала Стратегію «Європа 2020»²⁷⁰ для виходу з кризи та підготовки економіки ЄС до викликів наступного десятиліття. Стратегія ставить за мету досягнути високого рівня зайнятості, продуктивності та соціальної когезії, що буде втілено в конкретних діях на рівні ЄС та держав-членів. Однією з семи ініціатив Стратегії є «Цифровий порядок денний для Європи»²⁷¹, прийнятий у 2010 р., який відводить ключову роль ІКТ для досягнення амбіційних цілей Стратегії «Європа 2020». Мета порядку денного – окреслити курс на максимізацію соціального й економічного потенціалу ІКТ, передусім Інтернету як посередника в

²⁶⁹ About PEP-NET [Electronic resource]. – Available at : <http://pep-net.eu/about/>

²⁷⁰ EUROPE 2020 – A strategy for smart, sustainable and inclusive growth [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EN:PDF>

²⁷¹ Digital Agenda for Europe [Electronic resource]. – Available at : <http://ec.europa.eu/digital-agenda/>

економічній та соціальній діяльності: для бізнесу, роботи, ігор, спілкування та можливості вільно самовиражатися. Досягнення мети стимулюватиме інновації, економічне зростання, покращення життя громадян.

У грудні 2010 р. Комісія запропонувала Другий план Дій електронного урядування (2011 – 2015 рр.), націлений на реалізацію ідей 5-ої Міністерської конференції з електронного урядування (відомої як «Мальмонська декларація»)²⁷². Зокрема, на конференції зазначили, що до 2015 р. європейські публічні адміністрації стануть відкритими, гнучкими, колаборативними у своїх стосунках із громадянами та бізнесом; підвищать свою ефективність та активність, постійно покращуватимуть публічні послуги, які вони надають відповідно до різноманітних потреб користувачів, сприяючи в такий спосіб переходу Європи до лідируючої економіки знань.

Одним із 4 політичних пріоритетів Мальмонської декларації є орієнтація на те, що громадяни та бізнес отримають користь від розширеного доступу до публічної інформації, посиленої прозорості та ефективних засобів залучення стейкхолдерів до політичного процесу.

Керуючись пріоритетами Декларації Мальмо, держави-члени закликали Європейську комісію створити Групу експертів високого рівня з представників держав-членів, яка б відповідала за національні стратегії електронного урядування та електронної участі. Така Групу створили 26 січня 2012 р. Визначено такі її завдання²⁷³:

- 1) надавати поради Комісії зі стратегічних питань електронного урядування, пропонувати необхідні пріоритети та дії;
- 2) сприяти Комісії у визначенні спільних цілей;
- 3) запропонувати форум для обговорення та обміну досвідом.

У документах ЄС особливо наголошується на ролі громадян у розробці політик Союзу, а для цього інституції збирають ідеї громадян, тобто реалізують принцип комунікаційної політики – дослуховування.

²⁷² Ministerial Declaration on eGovernment. Malmö, Sweden [Electronic resource]. – Available at : <http://www.egov2009.se/wp-content/uploads/Ministerial-Declarationon-eGovernment.pdf>

²⁷³ Commission Decision of 26 January 2012 on setting up the eGovernment Expert Group [Electronic resource] // Official Journal C 022. – 27.01.2012. – P. 7 – 8. – Available at : [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32012D0127\(01\):EN:HTML](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32012D0127(01):EN:HTML)

У 2010 р. Комісія оприлюднила першу в історії Союзу Доповідь громадянства ЄС (EU Citizenship Report), яка пропонувала 25 конкретних заходів для полегшення життя громадян під час реалізації їхніх прав в іншій державі ЄС, наприклад, під час одруження, купівлі будинку, активної політичної діяльності, навчання тощо. У 2013 р. Друга доповідь громадянства ЄС проаналізувала успіхи в реалізації визначених заходів (зокрема, циркуляція документів, надання корисної інформації користувачам через Your Europe та Europe Direct) і запропонувала такі кроки:

- усунення бар'єрів для робітників і стажувальників у країнах ЄС;
- скорочення бюрократії;
- захист найбільш вразливих верств населення;
- ліквідація бар'єрів на транскордонних закупівлях;
- надання кращої інформації про ЄС;
- залучення громадян до демократії²⁷⁴.

Європейська комісія зобов'язалася посилити обізнаність громадян про їхні права в ЄС, видавши посібник, у якому всі права будуть викладені зрозумілою та простою мовою; запропонує конструктивні рішення, як громадяни зможуть брати участь у національних виборах, проживаючи на території іншої держави; посилить розвиток пан'європейської публічної сфери, подолавши фрагментованість громадської думки вздовж національних кордонів.

З квітня 2012 р. продовжується «Ініціатива європейських громадян» (The European Citizens' Initiative), запроваджена Лісабонським договором ще в 2006 р. як інноваційний інструмент для транснаціональної демократії участі. Мета Ініціативи – залучити громадян до постановки політичного порядку денного на рівні ЄС, надаючи їм право законодавчої ініціативи через пряме звернення до Комісії, через визначення пріоритетних тем наднаціонального рівня. Це перший інструмент прямої транснаціональної демократії, який створює додатковий прямий зв'язок між громадянами та інституціями ЄС²⁷⁵.

²⁷⁴ The EU explained: Justice, fundamental rights and equality [Electronic resource] // European Commission Directorate-General for Communication. Citizens information. – Brussels, 2014. – Available at : http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/en/justice_en.pdf

²⁷⁵ Anglmayer I. Implementation of the European Citizens' Initiative. The experience of the first three years [Electronic resource] / I. Anglmayer. – Available at :

Уся процедура проходить етапи й часові рамки, які представлено на рис. 3.2.

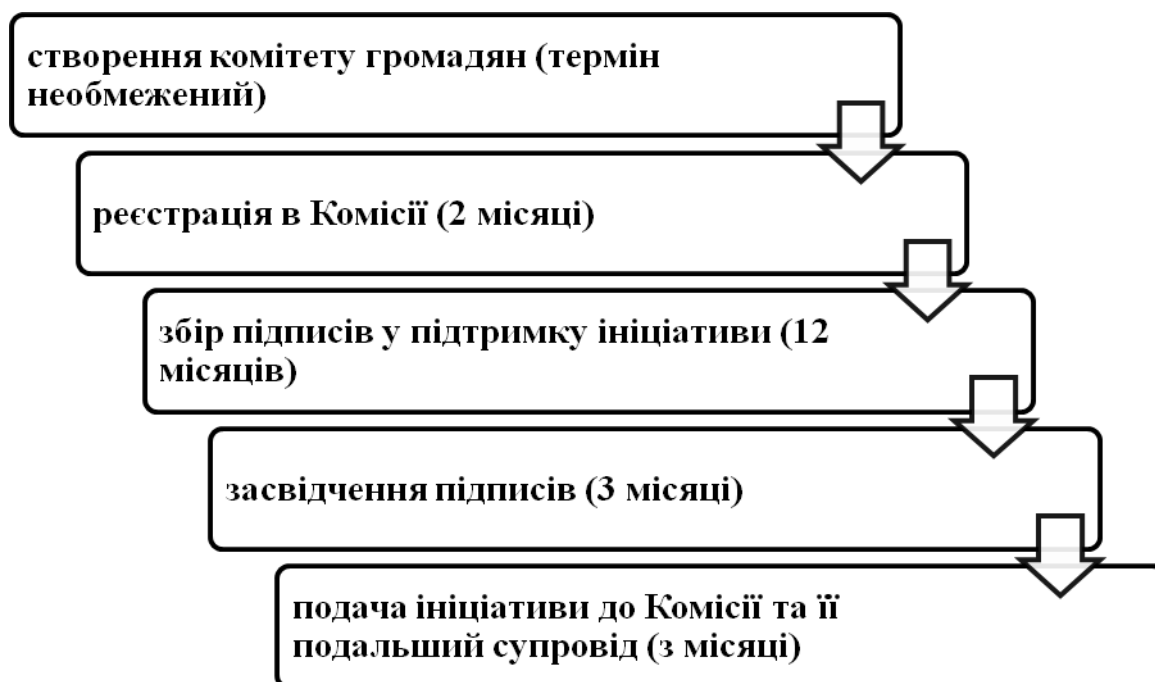


Рис. 3.2. Процедура вироблення та подачі законодавчої ініціативи громадян

Кожен, хто досягнув повноліття, може стати організатором ініціатив, але для цього має створити комітет громадян, який складається з семи членів із, принаймні, семи різних країн ЄС. Саме комітет громадян відповідальний за всю процедуру розроблення та представлення ініціативи. Ініціатива реєструється на сайті Комісії. Протягом 12 місяців збирають заяви про підтримку ініціативи, при цьому гарантується захист персональних даних. Валідність заяв має підтвердити відповідний національний орган кожної країни, де вони збиралися. Якщо кількість заяв про підтримку не менше 1 млн для всіх семи країн, то ініціатива надсилається до Європейської комісії. Протягом наступних 3 місяців Комісія надсилає відповідь, консультується з автором, визначає необхідні дії щодо реалізації ініціативи. Усю інформацію подають на сайті EUROPA та Europe Direct.

У 2014 р. ЄК започаткувала ще 3 проекти е-участі, об'єднані спільною метою – подолати розрив у комунікації між громадянами та політиками й донести політики до громадян²⁷⁶. Проекти використовують сучасні платформи соціальних медіа Facebook, Linked-in та Twitter, бо попередні проекти показали, що досить важко залучити громадян до участі на платформах чи сайтах, створених урядом. Новими проектами е-участі є такі:

– **Puzzled by Policy**²⁷⁷, створення якого було спровоковано переконанням, що не всі громадяни розуміють, як їхні погляди вписуються в наявні чи нові політики ЄС. Профайлер показує користувачеві, де він знаходиться стосовно інших громадян, НУО, політиків, стейкхолдерів у контексті напрямів конкретної політики. Потім користувача запрошують долучитися до обговорень і зробити свій внесок пропозиціями. Як наслідок, громадяни починають краще розуміти свої погляди, спроможні критично оцінювати політики та пропонувати свої ідеї. Після обговорень **Puzzled by Policy** готує доповіді тим, хто розробляє політики, й дає їм змогу бути краще поінформованими про очікування громадян ЄС;

– **Ourspace** допомагає молодим людям зацікавитися політикою. Платформа зводить політиків ЄС та майбутніх виборців і дає змогу молоді долучатися до процесу вироблення політик. Контент є мультилінгвальним, структурованим, аналітичним, зворотній зв'язок обов'язковий. Молоді люди мають змогу звертатися до політиків через iPhone App, Facebook, iGoogle, сайт²⁷⁸;

– **Parterre**²⁷⁹ допомагає просувати ідею е-участі для місцевих урядових агенцій, зокрема надає можливість самостійно оцінити, чи організація готова запроваджувати модель е-участі; пропонує послугу «електронний муніципалітет», за допомогою якої користувачі обговорюють політичні ініціативи в малих групах.

Перед виборами до ЄП стартуватиме проект **Blasting News**, який буде складатися з 28 сайтів (по одному в кожній державі-члені), де громадяни зможуть розміщувати статті про те, що вони очікують від нового парламенту й що Європа насправді для них значить.

²⁷⁶ Digest Stories - E-Participation: the Future of Citizen Engagement in the EU [Electronic resource]. – Available at : http://cordis.europa.eu/result/rcn/92448_en.html

²⁷⁷ **Puzzled by Policy** [Electronic resource]. – Available at : <http://www.puzzledbypolicy.eu/>

²⁷⁸ **Ourspace** [Electronic resource]. – Available at : <http://www.ep-ourspace.eu/>

²⁷⁹ **Parterre** [Electronic resource]. – Available at : <http://www.parterre-project.eu/>

Отже, на рівні ЄС участь громадян – це підтримання обговорень серед громадян, надавання можливостей звертатися прямо до інституцій. Щоб збагатити сучасні канали взаємодії та створити нові, щоб посилити прозорість та легітимність процесу розробки політик і створення умов для публічних обговорень з європейських питань, ЄС створив канали електронної участі. Європейська стратегія е-участі втілена в концепціях хорошого управління, комунікації та прозорості.

Серед проектів е-участі найуспішнішими були такі: «Your Voice in Europe» (2001 р.), «Webocracy» (1998 – 2002 рр.), обговорення на Futurum (2001 – 2004 рр.), «European Citizens' Consultation» (2007 р.), Транс'європейська мережа е-участі (2009 р.), Puzzled by Policy (2014 р.), Ourspace (2014 р.), Parterre (2014 р.).

Інноваційним інструментом для транснаціональної демократії участі стала «Ініціатива європейських громадян» (2006 р.). Метою Ініціативи та проектів е-участі було залучити громадян до постановки політичного порядку денного на рівні ЄС, надаючи громадянам право законодавчої ініціативи через пряме звернення до Комісії, через визначення пріоритетних тем наднаціонального рівня.

3.2. Аудіовізуальна та медіаполітика як засіб підвищення обізнаності громадян ЄС з європейських питань

Регулювання аудіовізуальної політики ЄС. Роль ЄС в аудіовізуальній сфері – створити єдиний європейський ринок аудіовізуальних послуг. Аудіовізуальний сектор ЄС, у якому задіяно більше 1 млн працівників, відіграє ключову соціально-культурну роль, адже ТБ залишається головним джерелом інформування та розваги в Європі, де пересічний європеєць дивиться телебачення 4 години на день.

Перша спроба окреслити аудіовізуальну політику Європейського Співтовариства започаткована завдяки розвитку супутникового телебачення. У 1984 р. Комісія запропонувала «Зелену книгу» з питань заснування спільного ринку телемовлення (Green Paper on the establishment of a common market in broadcasting), зокрема супутникового та кабельного, а в 1987 р. – «Зелену книгу» з питань

розвитку Спільного ринку Телекомунікаційних послуг та обладнання (Green Paper on the development of the Common Market for Telecommunication Services and Equipment). У книгах йшлося про регулятивні кроки встановлення конкурентоспроможного відкритого ринку інформації для «Європейського телебачення», втілення в життя свобод, висвітлених у Римському договорі та формування єдиного ринку в цьому секторі²⁸⁰.

«Зелена книга» запропонувала лібералізацію національного телекомунікаційного сектору та скасування національних кордонів. Цього можна досягти внаслідок розвитку загальних стандартів, «Забезпечення відкритої мережі» (відкритий доступ до телевізійних мереж), стимулювання нових послуг та визначення узгодженої Європейської позиції щодо супутникового зв'язку²⁸¹.

«Зелена книга» аналізувала телебачення в Європі, яке залишалося національним, та потенціал транскордонного телебачення завдяки поширенню супутникового й кабельного зв'язку. У ній акцентовано увагу на секторах, що потребували правової координації, зокрема на рекламі, захисті неповнолітніх та праві на відповідь, щоб забезпечити надання транскордонних телевізійних послуг.

«Зелена книга» з питань заснування Спільного ринку телемовлення та подальші обговорення й консультації заклали підґрунтя для Директиви «Телебачення без кордонів» (Television without Frontiers). Комісія представила законодавчі пропозиції в 1986 р., які були прийняті 1989 р. та вдосконалені 1997 р. Мета Директиви «Телебачення без кордонів» – створити необхідні умови для вільного руху телевізійних послуг у межах Союзу. Перспектива – Директива відкриє двері для культурної та політичної інтеграції.

ЄК підтримала ідею Європейського союзу телерадіомовлення і після експерименту створення телевізійної програми Eurikon (1983 р.) у 1985 р. запрацював консорціум п'яти європейських громадських мовників «Europa TV» (Німеччина (ARD), Італія (RAI), Ірландія (RTE), Нідерланди (NOS), Португалія (RTP)), який через рік припинив своє мовлення, бо не приваблював ні глядачів, ні рекламодавців. Наступні дослідження, присвячені вивченню цієї

²⁸⁰ History of the audiovisual regulatory framework [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/history/index_en.htm

²⁸¹ History of TVwF. The Television without Frontiers Directive [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/history/historytvwf/index_en.htm

проблеми, довели, що європейська аудиторія надає перевагу національним програмам, що ведуть мовлення національними мовами. Для подолання цієї проблеми в 1993 р. запущено канал Euronews²⁸². Девіз Euronews «Ми розмовляємо сімома мовами, але дивимось в одному напрямку» підкреслює важливість єднання європейців, бо в усіх спільні цілі та завдання. Цю концепцію відображено в програмній моделі: програмний дайджест чітко структурований, більшість часу присвячено життю ЄС, яке розглядається на політичному, економічному та культурному рівнях.

Фактично аудіовізуальна й медіа-політика ЄС довгий час розвивалася окремо як один із напрямів діяльності Співтовариства, проте, зважаючи на процеси конвергенції у сфері ІКТ, на сьогодні вона перебуває в компетенції Генерального директорату Європейської комісії, який раніше займався тільки проблемами розвитку інформаційного суспільства.

Ці зміни відбулись ще 2005 р., коли Єврокомісія запропонувала стратегічну ініціативу «i2010 – Європейське інформаційне суспільство заради зростання і зайнятості», у якій одним із пріоритетів для європейського розвитку було визначено «формування єдиного європейського інформаційного простору, який забезпечує вільний і конкурентноспроможний внутрішній ринок для інформаційного суспільства й медіа»²⁸³. Будучи ключовим елементом оновленого «Лісабонського партнерства заради зростання і зайнятості», стратегія «i2010» будувалася на інтегрованому підході, який почав поєднувати політику ЄС щодо розвитку інформаційного суспільства й аудіовізуальної сфери та медіа.

Загалом правовою основою для розвитку аудіовізуальної політики ЄС є стаття 167 Договору щодо функціонування ЄС, яка визначає такі сфери співробітництва, як «вдосконалення і розповсюдження знань про культуру та історію європейських народів; збереження й захист культурної спадщини європейського значення; некомерційний культурний обмін; художня та літературна творчість, у тому числі в

²⁸² Semetko H. A. Europeanized Politics – Europeanized Media? European Integration and Political Communication [Electronic resource] / H. A. Semetko, C. H. de Vreese, J. Peter. – Available at : http://ceses.cuni.cz/CESES-93-version1-8_1_3.pdf

²⁸³ i2010 - A European Information Society for growth and employment [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/index_en.htm

аудіовізуальному секторі»²⁸⁴. Крім того, правовою основою політики є чинне законодавство ЄС у цій сфері, зорієнтоване на регулювання аудіовізуальних медіа-послуг; захисту неповнолітніх; кінематографії, кіноспадщини та кіноіндустрії; служб громадського мовлення.

Аудіовізуальна та медіаполітика втілена в 4 напрямках²⁸⁵:

1. Регулятивні рамки – в основному директива щодо аудіовізуальних медіа послуг (Audiovisual Media Services Directive), мета якої – створити ефективний єдиний Європейський ринок аудіовізуальних засобів і внесення поправок до директиви «Телебачення без кордонів»; рекомендації ЄС щодо захисту дітей / неповнолітніх у режимі онлайн (protecting children/minors online) та європейської кіноспадщини (European film heritage).

2. Фінансування програм, наприклад MEDIA, що доповняють національні системи.

3. Інші заходи, наприклад, сприяння розповсюдженню контенту онлайн (content online) та медіа грамотності (media literacy), медіа плюралізму (media pluralism).

4. Діяльність поза межами ЄС (особливо щодо захисту європейських культурних інтересів в Світовій Організації Торгівлі).

Директива щодо аудіовізуальних медіа послуг²⁸⁶ (AVMSD) охоплює всю сферу послуг аудіовізуальних засобів ЄС (включаючи послуги за запитом) в епоху цифрових технологій. Вона вносить поправки та перейменовує Директиву Телебачення без кордонів, забезпечуючи менш детальне, проте гнучкіше регулювання; модернізує правила телереклами для кращого фінансування аудіовізуального контенту.

Нові правила відповідають технологічному розвитку та створюють рівне ігрове поле для появи аудіовізуальних медіа. Вони сприяють збереженню культурного розмаїття, захисту дітей та споживачів, гарантії медіа плюралізму та боротьбі з національною та релігійною ненавистю. Нова директива охоплює всі послуги сфери аудіовізуальних медіа – традиційне телебачення (лінійна служба) та

²⁸⁴ Consolidated Versions of the Treaty on European Union and the Treaty on the Functioning of the European Union, 2010 [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:12012E/TXT>

²⁸⁵ Audiovisual and Media Policies [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/avpolicy/index_en.htm

²⁸⁶ Audiovisual Media Services Directive [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/avms/index_en.htm

відео за запитом (нелінійні служби). Ці служби мають бути зорієнтовані на загальну громадськість та повинні інформувати, розважати та навчати згідно з редакторською відповідальністю провайдера медіа послуги.

У 2009 р. Парламентська асамблея Ради Європи прийняла Рекомендацію 1855 (2009 р.), у якій нагадує, що все медійне регулювання в Європі не повинно порушувати право на свободу висловлювання та інформації, що гарантується ст. 10 Європейської конвенції з прав людини. Свобода приймати й передавати інформацію та ідеї застосовується незважаючи на кордони; Інтернет- радіо та веб-телебачення повинні розглядатися як Інтернет газети або веб-сайти з текстом, зображеннями та звуком; глядач, слухач або читач нових аудіовізуальних медійних послуг повинен нести більшу відповідальність за контент, який він чи вона можуть обрати та до якого потенційно навіть можуть зробити внесок, тому національні законодавці повинні переглянути своє нормативно-правове регулювання та розробити нові засоби для досягнення визначених цілей щодо аудіовізуальної медійної політики, щоб останні цілі все ще залишались дійсними також в новому медійному середовищі²⁸⁷.

Оскільки розвиток аудіовізуальних медіа-послуг у державах ЄС обов'язково враховує захист загальних інтересів всіх категорій європейських громадян, у тому числі й найуразливіших, «Директива з аудіовізуальних медіа-послуг» містить конкретні правила щодо захисту неповнолітніх, зокрема від неналежних аудіовізуальних медіа-послуг «за запитом».

Ці правила доповнили «Рекомендації щодо захисту неповнолітніх та людської гідності» від 1998 р.²⁸⁸ і 2006 р.²⁸⁹ № 162 pp., які видала

²⁸⁷ Регулювання послуг в сфері аудіовізуальних медіа. Рекомендація 1855 (2009) [Electronic resource]. – Available at : http://gska2.rada.gov.ua/pls/mpz/docs/903_rec_1855.htm

²⁸⁸ Council Recommendation of 24 September 1998 on the Development of the Competitiveness of the European Audiovisual and Information Services Industry by Promoting National Frameworks Aimed at Achieving a Comparable and Effective Level of Protection of Minors and Human Dignity. [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/GA/TXT/?uri=CELEX:31998H0560>

²⁸⁹ European Parliament and Council Recommendation of the European Parliament and of the Council of 20 December 2006 on the Protection of Minors and Human Dignity and on the Right of Reply in Relation to the Competitiveness of the European Audiovisual and On-line Information Services Industry [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=URISERV:124030a>

Рада (друга рекомендація спільно з ЄП) для того, щоб держави-члени й промисловість усвідомлювали нові виклики щодо захисту неповнолітніх в електронних ЗМК, пов'язані з наданням онлайн-ових послуг. Рекомендації від 2006 р. розширюють сферу регулювання завдяки включенню положень щодо медіа-грамотності; співпраці та обміну досвідом і передовими практиками між регулюючими органами; заходів проти дискримінації у всіх ЗМК; і права на відповідь в Інтернет-ЗМК. Комісія опублікувала «Послання щодо споживачів, зокрема неповнолітніх у зв'язку з використанням відеоігор»²⁹⁰.

27 лютого 2008 р. Комісія прийняла пропозицію нової програми «Безпечніший Інтернет»²⁹¹ (Safer Internet), мета якої – сприяти безпечному використанню Інтернету та нових он-лайн технологій, зокрема дітьми, боротися з незаконним контентом та контентом, що вважається небажаним для кінцевого споживача. Ця програма започаткувала конкурси з вибору і фінансування проектів, спрямованих на створення безпечнішого онлайн-ового середовища для молоді, а також підтримує два щорічних заходи – День безпечного Інтернету і безпечного Інтернет-форуму²⁹². Реалізується Програма за допомогою щорічних робочих програм, які деталізують її цілі та пріоритети.

ЄС вбачає одним із своїх завдань заохочення країн-членів до співпраці в збереженні та захисті культурної спадщини Європейського значення, включаючи кіно (Стаття 151(2) Договору ЄС). Рекомендації країнам-членам з питань кіноспадщини закликають регулярно збирати, заносити до каталогів, зберігати та відновлювати все, що можна передати майбутнім поколінням; а також інформувати Комісію кожних 2 роки про свою діяльність у цій сфері. Перша доповідь про впровадження рекомендацій у дію була

²⁹⁰ Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on the Protection of Consumers, in Particular Minors, in Respect of the Use of Video Games [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52008DC0207>

²⁹¹ Safer Internet [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/index_en.htm

²⁹² Decision №1351/2008/EC of the European Parliament and of the Council of 16 December 2008 Establishing a Multiannual Community Programme on Protecting Children Using the Internet and Other Communication Technologies [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008D1351&from=EN>

опублікована в серпні 2008 р. Комісія сприяє всім зусиллям у захисті кіноспадщини, періодично організовуючи зустрічі Кіноекспертних груп, де експерти з різних кіноархівів Європи обмінюються найкращими рекомендаціями та шукають спільне рішення проблем²⁹³.

У третій доповіді 2013 р. (друга доповідь – 2010 р.) наголошено, що кінороботи володіють не лише культурною цінністю, вони є потужним джерелом історичної інформації про європейське суспільство, бо кінообрази є суттєвим елементом знань про минуле та відображенням цивілізації²⁹⁴.

Для підтримки європейської аудіовізуальної промисловості реалізовувалася програма MEDIA²⁹⁵, яка втілювалася в життя щорічними робочими програмами з 1991 р. Вона зорієнтована на сприяння незалежним європейським кінотоворобникам створювати нові фільми, знаходити партнерів та глядачів за кордоном. Програма надає фінансову допомогу малим та середнім кіно виробникам та допомагає поширювати тисячі фільмів кожного року, включаючи художні фільми, телепрограми, документальні фільми та нові медіа.

MEDIA 2007 р., яку прийняли ЄП та Рада 15 листопада 2006 р. з бюджетом у розмірі € 755 млн на 7 років. Наслідки цифрової революції та розширення ЄС для Європейського аудіовізуального ринку вимагали переосмислення пріоритетів і структури нової програми. Громадські консультації визначили сфери, що потребують змін, а саме: уся діяльність згідно з програмою MEDIA 2007 має бути адаптована до розвитку технологій та ринку, відобразити наслідки диджиталізації; MEDIA 2007 має розв'язати проблеми фахівців у сфері масмедіа в нових державах-членах ЄС та включати інноваційну цільову діяльність у галузі диджиталізації та заходи, що сприяють доступу до кредитування малого та середнього бізнесу.

Звернімо увагу на цілі програми MEDIA 2007 (2007 – 2013 pp.):

²⁹³ Protection of film heritage [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/cinema/index_en.htm

²⁹⁴ Commission Staff Working Document on the challenges for European film heritage from the analogue and the digital era (Third implementation report of the 2005 EP and Council Recommendation on Film Heritage) [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/cinema/report_3/swd_2012_431_en.pdf

²⁹⁵ MEDIA Programme. Overview [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/culture/media/about/index_en.htm

1) сприяти посиленню Європейського аудіовізуального сектору, відображаючи та поважаючи європейську культурну ідентичність і спадок;

2) збільшити обіг Європейських аудіовізуальних робіт в та поза межами ЄС;

3) посилити конкурентоспроможність європейського аудіовізуального сектору, полегшуючи доступ до фінансування та сприяючи застосування цифрових технологій.

Для співпраці з неєвропейськими кіновиробниками впроваджено програму MEDIA Mundus з бюджетом € 15 млн на 2010 – 2013 рр., попередником якої був підготовчий захід MEDIA International. Програма зосереджена на навчанні, сприянні доступу до ринку, тобто пошуку партнерів для спільного виробництва та дистрибуції, а також на заохоченні міжнародних продажів, реклами, поширення аудіовізуальних робіт.

На зміну програм MEDIA та MEDIA Mundus прийшла програма «Креативна Європа 2014 – 2020» (Creative Europe)²⁹⁶ з бюджетом € 1,46 млрд, зумовлена потребою більшого інвестування в культуру та креативний сектор, який суттєво сприяє економічному зростанню, зайнятості, інноваціям, соціальній когезії, просуванню ідеї євроінтеграції. Передбачено, що програма «Креативна Європа 2020» надасть більше фінансування акторам та діячам культури для розвитку їхніх навичок та роботі закордоном, більше коштів транснаціональним культурним подіям в та поза межами ЄС, розвиватиме конкурентоспроможність європейської культури та кіно, захищаючи культурну та мовну різноманітність.

Цифрова «дематеріалізація» контенту надає великі можливості для Європи, але й значну кількість викликів. По-перше, є певні перешкоди на шляху цифрового розподілу продуктів послуг сфери культури. По-друге, незаконне скачування може суттєво зашкодити розвитку економічно життєдайного єдиного ринку диджитального контенту. По-третє, наявна необхідність сприяти іноземним пропозиціям у межах закону. У 2008 р., після процесу консультацій 2006 р., Комісія прийняла стратегічний документ про креативний

²⁹⁶ Creative Europe [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/culture/media/index_en.htm

контент он-лайн, у якому визначено 4 основних сфери необхідної діяльності ЄС²⁹⁷:

- 1) наявність креативного контенту;
- 2) ліцензування креативного контенту по всій території ЄС;
- 3) система управління цифровими правами;
- 4) піратство / несанкціоноване колективне використання файлів.

Із метою забезпечення демократичних, соціальних та культурних потреб конкретного суспільства й забезпечення мовної розмаїтості та культурного плюралізму національні громадські мовники потребують підтримки з боку держави щодо прямого фінансування чи ліцензійних зборів. Компетенцію ЄС та країн-членів у цій галузі встановлює «Протокол про систему громадського мовлення в державах-членах». Завдання Комісії полягає в тому, щоб перевіряти, чи дотримуються держави-члени положень Договору, особливо Правил державної допомоги в цій галузі. Принципи цієї допомоги викладено в «Посланні Комісії щодо застосування правил державної допомоги для громадського мовлення» від 2001 р. і переглянуто в липні 2009 р. Оновлені правила зосереджують увагу на підзвітності та ефективному контролі на національному рівні, у тому числі на прозорому оцінюванні загального впливу фінансованих державою нових медіа-послуг²⁹⁸.

Комісія визначає новий виклик для нового інформаційного суспільства – стати грамотним у сфері нових медіа. Медіаграмотність тлумачать як спроможність здійснювати доступ до медіа, розуміти та критично осмислювати різноманітні аспекти медіа та медіаконтенту, продукувати комунікацію в різноманітних контекстах²⁹⁹. Медіаграмотність стосується всіх медіа, включаючи телебачення, радіо, музичні записи, друковані медіа, Інтернет та всі інші нові цифрові комунікаційні технології. Це основна компетентність не лише молодого покоління, але й дорослих, людей похилого віку,

²⁹⁷ Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on creative content online in the Single Market {SEC(2007) 1710} [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52007DC0836:EN:NOT>

²⁹⁸ Європейські публічні комунікації : культура, політика, технології : [колект. моногр.] / [А. Шинкарук, В. Парфенюк, Е. Кац]. – Рівне, 2013. – С. 110.

²⁹⁹ Media Literacy [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/avpolicymedia_literacy/index_en.htm

батьків, учителів, фахівців у сфері медіа. Комісія вважає медіаграмотність важливим фактором активного громадянства в теперішньому інформаційному суспільстві. 20 серпня 2009 р. Комісія рекомендувала, щоб усі країни ЄС та медіаіндустрія підвищили обізнаність населення в багатьох формах медіапослань (чи то реклама, кінофільми чи онлайн контент) (Commission Recommendation C(2009)6464). 27 листопада 2009 р. Рада з питань освіти, молоді та культури прийняла висновки Комісії з питань медіаграмотності в цифровому середовищі. Для обговорення побудови інклюзивного суспільства знань у 2011 р. Комісія створила експертну групу, яка вивчає медіаграмотність у школах.

Медіа плюралізм³⁰⁰ – поняття, яке охоплює низку ідей, а саме: різноманітність власності, різноманітність джерел інформації та різноманітний контент, доступний у державах-членах. Свобода та плюралізм медіа є ключовими елементами свободи вираження та суттєвою умовою збереження права на інформацію, що є в основі демократичного процесу (ст. 11 Хартії основних прав, ст. 10 Європейської конвенції із захисту прав людини та основних прав).

У відповідь на тривалі обговорення щодо концентрації медіа та її можливого впливу на плюралізм і свободу вираження, 16 лютого 2007 р. ЄК запропонувала триступеневий підхід до просування дебатів із медіа плюралізму: 1) робочий документ Комісії з медіа плюралізму; 2) незалежні дослідження медіа плюралізму; 3) Комісія інформує про ознаки медіа плюралізму в країнах ЄС. Цей підхід охоплює доступ до різноманітної інформації, щоб громадяни могли сформулювати власну думку, не зазнаючи впливу одного домінуючого джерела.

У жовтні 2011 р. за ініціативи Комісара Н. Кроес було створено Групу високого рівня з питань свободи масмедіа та медіа плюралізму, яка визнає існування викликів, що можуть обмежувати свободу журналістів, зменшувати плюралізм думок; окрім цього деякі журналісти своєю поведінкою теж підривають довіру до аудіовізуального сектору. Основна відповідальність у підтримці свободи й плюралізму масмедіа покладена на держави-члени, проте

³⁰⁰ Commission Staff Working Document. Media pluralism in the Member States of the European Union [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/media_pluralism_swp_en.pdf

ЄС теж відіграє важливу роль у підтримці основоположних прав громадян ЄС.

У січні 2013 р. Група представила такі рекомендації державам-членам та інституціям ЄС у сфері свободи та плюралізму масмедіа³⁰¹:

- ЄС повинен захищати свободу та плюралізм мас медіа на державному рівні, щоб гарантувати права, які надав громадянам Договір ЄС, зокрема права вільного пересування та представницької демократії;

- для покращення функціонування Єдиного ринку необхідна подальша гармонізація законодавства ЄС, особливо у сфері захисту даних і відповідальності за поширення клепу;

- варто захищати відкритий та недискримінаційний доступ до інформації для всіх громадян в он-лайн середовищі і, якщо необхідно, застосувати конкурентне право і / чи посилити принцип мережевого нейтралітету;

- на національному рівні треба проводити регулярну оцінку медіаоточення і визначати сфери потенційної загрози для плюралізму; на рівні ЄС для цього варто створити спеціалізовану агенцію;

- у старших класах потрібно викладати медіаграмотність;

- Президенти інституцій ЄС повинні регулярно організовувати інтерв'ю для представників національних ЗМК, що дасть змогу транслювати чи надрукувати відповіді на запитання журналістів держав-членів ЄС;

- свобода та плюралізм масмедіа має бути передумовою вступу держави до ЄС;

- журналісти та медіаорганізації мають прийняти власні кодекси поведінки та журналістські стандарти, щоб протидіяти новим викликам медіасередовища;

- усі держави ЄС мають створити незалежні ради з питань масмедіа з політично та культурно збалансованим і соціально різноманітним представництвом у них; такі ради повинні керуватися стандартами ЄС, дотримуватися європейських цінностей і їх має моніторити Комісія;

³⁰¹ A free and pluralistic media to sustain European democracy [Electronic resource]. – Available at : <https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/HLG%20Final%20Report.pdf>

– національне законодавство країн-членів повинно базуватися на принципі захисту журналістських джерел (недотримання якого можливе лише за розпорядженням суду).

Також Комісія ініціювала створення Центру для медіа плюралізму і медіасвободи в школі Р. Шумана при Інституті Європейського університету.

У квітні 2013 р. Комісія представила Зелену книгу «Підготовка до повністю конвергованого світу: зростання, створення, цінності» (Green Paper. Preparing for a Fully Converged Audiovisual World: Growth, Creation and Values), мета якої – розпочати широке публічне обговорення потенційних наслідків трансформацій аудіовізуального медійного ландшафту, який характеризується стійким збільшенням конвергенції медіапослуг та способів як надання, так і споживання (під конвергенцією в Книзі розуміють злиття традиційних телевізійних послуг та Інтернету)³⁰².

26 листопада 2013 р. Рада ЄС та представники держав-членів прийняли Резолюцію про свободу масмедіа та медіа плюралізм у цифровому оточенні³⁰³, де наголошували, що масмедіа є суттєвим стрижнем демократії, бо ЗМК відіграють важливу роль у гарантуванні транспарентності та підзвітності, мають вагомий вплив на громадську думку щодо підготування громадян до активної участі в процесах прийняття рішень.

Міжнародні аспекти аудіовізуальної політики³⁰⁴ охоплюють 5 основних сфер:

1) розширення ЄС (перед вступом до ЄС країни кандидати повинні поправити своє законодавство відповідно до правових норм Союзу, включаючи законодавство в аудіовізуальній сфері);

2) Європейська політика добросусідства (завданнями: взаєморозуміння в аудіовізуальній сфері, спільне бачення

³⁰² Green Paper. Preparing for a Fully Converged Audiovisual World: Growth, Creation and Values [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2013:0231:FIN:EN:PDF>

³⁰³ Council conclusions and of the representatives of the Governments of the Member States, meeting within the Council, on media freedom and pluralism in the digital environment [Electronic resource]. – Available at : http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/educ/139725.pdf

³⁰⁴ The international dimension of audiovisual policy [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/avpolicy/ext/index_en.htm

аудіовізуальної політики, боротьба з проявами расизму та ксенофобії);

3) Світова Організація Торгівлі й Організація економічної співпраці та розвитку (регламентація торгівлі аудіовізуальними продуктами та послугами з дотриманням права інтелектуальної власності);

4) сприяння культурній різноманітності (ЮНЕСКО) (захист європейської культурної різноманітності через присутність в аудіовізуальному просторі мовних меншин, зв'язок із національною та регіональною ідентичністю, матеріальна й нематеріальна природа традицій та культурної спадщини),

5) співпраця в аудіовізуальній політиці (поширення європейської культури та цінностей за кордоном, обмін досвідом з міжнародними фахівцями).

Медіависвітлення політик ЄС на національному рівні. Після того, як у 2005 р. розпочався процес осмислення комунікації ЄС повному, однією з основних ініціатив комісара М. Волстром стала структура «двостороннього потоку комунікації» із залученням місцевих журналістів і прес-офісів Європейського парламенту та різноманітних агенцій, які звертаються до Брюсселя та співпрацюють більш-менш незалежно в напрямі визначення комунікаційних стратегій (наприклад, Європейський журналістський центр у Маастрихті (Maastricht-based European Journalism Centre) чи наднаціональний медіапортал Euractiv)³⁰⁵.

Основне завдання наднаціональних акторів – визначати порядок денний та проектувати специфічні дискурси з питань європейської інтеграції, адже вони мають прямі та налагоджені стосунки з наднаціональними інституціями, є достатньо могутніми, щоб визначати політику. Ця частина комунікантів публічної сфери є елітою, тобто складається з інтелектуалів, професіоналів, функціонерів, які мають особливу зацікавленість у питаннях ЄС.

Більш проблематичними є покращення управління вертикальною комунікацією, тобто стосунки та взаємодія між наднаціональним, національним і місцевим рівнями. Соціальні актори на нижньому рівні системи європейського керівництва є слабкою частиною

³⁰⁵ Valentini Ch. Constructing public support: EU communication challenges for the process of integration [Electronic resource] / Ch. Valentini. – Available at : http://www15.uta.fi/arkisto/tacs/papers0506/Valentini_Constructing_public_support.pdf

публічної сфери, бо мають мало можливостей висловитися з формування європейських питань. Наприклад, актори громадянського суспільства, які працюють на локальному рівні держав-членів, повинні попросити експертів парасолькових організацій наднаціонального рівня, щоб ті представили їх інтереси на інституційних зібраннях ЄС, якщо бажають включити європейський вимір до своєї діяльності.

Із 2004 р. представникам Комісії в державах-членах було надано більшої ваги під час організації публічної комунікації в цих державах. Вони повинні стати містками між інтересами у різних територіальних контекстах та перетворювати пріоритети, визначені Брюсселем, у комунікативні повідомлення, які поширюються загальній публіці через Europe Direct. Проте цей процес управління комунікацією зіткнувся з опором національних урядів, які не бажають, щоб представники Комісії отримали такий великий вплив на формування інституційної комунікації.

З-поміж труднощів спільного підходу до комунікації варто виокремити «націоналізацію» європейських питань державами-членами, бо спроможність ЄС здійснювати комунікацію суттєво залежить від політичної волі національних урядів сприяти такій комунікації, а не лише від зусиль Комісії. Окрім цього, успіх комунікації визначається і тим, як різноманітні медіа висвітлюють питання ЄС. Медіа подають політики та теми ЄС у своєму контексті через призму політичних, соціальних і культурних орієнтацій та окремих інтересів держав-членів у Європі, ставлячи під сумнів спроби Комісії розвивати транснаціональну публічну сферу³⁰⁶.

Отже, нещодавно інституції ЄС відчували потребу покращити канали комунікації ЄС через встановлення відносин з урядами держав-членів та новиннісними медіа. Інституції ЄС можуть покращити репутацію саме завдяки більшій місцевій підтримці. Одночасно участь громадян у справах ЄС залежить не лише від їхньої мотивації та бажання долучитися до вирішення наднаціональних політичних питань, а й від їх обізнаності в політиках ЄС та процесах прийняття рішень. Доступність надійної інформації про ЄС є передумовою більшої політичної активності громадян. З цього

³⁰⁶Valentini Ch. Constructing public support: EU communication challenges for the process of integration [Electronic resource] / Ch. Valentini. – Available at : http://www15.uta.fi/arkisto/tacs/papers0506/Valentini_Constructing_public_support.pdf

погляду новиннісні медіа відіграють суттєву роль у здобуванні інформації громадянами ЄС про інституції, політики та справи ЄС. Думки громадян залежать від якості та кількості доступної інформації, а національні медіа є одними з перших і найважливіших засобів комунікації ЄС та первинним джерелом інформування.

На думку Д. Локвуда, національні медіа системо-інтегровані на макрорівні, що надає змогу політичним, економічним та соціальним підсистемам держав-членів ЄС спостерігати та комунікувати одні з одними. Більше того, національні публічні сфери, створені масмедіа, є вертикально соціально інклюзивні в питанні європейської інтеграції, надаючи політичним акторам та організаціям держав-членів роль спікерів³⁰⁷. У горизонтальному вимірі інтегративний ефект медіа полягає в інформуванні громадян про інших європейців і, як наслідок, у сприянні порозумінню та взаємній довірі між народами держав-членів ЄС. У горизонтальному вимірі новини про європейські політичні питання просувають соціальну інтеграцію в ЄС через: 1) надавання громадянам, принаймні, ролей споживачів у політичному процесі, 2) інформування їх про ЄС, його політики, держави-члени, 3) підтримку європейської інтеграції та відчуття політичної спільноти в межах ЄС³⁰⁸.

Ще у 1977 р. Р. Інглехарт стверджував, що новини про європейські питання ведуть до вищого рівня підтримки європейської інтеграції та політики ЄС. На думку дослідника, політично грамотні та добре поінформовані громадяни краще розуміють таке складне утворення, як ЄС, а також схильні підтримувати політику Союзу³⁰⁹.

Дослідження у сфері висвітлення справ ЄС у місцевих медіа здійснювали К. Г. де Вріз (2001 р.), який провів порівняльний аналіз висвітлення новин про специфічні питання ЄС у Британії, Голландії та Данії; Дж. Пітер та колеги (2003 р.) вивчали, як подається ЄС у вечірніх новинах у прайм-тайм, П. Статам та Е. Грей (2005 р.),

³⁰⁷ Scharkow M. Effects of Domestic Media Use on European Integration? [Electronic resource] / M. Scharkow, J. Vogelgesang. – Available at : http://underused.org/docs/scharkow_vogelgesang2007.pdf

³⁰⁸ Fuchs D. Das Demokratiedefizit der Europäischen Union und die politische Integration Europas: Eine Analyse der Einstellungen der Bürger in Westeuropa [Electronic resource] / D. Fuchs. – Available at : http://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/11299/ssoar-2002-fuchs-das_demokratiedefizit_der_europaischen_union.pdf?sequence=1

³⁰⁹ Inglehart R. The silent revolution: Changing values and political styles among Western publics / R. Inglehart. – Princeton : Princeton University Press, 1977. – 496 p.

В. Ле Торек (2001 р.) досліджували національні погляди в репортажах про новини в ЄС; Дж. М. МакЛеод (1999 р.) розглядав новиннісіні медіа як засіб політичної участі; М. Брюгеман (2006 р.) стверджував, що медіа – суттєвий засіб створення європейської публічної сфери; К. Валентині (2007 р.) вивчала точку зору фінських та італійських журналістів щодо поганого висвітлення новин ЄС у місцевих медіа тощо. Зокрема, Д. Морган (1995 р.) та Н. Т. Гавін (2001 р.) запевняли, що стосунки кореспондентів та інституцій ЄС є проблематичними, а це впливає на якість поданої інформації; проблематичні стосунки виникають через брак спеціально орієнтованих тренінгів для кореспондентів ЄС³¹⁰.

Із 1995 р. ЄС фінансував та організував багато тренінгових курсів для представників медіа через Європейський журналістський центр у Маастрихті; окрім цього, змінив внутрішню структуру, винайнявши більше фахівців у сфері PR та комунікації; розробив нову комунікаційну філософію діалогу з громадянами. Відповідно до таких змін Генеральний директорат з преси та комунікації, який тоді ж відповідав за комунікацію та зв'язки з медіа, перейменовано в Генеральний директорат із комунікації.

Зростаючий інтерес ЄС до національних медіа зумовлено двома факторами: 1) зниження підтримки політик ЄС у поєднанні зі зростанням невдоволення роботою ЄС; 2) усвідомлення Комісією важливості комунікації з різною громадськістю щодо майбутнього ЄС. Огляди Євробарометра за 2003 – 2006 рр. засвідчили, що менше 50 % усіх громадян ЄС мають позитивну думку щодо репутації та громадської підтримку ЄС³¹¹. Комісія вважає, що така ситуація зумовлена спотвореними знаннями громадян про справи ЄС і частково через ту інформацію, яку вони отримують з місцевих медіа, які втрачають нейтральність та інтерпретують і переробляють інформацію відповідно до бажань політичних партій чи інших лідерів думок³¹².

³¹⁰ Valentini Ch. EU Media Relation. Views of Finnish and Italian Journalists [Electronic resource] / Ch. Valentini. – Available at : http://pure.au.dk/portal/files/3618/Valentini_EU_media_relations.pdf

³¹¹ Public opinion in the European Union [Electronic resource] // Eurobarometer. – № 66. – Autumn 2006. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb66/eb66_en.pdf

³¹² Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the Economic and Social committee and the Committee of the Regions on an Information and communication

На думку Комісії, покращення каналів комунікації може сприяти зростанню обізнаності громадян ЄС і підтримки євроінтеграційного процесу. Саме медіа відіграють важливу роль у процесі «європеїзації» і розвитку нової європейської ідентичності, бо не лише інформують, а формують громадську думку та впливають на громадську підтримку інституцій ЄС. Більша прозорість у висвітленні діяльності ЄС у медіа може скоротити дистанцію та ворожість громадян³¹³. Такий тип інформації частково зумовлений якістю інформації, яку надають прес-секретарі ЄС, а також їхніми стосунками з національними медіа. Фактично, національні ЗМК мають повноваження відбирати не лише ті повідомлення, які вони вважають придатними для публікації, керуючись власними журналістськими правилами, а й те, що на їхню думку є цікавим та з надійних джерел.

П. А. Кертін та Е. Роденбоу (2001 р.), М. А. Лі та Н. Соломон (1990 р.) та інші у своїх дослідженнях стверджували, що за певних обставин PR-вплив може визначати 80 % новиннісного контенту. Б. Л. Бакстер (1981 р.) ставив під сумнів такий високий вплив PR, однак був переконаний, що зв'язки з громадськістю непрямо впливають на сприйняття журналістів, яке залежить від якості особистих стосунків журналістів та прес-секретарів³¹⁴.

Для пояснення, якими рішеннями керуються журналісти місцевих медіа, коли обирають новини, було запропоновано дві моделі:

1) модель П. Статама (2006 р.), згідно з якою журналісти виконують подвійну функцію: є посередниками політичної інформації від зовнішнього джерела та одночасно акторами, які долучаються до процесу формування громадської думки через власні коментарі з політичних питань. Зважаючи на таку подвійну функцію, основними факторами, які впливають на рішення журналістів щодо

strategy for the European Union, 2002 [Electronic resource]. – Available at : http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2002/com2002_0350en02.pdf

³¹³ Can EU hear me? How to get the EU's message out [Electronic resource] // Friends Of Europe. – October 2004. – Available at : http://www.mie.ro/fisiere_atasate/ro22_1143540624Can%20EU%20Hear%20Me%20oct%202004.pdf

³¹⁴ Valentini Ch. EU Media Relation. Views of Finnish and Italian Journalists [Electronic resource] / Ch. Valentini. – Available at : http://pure.au.dk/portal/files/3618/Valentini_EU_media_relations.pdf

рівня та форми висвітлення ЄС, є попит читачів на інформацію, вплив колективних акторів на визначення порядку денного, специфічна організаційна культура видання, збір інформації журналістами та відбір новин, порядок денний, який встановлюється медіа³¹⁵;

2) модель С. Т. Сінаги та Д. Г. Ву (2007 р.), мета якої – з'ясувати, які фактори впливають на рішення журналістів прийняти та опублікувати новинні матеріали, створені службами зв'язків з громадськістю. Модель розглядає п'ять факторів впливу: професійна роль журналістів, цінність новин, бізнесовий тиск, неформальні та PR зв'язки, журналістська освіта³¹⁶.

Усі журналісти держав-членів ЄС отримують більшість інформації про ЄС від прес-секретарів та речників Європейської комісії через офіси національного Представництва. Одна з основних функцій Представництв – встановити тісніші та міцніші контакти із загальною громадськістю, урядами, медіа держав-членів.

Іншим офіційним джерелом новин про ЄС, з яким часто консультуються журналісти, є доповіді, статті, редакторські записки «фабрик думок» та інших неприбуткових організацій: European voice, Euractiv, Центр європейських політичних студій (Centre for European Policy Studies), Agence Europe, асоціації журналістів та ресурсні центри, зокрема Міжнародна асоціація преси (International Press Association), Європейська федерація журналістів (European Federation of Journalists (EFJ)), Міжнародний прес-центр (International Press Centre), он-лайн публікації.

Загалом із журналістами прямо контактують прес-секретарі чи інформують непрямо через електронну пошту та бюлетені з різноманітних аспектів порядку денного ЄС, спеціальних подій та політичних рішень. Акредитовані журналісти мають доступ до прес-релізів та бекграундових матеріалів, які розсилає Комісія через свою віртуальну прес-кімнату; можуть завантажувати аудіовізуальні матеріали та брати участь у зустрічах і семінарах. Їм надано можливість переглядати наживо щоденні брифінги на каналі Europe by Satellite, який також подає сесії Європейського парламенту та

³¹⁵ Statham P. Political Journalism and Europeanization: Pressing Europe? [Electronic resource] / P. Statham // European Political Communication Working Paper. – 2006. – Available at : http://ics.leeds.ac.uk/eurpolcom/discussion_papers.cfm

³¹⁶ Sinaga S. Predicting Indonesian Journalists' Use of Public Relations-Generated News Material / S. T. Sinaga, D. H. Wu // Journal of Public Relations Research. – 2007. – № 19 (1). – P. 69 – 90.

деякі прес-конференції Ради міністрів. Хоча Комісія проводить тренінги для підвищення професійності журналістів, проте регіональні й місцеві газети можуть не мати достатньо ресурсів, щоб забезпечити своїм працівникам навчання в Брюсселі.

Більшість регіональних та місцевих журналістів інформують про ЄС лише тоді, коли питання стосується національного порядку денного. Вони отримують матеріали з непрямих джерел: веб-сторінок; прес-матеріалів, отриманих національним Представництвом Комісії чи прес-службою уряду; національних прес-агенцій. Їхні контакти з комісарами ЄС, речниками чи членами Європейського парламенту нечасті. На думку П. Сатама, газета зі спеціальним кореспондентом у Брюсселі отримує якіснішу інформацію з подій, що стосуються політик ЄС, ніж та, яка покладається на свого місцевого журналіста чи на агенцію новин³¹⁷.

Генеральний директорат з комунікації (до 2005 р. – Генеральний директорат преси та комунікації) вбачає місію в підтримці комунікації в усій Комісії. На веб-сторінці ГД з комунікації визначає свою місію: «інформувати Комісію про еволюцію поглядів у державах-членах; координувати діяльність Представництв; централізувати всі контакти з медіа; шукати забезпечення спільного підходу до комунікації та інформації в межах Комісії. Це передбачає контакти з Генеральними директоратами та Службами Комісії, які мають інформаційні підрозділи для секторної інформації»³¹⁸. Команда планування та координації відповідає за підготовку комунікаційного порядку денного на основі інформації від усіх ГД та ГД з комунікації. Служба спікера, що знаходиться під прямою політичною владою Президента, – ключовий компонент ГД з комунікації; вона відповідає за донесення політичних пріоритетів Комісії для ЗМК та встановлює порядок денний для кореспондентів ЄС. На службу покладено зобов'язання посилити якісний контроль прес-релізів, щоб найважливіші тексти адаптувати до локальної аудиторії.

³¹⁷ Statham P. Political Journalism and Europeanization: Pressing Europe? [Electronic resource] / P. Statham // European Political Communication Working Paper. – 2006. – Available at : http://ics.leeds.ac.uk/eurpolcom/discussion_papers.cfm

³¹⁸ Directorate General Communication [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/index_en.htm

Місія Генерального директорату з комунікацій – інформувати масмедіа та громадськість про діяльність Комісії, її цілі та завдання; інформувати Комісію про обговорення питань, що стосуються ЄС, у державах-членах. Генеральний директорат з комунікації є офіційним голосом Європейської комісії у взаємодії із засобами масової інформації та, як правило, першим портом для журналістів, які висвітлюють питання, що стосуються Комісії. Основне завдання – відкрито, прозоро та якомога доступніше поінформувати про роботу Комісії. Роль прес-служби – інформувати Комісію про те, що говорить про них світова преса. Специфічні завдання Генерального директорату та Служби спікера полягають у наступному³¹⁹:

- доступність для журналістів, щоб пояснити та інформувати їх про політику ЄС та ініціативи Комісії;
- проведення щоденних брифінгів для преси опівдні в прес-центрі Комісії;
- організація прес-конференцій для уповноважених, а також технічні брифінги для посадових осіб високого рівня;
- надання та розповсюдження прес-матеріалів (прес-релізів, довідкових матеріалів і т.д.) і аудіовізуальних матеріалів (фото, звуку, відео);
- проведення інтерв'ю і двосторонніх брифінгів для журналістів;
- організація інтерв'ю і брифінгів з уповноваженими або посадовими особами;
- акредитація для журналістів, телевізійників і фотографів;
- інформування національних та регіональних засобів масової інформації в державах-членах через представників Комісії;
- координація Інтернет-інформації (веб-сайт Еуропа та кімната преси).

ГД з комунікації керує аудіовізуальною агенцією новин «Europe by Satellite» та забезпечує аудіовізуальних журналістів усіма необхідними професійними й технічними умовами. Наприкінці 2005 р. започатковано регулярні «неформальні зустрічі» між лідерами ЄС, громадянським суспільством та теле-/ радіо журналістами. Ця програма транслюється «Europe by Satellite». Комісія намагається

³¹⁹ Directorate General Communication [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/index_en.htm

звертати особливу увагу на спеціальні потреби аудіовізуальних мовників під час організації новиннісних подій.

Масмедіа відіграють ключову роль у поширенні інформації та думок з європейських питань. Зважаючи на це, Служба спікера є першим комунікантом із ЗМК, надаючи відповіді та пропонуючи зрозумілі аргументи журналістам. Оскільки ТБ залишається основним джерелом інформації для громадян про справи ЄС, Комісія розпочала кілька ініціатив із посилення та покращення покриття телестанцій. Europe by Satellite (EbS) надає журналістам безкоштовно відзнятий матеріал про щоденні новини й події наживо про інституції та політики ЄС. Генеральний директорат із комунікації регулярно проводить спеціальні семінари для журналістів, щоб мати змогу залучати і не акредитованих у Брюсселі працівників масмедіа. Інновацією стало проведення таких семінарів у будь-якій країні. Як правило, семінари тематично орієнтовані, наприклад, у 2012 р. тематика стосувалася економічної та фінансової кризи, основних законодавчих і політичних ініціатив та 20-ліття внутрішнього ринку.

Посиленню видимості європейських справ та інформуванню місцевих масмедіа про ініціативи Комісії сприяють Представники Європейської комісії, основна мета яких у цій сфері – надавати статті в національні ЗМК, організовувати прес-конференції, відповідати на запитання журналістів; проводити тренінг журналістів; аналізувати національний та місцевий медіа простір.

Увесь процес взаємодії інституцій з громадянами ЄС проходить 3 «кроки», які наведено на рис. 3.3.

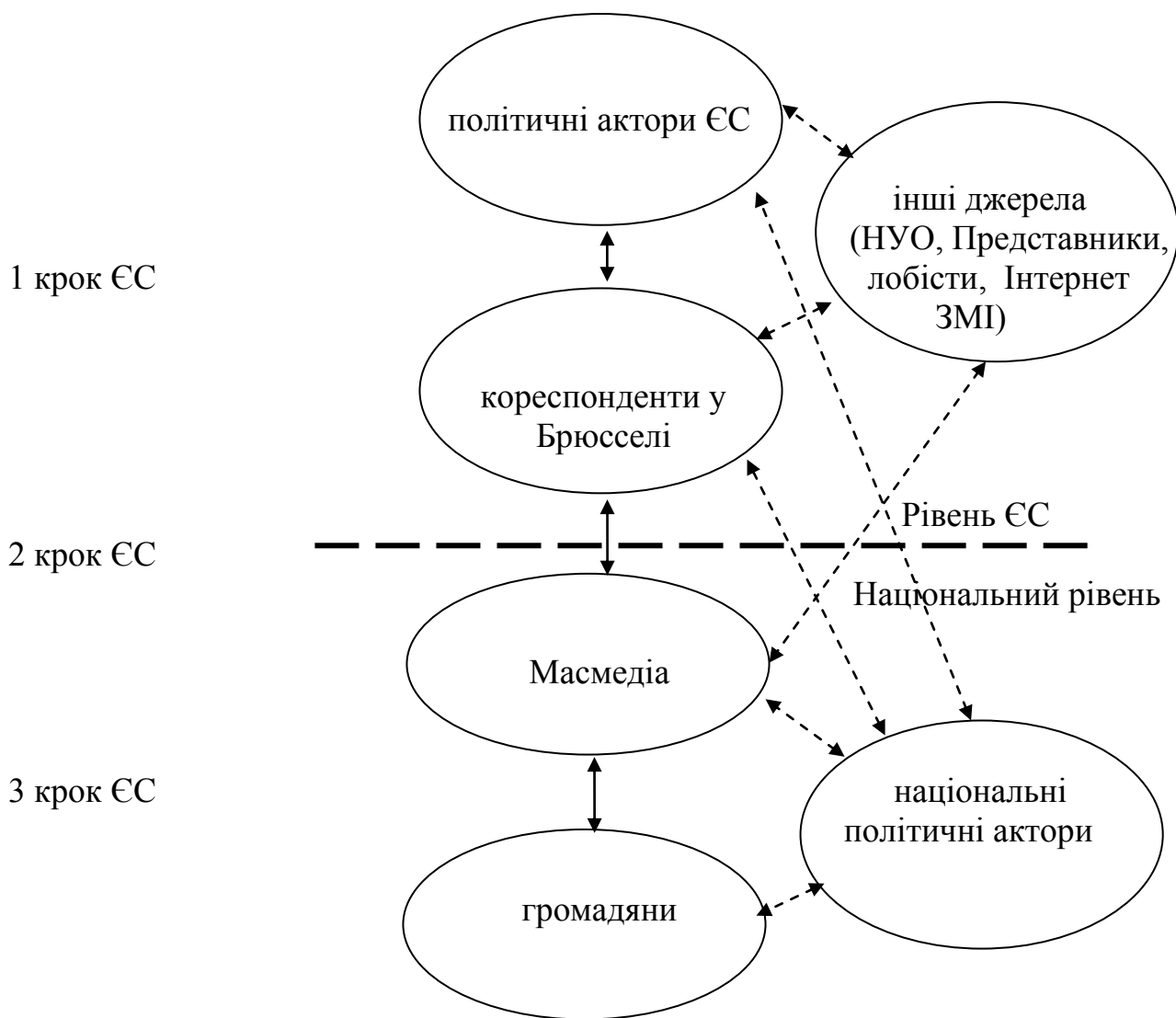


Рис. 3.3. Треступеневий процес передачі новин ЄС³²⁰.

Створення європейських новин розглядається як треступеневий процес, у якому європейські інституції надають інформацію іноземним кореспондентам у Брюсселі (1 крок), ті своєю чергою відбирають і редагують новини та постачають їх ЗМК у країнах (2 крок), які інформують громадян країн ЄС (3 крок).

Європейська комісія заохочує співпрацю з масмедіа, гарантуючи редакторську незалежність. Окрім згаданого каналу Euronews, Комісія підтримує радіомережу Euronet Plus, яка діє в 15 державах-членах ЄС, веде мовлення 15-ма мовами для 20 млн слухачів

³²⁰ Balčytienė A. Political Communication Culture with a European Touch: A View from Brussels [Electronic resource] / A. Balčytienė, A. Vinciūnienė // Sociology. Thought and Action (Sociologija. Mintis ir Veiksmas). – 2008. – №3. – P. 71 – 85. – Available at : www.ceeol.com

протягом 1,200 годин на рік. Мета Euranet Plus – посилити обізнаність громадян і розуміння справ у ЄС через краще інформування та стимулювання обміну думками, через дискусії. Радіомережа намагається заповнити інформаційну прірву між ЄС та громадянами, забезпечивши краще взаєморозуміння в Європі. Мережа відкрила також агенцію новин Euranet Plus в Брюсселі, щоб надавати високоякісну свіжу інформацію з центра ЄС саме з наднаціонального погляду³²¹.

У 2009 р. розпочав роботу багатомовний новиннісний портал Presseurop, профінансований Європейською комісією, який перекладав і публікував статті 10-ма мовами, що стосувалися ЄС, зокрема політики, культури, економіки та суспільних проблем регіону. Місія Presseurop – представляти громадські дискусії з широкого кола питань, що стосуються Європейського проекту, та «оживити» ЄС через призму висвітлення в новинах 27 країн-членів. У грудні 2013 р. ЄК припинила фінансування, а з травня 2014 р. на волонтерській основі почав діяти портал VoxEurop.eu³²² з метою замінити Presseurop.

Канали інформування громадян ЄС. Веб-портал ЄС «Еурога»³²³ – найбільший публічний веб-сайт світу, багате джерело інформації – відіграє ключову роль у комунікаційних зусиллях Комісії. Портал почав діяти в лютому 1995 р. з нагоди зустрічі міністрів Великої 7 з питань інформаційного суспільства, яка була організована Комісією в Брюсселі. Хоча з самого початку сайт створено для цієї події, проте згодом ЄК вирішила перетворити його в корисне джерело інформації для всіх, яке б спеціалізувалося на питаннях Договорів ЄС та роботі інституцій Союзу. Насьогодні статистичні дані показують, що переглядів сторінок щомісяця – 165 млн.

Еурога пропонує широкий спектр інформації з європейської інтеграції щодо цілей ЄС, політик та інституційних заходів. Портал створений так, щоб надати якомога легший доступ для найбільшої кількості користувачів, задовольнивши вимоги відкритості інституцій

³²¹ Euranet Plus [Electronic resource]. – Available at : <http://euranetplus-inside.eu/euranetplus-network/>

³²² VoxEurop replaces Presseurop! [Electronic resource]. – Available at : <http://www.friendsofpresseurop.eu/2014/05/voxeurop-replaces-presseurop.html>

³²³ EUROPA [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/ipg/basics/europa/index_en.htm

ЄС. Наголос робиться на доступі до інформації не лише неповносправних людей (для скорочення цифрового розподілу), а й подачі інформації якомога більшою кількістю мов ЄС. Мета домашніх сторінок – допомогти пересічним користувачам знайти офіційну інформацію про ЄС і послуги на веб-сайті, надати інформацію про діяльність ЄС.

Генеральний директорат з комунікації має пряму відповідальність за головні сторінки Еуропа, зокрема за домашню сторінку, сайти загальної інформації, на які можна прямо зайти з Еуропа, за домашню сторінку Комісії, загальну координацію сайтів Генеральних директоратів і служб Комісії. Кожна інституція, ГД чи служба несуть власну відповідальність за індивідуальний стиль та контент своїх сайтів. Перевагами такого децентралізованого управління є те, що контент поповнюється та поновлюється швидше й ближче до зацікавленого джерела, що суттєво покращує точність матеріалу. На регулярній основі проводяться інституційні зустрічі, на яких обговорюється розробка головних сторінок та присутність ЄС в інформаційному просторі.

Оптимальна координація досягається через дотримання трьох базових принципів:

- 1) стратегічне планування політики сайту, яке здійснюють представники Генеральних Директоратів та інституцій;
- 2) щоденна координація роботи Підрозділом інформації та комунікації;
- 3) розподіл ролей в управлінні, який залежить від веб-команди ГД і / чи від організації сайту.

План Дій покращення комунікації ЄС 2005 р. запровадив посаду редактора веб-сайту Еуропа, щоб забезпечити вдалу структурованість сайту й уникнути співпадінь у текстах. Окреслено такі обов'язки редактора³²⁴:

- визначати зовнішній вигляд Еуропа та веб-сайтів Комісії;
- здійснювати щоденне оперативне управління Еуропа й сайтами Комісії та сторінками, щоб гарантувати редакторську, лінгвістичну та графічну сумісність;

³²⁴ EUROPA editor [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/ipg/basics/management/committees/europa_editor/index_en.htm

- розробляти стратегічне й оперативне планування; гарантувати сумісність та контроль якості;
- здійснювати комунікацію та сприяти інтернет-діяльності відповідно до розвитку європейської публічної сфери;
- бути посередником та гарантувати співпрацю між Генеральними директоратами.

У вересні 2009 р. Europa перезапущено й сьогодні поділено на 6 основних тем: про ЄС (About the EU); політики та діяльність (Policies and activities); ваше життя в ЄС (Your Life in the EU); беріть участь (Take part!); документаційний центр (Documentation centre); медіацентр (Media centre).

Увесь сайт організовано за принципом «перевернутої піраміди»: головні сторінки просто та доступно пояснюють основні політики для непрофесіоналів, спеціалізовану та детальну інформацію подано на глибших рівнях (поза домашньою представлено 80 сторінок, які направляють користувачів до тисяч різноманітних джерел інформації про ЄС). Домашня сторінка також надає швидкий лінк до інституцій та органів ЄС, контактну інформацію, новини.

Сайт намагається задовольнити інтереси всіх користувачів, тому й пропонує сторінки, які містять загальний міжінституційний контент:

- EU press room – для журналістів;
- EU news room – збирає новини від інституцій ЄС;
- Teachers corners – містить навчальні матеріали для вчителів та шкіл;
- Europago – ігри для дітей про ЄС.

Оскільки рішення та діяльність ЄС впливають на мільйони громадян Союзу, то останні мають право знати, як європейські інституції готують ці рішення, хто бере участь у їх розробці, хто отримує фінансування з бюджету ЄС, які документи створюються для підготовки законодавчих актів. Із цією метою на сайті Europa в 2012 р. ЄК створила портал Транспарентності (Transparency Portal)³²⁵, на якому також можна отримати доступ до документів, висловити свою думку, а отже, долучитися до процесу прийняття рішень.

³²⁵ Transparency Portal [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/transparency/index_en.htm

Із 2013 р. Європейська комісія наголошує на тому, що веб-сайти є важливим засобом інформування громадян та стейкхолдерів про політики ЄС, законодавство, їх права на внутрішньому ринку, гранти, можливості працевлаштування, тобто про все, що впливає на їхнє щоденне життя. Проте мережа – досить дорогий доступний та ефективний засіб комунікації, потрібно заощаджувати кошти платників податків, тому з травня 2013 р. Комісія розпочинає раціоналізацію своєї присутності в мережі через програму веб-раціоналізації сайту ЄС Europa (EU Europa Web Rationalisation) для покращення якості он-лайн інформації та послуг³²⁶. До складу проектної групи входять представники ГД з комунікації, ГД з письмових перекладів та ГД з інформатики та фахівці-консультанти. Цілями проекту є такі: до кінці 2013 р. скоротити розмір сайту europa.eu приблизно на 50 %; поширити такий підхід у 16 ГД, акцентуючи увагу на контенті, а не на технології.

В основу нового підходу до управління сайтом покладено такі принципи, прийняті в червні 2013 р.³²⁷:

- 1) користувач передусім (потреби користувачів в основі наповнення сайту);
- 2) об'єднані цифрові послуги (зрозумілий контент надає змогу користувачеві самостійно знайти інформацію, не використовуючи дорогі телефонні лінії чи електронну пошту);
- 3) контент над технологією (контент повинен бути релевантним, чітким, поданим зрозумілою мовою);
- 4) менше означає більше (і дешевше) (меншим контентом легше керувати та подавати багатьма мовами);
- 5) узгодженість (використання спільних компонентів і форм, які полегшують користувачу пошук інформації та не примушують його «подорожувати» по різних ГД й агенціях ЄС);
- 6) об'єднані цифрові послуги (контент має подаватися в правильній формі, придатній для веб-сайту, соціальних масмедіа, ПК, смарт-фону тощо);
- 7) відкритість (справжня транспарентність полягає в легкому доступі до корисної інформації);

³²⁶ Rationalisation of the European Commission's public websites [Electronic resource]. – February 2012. – Available at : http://ec.europa.eu/ipg/whats_new/index_en.htm

³²⁷ Principles of online Communication [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/ipg/basics/web_rationalisation/principles_en.htm

8) управління контентом (контент повинен постійно поновлюватися відповідно до зворотнього зв'язку з користувачем, знищуватися чи архівуватися в кінці свого «життєвого циклу»);

9) продовження навчання (навчання колег та вдосконалення їхніх навичок, щоб отримати максимум від цифрової комунікації);

10) співпраця та спільна творчість (проактивна діяльність з іншими ГД, покращення взаємодії за межами організації, співпраця з практиками у сфері цифрової комунікації та розробки сайтів).

Для реалізації завдань у сфері комунікації на рівні інституцій та для позиціонування ЄС на міжнародній арені створено спільну інформаційну службу ЄС Europe Direct, яка здійснює інформування громадськості про політику ЄС, відповідає на запити та надає інформацію офіційними мовами ЄС. Представники служби працюють в усіх країнах Союзу в інформаційних центрах і в Європейських центрах культури й документації³²⁸.

ГД з комунікації керує Центрами європейської документації у вищих навчальних закладах та мережею незалежних доповідачів, відомих як «Командна Європа» (Team Europe), а також підтримує діяльність трьох найбільших інформаційних центрів у Лісабоні, Парижі та Римі. Ці джерела інформації охоплюють усі політики ЄС та загалом створені саме для неспеціалізованої аудиторії.

Комунікація – особливо важливий стратегічний інструмент, коли йдеться про права громадян та ініціативи, які безпосередньо стосуються їхнього щоденного життя. У 2010 р. представлено «Доповідь про громадянство ЄС 2010 – Знищення перешкод до громадянства ЄС» (The EU Citizenship Report 2010 – Dismantling the obstacles to EU Citizenship)³²⁹, проект якої укладено під керівництвом Комісара В. Редінг. У дійсній доповіді йдеться про перешкоди, з якими стикаються громадяни, та шляхи їх подолання. Однією із суттєвих перешкод є відсутність обізнаності, яка заважає громадянам реалізовувати свої права. Доповідь окреслює такі способи підвищення обізнаності: усі громадяни повинні мати прямий, легкий доступ до інформації про ЄС; вони повинні знати права, які пропонує

³²⁸ Europe Direct [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/europedirect/index_en.htm

³²⁹ Report on journalism and new media – creating a public sphere in Europe, 2 July 2010 [Electronic resource]. – Available at : <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A7-2010-0223&language=EN>

ЄС, та свої можливості в ЄС. Беручи до уваги рекомендації Доповіді, Комісія проголосила 2013 р. Європейським роком громадянства, щоб показати, що для всіх інституцій ЄС громадяни є в центрі політичного порядку денного. Окрім цього мета Року – мобілізувати електорат для Парламентських виборів 2014 р.

Комісія також розробляє послугу «а one stop-shop», коли громадяни можуть отримати всю необхідну для них інформацію в одному місці – на порталі «Your Europe», який спрощує доступ до інформації та надає допомогу з питань прав громадян ЄС різними мовами. Громадяни мають також можливість робити запити про політики та діяльність ЄС у контактний центр Europe Direct Contact Centre (EDCC), який надає послуги всіма офіційними мовами ЄС телефоном (безкоштовно в країнах ЄС) чи е-поштою. У кінці кожного року Комісія готує Загальний звіт про діяльність ЄС, який надає інституціям та громадськості інформацію про досягнення Союзу протягом року. Електронна версія звіту доступна для всіх у мережі, кількість паперових копій обмежена.

Іншими е-послугами, зорієнтованими на інформування та дослуховування до громадян, їхнє залучення до комунікації про ЄС, є такі³³⁰:

1. Europass³³¹ – цей сервіс надається через мережу національних центрів та інтернет-портал, пропонує корисну інформацію та інтерактивний інструмент для створення резюме й мовного паспорта Europass за допомогою інтерактивних навчальних посібників і керівництв. Послуга доступна 27-ма мовами.

2. Твій голос у Європі (Your Voice in Europe³³²) – портал, запущений у жовтні 2001 р. у рамках Ініціативи з інтерактивної політики. Цей сайт орієнтовано як на бізнес, так і на громадян (зокрема споживачів), показуючи їм, як вони можуть бути активно залучені в політику. Користувачі можуть висловити свою думку про нові ініціативи, обговорити майбутнє Європи, вони отримують

³³⁰ Європейські публічні комунікації: культура, політика, технології : [колект. моногр.] / [А. Шинкарук, В. Парфенюк, Е. Кац]. – Рівне, 2013. – С. 209 – 210.

³³¹Europas [Electronic resource]. – Available at : <https://europass.cedefop.europa.eu/en/documents/curriculum-vitae>

³³²Your Voice in Europe [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/yourvoice/index_en.htm

зворотний зв'язок про те, як зафіксовані правила застосовуються, і навіть як подавати скарги.

3. EUR-Lex³³³ – портал відкритий, багатомовний засіб доступу до законодавства ЄС. Основу проекту складають Офіційний журнал Європейського союзу, міжнародні договори та чинне законодавство; серія документів Європейської комісії, судові рішення. Він також містить посилання на інші джерела інформації, такі як реєстри установ та відповідні законодавчі сайти ЄС і держав-членів. Це база даних міжвідомчих процедур, покликаних сприяти моніторингу процесу прийняття рішень між Комісією та іншими інститутами. Вона включає всі офіційні документи (пропозиції, рекомендації), які законодавці (Рада й Парламент) передали Комісії та інші установи й організації. База даних дає змогу легко отримати відповідні електронні документи, доступні на сайтах Комісії. Інформація, що зберігається в базі даних, охоплює період з 1976 р. й оновлюється щоденно.

4. Your Europe – Citizens³³⁴ (запущено 17 лютого 2005 р.) – багатомовний портал суспільних інформаційних послуг для громадян і підприємств, які мають намір здійснювати транскордонну діяльність у рамках Європейського Союзу. Портал надає інформацію про права громадян у ЄС і на внутрішньому ринку, а також поради про те, як здійснювати ці права на практиці. Широкий спектр інформації доповнено корисними посиланнями на зовнішні джерела, а також доступом до консультацій.

5. Joinup³³⁵ – портал сприяє спільному використанню та поширенню програмних засобів із відкритим кодом (OSS), семантичних наборів тощо. Платформа призначена для забезпечення постійного зв'язку, надання інструментів і засобів спільної роботи для державних установ, політиків, розробників та експертів, що беруть участь у розробці інтеропераційності державних інформаційних систем.

³³³ PreLex – EUR-Lex [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/collection/legislative-procedures.html>

³³⁴ Your Europe [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/youreurope/citizens/index_en.htm

³³⁵ Joinup [Electronic resource]. – Available at : <https://joinup.ec.europa.eu/>

6. Ploteus-портал³³⁶ про можливості навчання на всьому європейському просторі – його мета полягає в полегшенні доступу до інформації про можливості навчання в ЄС, ЄЗВТ і країнах-кандидатах, особливо наголошуючи на підтримці мобільності в Європі в галузі освіти і підготовці кадрів. Студенти, які шукають роботу, працівники, батьки, учителі та консультанти можуть знайти інформацію про можливості навчання в університеті, професійну освіту й навчання на європейському, національному та регіональному рівнях.

7. The European e-Justice Portal – Європейський портал електронного правосуддя, запущено 2010 р., став першим кроком у створенні точки багатомовного он-лайн доступу до правової інформації, яка полегшує життя громадянам, бізнесменам та практикам у Європі. Портал надає найновішу інформацію, що стосується прав громадян у ЄС та вирішення спорів у суді й за його межами. Уся інформація подана 23-ма мовами ЄС³³⁷.

У 2011. р. Комісія прийняла стратегію покращення комунікації про ЄС зі школами та молодими людьми. Для поширення інформації для дітей та вчителів створено сайт «Дитячий куточок» (Kid's Corner), де можна знайти ігри, загадки, конкурси та доступну для дітей інформацію про Європу. Уся інформація структурована за віковими групами, доступна всіма офіційними мовами ЄС. Розроблено також «Куточок учителя», де подано навчальні матеріали для педагогів.

Протягом 2011 р. Генеральний директорат з комунікації заснував мережу соціальних медіа (Social Media Network (SMN)), щоб посилити політичну комунікацію, обмін знаннями та тренінг експертів-практиків соціальних комунікацій у всій Комісії. ГД з комунікації керує акаунтами Комісії в Twitter та Facebook, допомагає Кабінетам, Спікеру та Представникам використовувати соціальні медіа в професійній діяльності.

У 2011 р. Європейський парламент та Eurobarometer уклали рамковий контракт, який уможлиблює швидкі опитування громадської думки через стаціонарні й мобільні телефони, Інтернет.

³³⁶ The Portal on Learning Opportunities throughout Europe (PLOTEUS) [Electronic resource]. – Available at : <http://euroguidance.eu/services/ploteus/>

³³⁷ The European e-Justice Portal [Electronic resource]. – Available at : <http://e-justice.europa.eu>

Це дає змогу опитати цільові групи та ознайомити з результатами Комітети ЄП, окремих посадовців³³⁸.

Отже, до 1980 рр. аудіовізуальна політика була в компетенції національних урядів. Перша спроба окреслити аудіовізуальну політику ЄС була зроблена Директивою про транскордонне телебачення, яка мала сприяти культурній та політичній інтеграції. Сьогодні аудіовізуальна політика перебуває в компетенції Генерального директорату з комунікації Європейської комісії і регулюється Директивою аудіовізуальних медіапослуг, рекомендаціями захисту неповнолітніх у режимі он-лайн, медіаграмотності, медіа плюралізму тощо. Основна мета політики – підтримати європейську інтеграцію та формувати відчуття політичної спільноти в межах ЄС.

Оскільки Комісія не може прямо звернутися до усіх громадян ЄС, саме масмедіа відіграють основоположну роль у покращенні інформування громадян. Джерелами інформації для медіа є Прес-служба ЄК, речники ЄК, прес-секретарі комісарів, офіси національних Представництв, аудіовізуальна агенція новин «Europe by Satellite», доповіді, статті, редакторські записки «фабрик думок» та інших неприбуткових організацій. Для пересічних громадян джерелами інформації про політики ЄС та права громадян є портал Europa, радіомережа Euranet Plus, інформаційна служба ЄС Europe Direct, низка спеціалізованих порталів і, звичайно, національні медіа.

3.3. Багатомовність як спосіб включення громадськості в інформаційно-комунікаційні процеси ЄС

Протягом тисячоліть досвід людства переконливо доводить, що мова об'єднує народи в нації і зміцнює державу. Мови є основним фактором культурної ідентичності. Європейський Союз засновано на принципах різноманітності культур, звичаїв та вірувань, а це все включає й мови. На континенті, де спілкуються такою великою кількістю мов, це природно. Отож не дивно, що девіз Європейського

³³⁸ Communicating Europe to Citizens and media. European Union Commission Directorate-General Communication, 2012 [Electronic resource]. – Available at : http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/cult/dv/europetocitizensandmedia/europetocitizensandmediaen.pdf

Союзу – «єдність у різноманітності» («Unity in diversity») – відображає багатомовність як основу ЄС.

В епоху глобалізації лінгвістична різноманітність стала більш очевидною через зростання контактів з іноземцями (обмін студентами, переселення чи бізнес у Європі, туризм тощо): люди змушені спілкуватися нерідними мовами.

Ст. 22 Хартії ЄС про основні права (Charter of Fundamental Rights of the European Union), прийнята у 2000 р., вимагає поваги до лінгвістичної різноманітності, а ст. 21 забороняє дискримінацію, що ґрунтується на мові³³⁹. Ці основні положення, а також повага до особи, відкритість культур, терпимість до інших становлять ключові цінності ЄС. Принцип поваги стосується не лише 24 офіційних мов ЄС, але й багатьох регіональних мов і мов меншин. Усе це робить ЄС не «плавильним котлом» як США, а місцем, де мовна різноманітність уважається цінністю.

Згідно з Лісабонською угодою (Treaty of Lisbon), підписаною главами урядів держав-членів ЄС у грудні 2007 р., ЄС поважає багату культурну та мовну різноманітність, гарантує захист і збільшення культурної спадщини Європи³⁴⁰.

Мови є основою для європейців, що хочуть працювати разом. Існує потреба навчати та пропагувати мовну спадщину держав-членів, але й варто розуміти один одного, сусідів, партнерів ЄС. Володіння багатьма мовами робить бізнес і громадян більш конкурентоспроможними та мобільними. Завдання Європейської комісії – ознайомлювати громадян ЄС із своїми результатами, а для цього вона повинна спілкуватися мовами, які громадяни розуміють. Сприяння багатомовності – чудовий спосіб об'єднати європейців. Під багатомовністю в ЄС розуміють «спроможність спільнот, груп та окремих осіб застосовувати на постійній основі більше ніж одну мову у своїй повсякденній діяльності»³⁴¹.

У сфері мовної політики роль Європейської комісії – координувати з національними урядами досягнення мети

³³⁹ Charter of Fundamental Rights of the European Union [Electronic resource]. – Available at : http://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_en.pdf

³⁴⁰ Treaty of Lisbon [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/lisbon_treaty/full_text/index_en.htm

³⁴¹ High Level Group on Multilingualism. Final Report [Electronic resource]. – Available at : <http://www.lt-innovate.eu/resources/document/ec-high-level-group-multilingualism-final-report-2007>

мультилінгвізму та цілей мовної стратегії³⁴². Мови не повинні стати перешкодою участі в суспільстві, а маргіналізовані мовні групи повинні бути визначені, представлені та включені в суспільство. Генеральний директорат з освіти та культури, який відповідає за освіту, культуру, молодь, мови та спорт, співпрацює з розробниками політик і громадянським суспільством в усій Європі, щоб гарантувати ефективне втілення стратегії мультилінгвізму. У цій галузі можна виокремити такі його пріоритети³⁴³:

- забезпечити наявність інформації всіма офіційними мовами ЄС;
- гарантувати включеність регіональних мов і мов меншин;
- дотримуватися включеності мов глухонімих;
- заохочувати раннє навчання мовам;
- сприяти двомовній освіті.

ЄС підтримує лінгвістичну та культурну різноманітність громадян через викладання та вивчення своїх мов. Мета ЄС – дати змогу громадянам вільно розмовляти двома мовами, окрім рідної. Інституції ЄС працюють 24-ма офіційними мовами, що гарантує всім громадянам ЄС, незалежно від того, чи розмовляють вони основною європейською мовою чи менш відомою, рівний доступ до політики й законодавства ЄС.

Кожен із 28-ми членів ЄС, вступаючи до ЄС, визначає, яку мову чи мови хоче задекларувати як офіційну. Отож не ЄС обирає єдину мову для офіційного використання, а національні уряди держав-членів. Політика ЄС у сфері багатомовності є унікальною, бо ЄС вбачає використання всіх мов своїх громадян як один із факторів, що сприяють прозорості, більшій легітимності, ефективності та інтеграції до ЄС. І на рівні культури, і на рівні підвищення якості життя, ЄС активно працює над сприянням поширенню ширших знань та використання офіційних мов по всьому Союзу.

Умовно мовну політику ЄС поділяють на інституційну й позаінституційну за суб'єктами та об'єктами реалізації, на наднаціональну, національну й регіональну за рівнями реалізації. З

³⁴² Language Policy [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/languages/policy/language-policy/index_en.htm

³⁴³ Directorate General for Education and Culture (DG EAC) [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/index_en.htm

огляду на її багаторівневність і багатоаспектність мовна політика ЄС розвивається з різною швидкістю та в різних напрямках³⁴⁴.

Інституційна мовна політика визначає використання мов усередині або між інституціями ЄС, у комунікації з країнами-членами, громадянами та поза Європейським Союзом.

ЄС нараховує 24 офіційних та робочих мови (деякі з 28-ми держав-членів мають спільні мови), а саме: болгарська, чеська, датська, голландська, англійська, естонська, фінська, французька, німецька, грецька, угорська, ірландська, італійська, латвійська, литовська, мальтійська, польська, португальська, румунська, словацька, словенська, іспанська, шведська та хорватська. До 13 червня 2005 р. ірландська мова не мала статусу офіційної мови ЄС, хоча є першою офіційною мовою Ірландської Республіки та мовою меншості Північної Ірландії. Зі вступом Ірландської Республіки до Європейської Економічної Спільноти (1973 р.) усі угоди ЄС публікують ірландською мовою, цією ж мовою можна зробити будь-який запит. 13 червня 2005 р. міністри закордонних справ ЄС прийняли одностайне рішення: зробити ірландську офіційною мовою ЄС. Законопроекти, схвалені Європейським Парламентом та Радою Міністрів, перекладають ірландською, цією ж мовою перекладають під час пленарних сесій Європарламенту. Ця постанова набула чинності 1 січня 2007 р.. Усі офіційні мови країн-членів ЄС представляють 3 мовні сім'ї: індоєвропейську, фіно-угорську та семітську.

Уперше термін «офіційна мова» запропоновано 15 квітня 1958 р. у першому Розпорядженні Європейської Економічної Спільноти, згідно з яким статус офіційних отримали голландська, французька, німецька та італійська як мови тогочасних держав-членів.

Мови, що мають статус «офіційна та робоча», володіють таким правом:

- документи та відповіді можна надсилати до та від інституцій ЄС будь-якою з цих мов;
- розпорядження ЄС та будь-які законодавчі документи, як і Офіційний журнал, публікують офіційними та робочими мовами.

³⁴⁴ Мовна політика як інструмент розвитку комунікативного простору Європейського Союзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://old.niss.gov.ua/Monitor/July2009/23.htm>

Проте через часові та бюджетні обмеження лише невелика кількість документів перекладено всіма мовами ЄС. Європейська комісія застосовує англійську, французьку та німецьку як загальні процедурні мови, а Європейський парламент надає переклад різними мовами залежно від потреб держав-членів³⁴⁵.

ЄС проводить політику захисту та сприяння регіональним мовам і мовам меншин. Ще в 1992 р. Європейська комісія ініціювала дослідження мов меншин ЄС – «Euromosaic»³⁴⁶. У 2004 – 2005 рр. Комісія впроваджувала проект ADUM, мета якого – надавати інформацію про програми ЄС щодо фінансування проектів сприяння мовам меншин³⁴⁷. Інший проект CRAMLAP (Celtic, Regional and Minority Languages Abroad Project – Закордонний проект кельтської, регіональних мов та мов меншин) здійснював перевірку та оцінку забезпечення вищих навчальних закладів кельтською та регіональними мовами чи мовами меншин у Європі³⁴⁸.

Мережа сприяння мовній різноманітності (Network to Promote Linguistic Diversity (NPLD))³⁴⁹ – європейська широка мережа у сфері мовної політики та планування для конституціональних, регіональних мов і мов малих держав у всій Європі. Членами NPLD є уряди, неурядові організації, університети та асоціації. Основна мета мережі – посилити обізнаність на європейському рівні щодо важливості лінгвістичної різноманітності.

Деякі регіональні мови можна використовувати під час перекладу. Наприклад, хоча каталонсько-валенсійська, гальська та баскська мови не є широко уживаними на національному рівні Іспанії, проте є другими офіційними мовами на певній території країни, тому можуть бути офіційно застосовані при перекладах у ЄС. Уряд Іспанії підтримав таку пропозицію. Статус каталонської, якою розмовляє кілька мільйонів людей, є предметом окремих дискусій. Щодо уельської та шотландської мов, то уряд Великобританії не хоче

³⁴⁵ EU Language Policy [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/education/languages/languages-of-europe/doc135_en.htm

³⁴⁶ Euromosaic [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/education/languages/languages-of-europe/doc145_en.htm

³⁴⁷ ADUM [Electronic resource]. – Available at : http://www.adum.info/app/adum/web/01_presentation/index.jsp

³⁴⁸ CRAMLAP [Electronic resource]. – Available at : <http://www.cramlap.org/>

³⁴⁹ Network to Promote Linguistic Diversity (NPLD) [Electronic resource]. – Available at : <http://www.npld.eu/about-us/>

пропонувати їх впровадження як офіційних мов ЄС. Окрім мов Іспанії та Об'єднаного Королівства є інші регіональні мови, які не мають офіційного визнання ЄС, хоча мають певний офіційний статус у своїх країнах, зокрема: мова есперанто, регіональні мови Франції, фрізійська, мови Італії, ретороманська, лімбургійська, нижньонімецька, люксембургська, російська, вендська, мови меншин Швеції, мови Об'єднаного Королівства (гальська, уольстерська, шотландська, уельська, корнуольська, валонська, мова ідіш).

Важлива частина європейської мовної різноманітності – мова жестів. Австрія, Чеська Республіка, Фінляндія, Португалія та Словаччина визнають національну мову жестів на конституційному рівні. Інші держави-члени застосовують інші заходи чи закони для надання мові жестів офіційного статусу. Ці заходи підтримує Європарламент, який у 1988 р. прийняв Резолюцію про мови жестів, яка закликає Європейську комісію та держави-члени сприяти мові жестів і гарантувати людям з вадами слуху можливість працювати й навчатися мовою, якій вони надають перевагу³⁵⁰.

Проект Dicta-Sign³⁵¹ мав на меті полегшити он-лайн комунікацію користувачів з вадами слуху. Річ у тім, що технології Web 2.0, які полегшили спілкування звичайним людям, є не прийнятними для тих, хто користується лише мовою глухонімих, бо ці технології базуються на письмовій мові. Метою проекту було розробити необхідні технології, які б зробили Web 2.0 доступним для глухонімих: користувач передає знакове повідомлення перед веб-камерою, комп'ютер розпізнає знакові сигнали, перетворює їх у внутрішню репрезентацію кінетичної мови і через анімаційні зображення передає користувачу.

Проект SignSpeak (Scientific understanding and vision-based technological development for continuous sign language recognition and translation)³⁵² теж зорієнтований на допомогу користувачам з вадами слуху в їх інтеграції в освіту, соціальне життя, зайнятість. Мета проекту – розробити технології, які базуються на образах, для перекладу тривалої кінетичної мови в текст, щоб надати нові

³⁵⁰ Regional and Minority Language Products [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/education/languages/languages-of-europe/doc147_en.htm

³⁵¹ What is Dicta-Sign ? [Electronic resource]. – Available at : <http://www.dictasign.eu/>

³⁵² SignSpeak [Electronic resource]. – Available at : <http://www.signspeak.eu/en/index.html>

електронні послуги спільноті глухонімих людей і покращити їх комунікації з тими, хто немає проблем зі слухом.

У межах інституційної мовної політики доцільно розглядати політику ЄС у сфері перекладів.

Основна вимога демократичного права ЄС – надати можливості кожному за столом переговорів висловитися рідною мовою. Правові акти здійснюють вплив на життя звичайних людей, тому не повинно бути жодних перешкод на шляху до порозуміння. ЄС можна розглядати як довгу щоденну конференцію тривалістю 50 років. Саме Генеральний директорат з письмових перекладів (Directorate General for Translation) забезпечує письмовий переклад документації та матеріалів, продукованих інституціями ЄС та країнами-членами з метою співробітництва. Генеральний директорат з усних перекладів (Directorate General for Interpretation) гарантує чіткий та правильний переклад промов, а отже й інформування громадян ЄС. Завдання Директорату – забезпечення якісними перекладацькими послугами; надання ефективних послуг з організації конференцій, включаючи технічну підтримку; допомога Комісії впровадити в життя стратегію багатомовності³⁵³.

У 1994 р. створено Центр перекладів (Translation Centre), завдання якого – забезпечити перекладами інші децентралізовані агенції Союзу³⁵⁴.

Єврокомісія не залишає поза увагою потреби в перекладі пересічних громадян ЄС, як і загалом у доступності документів об'єднання. ЄК зробила доступною спеціальну версію програми-перекладача, що перекладає тексти на будь-яку з 24 мов ЄС. У її базі даних наведено більше 1 млн слів та сталих виразів. За допомогою цієї програми-перекладача всі жителі Європи можуть читати та перекладати документи ЄС будь-якою зручною для себе мовою, включаючи такі рідкісні, як ірландська.

З 2005 р. як окремий напрям мовної політики ЄС можна виділити навчання висококваліфікованих перекладачів, які б спеціалізувалися саме в проблематиці Євросоюзу. Із жовтня 2006 р. Генеральний

³⁵³ Directorate General for Interpretation [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/scic/index_en.htm

³⁵⁴ Translation Centre [Electronic resource]. – Available at : http://www.cdt.europa.eu/cdt/ewcm.nsf/_/8F422D256807CD0DC1256E9000364EC6?OpenDocument

директорат ЄС з письмового перекладу провів у Брюсселі низку конференцій, на яких обговорювалися перспективи створення уніфікованого університетського навчального плану для підготовки перекладачів для роботи в інституціях Євросоюзу та в межах його проблематики. До процесу залучені близько 1000 європейських університетів та інших організацій, що пов'язані з навчанням та використанням праці викладачів. Серед них представники міжнародних організацій ООН, НАТО та професійних об'єднань перекладачів. Обговорювались проблеми навчання перекладу в ЄС та створення стандартної європейської магістерської програми з перекладу відповідно до пропозицій Генерального директорату з письмового перекладу. Навесні 2009 р. Єврокомісія запросила європейські університети, які навчають професійних перекладачів, приєднатися до створюваної в ЄС «Мережі європейських магістратур з перекладу» (European Master's in Translation network)³⁵⁵.

Ще з часів заснування Єдиного ринку (Single Market) у 1993 р. багатомовність – суттєвий фактор для громадян і підприємств, бо знання мов стало ключовим для працевлаштування, мобільності громадян та успіху в бізнесі.

14 лютого 2002 р. Рада ЄС прийняла Резолюцію про сприяння лінгвістичній різноманітності та вивченню мов, у якій наголошено, що знання мов є однією з базових навичок, які необхідні всім громадянам, щоб брати активну участь у європейському суспільстві знань та сприяти інтеграції в суспільство й суспільній згуртованості.

15 – 16 березня 2002 р. на зустрічі в Барселоні Рада ЄС прийняла рішення, яке закликала до подальшого покращення базових навичок, зокрема через викладання іноземних мов з раннього віку. На засіданні Рада міністрів поставила ціль «Рідна мова плюс дві (іноземні мови) для кожного громадянина» (*mother tongue plus two*) та запровадила «індикатор лінгвістичної компетентності» (*linguistic competence indicator*), який передбачає вивчення щонайменше двох іноземних мов із найраннішого віку та спрямований на «посилення індивідуальної багатомовності». Своєю чергою це сприяє активній

³⁵⁵ Мовна політика як інструмент розвитку комунікативного простору Європейського Союзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://old.niss.gov.ua/Monitor/Jul2009/23.htm>

політиці в забезпеченні навчання та викладання мов через різноманітні європейські освітні й навчальні програми³⁵⁶.

Базуючись на успіху Європейського року мов 2001 р. (the European Year of Languages), у 2003 р. Комісія прийняла План дій «Сприяння вивченню мов та мовній різноманітності» на 2004 – 2006 рр. (Promoting Language Learning and Linguistic Diversity), який став відповіддю Єврокомісії на заклик Європейської ради та Європейського парламенту. Він включив результати консультацій, які проводили інституції ЄС та держав-членів на межі 2002 – 2003 рр. Співробітництво було розвинене між країнами-членами ЄС у межах Робочої групи з мов (The Working Group on Languages), яка зібрала разом вищих посадовців, відповідальних за мовну політику в країнах-членах. Було запропоновано три види заходів щодо вивчення мов, а саме:

- 1) від дошкільного до похилого віку,
- 2) якість навчання мов,
- 3) створення сприятливого середовища для навчання.

Четверта частина плану спрямована на розвиток мовної політики як на рівні Європейського Союзу, так і на національних рівнях³⁵⁷.

План дій запропонував 47 конкретних пропозицій для діяльності Комісії протягом 2004 – 2006 рр., які можна розділити на три напрями³⁵⁸:

Напрямок 1. Здійснювати відповідні стратегічні дослідження та інформаційно-комунікаційні заходи. Дослідження, конференції, семінари та інформаційні ініціативи, запропоновані у Плані дій, провела Комісія, вони сприяли розширенню обговорення цієї теми серед політиків та практиків і визнанню ключового значення вивчення іноземних мов в інтеграційних процесах, також сприяли обміну успішним досвідом.

Загалом під час реалізації цього напрямку Плану дій здійснено такі заходи:

³⁵⁶ Barcelona European Council [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download_en/barcelona_european_council.pdf

³⁵⁷ Report on the implementation of the Action Plan «Promoting language learning and linguistic diversity». Commission Working Document [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/education/policies/lang/doc/com554_en.pdf

³⁵⁸ Мовна політика як інструмент розвитку комунікативного простору Європейського Союзу[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/Jul2009/23.htm>

- перебудовано веб-сторінки, присвячені вивченню іноземних мов на порталі Євросоюзу³⁵⁹;
- проведено 13 загальноєвропейських досліджень, спрямованих на визначення проблемних сфер у вивченні та викладанні іноземних мов. Серед них виокремлено «Можливості навчання вчителів іноземних мов в Європі», «Особливі освітні потреби в Європі – викладання та вивчення іноземних мов», «Linguo – 50 способів мотивувати тих, хто вивчає іноземну мову», «Вплив на європейську економіку та виробництво низького рівня володіння іноземними мовами». Як зазначає Комісія, «головним наслідком цієї діяльності стало те, що мовна політика – одна з пріоритетних у нових програмах ЄС, запланованих на 2007 – 2013 рр.»³⁶⁰. Було прийнято рішення про виділення коштів на проведення інформаційної кампанії, спрямованої на популяризацію вивчення іноземних мов у межах програми «Навчання впродовж життя»;
- організовано 6 загальноєвропейських конференцій та семінарів з мовних проблем;
- проведено 17 заходів, спрямованих на вивчення іноземних мов у межах європейських програм Socrates, Leonardo da Vinci, Town-Twinning, e-Learning, Culture, Youth та Рамкових дослідних програм ЄС (Framework Research Programmes);
- у 2004 – 2006 рр. програми Leonardo da Vinci та Socrates підтримали 2951 шкільний проект (що на 84 % більше, ніж у 2000 – 2002 рр.);
- підтримано 3957 аспірантських досліджень (зростання на 62 %);
- у межах програми Erasmus профінансовано 9434 студентів, які відвідували курси з мовної підготовки (зростання – 160 %);
- надано 2585 грантів для вчителів іноземних мов;
- розроблено 41 проект розвитку методик викладання іноземних мов;
- реалізовано 39 проектів, спрямованих на популяризацію вивчення іноземних мов.

³⁵⁹ Європа [Electronic resource]. – Available at : <http://europa.eu/languages/en/home>

³⁶⁰ Report on the implementation of the Action Plan «Promoting language learning and linguistic diversity». Commission Working Document [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/education/policies/lang/doc/com554_en.pdf

Напрямок 2. Стратегічне використання освітніх і тренінгових програм з метою сприяти вивченню іноземних мов. Значно розширилися програми Socrates та Leonardo da Vinci. У їх реалізацію інвестовано близько €150 млн, що на 66 % більше, порівняно з 2000 – 2002 рр.

Напрямок 3. Запровадження мовної політики ЄС на національних рівнях. Саме План дій став імпульсом для здійснення конкретних кроків у напрямі реформ освітніх систем і переорієнтації національних освітніх політик із метою запровадження оголошеного на Барселонському саміті принципу організації навчального процесу «рідна мова плюс дві іноземні». Поступово його почали запроваджувати в освітні системи країн-членів.

Незважаючи на те, що не в усіх країнах відповідні заходи впроваджувалися з однаковою інтенсивністю, реформи здійснювалися в таких основних сферах:

- перегляд структури освітньої системи щодо необхідності впровадження навчання іноземним мовам упродовж життя;
- вивчення іноземних мов у початковій школі або в дошкільних закладах;
- реалізація в навчальних планах принципу CLIL (content and language integrated learning), який означає викладання одного предмету різними мовами, приділяючи увагу як розвитку професійних знань, так і рівню володіння мовою;
- збільшення витрат на навчання вчителів іноземних мов;
- перегляд навчальних планів, екзаменів та сертифікатів із метою приєднання до Загальноєвропейської системи оцінок рівнів володіння іноземними мовами (Common European Framework of Reference for Languages – CEFR), яку запровадила Рада Європи;
- використання європейських програм і заходів, що реалізуються ЄК, з метою огляду національних освітніх систем, розробки необхідних для вивчення іноземних мов матеріалів та тестів, сприяння навчанню вчителів іноземних мов за кордоном і європейському співробітництву між школами.

2008 р. проголошено Європейським роком міжкультурного діалогу (European Year of Intercultural Dialogue); ще один аспект багатомовності постав у центрі уваги, а саме: мови як інструмент покращення взаємного порозуміння та інтеграції. Уміння

спілкуватися іноземними мовами визначено в освітній та навчальній робочій програмі 2010 р. (Education and Training work programme) як основну компетентність.

Виділено три основних напрями мовної політики ЄС в освітній сфері:

- 1) заохочувати до вивчення мов і сприяти мовній різноманітності в суспільстві;
- 2) підтримувати здорову багатомовну структуру;
- 3) забезпечувати соціальну інтеграцію через вдосконалення знань і визнання мов.

За допомогою спеціального циклу програм (Lifelong Learning Programmes 2007 – 2013)³⁶¹ ЄС надає особливу підтримку оволодіння мовами в таких секторах:

– раннє навчання та шкільна освіта (програма Comenius): націлена на підтримку високого рівня мобільності в сфері освіти. Comenius створює умови для мобільності працівників середніх шкіл; зосереджує увагу на спільних проектах занять у різних країнах. Програма виходить з того, що запровадження іноземних мов у ранньому віці може сприяти швидшому вивченню мов, покращенню мовних навичок рідної мови та кращій активності в інших сферах;

– професійна освіта (програма Leonardo): підтримує інновації та підвищення рівня професійної освіти, а саме: пілотні проекти, проекти стажування та обміну досвідом, розробки оглядів та аналізів, які стосуються професійної освіти, фахового консультування, однакових умов навчання, інноваційної підготовки відповідно до технологічних змін. Програма підтримує процеси співпраці між вузами й підприємствами, які спрямовані на переймання технологічних інновацій та вдосконалення мовних знань;

– вища освіта (програма Erasmus): міжнародна програма співпраці й мобільності у сфері вищої освіти, яку ініціювала і фінансує Європейська Комісія. Організаційну підтримку впровадження програми здійснює Виконавча агенція з питань освіти, аудіовізуальних засобів та культури (Education, Audiovisual and Culture Executive Agency). Головна мета програми Erasmus –

³⁶¹ Lifelong Learning Programmes, 2007 – 2013 [Electronic resource]. – Available at : <http://lp.edu.ua:8180/irsite/internationalPrograms.action;jsessionid=CD8977FD657E50584BEC6E217>

підвищити якість європейської вищої освіти й сприяти міжкультурному розумінню через співпрацю з третіми країнами; програма пропонує інтенсивні підготовчі курси для студентів, які бажають навчатися за кордоном;

– освіта для дорослих (програма Grundtvig): Європейська комісія допомагає дорослим людям покращити свою компетентність, включаючи мовні навички, для адаптації до змін на ринку праці та в суспільстві.

Європейський мовний знак (European Language Label) – винагорода за нові методи викладання мов, поширення знань про їхнє існування та сприяння хорошій практиці³⁶². Мережа проектних груп Lingua Connections пропонує стратегічні вказівки й корисні методи всім, хто шукає нові ідеї сприяння вивченню мов на місцевому та європейському рівнях³⁶³.

Проект ЄС E-CLIL³⁶⁴ планує розробити та створити ресурси і віртуальний ресурсний центр для використання контенту й інтегрованого вивчення мов. У центрі уваги проекту – вивчення мов, мовні стратегії, мультилінгвізм та мультикультурність. Місія E-CLIL – покращити якість викладання іноземних мов через застосування ресурсів E-CLIL (спеціальних матеріалів, рекомендацій), щоб спонукати європейців розмовляти «рідною плюс дві іноземні мови». Передбачено, що проект розробить інтерактивні види діяльності, завдання гри в межах центральної сюжетної лінії, які будуть перекладені мовами країн-учасниць проекту.

Слід наголосити, що мультилінгвізм був частиною політики ЄС, його законодавства та практик ще з часу Римського договору. Спершу він повністю асоціювався з мовним режимом європейських інституцій, їх контактами з владою та громадянами ЄС. 15 квітня 1958 р. Рада Європейського Економічного Співтовариства схвалила першу постанову, яка підтверджувала рівність офіційних державних мов країн-членів та їхній статус як офіційних і робочих мов

³⁶² European Language Label [Electronic resource]. – Available at : <http://ec.europa.eu/education/language/label/index.cfm>

³⁶³ Lingua Connections [Electronic resource]. – Available at : http://www.linguaconnections.eu/Lingua_Connections.htm

³⁶⁴ E-CLIL [Electronic resource]. – Available at : <http://www.uam.es/proyectosinv/eclil/index.html>

європейських інституцій. Відтоді цей принцип може бути змінений лише одностайним голосуванням Ради.

Після Маастрихтської угоди 1992 р. сприяти вивченню мов та індивідуальному мультилінгвізму в поєднанні з лінгвістичною різноманітністю стало важливим завданням освітньої політики ЄС. Якщо в 90-их рр. минулого століття підтримка Спільноти була зосереджена на вивченні офіційних мов, то в перше десятиліття XXI ст. акцент зроблено на інклюзивну мовну освітню політику, зорієнтовану на вивчення всіх мов, включаючи регіональні, мови меншин, імігрантів та основні світові мови.

Протягом багатьох років ЄС не прагнув встановити обов'язкові рамки для багатьох політик, практик чи ініціатив, що стосувалися мультилінгвізму. Зробити мультилінгвізм частиною портфоліо одного зі членів Комісії було рішенням президента ЄК Ж. М. Барозо. 1 січня 2007 р. комісар Л. Орбан почав відповідати за мультилінгвізм в освіті, культурі, перекладах і публікаціях. Цей факт підтвердив, Комісія усвідомила зростаючу вагу мультилінгвізму для проекту ЄС, це спровоковано такими викликами, як розширення ЄС і Спільного ринку, зростання мобільності в межах ЄС, відродження регіонів, швидкий поступ суспільства знань, міграція до ЄС та глобалізація. Річ у тім, що практично всі держави-члени ЄС стали багатомовними та багатокультурними й потребують стратегій місцевого, регіонального рівня та рівня держав-членів для покращення комунікації, яка долає мовні та культурні кордони, адже сьогодні близько 450 мов використовують на території держав-членів ЄС.

20 вересня 2006 р. на основі рішення ЄК створено Групу високого рівня з мультилінгвізму, яка мала розглядати надання підтримки та порад у розвитку ініціатив, ідей для розроблення підходу до мультилінгвізму в ЄС. На Групу покладено також розробку рекомендацій для Комісії в царині мультилінгвізму. Порядок денний Групи за часів комісара Л. Орбана сформовано навколо трьох цілей:

- 1) економічна конкурентоспроможність, зростання та кращі робочі місця;
- 2) навчання впродовж життя та міжкультурний діалог;
- 3) створення простору для європейського політичного діалогу й комунікації з громадянами.

У грудні 2006 р. рекомендації Європейського парламенту та Ради визначили «комунікацію іноземними мовами» як одну із восьми ключових компетенцій (іншими є спілкування рідною мовою, математична компетентність і базова компетентність у науках і технологіях, цифрова компетентність, вміння навчатися, соціальна й громадська компетентність, ініціативність та підприємливість, культурна обізнаність і вираження), необхідних для особистої реалізації, активного громадянства, соціальної згуртованості та працевлаштування в суспільстві знань³⁶⁵. Група високого рівня з мультилінгвізму звернула увагу на міжкультурну цінність та когнітивні переваги вивчення мов, яке сприяє увазі, сприйняттю, пам'яті, концентрації, критичному мисленню, вирішенню проблем та спроможності працювати в команді і, як результат, зростанню добробуту окремого громадянина.

У доповіді Група високого рівня з мультилінгвізму так визначила поняття багатомовності:

- співіснування різних мовних спільнот усередині однієї географічної або геополітичної зони чи політичної спільноти;
- здатність суспільств, інститутів, груп та індивідів регулярно спілкуватися більше ніж однією мовою³⁶⁶.

Мотивація – ключ до успішного вивчення мов. Роль шкіл і вчителів у посиленні мотивації визначальна. Група вважає, що

- вивчення мов повинно стати частиною дозвілля, зокрема спорту;
- для дітей та молоді вивчення іноземних мов повинно бути основою позаурочної діяльності, наприклад, через організацію мовних уїкендів; кількість мов при цьому повинна зростати;
- варто докладати зусиль до залучення дорослих, особливо дідусів та бабусь, які часто є вагомим фактором мотивації дітей до вивчення мов;
- ЗМК можуть мотивувати людей вивчати мови через телепрограми та серіали, які знайомлять з іншими культурами; Інтернет спроможний забезпечити підтримку вивчення мов через веб-сайти з матеріалами для вивчення, вікторини, освітні портали тощо;

³⁶⁵ Key competences for lifelong learning [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/lifelong_learning/c11090_en.htm

³⁶⁶ High Level Group on Multilingualism. Final Report [Electronic resource]. – Available at : <http://www.bookshop.europe.eu>

– слід заохочувати телекомпанії використовувати титри іноземною мовою, що теж є суттєвою мотивацією до вивчення мов.

Зважаючи на це, Група висловила такі рекомендації для ЄК³⁶⁷:

1. Слід надалі розвивати такі програми, як the Youth in Action Programme, the Europe for Citizens Programme, the Culture Programme та програми обміну в межах програми «Навчання впродовж життя».

2. Комісія має заохочувати створення в державах-членах місцевих / регіональних мереж вивчення мов та підтримувати їхню співпрацю на європейському рівні.

3. Комісії необхідно підтримувати проекти, зорієнтовані на використання інноваційних стратегій для заохочення мотивації до вивчення мов.

4. Держави-члени та ЄК повинні дослідити можливість створення телепрограм у форматі «edutainment» для зацікавлення аудиторії іноземними мовами та культурами.

Вивчення іноземних мов має міжкультурну цінність, бо сприяє відкритості культур, стимулює та посилює спроможність до комунікації та співпраці з іншими людьми, незважаючи на кордони. Як наслідок, іммігранти позбавляються стереотипів і вивчають мову країни, що їх прийняла, а резиденти вчаться цінувати культуру іммігрантської спільноти й у них виникає мотивація до вивчення іноземної мови. Усі навчальні заклади повинні надавати спеціальні можливості для вивчення мов, бо досить часто іммігранти другого чи третього покоління володіють хорошими навичками усного мовлення, але не вміють читати та писати. Група високого рівня з мультилінгвізму вважає, що таке навчання є досить хорошою інвестицією в майбутнє, бо ці люди могли б допомогти встановити економічні контакти з країною їх походження та відіграти активну роль у програмах допомоги новоприбулим іммігрантам.

Рекомендації Групи щодо міжкультурного діалогу³⁶⁸:

1. Європейські проекти, зорієнтовані на міжкультурний діалог, повинні приділяти суттєву увагу мультилінгвізму.

2. ЄК має заохочувати європейські проекти спільної розробки освітніх програм з правового / судового перекладу.

³⁶⁷ High Level Group on Multilingualism. Final Report [Electronic resource]. – Available at : <http://www.bookshop.europe.eu>

³⁶⁸ Ibidem.

3. ЄК повинна узгоджувати свою діяльність із Радою Європи, яка зробила інтеграцію іммігрантів своєю пріоритетною діяльністю.

4. Комісія має встановити нагороду за досягнення в перекладі художніх і нехудожніх творів.

5. Доречно підтримувати обмін досвідом країн-членів ЄС з успішної інтеграції та міжкультурного діалогу, вивчати мови іммігрантів жителям країн, що приймають.

Вивчення іноземних мов як шлях до мультилінгвізму повинно стати підґрунтям для створення європейського простору політичного діалогу та комунікації з громадянами. Пріоритетними напрямками в цьому контексті є переклад законодавства ЄС усіма офіційними мовами; залучення експертів з мультилінгвізму для забезпечення ефективної комунікації; розвиток нових технологічних засобів забезпечення перекладу; посилення якості перекладу через збільшення кількості офіційних мов. Акцентуючи увагу на важливості спільного розроблення освітніх програм з навчання перекладу, Група високого рівня з мультилінгвізму виступає з ініціативою розробити проект ступеня Європейського магістра з перекладу.

22 травня 2008 р. Рада ЄС затвердила такі документи: 1) Робочий план з культури на 2008 – 2010 рр., де наголошено на культурних вимірах мультилінгвізму, зокрема ролі в доступі до культури та внеску до творчості; 2) Рішення про міжкультурну компетентність, де визнано роль вивчення мов та перекладу в набутті лінгвістичної компетентності; 3) Рішення з мультилінгвізму, яке закликає Комісію до кінця 2008 р. внести пропозиції рамоквих аспектів політики мультилінгвізму³⁶⁹.

Як наслідок, 3 липня 2008 р. Комісія оприлюднила Зелену книгу «Міграція та мобільність: виклики та можливості для системи освіти ЄС»; 18 вересня 2008 р. запропонувала доповідь «Мультилінгвізм: актив для Європи та спільний здобуток»; 26 вересні 2008 р. у Парижі пройшли обговорення з питань Конвенції з мультилінгвізму. У результаті Комісія визначила такі особливості:

³⁶⁹ Резолюція Ради ЄС від 21 листопада 2008 р. про європейську стратегію багатомовності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32008G1216\(01\):EN:NOT](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32008G1216(01):EN:NOT)

– лінгвістична й культурна різноманітність є частиною та складовою європейської ідентичності, спільним спадком, багатством, викликом та активом для Європи;

– мультилінгвізм – основна чи перехресна тема, що стосується соціальної, культурної, економічної та освітньої сфер;

– заохочення вивчати європейські мови, які використовуються менше, робить суттєвий внесок у мультилінгвізм;

– мультилінгвізм сприяє культурній різноманітності у сфері масмедіа й контенту он-лайн, міжкультурному діалогу в межах Європи та інших регіонів світу; переклад відіграє особливу роль, бо встановлює зв'язки між мовами й культурами, широкий доступ до ідей та праць;

– лінгвістична різноманітність у Європі сприяє розвитку економічних та культурних зв'язків між країнами ЄС і рештою світу;

– мультилінгвізм сприяє розвитку творчості, забезпечуючи доступ до інших способів мислення, інтерпретації світу та вираження уяви.

У Резолюції від 21 листопада 2008 р. про європейську стратегію багатомовності Рада ЄС закликає держави-члени та Комісію³⁷⁰:

1. Сприяти мультилінгвізму для посилення соціальної згуртованості, міжкультурного діалогу й будівництва Європи, зокрема забезпечувати викладання іммігрантам (особливо молоді) мови країни перебування для їх інтеграції та працевлаштування, поважаючи при цьому їхню рідну мову.

2. Посилювати навчання протягом усього життя: сприяти молодим людям протягом навчання в різних видах навчальних закладів оволодіти принаймні двома іноземними мовами; заохочувати використання цифрових комунікаційних технологій та дистанційного навчання для викладання іноземних мов; приділяти особливу увагу подальшому тренінгу вчителів, які могли б забезпечити викладання нелінгвістичних предметів іноземними мовами; сприяти європейській мобільності, за якою вчителі могли б проживати деякий час у країні, мову якої вони викладають.

3. Сприяти мультилінгвізму як фактору європейської економічної конкурентоспроможності та мобільності, працевлаштування населення: вивчення іноземних мов допомагає

³⁷⁰ Ibidem.

підприємствам розширити виходи на світові ринки; мовні навички сприяють розвитку працівників у малому та середньому бізнесі; мовні професійно-орієнтовані курси мають створюватися для професійного навчання та освіти дорослих.

4. Сприяти лінгвістичній різноманітності й міжкультурному діалогу через заохочення перекладати для поширення знань та ідей в Європі й усьому світі: інформувати громадськість, зокрема європейських професіоналів про європейські програми сприяння перекладу художніх, наукових та технічних текстів, створити субтитри для аудіовізуальних робіт і фільмів; розвивати можливості для тренінгів в перекладі; сприяти розвитку мовних технологій, зокрема у сфері перекладу, забезпечуючи взаємодію між Комісією, державами-членами, місцевою владою, дослідницькими інституціями та промисловістю.

5. Сприяти мовам ЄС в усьому світі: посилити співпрацю між державами-членами, їх культурними інституціями чи представницькими органами в третіх країнах; сприяти мовному та культурному діалогу з третіми країнами; посилити співпрацю з національними й міжнародними організаціями, зокрема з Радою Європи та ЮНЕСКО у сфері мовної та культурної різноманітності.

У Резолюції від 24 березня 2009 р.³⁷¹ Європейський парламент схвалив та підтримав велику увагу, яку ЄК приділяє питанню мультилінгвізму й

- закликає визнавати паритет між усіма офіційними мовами ЄС в усіх аспектах публічної діяльності;
- наголошує на неможливості обмеження єдиною мовою у Союзі, бо лінгвістична різноманітність – основне культурне багатство;
- закликає до застосування мультилінгвістичного підходу не лише в економічній та соціальній сферах, але й у сфері культури, науки, освіти;
- наголошує на важливості створення програм підтримки перекладу та створення мультилінгвальної термінологічної бази;

³⁷¹ Резолюція Європейського парламенту з мультилінгвізму від 24 березня 2009 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2009-0162+0+DOC+XML+V0//en>

- стверджує, що інформаційно-комунікаційні технології мають використовувати для сприяння мультилінгвізму;
- акцентує увагу на потребі захисту мультилінгвізму в країнах та регіонах, де співіснує кілька офіційних мов;
- заохочує службовців вивчати другу іноземну мову для контактів з громадянами інших держав ЄС;
- пропонує, щоб адекватний рівень мультилінгвізму забезпечували масмедіа та інтернет-контент;
- підкреслює право громадян отримувати інформацію про продукти в місці проживання офіційною мовою / мовами своєї країни.

Поза офіційною мовною політикою мультилінгвізму, на рівні мовної практики європейці мовною поведінкою голосують за появу *lingua franca*. Нею поступово стає англійська мова (так звана проблема «English-only» (тільки англійська)). Фактично всі дослідження показують, що саме вона еволюціонувала в мову спілкування між країнами-членами. Парадокс у тому, що чим більше мов стає в Європейському Союзі, тим більше зростає роль англійської.

У континентальній Європі англійська мова все менше і менше стає «іноземною» мовою, бо вивчається не тільки з метою її використання за кордоном. У жержавах-членах ЄС англійська мова виконує такі внутрішні функції: 1) вона є або обов'язковим, або основним для вивчення предметом у школі; 2) володіння англійською мовою є необхідною умовою набуття вищої освіти та подальшого підвищення професійного рівня. У демографічно невеликих європейських країнах підручники англійською мовою широко використовуються у вищій освіті практично з усіх предметів; 3) володіння англійською є в багатьох випадках необхідною умовою працевлаштування; 4) англійська мова надзвичайно вживана в медіа, попкультурі, суспільному та приватному житті.

Перспектива домінування англійської мови в комунікативному полі ЄС вже сьогодні змусила європейських інтелектуалів свідчити про необхідність заохочення європейських громадян вивчати другу мову, яка не є мовою міжнародного спілкування. Вони запропонували концепцію *personal adaptive language*, суть якої полягає в тому, щоб кожна людина вивчила легку для засвоєння іноземну мову. Ця друга

мова має бути близькою до її рідної, фактично запроваджується концепція другої рідної мови (*second mother tongue*), вивчення якої має розпочинатися в школі та тривати у вищому навчальному закладі. Вивчення цієї мови має супроводжуватися вивченням історії, культури та літератури народу, який цією мовою говорить³⁷².

Спеціальний огляд Євробарометра за лютий – березень 2012 р. показав такі результати³⁷³:

- 9 з 10 європейців (88%) вважають, що іноземні мови важливі для особистого розвитку;
- 67 % називають англійську мову другою, після рідної, найважливішою мовою;
- 84 % наголошують акцентують увагу на необхідності знати хоча б одну іноземну мову;
- хоча більшість європейців наголошують на необхідності використання спільної мови (включаючи й інституції ЄС), проте не можуть надати переважні права якійсь одній мові;
- 81 % (8 з 10 опитаних) вважають, що всі мови ЄС повинні бути рівнозначними;
- 54 % європейців можуть розмовляти однією, а 25 % – принаймні двома іноземними мовами, водночас 46 % – володіють лише рідною мовою;
- двома іноземними мовами спілкуються молоді люди 15 – 24-річного віку, випускники вищих навчальних закладів, представники управлінських професій, активні інтернет користувачі, ті, для кого не проблема оплатити рахунки за комунальні послуги, та, ті, хто знаходяться високо в соціальній ієрархії.

Віце-президент Європейської комісії з питань цифрового порядку денного Н. Кроес уважала, що варто переконатися, чи люди розуміють необхідний для них веб-контент, а тому потрібно розвивати нові технології, які допоможуть тим, хто не знає іноземних мов³⁷⁴. Наприклад, здійснюючи покупки он-лайн, люди надають перевагу рідній мові; 9 з 10 європейців вважають, що веб-сайти,

³⁷² Мовна політика як інструмент розвитку комунікативного простору Європейського Союзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://old.niss.gov.ua/Monitor/Juli2009/23.htm>

³⁷³ Europeans and their Languages [Electronic resource] // Special Eurobarometer. – № 386. – June 2012. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_386_en.pdf

³⁷⁴ Digital Agenda: more than half EU Internet surfers use foreign language when online [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/rapid/press-release_IP-11-556_en.htm

представлені у їхніх країнах, повинні містити інформацію національними мовами.

Сьогодні ЄК розробляє 30 дослідницьких та інноваційних проектів мовних технологій, мета яких – допомогти інтернет-користувачам отримати доступ до інформації їхніми рідними мовами. Так, проект iTRANSLATE4³⁷⁵ розробляє перший Інтернет-портал, який надає доступ до безкоштовного он-лайн перекладу більше ніж 50-ма європейськими та світовими мовами, а також дає змогу одночасно порівняти результати різних перекладів за допомогою найуживаніших інструментів (Google, Bing, Systran, Trident, LINGUATEC). Вартість проекту – € 2 млн. Подальші успіхи в розробці мовних технологій потребують співпраці та постійного діалогу між промисловістю, дослідниками, публічним сектором та громадянами. Проект META-NET (Multilingual Europe Technology Alliance – багатомовний європейський технологічний альянс) засновано 2010 р., вартістю – € 6 млн, створює технологічний альянс (уже більше 200 членів) для багатомовної Європи. Девіз проекту: «Багатий та лінгвістично різноманітний спадок Європи повинен стати різнобарвною тканиною, з якої зіткана павутина, і не перешкоджати вільному потоку знань та думок»³⁷⁶.

У межах проекту META-NET розроблено Стратегічний дослідницький порядок денний для багатомовної Європи 2020 (Strategic Research Agenda for Multilingual Europe 2020), який окреслює такі пріоритетні теми розробок та співпраці³⁷⁷:

Тема 1. *Транслінгвальна хмара*: мета – багатомовне європейське суспільство, у якому всі громадяни можуть використовувати будь-які послуги, мати доступ до знань, насолоджуватися всіма медіа та контролювати будь-яку технологію рідною мовою, бо не існує мовних бар'єрів завдяки високоякісному перекладу. Громадяни, фахівці у різних галузях, організації та програмне забезпечення міжмовної комунікації будуть використовувати єдину, просту точку доступу спрямування тексту чи промови через шлюз, який миттєво надсилає переклад мовою запиту та у бажаній формі і форматі.

³⁷⁵ iTranslate4 : Internet Translators for all European Languages [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/information_society/apps/projects/factsheet/index.cfm?project_ref=250405

³⁷⁶ Introducing META-NET [Electronic resource]. – Available at : <http://www.meta-net.eu/>

³⁷⁷ Strategic Research Agenda for Multilingual Europe 2020 [Electronic resource]. – Available at : http://www.meta-net.eu/vision/reports/meta-net-sra-version_1.0.pdf

Тема 2. *Соціальні інтелектуальні системи та електронна участь*: мета – використати інформаційну технологію та цифровий веб-контент для покращення дієвості та ефективності прийняття рішень у бізнесі й суспільстві. Якість, швидкість та прийнятність індивідуальних і колективних рішень –єдиний фактор успіху підприємств, громадських служб, спільнот, держав і наднаціональних організацій. ІТ надають широкий спектр інструментів для інтелектуальних систем (intelligence applications). Інтелектуальні системи для бізнесу, військової сфери чи системи безпеки збирають та попередньо обробляють релевантну інформацію для прийняття рішень. Програми логічного аналізу шукають дані для такої інформації, а системи підтримки рішень оцінюють і сортують інформацію та застосовують правила прийняття рішень щодо кожної проблеми. Процеси прийняття рішень можуть структуруватися, моніторитися, документуватися та візуалізуватися, щоб приєднання до них та користь від них стала легшою. У ЄС до прийняття колективних рішень долучаються учасники з багатьох країн, тому й необхідна підтримка міжмовної участі держав і підприємств Союзу.

Тема 3. *Соціально усвідомлені інтерактивні помічники* – конversaційні агенти, соціально усвідомлена поведінка яких є результатом поєднання аналітичних методів для мовлення, невербальних і семантичних сигналів. Такі багатомовні помічники допомагатимуть людям взаємодіяти із середовищем, включаючи взаємодію «людина – комп'ютер», «людина – штучний агент (робот)», «комп'ютерно опосередкована взаємодія людина – людина». Ці помічники повинні пристосовуватися до потреб користувачів і спроможні забезпечувати взаємодію у фізичному просторі (як у конференц-залах, офісах та домівках, так і на вулицях, у транспорті, на дорогах) та віртуальному просторі (веб, віртуальний світ, ігри).

Отже, якщо в 90-их рр. минулого століття підтримка Спільноти зосереджувалася на вивченні офіційних мов, то в перше десятиліття XXI ст. акцент робиться на інклюзивній мовній освітній політиці, зорієнтованій на вивчення всіх мов, включаючи регіональні мови, мови меншин, мови мігрантів та основні світові мови. Комісія переконана, що сприяння багатомовності – чудовий спосіб об'єднати європейців. Зростаюча увага до мультлінгвізму була спровокована

такими викликами, як розширення ЄС і Спільного ринку, зростання мобільності в межах ЄС, відродження регіонів, швидкий поступ суспільства знань, міграція до ЄС та глобалізація. Реалізуючи принцип «єдність у різноманітності», ЄС докладает максимум зусиль для посилення включеності усіх громадян у діяльність та політику Союзу. З цією метою пропагується й підтримується розвиток усіх мов (і офіційних, і регіональних, і мов меншин); заохочується вивчення принаймні 2 іноземних мов; через посилення ефективності перекладів уможлиблюється доступ громадян до інформації про ЄС. Окрім цього, великий наголос робиться на інклюзії людей з вадами слуху та мовній адаптації іммігрантів.

Висновки до розділу 3

Згідно з Договором про заснування Європейського Союзу інституції ЄС зобов'язані продукувати та підтримувати прозорий діалог із громадянським суспільством. У цьому контексті важливим політичним питанням стала електронна участь громадян, яка розглядається як основний фактор розвитку громадянського суспільства.

Із метою «дослуховування» до своїх громадян і подолання дефіциту демократії з 2001 р. ЄК реалізовує низку проектів, зорієнтованих на створення каналів е-участі, щоб збагатити наявні канали взаємодії та посилити транспарентність і легітимність процесу розробки політик та створення умов для публічних обговорень з європейських питань. Мета всіх проектів – подолати розрив у комунікації між громадянами та політиками й донести політики до громадян.

Спершу домінував підхід «зверху до низу», який передбачав покращення транспарентності, щоб відновити довіру громадян до політичних інституцій та їх виборних представників, заохочувати громадян оприлюднювати свої думки та залучатися до політичного процесу. Із 2007 р. е-участь робила більший акцент на підхід «знизу до верху» для залучення громадян у прийняття конкретних рішень із важливих питань: громадян залучали до постановки політичного порядку денного на рівні ЄС, отримуючи право законодавчої

ініціативи через пряме звернення до Комісії, через визначення пріоритетних тем наднаціонального рівня.

Оскільки Комісія не може прямо звернутися до всіх громадян ЄС, саме масмедіа відіграють основоположну роль у покращенні інформування громадян. Генеральний директорат з комунікації є офіційним голосом ЄК у взаємодії з масмедіа та, як правило, першим портом для журналістів, які висвітлюють питання, що стосуються Комісії. Служба спікера відповідає за донесення політичних пріоритетів Комісії для медіа та встановлює порядок денний для кореспондентів ЄС.

Процес створення європейських новин проходить три етапи: інституції ЄС надають інформацію іноземним кореспондентам у Брюсселі, які своєю чергою відбирають та редагують новини, постачають їх ЗМК у країнах, які інформують громадян країн ЄС.

Ефективність усієї комунікації ЄС суттєво залежить від активності національних медіа, які подають політики та теми ЄС у своєму контексті через призму політичних, соціальних і культурних орієнтацій та окремих інтересів держав-членів у Європі. Думки громадян залежать від якості та кількості доступної інформації, а національні медіа є одними з перших і найважливіших засобів комунікації ЄС та первинним джерелом інформування.

Зростаючий інтерес ЄС до національних медіа зумовлено зниженням підтримки політик ЄС у поєднанні зі зростанням невдоволення роботою ЄС та усвідомленням Комісією важливості комунікації з різною громадськістю щодо майбутнього ЄС. Новини про європейські політичні питання просувають соціальну інтеграцію в ЄС через включення громадян у політичний процес, інформування їх про ЄС, його політики, держави-члени, а також підтримку європейської інтеграції й відчуття політичної спільноти в межах ЄС.

Реалізуючи принцип «єдність у різноманітності», ЄС докладает максимум зусиль для посилення включеності всіх громадян у діяльність та політику Союзу, чому сприяє підтримка мультилінгвізму на рівні ЄС. Завдання ЄК – ознайомлювати громадян ЄС із своїми результатами, а для цього вона повинна спілкуватися мовами, які громадяни розуміють. Сприяння багатомовності – це спосіб об'єднати європейців. У сфері мультилінгвізму пріоритетами є гарантування наявності інформації всіма офіційними мовами ЄС,

включення регіональних мов і мов меншин, глухонімих, сприяння ранньому навчанню мовам та двомовній освіті. У 2002 р. Рада міністрів поставила ціль «Рідна мова плюс дві (іноземні мови) для кожного громадянина».

Інституції ЄС усвідомлюють, що вивчення іноземних мов як шлях до мультилінгвізму повинно стати підґрунтям для створення європейського простору політичного діалогу та комунікації з громадянами. Пріоритетними напрямками в цьому контексті є переклад законодавства ЄС усіма офіційними мовами; залучення експертів з мультилінгвізму для забезпечення ефективної комунікації; розвиток нових технологічних засобів забезпечення перекладу; посилення якості перекладу через збільшення кількості офіційних мов. Сьогодні ЄК розробляє 30 дослідницьких та інноваційних проектів мовних технологій, мета яких – допомогти інтернет-користувачам отримати доступ до інформації їх рідними мовами.

РОЗДІЛ 4

НАЦІОНАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ПОЛІТИКИ КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

4.1. Комунікаційна політика країн-членів ЄС з підтримки європейської інтеграції

Протягом усього розширення Європейського Союзу країни-члени вдавалися до різноманітних комунікаційних стратегій, зорієнтованих на підтримку євроінтеграційного процесу населенням держав. Проте, слід зауважити, що на початку заснування Спільноти спеціальні широкомасштабні заходи з популяризації інтеграції держав не проводилися; на цьому етапі здійснювалося інформаційне забезпечення створення ЄЕС. Питання щодо об'єднання обговорювала політична еліта, у Парламентах; масмедіа інформували громадян про політичні пріоритети, визначені керівництвом держав. Про широке залучення громадян до процесу обговорення майбутнього країни не йшлося.

Проте пізніше, з розширенням Спільноти, особливо після періоду «холодної війни», держави, які готувалися стати членами ЄС, розробляли комунікаційні стратегії, проводили активні комунікаційні кампанії з підтримки ідеї євроінтеграції. Окрім цього, сьогодні держави-члени створили низку спеціалізованих органів, які займаються популяризацією політик ЄС для населення своїх країн і пояснюють невідворотність інтеграційного процесу.

Країни-засновниці ЄС зробили спробу посилити співпрацю та інтеграцію між колись войовничими європейськими державами, спустошеними Другою Світовою війною, наділивши їх спільною часткою в майбутньому інших. Нова Спільнота надала Німеччині, Нідерландам, Франції, Італії, Бельгії та Люксембургу новий старт для розвитку.

«Локомотивом» європейської інтеграції вважається Німеччини, у якій після Другої Світової війни вбачали потенційного агресора для Європи. Основним меседжем для Німеччини стало зруйнувати образ агресора. Держава взяла активну участь у створенні Європейського Економічного Співтовариства і з самого початку просувала федеративну модель об'єднання (митний, економічний та валютний

союз), яка, незважаючи на опір супротивників поглиблення інтеграції, отримала подальший розвиток.

Досвід Бельгії, Нідерландів і Люксембургу (створення Бенілюксу у вересні 1944 р.) був узятий за основу під час переговорів про створення Європейської Економічної Спільноти. Бенілюкс розглядали як «випробувальний майданчик» для інтеграції. Для Спільноти Бельгія стала країною, яка задавала темп інтеграції (pace-setter), оскільки пропонувала ідеї, що визначали тематику обговорень та порядок денний; вносила конкретні пропозиції, які просували монетарну інтеграцію; виконувала функції дипломатичного посередника в складних франко-німецьких відносинах, особливо в питаннях, що вимагали консенсусу³⁷⁸.

Нідерланди, які виконували роль «воротаря» (gate-keeper) у визначенні політичних та економічних пріоритетів Спільноти³⁷⁹, попри проблеми, які пізніше загальмували євроінтеграційний ентузіазм мешканців країни (страх втратити власну ідентичність, пересторога в сприйнятті відкритості ЄС та своєї країни для іммігрантів, провал референдуму з Конституції Євросоюзу у Франції, що негативно позначився й на голосуванні в Нідерландах³⁸⁰), сьогодні показово пояснює громадянам місце та роль держави у ЄС та інтеграційному процесі.

Так, на сайті Парламенту Нідерландів (Rijksoverheid.nl) є окрема сторінка, присвячена впливу ЄС на Нідерланди. Зокрема, запропоновано такі теми, як:

- «чи необхідно вирішувати питання на європейському рівні?»: пояснюється потреба оцінювати ініціативи ЄС на національному рівні, проте без конкретної прив'язки до Нідерландів;
- «стан справ у ЄС»: парламентарі обговорюють порядок денний ЄС на наступний рік;
- «вплив європейського права на Нідерланди»: показано загальну інформацію про специфіку законодавства ЄС та роль національних парламентів;
- «вплив ЄС на Нідерланди»: транскордонна злочинність,

³⁷⁸ Maes I. Small States and the Creation of EMU : Belgium and the Netherlands, Pace-setters and Gate-keepers [Electronic resource] / I. Maes, A. Verdun. – Available at : <http://web.uvic.ca/~polisci/verdun/pdf/JCMS%202005%2043%202.pdf>

³⁷⁹ Ibidem

³⁸⁰ Шевченко О. Європейська PR-практика / О. Шевченко. – К. : ІМВ, 2006. – С. 59.

захист довкілля, євро, відкритий ринок телекомунікаційних послуг, взаємне визнання професійних кваліфікацій. У цих розділах пояснюється як національне законодавство узгоджується із нормативно-правовою базою ЄС. Варто наголосити, що вся інформація описового характеру стосується загальних питань діяльності ЄС і не пояснює, як усі прийняті норми впливають на життя пересічних голландців тощо³⁸¹. У Парламенті є Комісія з європейських питань, сайт якої голландською є досить розлогим, із великою кількістю документів, проте англійською мовою інформації немає, окрім імен та деяких контактних адрес членів Комісії.

Окрім цього, сайт голландською пропонує послугу пошуку за ключовими словами, сайт англійської такої опції немає взагалі.

На сайті прем'єр-міністра подано багато інформації про роль Нідерландів у ЄС з особливим акцентом на офіційній позиції держави щодо окремих політик Союзу. Хоча, як і на сайті Парламенту, увесь виклад наголошує на ролі / перевагах політик ЄС для Нідерландів, а не для окремих пересічних громадян³⁸². Хоча в усіх документах із комунікаційної політики ЄС йдеться саме про пояснення переваг політик з точки зору громадянина, а не цілої держави.

МЗС Нідерландів має департамент комунікації, який однак зовсім не згадує про необхідність інформування про політики ЄС та участь держави у їх реалізації.

Нідерланди мають своє Представництво в ЄС, сайт якого пропонує інформацію загального характеру про державу, символіку, навчання, проживання, роботу в Голландії та телефони й е-пошту осіб, які можуть надати необхідну інформацію щодо конкретних політик ЄС³⁸³.

Для Люксембурга членство в ЄЕС надало можливість підтримувати відкриті дружні стосунки з сусідами, гарантувати взаємне визнання інтересів та вирішувати повоєнні проблеми. З часу заснування Спільноти Люксембург був та залишається посередником

³⁸¹ The impact of the EU on the Netherlands [Electronic resource]. – Available at : <http://www.houseofrepresentatives.nl/how-parliament-works/impact-eu-netherlands>

³⁸² The Netherlands and developments within the EU [Electronic resource]. – Available at : <http://www.government.nl/issues/european-union/the-netherlands-and-developments-within-the-eu>

³⁸³ Permanent Mission of the Kingdom of the Netherlands in Brussels [Electronic resource]. – Available at : <http://eu.nlmission.org/>

і рушійною силою продукування нових ідей³⁸⁴.

Постійний супротивник Німеччини протягом століть – Франція – в усі часи була переконана у своїй унікальній величі, ця ідея стала частиною національної політичної культури. Після Другої Світової війни керівництво Франції побачило для себе шанс відродити втрачену велич. Інтеграційні процеси розглядалися французьким керівництвом як можливість відновити статус Франції як великої держави, причому не лише на міжнародній арені, але і в уявленнях самих французів. У своїй європейській політиці Ш. де Голль висував три лозунги: «Європа Батьківщин» – відображав його погляди на шляху європейського будівництва, відкидаючи ідеї наднаціональної федерації; «європейська Європа» – віддзеркалював прагнення звести до мінімуму участь США та СРСР у європейських справах; «Європа від Атлантики до Уралу» фіксував географічні рамки євроінтеграції³⁸⁵.

Криза у відносинах Франції та ЄС наступила 2005 р. з приводу голосування за Конституцію Союзу. Проте навіть під час дійсно широкої та напруженої дискусії щодо Європейської Конституції питання бути чи не бути Європі взагалі не обговорювалося у Франції. Актуально важливим було питання «якою має бути Європа?», та гострота полеміки навколо нього зумовлена саме тим, що невіддільність майбутнього Європи від майбутнього Франції у більшості французів сумнівів не викликала.

Сьогодні на сайті Сенату є закладка «Європейська діяльність Сенату», де наголошено на тісній та скоординованій співпраці Франції та ЄС. Функціонує Комітет європейських справ, завдання якого – інформувати Сенат про діяльність ЄС. Комітет видає «Останні новини Комітету при ЄС» та публікує інформаційні доповіді, які доступні на сторінці Сенату на порталі Еурога. Кілька разів на рік Комітет ініціює публічне обговорення важливих питань,

³⁸⁴ Luxembourg and Europe, from the ECSC to the Treaty of Lisbon [Electronic resource]. – Available at : <http://www.eu2015lu.eu/en/la-presidence/luxembourg-et-ue/lux-eu-ceca-lisbonne/index.html>

³⁸⁵ Кауппи Н. В тени де Голля: французская идентичность и общеевропейская безопасность / Н. Кауппи [Электронный ресурс] // «Неприкосновенный запас». – 2001. – №1 (15). – Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/nz/2001/1/niilo.html>

що стосуються ЄС, на чолі з відповідним міністром³⁸⁶. Європейські питання є також серед пріоритетів Національної Асамблеї³⁸⁷.

Міністр європейських справ, який підзвітний Міністру закордонних справ, пояснює та просуває позицію Франції з конкретних європейських питань у країнах-членах. В офісі прем'єр-міністра працює Генеральний секретаріат європейських справ, до компетенції якого не належать лише питання зовнішньої та безпекової політики. Постійне представництво Франції при ЄС, захищаючи позицію Франції, підтримує стосунки з усіма стейкхолдерами, залученими в процеси прийняття рішень³⁸⁸.

Італія просувала ідею економічної та політичної інтеграції. Ф. Даніелс вважає, що саме участь Італії в ЄЕС сприяла посиленню інтеграційних настроїв у Європі. На початку 1970-х рр. підтримка євроінтеграції в Італії була найвищою серед інших країн; широка громадськість підтримувала об'єднання Західної Європи, посилення співпраці та розглядала інтеграцію як можливість отримати економічні здобутки³⁸⁹.

У період першого розширення Спільноти уряди держав поступово розуміють необхідність впливу на широку громадськість, адже політична еліта – євроентузіасти та євроскептики – намагаються розділити суспільство. Проте про справжні комунікаційні стратегії говорити ще рано.

Сполучене Королівство мало дещо інший досвід після Другої Світової війни (у порівнянні з Німеччиною та Францією), адже країна не була окупована і не зазнала ні фашистського, ні комуністичного режимів. Для Німеччини, Франції та Нідерландів нове об'єднання ставало інструментом гарантування миру, в Об'єднаному Королівстві така ідея була відсутня.

У 1960-х рр. у Великобританії питання Європейської Економічної

³⁸⁶The Committee for European Affairs [Electronic resource]. – Available at : http://www.senat.fr/lng/en/the_senates_european_action/the_committee_for_european_affairs.html

³⁸⁷Welcome to the english website of the French National Assembly [Electronic resource]. – Available at : <http://www2.assemblee-nationale.fr/langues/welcome-to-the-english-website-of-the-french-national-assembly#menuinter>

³⁸⁸Who does what in France as regards the European Union ? [Electronic resource]. – Available at : <http://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy-1/european-union/france-and-the-european-union/article/who-does-what-in-france-as-regards>

³⁸⁹Daniels Ph. Italy in European Union [Electronic resource] / Ph. Daniels. – Available at : http://www.jstor.org/stable/4407131?seq=1#page_scan_tab_contents

Спільноти обговорювалося лише урядом та державними службовцями і не викликало зацікавленості широкої громадськості. Прихильники Спільного ринку загалом зверталися до політичної еліти держави, але противники Спільного ринку взялися виступати від імені пересічних британців, апелюючи такими поняттями як «національна свобода», «втрата незалежності Британії», «міжнародний статус». У 1969 р. вони навіть розпочали кампанію «Safeguard Britain Campaign», мета якої – зберегти політичну незалежність Британії та її роль у демократичних міжнародних організаціях. У відповідь уряд оприлюднив Білу книгу «Витрати і переваги вступу» (White Paper Costs and Benefits of Entry), де детально пояснював економічні аспекти об'єднання, які в результаті й привели до вступу Об'єднаного Королівства до ЄЕС у 1973 р.³⁹⁰

Уряд Королівства постановив, що відповідальним за проведення інформаційних заходів у підтримку європейської інтеграції є Британський Європейський рух (організація, яку часто сприймали як об'єднання «єврофанатів»; саме тому назву було змінено на «Британія у Європі»). Коли розпочався процес підготовки до референдуму, по всій країні було сформовано 374 місцеві групи для проведення агітації. Крім того, до проведення агітаційної кампанії за власний кошт та без реєстрації були залучені НУО, які реалізовували своє право свободи слова. Сумарно уряд виділив 250 тисяч фунтів на фінансування, крім того оплачував випуск брошур, де прихильники та опоненти вступу могли презентувати свої точки зору. Був дозволений збір приватних коштів, але кожен, приватний донор, чий внесок був більше 1000 фунтів, мав подавати офіційну інформацію про себе. За 6 місяців (період, протягом яких була здійснена відповідна інформаційна діяльність) було досягнуто значних змін у ставленні британців до євроінтеграційних процесів, яке традиційно було досить негативним³⁹¹.

Сьогодні для Британії ЄС є економічним партнерством, а політичні та ідеологічні погляди не завжди поділяються. Британська

³⁹⁰ Richardson D.W. Non-Party Organisation and Campaigns on European Integration in Britain, 1945 – 1986 : Political and Public Activism / D. W. Richardson [Electronic resource]. – Available at : <http://etheses.bham.ac.uk/5266/1/Richardson14PhD.pdf>

³⁹¹ Референдуми в Європейському Союзі [Електронний ресурс] / О. Чебаненко, О. Грищук, Н. Колодяжна, А. Євгенєва; [ра ред. Д. Ковриженка]. – К. : ФАДА, ЛТД, 2007. – С. 138. – Режим доступу : <http://www.wcenter.org.ua/files/referendumi.pdf>

концепція не передбачає наднаціональних лідерів із серйозними повноваженнями й обмежується ідеєю спільного ринку, без митних перепон для вільного переміщення товарів, капіталів, громадян, без єдиної зовнішньої політики; варто зазначити, що Німеччина та Франція традиційно були двигуном континентальної концепції європейської інтеграції і просували насамперед політичний союз держав, спільну систему безпеки, єдину зовнішню політику. У принципі, проект Європейської конституції виписаний саме в такому форматі. Напередодні голосування за Конституцію євроінтеграційний проект на Британських островах підтримувався не багатьма, що зумовило зупинення процесу ратифікації Конституції для Європи у Сполученому Королівстві, а також невизначені перспективи приєднання Великої Британії до простору євро.

У жовтні 2010 р. огляд Євробарометра засвідчив, що 18 % громадян Королівства поінформовані про ЄС, а 82 % сказали, що знають мало або й нічого про Союз; респонденти визнали, що інформація, яку подано масмедіа, є надто негативна; 6 з 10 заявили, що не бажають отримувати більше інформації про ЄС; 48 % опитаних вважають, що уряд має інформувати їх про справи ЄС; 42 % респондентів оцінювали імідж ЄС позитивно, 39 % – негативно³⁹².

Комунікаційна політика уряду Сполученого Королівства базується на розумінні комунікації не як простої передачі інформації, а як питанні довіри: довіри, що те, що було сказано, відповідає дійсності, виходить з надійного джерела та піддано належній оцінці. Громадяни повинні відчувати довіру, що комунікація створена для інформування електорату, а не маніпулювання ним³⁹³.

В уряді немає жодного департаменту, який би відповідав за співпрацю з ЄС, пояснював би політику ЄС на національному рівні. У визначених політиках не згадується про ЄС, пошук на сайті теж дав нульовий результат. Очевидно така ситуація відображає домінуючий євроскептицизм Сполученого Королівства. Постійне представництво Сполученого Королівства при ЄС представляє державу в переговорах на рівні Союзу. Завдання Представництва – гарантувати, що політики

³⁹² Attitudes towards the EU in the United Kingdom [Electronic resource] // Flash Eurobarometer. – № 318. – March 2011. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_318_en.pdf

³⁹³ Cornish P. Strategic Communications and National Strategy : a Chatham House Report, September 2011 [Electronic resource] / P. Cornish, J. Lindley-French, C. Yorke. – Available at : www.bppublicadvocacy.co.uk

Королівства роз'яснені іншим державам-членам, ЄК та членам ЄП³⁹⁴. Медіависвітлення подій в ЄС у Британії дуже незначне, а британські члени ЄП не є активними у європейських дебатах та кампаніях³⁹⁵.

У 1972 р. 63,4 % громадян Данії проголосували «за» приєднання до Європейської Спільноти. Протягом попередніх десятиліть у суспільстві обговорювали різноманітні ідеї щодо майбутнього Данії в європейській політиці. У 1961 р. Данії розпочала переговори з ЄЕС про вступ, що започаткувало напружені політичні та правові дебати в Парламенті. Однак парламентські обговорення завершилися через призупинення переговорного процесу на початку 1963 р. З 1967 р. після провалу другого раунду переговорів, і до початку 1970 р. громадяни Данії не знали як голосувати, якщо б відбувся референдум про вступ до ЄС. На початку 1970-их рр. питання європейської інтеграції стає ключовою темою політичного порядку денного. Однак, якщо до 1970 р. рівень підтримки громадян євроінтеграції дорівнював 50 %, то у 1970 р. він різко знизився (приблизно дорівнював 46 %). Партії, які підтримували інтеграційний процес, розпочинають переконувати громадян у необхідності вступу Данії до Спільноти, залучаючи мас медіа³⁹⁶. Особливий акцент робився на економічній інтеграції і збереженні власної автономії. Як наслідок, данці погодилися на приєднання до ЄС.

У 1973 р. у Парламенті Данії (Folketing) було створено Комітет з європейських справ відразу після приєднання держави до Європейського Економічного Співтовариства. Комітет детально вивчає політику уряду Данії щодо ЄС. З 2006 р. більшість засідань Комітету відкриті для громадськості, а з 2007 р. їх можна переглядати через Інтернет на Парламентському сайті www.ft.dk та через телеканал Парламенту. Більшість документів публікуються на сайті

³⁹⁴ UK Representation to the EU Brussels [Electronic resource]. – Available at : <https://www.gov.uk/government/world/organisations/uk-representation-to-the-eu>

³⁹⁵ Briggs M. Beyond complicated [Electronic resource] / M. Briggs // The European. – 16.04.2014. – Available at : <http://m.theeuropeanmag.com/mark-briggs/8362-why-britain-opposes-european-integration>

³⁹⁶ Buch R. The Danes and Europe : From EC 1972 to Euro 2000 – Elections, Referendums and Attitudes / R. Buch, K. M. Hansen [Electronic resource] // Scandinavian Political Studies. – Vol. 25. – No. 1. – 2002. – Available at : <http://www.kaspermhansen.eu/Work/Sps2002.pdf>

Інформаційного центру ЄС у Парламенті Данії за адресою www.euo.dk³⁹⁷.

Хоча Ірландія подала заявку на вступ до ЄЕС ще у 1961 р., проте всередині країни це питання широко не обговорювалося. Лише у листопаді 1970 р. урядовці стурбувалися, що попри нарешті успішні переговори з ЄЕС, рівень підтримки інтеграції громадськістю є досить низьким. Уряд почав розгляди публіситі ЄЕС як ключове питання. Політики наголошували на необхідності промов міністрів; буклетів, які б подавали інформацію з основних тем та роздавалися громадянам; статей у газетах та матеріальної підтримки журналістам, які пишуть про позитивні аспекти євроінтеграції. У 1971 р. створено інформаційну службу з питань ЄЕС при МЗС, мета якої – надавати інформацію про справи в ЄЕС, здійснювати зв'язок з громадськістю, надавати допомогу у створенні буклетів про Спільний ринок. Основний акцент у інформаційній кампанії зроблено на негайних перевагах для сільського господарства Ірландії від вступу до ЄЕС та наступних здобутках для промисловості держави.

Противники європейської інтеграції обрали своїм гаслом «Збережи Ірландію вільною. Проголосуй «Ні», наголошуючи на втраті суверенітету держави. Однак Прем'єр-міністр Ірландії звернувся до громадськості і заявив, що позиція опонентів інтеграції є нечесною та фальшивою, бо апелює суто до емоцій і не відповідає здоровому глузду³⁹⁸. Наслідком комунікаційних зусиль був результат референдуму у травні 1972 р.: 81,3 % громадян проголосували «за» вступ Ірландії до ЄЕС.

Греція вважала, що ЄЕС закладає інституційні рамки, у межах яких можна досягнути стабільності демократичної політичної системи держави. Греція прагнула посилити свою незалежність, позицію в регіоні та системі міжнародних відносин, спроможність брати участь у переговорах, передусім щодо відносин з Тереччиною. Греція бажала також послабити свою повоєнну залежність від США. Грецький уряд розглядав ЄЕС як потужний фактор, що сприятиме

³⁹⁷ Welcome to the Danish Parliament, the Folketing [Electronic resource]. – Available at : <http://www.thedanishparliament.dk/>

³⁹⁸ Geary M.J. Pushing an Open Door? Ireland and the EEC Referendum of 1972 [Electronic resource] / M. J. Geary. – Available at : https://www.academia.edu/209879/PUSHING_AN_OPEN_DOOR_IRELAND_AND_THE_EEC_REFERENDUM_OF_1972

розвитку та модернізації економіки держави та суспільства³⁹⁹. Остаточне рішення про приєднання приймалося Парламентом, де Прем'єр-міністр К. Караманліс був найвпливовішим та найпослідовнішим промоутером ідеї євроінтеграції, тому й урядовці не ставили за мету шукати широку громадську підтримку через інформаційні кампанії, якої потребує референдум.

Політична й економічна еліти Іспанії та Португалії вважали європейську інтеграцію найкращим способом консолідації суспільства й проведення економічних і політичних реформ. Ще з етапу проведення переговорів про вступ до ЄЕС (Португалія у 1978 р., Іспанія у 1979 р.) громадська думка обох країн потужно підтримувала інтеграційний процес. Громадяни розглядали європейську інтеграцію та демократизацію як частини одного процесу. Опитування Мадридського центру соціологічних досліджень визначили, що іспанці вважали себе географічно пов'язаними з рештою Європи, проте не ідентифікували себе зі «спільною європейською культурою». Причина – у відсутності спільного сучасного спадку, який би сприяв появі спільної європейської ідентичності. Як наслідок, іспанці та португальці розглядали та розглядають ЄС як економічну спільноту, а не спільноту європейців⁴⁰⁰. Як і в Греції, потужна інформаційна кампанія з підтримки європейської інтеграції не проводилася, бо й не проводився загальнонаціональний референдум.

У контексті європейської інтеграції України актуальним є досвід країн, що приєдналися до ЄС після періоду «холодної війни» (з четвертого розширення), адже вони намагалися проводити чітку комунікаційну політику, щоб заручитися широкою підтримкою своїх громадян євроінтеграційного курсу держав.

У 1994 р. напередодні референдуму про вступ до ЄС думки австрійців розділилися: прихильники вважали вступ гарантією майбутнього процвітання Австрії, опоненти вбачали в ЄС корінь будь-якого зла для країни. Переговори про приєднання Австрії розпочалися у 1989 р. 19 квітня 1994 р. ЄК винесла позитивний висновок. Австрійські медіа подали це як величезну перемогу задля

³⁹⁹ Gürzel G. A. Greece's Accession to the EU and its Integration Process [Electronic resource] / G. A. Gürzel. – Available at : <http://www.thesis.bilkent.edu.tr/0002746.pdf>

⁴⁰⁰ Royo S. The Challenges of EU Integration : Iberian Lessons for Eastern Europe [Electronic resource] / S. Royo. – Available at : <http://aei.pitt.edu/8156/>

інтересів держави, а Міністр закордонних справ А. Мок став героєм нації. Варто зауважити, що з самого початку уряд Австрії проводив дуже переконливу інформаційно-комунікаційну кампанію, яку навіть порівнювали з пропагандою. Уряд винайняв PR-агенцію, яка мала переконати австрійців голосувати за приєднання до ЄС; поширювалася винятково позитивна інформація про переваги європейської інтеграції.

Протягом усього періоду підготовки Австрії до вступу в ЄС з 1987 р. до референдуму 1994 р. громадськість прихильно ставилася до членства в ЄС. Лише в перші місяці 1989 р. простежено зниження в таборі прихильників через великий відсоток тих, хто не визначився, як голосувати (близько 46 %). У другій половині 1993 р. голоси «за» та «проти» практично врівноважилися (близько 47 % кожен табір)⁴⁰¹.

За шість місяців до референдуму політичні партії, професійні організації, інтелектуальна еліта та представники церкви розпочали кампанію за голоси тих, хто не визначився. Прихильники євроінтеграції боролися з такими аргументами: страх нового Аншлюсу з Німеччиною, втрата ідентичності через відмову від нейтралітету та приєднання до системи колективної безпеки, бюрократія Брюсселя, забруднення через транзитний рух, загроза агропромислому сектору. Урядова коаліція розпочала інформаційну кампанію «Ми є Європа», основну увагу зосередила на контенті послань: можливості працевлаштування, перевагах для експорту, безпеці та довкіллі. Кампанію персоналізовано і її головним обличчям був А. Мок, Міністр закордонних справ. Запрацювала телефонна лінія «Європа – телефон», куди міг зателефонувати будь-хто й отримати відповідь на питання про наслідки євроінтеграції для Австрії. Поширювалися брошури та зовнішня й теле-радіо реклама. Кампанія мала позитивний результат: 12 червня 1994 р. 66,6 % австрійців підтримали вступ до ЄС⁴⁰².

Членство в Європейській Спільноті стало широко обговорюватися в Швеції на початку 1990 р. Уряд заявив про намір представити це питання на загальнонаціональному референдумі ще задовго до подачі заявки на членство (на відміну від більшості

⁴⁰¹ Müller M. H. Taking Stock of the Austrian Accession to the EU : With Regard to the Arguments of its Referendum Campaign in 1994 [Electronic resource] / M. H. Müller. – Available at : <http://www.unige.ch/gsi/files/7814/0351/6345/Muller.pdf>

⁴⁰² Ibidem

держав, які починали звертатися до громадськості щонайраніше в ході переговорного процесу). Парламент наголосив уряду про необхідність проведення інформаційних кампаній. Варто зазначити, що питання членства публічно обговорювалося десятиліттями, проте основною перешкодою вважалася шведська зовнішня політика неприєднання до альянсів. На кінець 1990 р. 60 % шведів підтримували європейську інтеграцію⁴⁰³.

Уряд запропонував інформаційно-комунікаційну кампанію, яка складалася з двох етапів (вартістю € 20 млн):

Перший етап (1992 – 1993 фінансовий рік): фінансову підтримку надавали організаціям, які прагнули інформувати та проводити обговорення процесу європейської інтеграції. Щоб уникнути звинувачень, що Уряд нав'язує своє бачення курсу Швеції, створено Делегацію, яка складалася з 5 експертів у сфері європейської інтеграції, які мали розподіляти кошти для освітніх інформаційних проектів, їх здійснювали освітні організації та НУО протягом 2 років. Ціль таких проектів – підвищити обізнаність громадян про ЄС. Окрім цього, основний обов'язок – інформувати про ЄС – покладено на МЗС, яке проводило та координувало переговори про вступ. У міністерстві було створено Секретаріат з інформації про справи ЄС.

Другий етап (1993 – 1994 фінансовий рік): фінансову підтримку надавали організаціям, які проводили офіційні інформаційні кампанії «за» та «проти» вступу Швеції до ЄС, бо Парламент наголосив, що всі погляди повинні відображатися. Усі кошти розподілялися рівномірно між прихильниками та опонентами. Уряд зосередився суто на інформуванні про перебіг переговорного процесу, особливо наголошуючи, що це відповідає інтересам Швеції. Особливу увагу приділяли тому, щоб усі повідомлення були адресовані «людині з вулиці», бо у 1992 р. 7 з 10-ти шведів уважали, що вони мало обзнані з ЄС⁴⁰⁴.

Уряд вирішив покластися на потенціал масмедіа як найкращого каналу інформування громадян, бо переговори з ЄС були топ-темою новин і приваблювали журналістів та медіа; медіа мали найвищий

⁴⁰³ Public awareness in the pre-accession period in Sweden [Electronic resource]. – Available at : <http://www.government.se/contentassets/6ca7919130554df69244ce20b3a6d051/ud-info---fact-sheet-public-awareness-in-the-pre-accession-period-in-sweden>

⁴⁰⁴ Ibidem

ступінь довіри шведів (іноді навіть вищий ніж Уряд); хороше медіа висвітлення демонструвало політичну активність уряду; медіа охоплювали широку аудиторію. Друковані ЗМІ приділяли велику увагу питанням впливу членства на пересічних шведів. Радіо та талібачення створювали спеціальні дискусійні програми. Шведські медіа мали своїх акредитованих кореспондентів у Брюсселі.

МЗС оприлюднювало прес-релізи про стан переговорного процесу; усі міністри проводили брифінги, пропонуючи окремі деталі. Уряд розробив спеціальну брошуру, у якій йшлося про результати переговорів, її розсилали в усі домогосподарства безкоштовно. Шведська делегація в ЄС була основним центром медіа контактів як для національних, так і іноземних журналістів.

Основне медіа-повідомлення мало бути про те, що переговори Швеція – ЄС проходять успішно для країни, проте насправді вони були досить складними. Переговорний процес навіть порівнювали зі спортивними подіями, коли вся нація стежить і вболіває за перебігом подій. У лютому 1993 р. у Брюсселі Міністр з європейських питань оприлюднив вимоги Швеції, які розтиражували всі ЗМІ під заголовком «Жорсткі вимоги Швеції». Медіависвітлення було позитивним та потужним і сприяло посиленню громадської підтримки дій Уряду.

Було створено спеціальну групу речників з усіх міністерств, яка координувала роботу всередині уряду. Прем'єр-міністр відповідав за всю координацію інформаційної кампанії. Уряд мав намір створити спеціальний орган, який би проводив щоденний моніторинг преси з метою впливу на медіа для «коректування» неправдивої чи помилкової інформації. Однак, зважаючи на сильні традиції свободи преси у Швеції, було вирішено обмежитися коментарями з приводу хибних повідомлень.

Секретаріат з інформації з європейських справ створено при МЗС, який мав поширювати зрозумілу, неупереджену інформацію про європейську інтеграцію по всій країні. Секретаріат не обговорював питання інтеграції, його завдання було – сприяти формуванню поглядів громадян напередодні референдуму. Загальна мета полягала в тому, щоб у день референдуму ніхто не міг сказати, що йому бракує інформації. Секретаріат почав із аналізу потреби в інформації: що громадяни знають про ЄС, що хочуть знати більше, які канали

комунікації вважають надійними.

Було створено call-центр для всіх, хто хотів прямо задати питання. Послугами центру передусім скористалися журналісти, які потребували інформації та фактів для статей.

Парламент наголошував на потребі інформувати спеціальні цільові аудиторії, зокрема:

- людей з обмеженими фізичними можливостями: для незрячих інформація подавалася на касетах та шрифтом Брайля, люди з вадами слуху могли спілкуватися за допомогою послуги текст-телефон, люди з психічними розладами отримувати інформацію в спеціальних брошурах;

- для імігрантів брошури перекладали 8 мовами найбільших іммігрантських спільнот;

- для вчителів та бібліотекарів організовано одноденні курси з питань ЄС; школи отримали безкоштовний доступ до баз даних про ЄС; call-центр надавав допомогу старшокласникам у написанні творчих робіт з тематики ЄС; незалежна група журналістів та митців організувала виставку, яка подорожувала потягом по усій країні, та видала книжку, написану саме для школярів;

- акцентували увагу також на перспективах жінок у ЄС⁴⁰⁵.

Друковані матеріали (накладом від 300 тис. до 600 тис.) містили інформацію, яку потребували громадяни (інформаційні потреби моніторилися через call-центр), надавали безкоштовно в публічних бібліотеках, лікарнях, страхових агенціях, бюро з працевлаштування.

Секретаріат запросив до співпраці з інформування всі місцеві бібліотеки та місцеві органи управління. У кожній бібліотеці призначено бібліотекаря, відповідального за ЄС, який пройшов навчання рівня університету з питань європейської інтеграції. Бібліотеки стали надзвичайно потужним джерелом інформування, бо в 1992 р. 60 % шведів регулярно відвдували бібліотеки. У місцевих органах управління призначено координаторів з питань ЄС, завдання яких було підтримувати будь-яку інформаційну діяльність організацій, бібліотек чи інституцій.

На національному та комерційному телебаченні транслювали рекламні споти, обмежена рекламна кампанія була на національному

⁴⁰⁵ Public awareness in the pre-accession period in Sweden [Electronic resource]. – Available at : <http://www.government.se/contentassets/6ca7919130554df69244ce20b3a6d051/ud-info---fact-sheet-public-awareness-in-the-pre-accession-period-in-sweden>

та місцевому радіо й у пресі. Основний меседж реклами: «Вам потрібна інформація перед референдумом, щоб сформувати свою думку. Пропонуємо неупереджену інформацію. Ідіть до бібліотеки, телефонуйте до call-центру, замовляйте брошури»⁴⁰⁶.

На додаток до друкованих матеріалів секретаріат створив базу даних за такими тематичними розділами: «Запитання та відповіді» надавали відповіді на найтипівіші запитання, отримані call-центром; «Лекції ЄС» – 700 експертів читали лекції та брали участь в обговореннях; «Календар ЄС» – інформація про діяльність та події, що стосуються ЄС, у Брюсселі та Швеції; «Директиви ЄС» – повний текст директив; «АВС для Європи» – пояснення скорочень; «Бібліографія ЄС» – бібліографічний покажчик літератури з питань ЄС.

Щоб оцінити ефективність діяльності Секретаріату було запрошено Департамент журналізму та масових комунікацій університету Готенбурга, огляд якого засвідчив, що за місяць до референдуму інтерес громадськості зріс, проте населення вагалось, як голосувати. 78 % шведів хотіли отримати ще більше інформації з медіа. 40 % громадян читали інформаційні матеріали Секретаріату. 50 % були обізнані з існуванням call-центру. Дві третіх громадян уважали, що легко знайти інформацію про ЄС. 75 % знали про наявність інформації щодо відносин ЄС та Швеції, але її не читали чи то через брак часу, чи складність самої інформації. За місяць до референдуму 40 % громадян увжали, що знають достатньо про ЄС (кілька місяців раніше цей відсоток дорівнював 60). Громадяни були розгублені перед вибором курсу держави й скаржилися, що Секретаріат не радить, як їм варто голосувати. У Звіті Департаменту журналізму та масових комунікацій зазначено, що громадяни Швеції серйозно зацікавлені питанням європейської інтеграції держави, емоційно переймаються майбутнім Швеції та своїх сімей.

Наслідком такої скрупульозної комунікаційної політики стало голосування на референдумі 13 листопада 1994 р.: 52,27 % громадян Швеції проголосували за вступ до ЄС.

У загальній комунікаційній політиці ЄС йдеться про те, що комісари країн ЄС повинні інформувати громадян своїх країн про

⁴⁰⁶ Public awareness in the pre-accession period in Sweden [Electronic resource]. – Available at : <http://www.government.se/contentassets/6ca7919130554df69244ce20b3a6d051/ud-info---fact-sheet-public-awareness-in-the-pre-accession-period-in-sweden>

переваги членства в Союзі та про політики Союзу. Наприклад, Комісар ЄС з внутрішніх справ від Швеції С. Малмстром має свою сторінку на сайті EUROPA, де ділиться ідеями та здобутками щодо політик ЄС й веде власний блог англійською та шведською мовами, де пояснює міграційну політику Союзу та питання безпеки. У спеціальній закладці «Моя робота» комісар інформує про свої досягнення протягом 2010 – 2014 рр. перебування на посаді; окрім цього існує система пошуку кореспонденції за ключовими словами, направленої С. Малмстром та відповіді на листи (від загальної аудиторії публікуються лише теми листів, а не повний текст). З комісаром можна також зв'язатися за адресою @MalmstromEU у Twitter та Facebook⁴⁰⁷. Така інформаційно-комунікаційна політика шведського Комісара є типовою для Комісарів з інших країн ЄС.

Біла книга з комунікаційної політики ЄС вказує, що національні парламенти повинні відповідати за громадську обізнаність про ЄС. Національний парламент Швеції (Sveriges Riksdag), який керується гаслом «Уся публічна влада у Швеції походить від людей і Риксдаг (Парламент) – найголовніший представник людей»⁴⁰⁸, має Комітет з питань ЄС (The Committee on European Union Affairs). Комітет є дорадчим органом для Уряду Швеції перед отриманням схвалення політик ЄС Парламентом та перед зустрічами з главами держав і урядів держав-членів ЄС. Як правило, усі консультації відкриті для громадськості. Протягом консультації ведуться записи, які після схвалення стають офіційними документами, доступними для всіх на сайті Риксдагу. Природно, інформація про фінальні стадії переговорів чи позиції інших країн у переговорному процесі є закритою⁴⁰⁹. Усю інформацію на сайті Риксдагу пропонують окрім шведської та англійської ще 21 мовою громад держави.

Інші парламентські комітети моніторять справи ЄС, які підпадають під їхню сферу компетенції: вивчають нові пропозиції від Союзу та визначають, з якими комітетами повинен порадитися уряд. Комітети своєю чергою контролюють, щоб усі пропозиції ЄС

⁴⁰⁷ Cecilia Malmstrom Website [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/commission/2014-2019/malmstrom_en

⁴⁰⁸ How the Riksdag works [Electronic resource]. – Available at : <http://www.riksdagen.se/en/Committees/The-Committee-on-European-Union-Affairs/>

⁴⁰⁹ The Committee on European Union Affairs [Electronic resource]. – Available at : <http://www.riksdagen.se/en/Committees/The-Committee-on-European-Union-Affairs/>

відповідали принципи субсидіарності. Усю необхідну інформацію комітети отримують від Риксдагу, якому Європейська комісія надсилає всі офіційні документи віртуально. Риксдаг має також свого службовця у Брюсселі, який досліджує роботу ЄС та інформує комітети й інші органи Риксдагу⁴¹⁰.

Шведський офіс Європейського парламенту (Sweden Office of the European Parliament) зорієнтований на широку громадськість та тих, чия діяльність пов'язана з вивченням та аналізом процесу прийняття рішень у ЄС. Офіс надає інформацію про політичні та законодавчі рішення ЄП. Представництво Європейської комісії у Швеції (European Commission Representation in Sweden) інформує мас медіа та громадськість про новини від ЄК з широкого кола питань.

Постійне представництво Швеції при ЄС має своєю основною метою гарантування захисту інтересів та політик Швеції та теренах ЄС. Представництво надає аналіз та оцінку політик ЄС для Уряду Швеції, а також діє як щоденний канал комунікації з інституціями ЄС⁴¹¹.

Схожу комунікаційну політику реалізував уряд Фінляндії, який зробив ставку на освітній за змістом кампанії. Громадянам пропонували ідеї, які чітко підтримувалися фактами; надано різні погляди: про переваги та недоліки вступу до ЄС, про прогнозовані позитивні та негативні результати євроінтеграції для громадян та всієї країни. Використовувалися найрізноманітніші канали комунікації: радіо, телебачення, Інтернет, телефон, публікації (безкоштовні та платні), бібліотеки та пошта. Як наслідок, фінни були добре поінформовані при вступі до ЄС та спроможні сформулювати власні думки.

Сьогодні Парламент Фінляндії (Eduskunta) відіграє ключову роль у прийнятті рішень, що стосуються справ ЄС. Згідно Конституції держави уряд повинен інформувати парламент з підготовки будь-яких рішень з питань ЄС. Цей принцип підзвітності стосується також діяльності парламенту в межах ЄС. З 9 серпня 2008 р. парламентські пленарні сесії транслюються безкоштовно наживо за адресою

⁴¹⁰ The parliamentary committees and the EU [Electronic resource]. – Available at : <http://www.riksdagen.se/en/Committees/The-parliamentary-committees-at-work/The-parliamentary-committees-and-the-EU/>

⁴¹¹ Permanent Representation of Sweden to the European Union [Electronic resource]. – Available at : <http://www.government.se/sb/d/2250>

www.eduskunta.fi/verkkolahetys, також надається додаткова інформація з питання, яке обговорюється. Особливо цікаві для громадськості пленарні сесії транслюються Фінською теле-радіо компанією (the Finnish Broadcasting Company (YLE)).

Окрім питань безпеки та зовнішньої політики, загальну позицію парламенту зі справ ЄС виражає Великий комітет (Grand Committee). Його основне завдання – сприяти парламенту висловити свій погляд щодо прийняття рішень у ЄС. Засідання проводяться за закритими дверима, але загалом усі прийняті документи відразу оприлюднюються для широкого загалу. Публічну інформацію також надають через опублікування порядку денного засідань Комісії та в прес-релізах після засідань. Уся інформація доступна на інтернет-сторінці парламенту⁴¹². Парламент Фінляндії має свій офіс у Брюсселі, головне завдання службовця зв'язку – надавати національному парламенту і фінським депутатам у Європарламенті матеріали та документи, що стосуються ЄС.

Уряд Фінляндії має власний Комітет з питань ЄС при Кабінеті міністрів, який засідає щотижня для обговорення політичних, економічних та правових питань ЄС. Перелік положень порядку денного оприлюднюють після обіду напередодні засідання. Окрім цього, є дорадчий орган з питань політик ЄС, який теж називається Комітет з питань ЄС, та 37 підкомітетів, які відповідають діяльності міністерств. Ще одним органом є Урядовий департамент з питань ЄС, завдання якого – координувати справи, пов'язані з ЄС, та слугувати секретаріатом для Комітету з питань ЄС при Кабінеті міністрів⁴¹³.

Слід зауважити, що чітко визначено відповідальність та підзвітність кожного органу Парламенту, проте зовсім не згадується про необхідність інформувати громадян про діяльність цих комітетів і департаментів. Хоча існує мережа регіональних інформаційних офісів ЄС Europe Information, яка надає інформаційні послуги громадськості фінською та шведською мовами. Мережа створює та поширює інформацію про європейську інтеграцію й діяльність Фінляндії в ЄС; особливий акцент – на впливові політик ЄС на фінів. Europe Information сприяє дискусіям з питань ЄС, надає необхідні матеріали

⁴¹² The Grand Committee [Electronic resource]. – Available at : <http://web.eduskunta.fi/Resource.phx/parliament/committees/grand.htx>

⁴¹³ Handling of EU affairs in Finland [Electronic resource]. – Available at : <http://valtioneuvosto.fi/eu/suomi-ja-eu/asioiden-kasittely/en.jsp>

та відповіді на питання, організовує семінари в різних куточках Фінляндії, проводить лекції в навчальних закладах, безкоштовно поширює власні публікації через бібліотеки та он-лайн. Зворотній зв'язок здійснюється також через Facebook та Twitter. Мережа визначає своїми найпершими цільовими групами вчителів, студентів та масмедіа⁴¹⁴.

МЗС Фінляндії має департамент з комунікації, завданням якого (окрім звичних завдань зовнішньополітичної діяльності й брендингу) є інформувати про ЄС, політику Фінляндії щодо ЄС, підтримку неурядових організацій, які інформують про Європу⁴¹⁵.

Постійне представництво Фінляндії у ЄС відповідає за комунікацію Фінляндія – ЄС і пропонує публікації англійською, фінською та шведською мовами про поточну діяльність Фінляндії в Союзі, останні новини, історію участі держави в ЄС, надає можливість зворотного зв'язку тощо. Комунікаційна діяльність Постійного представництва зорієнтована на мас-медіа: регулярно організовують брифінги для фінських журналістів у Брюсселі, по телефону та електронною поштою надають відповіді на запитання про позиції Фінляндії в Раді ЄС⁴¹⁶.

Процес приєднання до ЄС пришвидшився після того, коли Комісія прийняла Комунікаційну стратегію з розширення в травні 2000 р. Мета названої стратегії – інформувати громадян у 15 державах-членах та 13 державах-кандидатах про процес розширення та його наслідки. Зокрема, у державах-членах заплановано такі комунікаційні заходи (профінансовані в межах програми Prince), розташовані в порядку пріоритетності:

1. Пояснювати причини розширення для широкої громадськості, включаючи вплив та виклики інтеграції.
2. Сприяти діалогу на всіх рівнях суспільства між тими, хто розробляє політики, та громадськістю з питань розширення ЄС.
3. Поширювати інформацію про країни-кандидати, щоб

⁴¹⁴ Europe Information [Electronic resource]. – Available at : <http://www.eurooppatiedotus.fi/public/default.aspx?nodeid=39036&contentlan=2&culture=en-US>

⁴¹⁵ Department for Communications [Electronic resource]. – Available at : <http://www.formin.fi/public/default.aspx?contentid=51305>

⁴¹⁶ Finland's Permanent Representation to the European Union [Electronic resource]. – Available at : <http://www.finland.eu/public/default.aspx?culture=en-EN&contentlan=2>

сприяти загальному розумінню всього процесу⁴¹⁷.

У державах-кандидатах цілями Комунікаційної стратегії було:

- покращити знання та розуміння громадянами Європейського Союзу;
- пояснити наслідки приєднання для кожної країни;
- пояснити зв'язок між темпами підготовки до членства та ходом переговорів⁴¹⁸. Усі заходи фінансувалися в межах програми Phare для Центральної та Східної Європи й програми MEDA для Туреччини, Кіпру та Мальти.

Країни-кандидати виносили питання приєднання до ЄС на загальнонаціональні референдуми, що потребувало широкої інформаційно-комунікаційної взаємодії з громадянами держав.

Специфіка Мальти полягала в тому, що основна політична партія виступала проти членства держави в ЄС. Мальтійський уряд подав заявку на вступ ще в 1990 р., у 1993 р. ЄК оприлюднила сприятливий для Мальти висновок, але 1996 р. процес заморозили через перемогу Лейбористської партії Мальти. Після падіння лейбористського уряду та приходу до влади уряду націоналістів переговорний процес було відновлено. 29 січня 2003 р. оголошено, що референдум відбудеться 8 березня, що означало також, що вся інформаційно-комунікаційна кампанія триватиме лише 5 тижнів. Кампанію «за» проводила партія націоналістів за підтримки низки НУО, туристичного бізнесу. Кампанію «проти» очолили лейбористи, яких підтримували профспілки. На тлі взаємних звинувачень у недемократичності, обговорення особистостей обома сторонами громадська думка підтримувала вступ до ЄС на рівні 50 %, 20 – 30 % було проти, близько 25 % – не визначилися⁴¹⁹.

⁴¹⁷ Explaining Enlargement. A Progress Report on the Communication Strategy for Enlargement, March 2002 [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/enlargement/archives/pdf/enlargement_process/past_enlargements/communication_strategy/explaining_enlargement_en.pdf

⁴¹⁸ Explaining Enlargement. A Progress Report on the Communication Strategy for Enlargement, March 2002 [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/enlargement/archives/pdf/enlargement_process/past_enlargements/communication_strategy/explaining_enlargement_en.pdf

⁴¹⁹ Cini M. Referendum Briefing No 2. The Maltese EU Accession Referendum, 8 March 2003 [Electronic resource] / M. Cini. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-2.pdf&site=266>

Прихильники євроінтеграції наголошували на майбутньому Мальти як сучасної європейської держави, потребі реструктуризації економіки, яка неможлива без ЄС. Противники вступу до ЄС наголошували, що вони не є анти-європейськими, хоча намагалися запропонувати альтернативний шлях розвитку Мальти. Однак цим ідеям бракувало чіткості та реалістичності, тому вони й не здобули дорогої підтримки громадян Мальти. 8 березня 2003 р. 56,3 % жителів Мальти підтримали вступ до ЄС.

Протягом десятиліття до вступу в ЄС політична еліта Словенії, незалежно від партійної приналежності, підтримувала євроінтеграційний курс держави. У Словенії непряма інформаційно-комунікаційна кампанія за підтримку приєднання до ЄС розпочалася ще в середині 1997 р. Її чіткий та однозначний меседж був «так європейській інтеграції». Цілі цієї кампанії – інформувати громадян про процедуру приєднання, переговорний процес, природу інституцій ЄС, процес прийняття рішень у Союзі. В основу кампанії та урядової Стратегії покладено аргументи про необхідність тісніших економічних, політичних, культурних і безпекових стосунків між Словенією та ЄС. Кампанію вважають досить успішною, бо за період квітень 2002 р. – березень 2003 р. рівень підтримки громадян зріс із 53,8 % до 71 %⁴²⁰.

Незважаючи на такі високі результати, протягом останнього місяця перед референдумом уряд теж проводив інформаційну кампанію, яка мала свої особливості, зокрема:

1) перебувала в тіні інформаційної кампанії зі вступу в НАТО. Річ у тім, що в Словенії були досить сильні анти-натівські настрої і уряд зосередив увагу та кошти саме на переконанні громадян підтримати вступ до Альянсу;

2) країну відвідали провідні високопосадовці та політики ЄС; високоповажні відомі персони Словенії виступали в пройм-тайм на телебаченні у підтримку євроінтеграції;

3) відсутність чіткої кампанії проти інтеграції до Європи.

16 –17 травня 2003 р. 89,61 % громадян Словенії схвалили приєднання до ЄС.

⁴²⁰ Lajh D. Refrendum Briefing No 3. The Slovenian EU (and NATO) Accession Referendum(s), 23 March 2003 [Electronic resource] / D. Lajh, A. Krašovec. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-3.pdf&site=266>

В Угорщині всі основні партії підтримували проведення референдуму про вступ до ЄС. До квітня 2002 р. це питання привертало незначну увагу політичної еліти, бо не було впевненості в часових рамках кінцевої стадії переговорного процесу; також існувала впевненість, що референдум з питань ЄС отримає таку ж високу підтримку, як і референдум про вступ до НАТО.

Президент ЄК Р. Проді, Комісар з питань розширення Г. Ферхойген, Президент ЄП П. Кокс відвідували Угорщину в підтримку інформаційно-комунікаційної кампанії євроінтеграції. Кампанія включала три групи акторів:

1. МЗС, яке створило новий сайт та відкрило телефонну лінію запитань і відповідей про специфіку та вплив вступу до ЄС; надавало інформацію для медіа висвітлення інтеграційного процесу. МЗС не проводило власну кампанію, радше інформувало, але чітко прослідковувся основний підтекст: підтримка євроінтеграції Угорщини.

2. Політичні партії наголошували на економічних перспективах та історичному підґрунті євроінтеграції. Наприклад, Соціалісти асоціювали «так» на референдумі з поняттями «Європа», «успіх», «добробут», «більший вплив Угорщини на міжнародній арені, тісніші зв'язки з сусідами». Вільні демократи наголошували на демократії та правах. FIDESZ, окрім асоціацій, що пропонувалися Соціалістами, закликали до діалогу з електоратом.

3. Агенція Публічна фундація комунікації ЄС була створена в листопаді 2002 р. і профінансована Офісом прем'єр-міністра, щоб уникнути ототожнення всієї інформаційно-комунікаційної кампанії лише з урядом. Агенція розсилала інформаційні листівки в усі домівки угорців; відкрила ще одну гарячу телефонну лінію; організовувала спеціальні заходи, які мали сформувати в угорців позитивні емоції від майбутнього вступу; проводила рекламу в медіа та на білбордах. У рекламних спотах відомі угорці давали відповіді на болючі запитання щодо вступу. Аналіз дзвінків на гарячу телефонну лінію показав, що громадяни переймалися питаннями робочих місць,

заробітної плати, цін та пенсій, на які, насправді, ЄС не має прямого впливу. Кампанії вдалося утохимирити страхи громадян⁴²¹.

Табір опонентів євроінтеграції складався з 19 груп, які об'єдналися під гаслом «Рух за вільну Угорщину». Парламентські вибори 2002 р. засвідчили, що жодну з груп не підтримує громадськість. Проте навіть опоненти не виступали проти Європи, а загалом заперечували умови вступу Угорщини до ЄС чи сучасну форму ЄС.

12 квітня 2003 р. 83,8 % угорців проголосували «так» за європейську інтеграцію країни.

У Литві офіційна інформаційно-комунікаційна кампанія розпочалася у 2000 р. Уряд представив Стратегію з публічної інформації та освіти для підготовки до членства в Європейському Союзі. За планування та імплементацію Стратегії відповідав Європейський комітет; ключовими акторами визначено такі: МЗС Литви, державні установи, НУО, відомі особи, місцеві органи влади та самоврядування, Делегацію ЄК, Посольства країн-членів та кандидатів, масмедіа.

Перший етап передбачав створення інфраструктури для державних інформаційних джерел та місцевої мережі поширення інформації (інформаційні центри ЄС запрацювали в 10 регіонах) ще до початку переговорів про вступ. Другий етап – протягом переговорного періоду – охоплював інтенсивну та орієнтовану на цілі інформаційну кампанію, яка тривала аж до третього етапу – підписання та ратифікації Угоди про приєднання. Четвертий етап – після референдуму – пов'язаний з поширенням спеціальної та більш детальної інформації про ЄС та приєднання⁴²².

Урядова Стратегія виходила з припущення, що в суспільстві вже сформоване позитивне ставлення до європейської інтеграції (публічне обговорення потенційного вступу Литви до ЄС розпочалося ще з 1997 р.) і основний акцент варто зробити на питання національної безпеки та європейської ідентичності. Основне

⁴²¹ Fowler B. Referendum Briefing No 4. The Hungarian EU Accession Referendum, 12 April 2003 [Electronic resource] / B. Fowler. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-4.pdf&site=266>

⁴²² Mažylis L. Referendum Briefing NO 8. The Lithuanian EU Accession Referendum, 10-11 May 2003 [Electronic resource] / L. Mažylis, I. Unikaite. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-8.pdf&site=266>

гасло кампанії – «Давайте будемо європейцями» – наголошувало на відсутності будь-якої альтернативи майбутньому Литви; суспільство повинно об'єднатися навколо зрозумілого всім символу: вибір Заходу замість Сходу. Проте уряд також розумів, що громадяни повинні приймати рішення не на основі емоцій, а на основі знань.

Під час формування Стратегії уряд взяв до уваги низку важливих факторів: протягом виборів до Парламенту всі політичні партії уникали відвертої про- чи анти-європейської позиції; цитували думки лідерів держав-членів про важливість приєднання Литви, Комісар з питань приєднання був частим гостем на ТБ; «ефект доміно» референдумів інших країн-кандидатів. Суттєвий вплив на рішення громадян здійснила також Католицька церква Литви, одна з найпопулярніших інституцій держави, яка закликала до участі в референдумі та посилала чіткі сигнали про підтримку євроінтеграції. LTV, литовське громадське телебачення, демонструвало виступи провідних політиків із питань вступу до ЄС; створювало цікаві інформативні програми про ЄС; поширювало рекламні ролики в підтримку інтеграції до Європи. Країною курсували інформаційні автобуси, які поширювали інформаційні матеріали⁴²³.

Опоненти інтеграції були погано організовані, слабо фінансовані, не належали до впливових політиків і, як наслідок, не змогли знизити рівень прихильності громадян Литви до ЄС. На референдумі 10 – 11 травня 2003 р. 91,1% громадян підтримали вступ Литви до ЄС.

Хоча всі уряди Словаччини палко підтримували ідею інтеграції до ЄС, проте ЄС відмовлявся розпочинати переговори про приєднання до 1998 р. через внутрішньополітичну ситуацію в державі (у ЄС уважали, що Словаччина не відповідає демократичним критеріям). Ключовим питанням у державі було не звичне «Чи громадяни хочуть, щоб держава вступила до ЄС?», а «Чи хоче ЄС приєднання Словаччини?». Обговорення переваг і недоліків вступу не було актуальним, адже громадяни розуміли, що бути анти-європейським означає виступати проти інтересів держави⁴²⁴.

⁴²³ Mažylis L. Referendum Briefing NO 8. The Lithuanian EU Accession Referendum, 10-11 May 2003 [Electronic resource] / L. Mažylis, I. Unikaite. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-8.pdf&site=266>

⁴²⁴ Henderson K. Refrendum Briefing No 7. The Slovak EU Accession Referendum, 16 – 17 May 2003 [Electronic resource] / K. Henderson. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-7.pdf&site=266>

На кампанію суттєво вливали два фактори: широка підтримка європейської інтеграції політичною елітою та прагнення здобути високий відсоток підтримки громадян на референдумі, щоб переконати скептично налаштовану європейську спільноту в євроентузіазмі словаків. У Словаччині навіть не було кампанії проти вступу до ЄС.

НУО активно включилися в процес комунікації з громадськістю: друкували футболки з написами та символами підтримки вступу до ЄС, організовували концерти на площах міст, обговорення в сільській місцевості. Урядова стратегія орієнтувалася на різні цільові групи та мала бути найпотужнішою в останні три тижні до референдуму. Уся кампанія тривала лише 6 місяців, мала брак фінансування і як ще один недолік називають призначення відповідальним за комунікацію заступника Прем'єр-міністра з європейської інтеграції, угорця за національністю (місцевий націоналізм підтримувався вкоріненим страхом перед угорцями).

Інформаційно-комунікаційна кампанія зводилася до передачі публічної інформації, посилення обізнаності в питаннях членства в ЄС, переконання громадян у значимості їхньої участі в референдумі. Теле-дебати обговорювали різні аспекти членства в ЄС; транслювали програми про країни-члени; посли та високопосадовці ЄС заохочували словаків проголосувати «за». Основними гаслами були: «Краще всередині, ніж назовні», «Наше майбутнє – у наших руках», «Не залишай це іншим»⁴²⁵. 8 березня 2003 р. 93,7 % громадян проголосували за вступ Словаччини до ЄС.

У Польщі членство в ЄС було пріоритетом зовнішньої політики протягом десятиліть. Огляди Євробарометра протягом 1990-х рр. засвідчують, що серед посткомуністичних країн-кандидатів Польща мала найвищий рівень підтримки євроінтеграції. Політична еліта була одностайна в європейському курсі держави. У березні 1998 р. розпочалися переговори про вступ. Однак, коли питання євроінтеграції стало основною темою політичного порядку денного, рівень громадської підтримки суттєво знизився: 80 % у липні 1994 р. і

⁴²⁵ Ibidem.

лише 55 – 60% улітку 1999 р.; 5 % опонентів зрости до 20 – 25 %; відсоток тих, хто не визначився, залишався сталим (15 – 20 %) ⁴²⁶.

Щоб збільшити відсоток прихильників інтеграції до ЄС, одночасно проводили кілька інформаційно-комунікаційних кампаній:

1. Найпотужнішою та найвпливовішою була кампанія Президента А. Квасневського під гаслом «Так для Польщі». Особистий рейтинг Президента був на рівні 70 – 80 %, його позиція впливала на погляди поляків. Програма кампанії включала візити Президента в усі куточки держави, публічні зустрічі, про-європейські листівки, які приносили до домівок; звернення через ТБ.

2. Окрему кампанію проводив і Уряд, який зконцентрувався на інформуванні громадян про факти та заохоченні голосувати (у підтексті чітко простежено думку «голосуй «так»»).

3. І провладні, і опозиційні партії проводили кампанії з чітким закликком голосувати «так». Така позиція вигідна обом сторонам, бо в суспільстві була серйозна недовіра до уряду. Кампанії проходили під гаслами «Сильна Польща в Європейському Союзі» та «Не бійся Союзу. Ми з тобою».

4. Громадська організація «Громадська ініціатива «Так» в референдумі» залучала відомих людей, представників бізнесу, місцевих органів влади, медіа пояснювати переваги членства в ЄС.

5. Як і в Литві, величезну роль відіграла Католицька церква: священники наголошували, що моральний обов'язок кожного – проголосувати на референдумі. Папа Іоанн II надіслав листа зі зверненням до поляків не бути байдужими, а Папа був абсолютним авторитетом для католиків (його звернення суттєво підірвало кампанію противників інтеграції).

Організатори кампаній підтримки євроінтеграції уникали деталей Угоди про вступ та представляли референдум як цивілізований вибір, як повернення до свого історичного минулого та центру Європи. На відміну від кампаній, наприклад, у Швеції чи Фінляндії, не приділяли особливу увагу економічним деталям інтеграції, але наголошували, що Польща приєднається до клубу найбагатших країн світу. Ще один

⁴²⁶ Szczerbiak A. Referendum Briefing No 5. The Polish EU Accession Referendum, 7 – 8 June 2003 [Electronic resource] / A. Szczerbiak. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-5.pdf&site=266>

важливий меседж усіх кампаній: альтернативи не існує, у разі провалу голосування на Польщу чекає доля Білорусі.

Найпотужнішу кампанію проти інтеграції проводила Ліга польських сімей, яка лякала поляків економічними негараздами, легалізацією абортів, евтаназії, гей-шлюбів, продажем землі німцям тощо. Їх гасло – «Учора Москва. Завтра Брюссель». Проте і Ліга, і інші опоненти інтеграції мали брак фінансів і дуже обмежений доступ до медіа, тому й не мали великого впливу на думки громадян.

Незадовго до референдуму демонструвався досить вдалий рекламний ролик, який закликав поляків прийти на референдум та проголосувати. Основна ідея ролика: попри всі відмінності, в усі часи поляки збиралися разом у вирішальні історичні моменти – використано образи Солідарності, візиту Папи, паводку 1997 р. Голосування на референдумі відображено як патріотичний обов'язок кожного.

7 – 8 червня 2003 р. 77,6 % поляків підтримали вступ до ЄС.

Хоча з середини 1990-х рр. громадськість підтримувала євроінтеграцію Чехії до ЄС, проте рівень підтримки був значно нижчим, ніж у інших карінах-кандидатах. Це було зумовлено позицією євроскептицизму провідних політичних партій.

У 2000 р. створено Відділ комунікаційної стратегії при МЗС Чеської Республіки, який відповідав за переговорний процес та процедуру підготовки до вступу до ЄС. У середині лютого Відділ розпочав офіційну кампанію щодо підтримки євроінтеграції. Основну увагу зосереджували на переконувальній рекламі: 40 – 45 % бюджету (200 млн крон) витрачали на телерекламу, рекламу в пресі й на білбордах, листівок та інших матеріалів, які мали потрапити до кожної домівки. Матеріали також розповсюджувалися через бібліотеки, провідні банки та страхові компанії. Запрацювала телефонна лінія та сайт www.euroskop.cz. Інші 40 – 45 % коштів витрачали на діяльність 17 Регіональних європейських інформаційних центрів, які мали координувати діяльність регіональної влади та НУО. Решта 10 – 20 % призначена для підтримки євроінтеграції Чехії в 15 державах-членах.

Завдання інформаційної кампанії – розкрити громадянам переваги та недоліки приєднання до ЄС. Логотип кампанії – слово «ано» («так»), у якому остання літера зображена у формі символу ЄС.

Інформаційна кампанія проходила в три етапи: 1) надання інформації, якої громадяни потребують, про вступ до ЄС; 2) акцентування уваги на перевагах членства (з травня 2003 р.); 3) заклик через медіа проголосувати на референдумі (за два тижні до референдуму)⁴²⁷.

Гасло кампанії – «Ласкаво просимо до Спільноти». Уся кампанія зосереджена на пересічних громадянах малих і середніх європейських держав, які приєдналися до ЄС. У буклетах йшлося про економічні переваги інтеграції для чехів: зниження безробіття та цін, якісніші продукти, можливість подорожувати, працювати, займатися бізнесом у ЄС, фінансова підтримка для Чехії від ЄС. Спеціальні заходи націлено на «проблемні» групи: людей похилого віку, жителів сільської місцевості, домогосподарок, людей з обмеженими фізичними можливостями, ромів; окремі заходи проводилися для молоді та бізнесменів.

Вплив на громадську думку мали також проєвропейські НУО, які загалом діяли на місцевому та регіональному рівнях. Найпопулярнішою була кампанія «“Так” за Європу», яку підтримували відомі представники чеської інтелігенції, культурної еліти та ех-президент В. Гавел. Серед трьох політичних партій коаліції лише Християнські демократи та Союз свободи проводили свої кампанії підтримки євроінтеграції. Їхня діяльність зводилася до поширення друкованих матеріалів.

Фахівці з PR критикували всі кампанії через брак чіткого позитивного образу ЄС та зосередження уваги на досвіді іноземців. Окрім цього, Президент Клаус не був абсолютно чітким у своїй позиції щодо членства в ЄС, наголошуючи, що через своє географічне розташування Чехія не має іншого вибору, проте це «не шлюб з кохання».

Кампанії проти членства були незначними, слабо фінансованими й проходили під гаслом «Не до ЄС». Опоненти євроінтеграції наголошували на тому, що ЄС – це бюрократичний колос, який зруйнує Чехію; країна втратить суверенітет як у часи Нацистської Німеччини та СРСР; економіка Чехії досить потужна, щоб конкурувати з ЄС⁴²⁸.

⁴²⁷ Hanley S. Referendum Briefing No 6. The Czech EU Accession Referendum, 13 – 14 June 2003 [Electronic resource] / S. Hanley. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-6.pdf&site=266>

⁴²⁸ Ibidem

Проте прихильники євроінтеграції мали більший вплив на громадян і 13 – 14 червня 2003 р. 77,3 % чехів проголосували за приєднання до ЄС.

В Естонії майже 2/3 учасників референдуму, що проходив у країні 14 вересня 2004 р. сказали «так» вступу країни в Євросоюз. Переважна кількість жителів Естонії напередодні єврореферендуму одержувала найбільше інформації про ЄС від друзів (91%) і з газет (90%). 79 % жителів Естонії назвали джерелом інформації телебачення й 70 % – радіо.

Міністерство фінансів залякувало громадян та погрожувало великими фінансовими й економічними втратами у випадку провалу єврореферендуму: якщо «ні», то бюджет 2004 р. недорахує 1,4 млрд крон, Естонія недоодержить 2,8 млрд крон закордонної допомоги й економічне зростання сповільниться до 3,7%. Як наслідок, зменшаться інвестиції в охорону порядку, регіональний розвиток і безпеку, сповільниться будівництво доріг і розвиток мережі лікарень.

Прем'єр-міністр Естонії Ю. Партс проголосував за ЄС 9 вересня, взявши участь у достроковому голосуванні на референдумі про вступ країни в ЄС. Керівник уряду сподівався на те, що в референдумі візьме участь більше громадян, ніж у попередніх виборах у парламент країни. Під час референдуму прем'єр вирушив на острів Сааремая, щоб продовжити поїздку містами країни. Мер Таллінна Е. Савісаар і депутат парламенту В. Савісаар 10 вересня взяли участь у достроковому голосуванні з питання єврореферендуму й закликали жителів Естонії теж проголосувати, подумати про майбутнє кожного громадянина й країни загалом.

Президент Естонії А. Рюйтель 8 вересня у виступі перед депутатами Парламенту підкреслив, що відмова від вступу в Європейський Союз приведе до того, що Естонії буде потрібно шукати нові шляхи розвитку, які можуть завести в глухий кут, і таке рішення може дорого коштувати навіть наступним поколінням. Напередодні єврореферендуму 14 вересня він закликав жителів країни й журналістів до доброзичливості. Виступаючи перед журналістами, президент підкреслив, що позитивними були результати опитування суспільної думки, відповідно до яких більше 70% громадян Естонії мали намір брати участь у референдумі, майже 65% з них – підтримати вступ країни в ЄС.

Президент ЄП П. Кокс наголошував на перспективах для економічного й соціального розвитку Естонії під час свого візиту до Таллінна та виступу перед Парламентом держави.

Торгово-промислова палата Естонії замовила плакати в підтримку вступу в ЄС із питаннями «Росія – друг?, а Фіни – дурні?». Палата отримала припис із приводу некоректної реклами й плакати було знято. Питання на плакатах можна тлумачити як розпалення ворожнечі між росіянами й фінами, як випад проти Росії й Фінляндії, що суперечить європейській толерантності.

Проведений у старших класах естонських шкіл і гімназій «іграшковий» єврореферендум показав, що більшість російських школярів не підтримують вступ країни в Євросоюз. Основні причини – протест проти активної європропаганди, побоювання за збереження естонської мови й культури, а також за долю російського населення. Переважна кількість естонських гімназій підтримали євроінтеграцію, хоча висловили побоювання щодо відкриття кордонів і засилля іммігрантів⁴²⁹.

У Парламенті Естонії є Постійний комітет зі справ ЄС, який координує роботу Парламенту в питаннях, що стосуються політик Союзу⁴³⁰. Постійне Представництво Естонії при ЄС має окрему сторінку про переваги членства в ЄС для Естонії (девіз: «Разом ми зробили Естонію більшою!»)⁴³¹.

Вступ до ЄС був топ-пріоритетом Латвії ще з часу здобуття незалежності в 1991 р. і розглядався не лише як можливість отримати нові економічні вигоди, а й прагнення безпекових гарантій. Як і у всіх країн, що готувалися до вступу, були побоювання втратити власну щойно здобуту незалежність. Латвійські політики виокремили такі емоційні перешкоди на шляху інтеграції: громадяни багато чули про європейську бюрократію; бояться, що норми та правила ЄС будуть нав'язуватися Латвії без участі національного Парламенту; громадяни добре пам'ятають життя в Радянському Союзі, а латвійською слово «Savienība» однаково використовується і для ЄС, і для СРСР. Як наслідок, було вирішено акцентувати увагу на поясненні процедур

⁴²⁹ Шевченко О. Європейська PR-практика / О. Шевченко. – К. : ІМВ, 2006. – С. 36.

⁴³⁰ Parliament of Estonia [Electronic resource]. – Available at : <http://www.riigikogu.ee/en/parliament-of-estonia/>

⁴³¹ Permanent Representation of Estonia to the EU [Electronic resource]. – Available at : http://www.eu.estemb.be/eng/permanent_representation

ЄС, наголошувати, що Латвія буде відігравати роль у формуванні політик ЄС; просувати ідею «ЄС – це не СРСР»⁴³².

Усю цільову аудиторію умовно поділили на дві групи: латвійці та нелатвійці (загалом росіяни). Передбачали, що латвійці будуть схвально ставитися до європейської інтеграції, бо вбачають у ній гарантію національного суверенітету; російська меншина, яка складає третину населення і не бажає повертатися до Росії, може підтримати євроінтеграцію, якщо буде переконана в економічних перевагах (зайнятість, добробут) та якщо їй гарантуватимуть дотримання прав меншин.

Опитування громадської думки, які проводила компанією In Mind Marketing Research, показали, що в період з 1998 р. по 2003 р. підтримка європейської інтеграції варіювала від 36,3 % до 50,7 %, за кілька місяців до референдуму 2003 р. була майже 70 %. Протягом цього ж періоду 53,1% – 62,5% латвійців були за вступ до ЄС, серед нелатвійців цей відсоток становив 34,1% – 42,7%⁴³³.

Кампанія в підтримку євроінтеграції розпочалася в травні 2002 р. і була зініційована Латвійським європейським рухом. Організатори скористалися тим, що Латвія одна з останніх країн, які проводили референдум зі вступу до ЄС, і детально вивчили досвід інших країн, особливо Литви та Естонії. Інформаційну кампанію проводила Група управління, яка консультувалася з експертами зі США, ЄС, Данії, Австрії та Естонії. Урядова кампанія (яка коштувала € 1,59 млн) складалася з трьох стадій: 1) інформування та поширення інформації; 2) обговорення (включаючи конференції з різних аспектів приєднання); 3) заклик проголосувати на референдумі. Група управління виділила спеціальні вразливі цільові групи: жителі сільської місцевості, працівники з низькою заробітною платнею, ті, кому більше 55 років. Ці категорії найменше підтримували вступ Латвії до ЄС, тому для них розробили спеціальні аргументовані матеріали. Для широкої громадськості поширювали брошури формату «питання – відповідь», присвячені окремим політикам ЄС, та брошури окремим цільовим групам (молоді, батькам, зайнятому населенню, споживачам, працедавцям тощо). Матеріали були

⁴³² Pridham G. Referendum Briefing No 10. Latvia's EU Accession Referendum, 20 September 2003 / G. Pridham [Electronic resource]. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-10.pdf&site=266>

⁴³³ Ibidem

доступні в бібліотеках, Інтернеті, розповсюджували їх під час турів інформаційних автобусів сільською місцевістю. Велику кількість матеріалів надруковано російською мовою.

Для латвійського суспільства характерною була недовіра до політиків як національних, так і європейських, тому вся кампанія в підтримку євроінтеграції пов'язана з ідеєю, що «люди не хочуть слухати політиків», а лише окремих експертів, митців та письменників. Велику роль відграв композитор Р. Паулс, який організував безкоштовні концерти по всій країні у підтримку вступу Латвії до ЄС.

Кампанія проти приєднання до ЄС теж була досить потужною, хоча не так добре структурованою, проте, як і в усіх країнах, емоційною. Прихильники євроінтеграції боролися з опонентами й протягом останніх місяців напередодні референдуму основні аргументи кампанії «за» впливали з основного повідомлення «Захід проти Сходу», зокрема:

1. Латвія стане частиною великого міжнародного об'єднання й зможе впливати на міжнародні відносини, незважаючи на малу територію. У СРСР відносини будувалися на примусі.

2. Членство в ЄС та НАТО доповнює одне одного, бо ЄС пропонує політичну безпеку, а НАТО – військову.

3. Членство в ЄС сприятиме розвитку торгівлі з країнами Західної Європи, збільшить іноземні інвестиції та призведе до економічного зростання Латвії.

4. ЄС – «повернення до Європи», гарантія особистої свободи та культурної ідентичності.

5. Вступ до ЄС залишить позаду болючий досвід перебування Латвії в СРСР.

6. Латвія немає альтернативи, її майбутнє лише з євроатлантичною інтеграцією⁴³⁴.

20 вересня 2003 р. 67 % громадян Латвії проголосували за вступ до ЄС.

На Кіпрі рішення про вступ до ЄС прийняли Президент та Парламент, загальнонаціональний референдум не проводили, урядова

⁴³⁴ Pridham G. Referendum Briefing No 10. Latvia's EU Accession Referendum, 20 September 2003 [Electronic resource] / G. Pridham. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-10.pdf&site=266>

інформаційно-комунікаційна кампанія з широкої громадської підтримки не організовувалася. Лише Офіс голови делегації з переговорів про вступ Кіпру до ЄС запустив сайт грецькою, турецькою та англійською, де надано інформацію про європейський курс Кіпру, перебіг переговорного процесу та переваги для греків-кіпріотів і турків-кіпріотів від членства в ЄС⁴³⁵.

На відміну від Кіпру, Румунія та Болгарія розробили комунікаційні стратегії європейської інтеграції, хоча в цих країнах-кандидатах загальнонаціональні референдуми не проходили.

Румунія розпочала переговори з ЄС про вступ у 1997 р. До 2003 р. уряд Румунії розробив інформаційно-комунікаційну стратегію супроводу вступу Румунії до ЄС. Комунікаційна стратегія мала демонструвати спільні традиції та цінності між Румунією та ЄС, передбачала виконання таких завдань: сприяти розповсюдженню європейських цінностей; роз'яснювати європейську позицію з питань розвитку політичних, економічних та судових гілок влади в Румунії щодо їхньої відповідності критеріям ЄС; інформувати про політику ЄС.

У 2003 р. перед підписанням Угоди про вступ було проведено кілька важливих комунікаційних заходів: дослідження громадської думки, що стало основою для розробки подальшої інформаційної кампанії на 2004 р.; першу національну конференцію з питань інформаційно-комунікаційних стратегій; молодіжну PR-кампанію та запуск веб-сайту www.15-25.ro; конкурс «Європейський Репортер»; розповсюдження брошур, флаєрів та листівок, деякі почали друкувати періодично (Annual Report, How to get EU funds, 10 questions and European Film Festival); молодіжна кампанія, яка проводила заходи в навчальних закладах Бухареста та інших міст країни з метою розповсюдження інформації про ЄС; дитячу програму CLASA EUROPA^{tru}.

Реалізувати завдання можна було відповідно до таких принципів:

- 1) прозорість – можливість надавати громадськості об'єктивну, адекватну та актуальну інформацію про події;
- 2) гнучкість – здібність швидко відповідати динамічним змінам євроінтеграційного процесу;

⁴³⁵ Briefing No 41. Public opinion on enlargement in the EU Member States and applicant countries [Electronic resource]. – Available at : http://www.europarl.europa.eu/enlargement/briefings/41a3_en.htm

- 3) політичний нейтралітет;
- 4) ефективність – оптимальне залучення людського ресурсу, що дає максимальний результат та ефект;
- 5) відповідальність – інтерес громадськості є найважливішим у роботі.

Визначено такі пріоритети комунікаційної стратегії:

- довести інформацію до пересічного громадянина шляхом глобальної мережі, локальних друкованих видань, через європейські інформаційні центри, публічні бібліотеки;
- перейти від загальної інформації про ЄС до тієї, яка є важливою та цікавить румунську громаду, роз'ясняє населенню, що таке ЄС, які переваги та недоліки можуть очікувати люди від вступу до ЄС;
- розробити спеціально націлені на окремі групи населення інформаційні та PR-програми (дітям, молоді, дорослим);
- підвищити рівень прозорості всіх процесів, які стосуються євроінтеграції країни;
- сприяти участі громадян Румунії в дебатах, присвячених питанням інтеграції та ЄС;
- покращити розуміння мандату ЄС для Румунії.

Для виконання поставлених цілей здійснено такі кроки:

- створено спеціальну команду з 8 чоловік, яка працювала повний день та займалася виключно інформаційно-комунікаційною стратегією;
- організовано команду незалежних комунікаційних професіоналів із 40 чоловік;
- громадські організації розробили різноманітні інформаційні проекти вартістю €1 млн;
- укладено договори вартістю € 2 млн, мета яких – тісна співпраця з різними організаціями й компаніями в напрямі впровадження інформаційної та комунікаційної стратегії;
- у 1999 р. відкрито Інформаційний Центр, який відвідали більше 40000 осіб;
- створено інформаційний портал www.infoeuropa.ro, що має більше 20000 веб-сторінок румунською та англійською мовами, які пропонують велику базу даних документів, новин та подій;
- розроблено більше 20 тематик, за якими написано 150

різноманітних статей тиражем близько мільйон копій.

Комунікаційна стратегія складалася з таких програм: «Медіа», «Інфо-Центр», «Веб-сайт», «Дитяча PR-кампанія», «Молодіжна PR-кампанія», «PR-кампанія в селах», «Робота в глобальній мережі», «Європейські цінності».

Румунський уряд, розуміючи, що комунікація має бути двосторонньою, створив представництва своєї держави в Брюсселі, зокрема Посольство Румунії в Брюсселі – www.roumanieamb.be; Європейську Місію Румунії – www.roumisue.org; Делегацію Румунії в НАТО – www.nato.int/Romania; Національний Союз Румунської Окружної Ради – www.uncjr.ro; Румунський Культурний Центр в Брюсселі – www.arthis.org; Бельгійсько-румунський Союз – <http://abero.org>.

Проте, незважаючи на проведені комунікаційні заходи напередодні вступу румун, 49% стверджувало, що потребують ще інформації про вступ країни до ЄС: румуни хотіли б більш детально знати, які зміни очікують їх у країні після вступу і як ці зміни відобразяться на їхньому житті⁴³⁶.

Болгарія офіційно проголосила своє бажання вступити до ЄС ще в 1995 р. У центрі комунікаційної стратегії уряду Болгарії – надати можливість кожному дізнатися про позитивні аспекти євроінтеграційного процесу.

Виокремлено такі цілі комунікаційної стратегії на національному рівні визначено: пояснити, що таке ЄС; роз'яснити переваги від членства в ЄС та зміни, які відбудуться з набуттям членства; розповсюдити об'єктивну інформацію про ЄС та членство Болгарії в цій структурі; поінформувати про наслідки вступу Болгарії в ЄС як для країни, так і для Союзу, а також для конкретних цільових груп; мотивувати більш активну участь болгар у процесі інтеграції та в дебатах про майбутнє в ЄС; роз'яснити рішення урядових інституцій щодо вступу в ЄС і гарантувати підтримку суспільства; підготувати фахівців у Болгарії для успішної інтеграції; прояснити, що втратить Болгарія, якщо вступ в ЄС буде скасовано; покращити суспільне знання та розуміння «до-вступної» програми в ЄС та мотивувати всіх партнерів активніше брати участь у цій програмі. В основі всіх комунікаційних зусиль було прагнення залучити всі вікові категорії,

⁴³⁶ Шевченко О. Європейська PR-практика / О. Шевченко. – К. : ІМВ, 2006. – С. 84.

соціальні та професійні групи Болгарії, включаючи й незакавлених громадян⁴³⁷.

На національному рівні цільовою групою визначено вчителів, викладачів університетів, керівників великих підприємств, голів партій, журналістів, представників усіх релігій, студентів, бізнесменів, мотивуючи тим, що вони є співучасники цієї кампанії та сприятимуть підвищенню рівня знань про ЄС, вступ Болгарії в ЄС і здобутки для країни від вступу.

Цілями комунікаційної стратегії на міжнародному рівні були такі: оздобути підтримку й позитивне ставлення держав-членів і кандидатів до вступу в ЄС; сприяти переговорам про вступ через інформування про прогрес та результати Болгарії в підготовці до вступу в ЄС; сприяти ратифікації угоди про вступ Болгарії в ЄС, лобюючи ці інтереси в колах лідерів думок та політичної еліти. Тут цільовими групами комунікаційної стратегії були високопосадовці інституцій ЄС, керівництво держав-членів, високопоставлені політики, наближені до них радники, політичні партії, журналісти, лідери громадських організацій⁴³⁸.

Комунікаційна стратегія Болгарії базувалася на таких принципах:

1) децентралізованості: інформація та комунікація має покривати якомога більше території країни, це особливо важливо, якщо взяти до уваги, що до 2002 р. вся інформація та комунікація концентрувалася в столиці Болгарії Софії та не розповсюджувалися на інші міста країни;

2) гнучкості: процес переговорів дуже динамічний, як і громадська думка, тому стратегія повинна відповідати змінам, завжди оперувати новою інформацією та оновлюватися щорічно;

3) сприянні діалогові: оскільки комунікаційна стратегія є урядовою стратегією, вона повинна координувати та об'єднувати зусилля всіх інституцій, тобто пріоритетне завдання стратегії – створити мережі ключових фігур та інституцій, які активно беруть участь у впровадженні комунікаційної стратегії.

Заходи, передбачені комунікаційною стратегією, націлено на всі цільові групи населення, соціальні та професійні групи, включаючи

⁴³⁷ Bulgaria's EU Communication Strategy [Electronic resource]. – Available at : http://publicdiplomacy.wikia.com/wiki/Bulgaria's_EU_Communication_Strategy

⁴³⁸ Ibidem

бізнесові спільноти, неурядовий сектор, публічну адміністрацію, медіа, локальні та регіональні адміністрації, молодь, людей пенсійного віку, представників етнічних груп, тощо.

Щоб реалізувати визначені цілі, організовували такі комунікаційні заходи: публічну інформаційну кампанію; підтримку й контроль інформаційних центрів та Інтернет-порталів; друк та розповсюдження інформаційних матеріалів, матеріалів для масмедіа; публічні дебати, спеціальні конференції та семінари з питання майбутнього вступу країни в ЄС; аналіз та прогнозування з приводу євроінтеграції, медіа-моніторинг; міжнародні форуми в Болгарії з тематики ЄС; змагання, виставки та інші спеціальні заходи; участь у значних подіях на європейському рівні та в міжнародних форумах, виставках, що проходять в країнах-членах ЄС; доступ до великих інформаційних ресурсів про ЄС; виготовлення та розповсюдження інформації про вступ Болгарії в державах-членах ЄС.

Комунікаційна стратегія реалізовувалася завдяки активній участі всіх міністерств країни, які здійснювали власні проекти. Більшість проектів виконана в співробітництві із регіональними та місцевими органами влади, неурядовими організаціями, медіа, академією, професійними та бізнес-асоціаціями. Координатором виконання комунікаційної стратегії вступу Болгарії в Європейський Союз була спеціалізована на комунікаційній стратегії Дирекція, створена при Міністерстві Закордонних Справ⁴³⁹.

З часу розширення 2004 р. ЄС визначив досить високі критерії для країн-кандидатів, що й відчула Хорватія, переговорний процес про членство в ЄС (розпочатий у 2005 р.) був складним.

Кампанія в підтримку євроінтеграційного курсу держави розпочалася 3 лютого 2012 р. з початком каденції нового уряду. Хоча попередній уряд призупинив в 2011 р. переговорний процес, проте політики та громадськість широко підтримували ідею вступу Хорватії до ЄС. У 2012 р. новообраний уряд зіткнувся з проблемою обмеженого фінансування інформаційно-комунікаційної кампанії та необхідністю широкого обговорення євроінтеграції на телебаченні (попередній уряд поширював буклети та листівки, присвячені ЄС). Зокрема, громадськість була повністю непоінформована про перебіг переговорного процесу, а досягнуті домовленості трималися в секреті

⁴³⁹ Шевченко О. Європейська PR-практика / О. Шевченко. – К. : ІМВ, 2006. – С. 95.

(повний документ оприлюднено після завершення переговорів)⁴⁴⁰.

Інтерактивну взаємодію намагалися більш-менш забезпечити про-європейські відеопослання новопризначених міністрів на національному телебаченні, які, однак, надавали мало змістовного контенту. Було відкрито 24-годинну телефонну лінію для комунікації громадян та адміністрації з питань євроінтеграції, проте іноді доводилося чекати кілька днів на відповідь за запитанням. Оскільки в Парламенті не було очевидних опонентів інтеграції, то уряд обрав найсильнішим аргументом ідею про те, що альтернативою членства ЄС є залишатися ізольованими в регіоні серед менш розвинених європейських країн (підтекст повідомлення – «не існує альтернативи європейській інтеграції»). Громадян почали «бомбардувати» в усіх медіа посланнях про майбутнє ЄС; з наближенням дати референдуму ці послання набували характеру сенсаційності. Критики кампанії стверджували, що складалося враження, ніби уряд хоче чим швидше подолати цей етап комунікації та повернутися до буденних внутрішніх проблем⁴⁴¹.

Усій кампанії у підтримку євроінтеграції допомагала відсутність єдності у таборі нечисленних опонентів. 22 січня 2012 р. 66,27 % громадян Хорватії проголосували за вступ держави до ЄС.

Отже, держави-кандидати на вступ до ЄС розробляли власні комунікаційні політики у підтримку європейської інтеграції тоді, коли приймали рішення про загальнонаціональний референдум з питань вступу держав до Європейського Союзу, потребуючи підтримки громадян. Комунікаційні політики відрізнялися від орієнтації на всебічне інформування громадян про всі переваги та недоліки інтеграції (з метою сприяння у прийнятті виваженого рішення без нав'язування урядової позиції) до «крикливого» просування ідеї безальтернативності євроінтеграційного курсу. На етапі створення ЄЕС та в державах, де рішення про приєднання до Спільноти приймали Парламенти, здійснювалося інформаційно-комунікаційне забезпечення зовнішньополітичного курсу держави.

⁴⁴⁰ Čović A. Referendum Briefing No 18. Croatia's EU Accession Referendum, 22 January 2012 [Electronic resource] / A. Čović. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no18.pdf&site=266>

⁴⁴¹ Ibidem

4.2. Комунікації з залучення громадян у країнах-членах ЄС

Якщо держави, які стали членами ЄС нещодавно, мають показовий досвід у сфері комунікаційної політики з підтримки євроінтеграційних прагнень, то держави-засновниці, Північно-Європейські держави-члени ЄС мають взірцевий досвід комунікаційної політики в сфері залучення громадян до обговорення важливих політичних та економічних рішень усередині країні, адже євроінтеграція – це не лише процес «зверху», це й процес «знизу», коли виховуються активні громадяни.

У 2000 р. на основі досліджень та висновків 70 експертів із різноманітних сегментів німецького суспільства було оприлюднено Меморандум з е-уряду, де е-уряд визначався як здійснення процесу формування громадської думки, вироблення рішень та реалізація функцій у політиці, державі та управлінні з широким використанням інформаційних технологій. Одним із напрямів є е-демократія чи е-участь, яку розуміють як залучення громадян у процес прийняття політичних рішень, що складається з таких етапів: сприйняття політичної інформації; політичний дискурс, протягом якого відбувається обмін різними думками; безпосереднє вироблення політичного рішення⁴⁴².

Тоді ж, коли більшість проектів е-участі реалізовано в Німеччині на міському чи регіональному рівнях, два важливі проекти започатковано на федеральному рівні, а саме:

– у березні 2010 р. Парламент Німеччини створив Комісію з питань Інтернету та цифрового суспільства (Enquete Commission on Internet and digital Society (EIdS)), щоб визначити дії держави в напрямі демократичного розвитку в умовах диджиталізації. Ціль Комісії – зібрати ідеї громадян через платформу www.enquetebeteiligung.de, яка розпочала роботу з лютого 2011 р. Тематику обговорень були культура й медіа, економіка й довкілля, освіта й дослідження, захист прав споживачів, право і внутрішні справи, суспільство й демократія. Уперше громадяни отримали

⁴⁴² Gesellschaft für Informatik GI and Verband Deutscher Elektrotechniker VDE (2000): Electronic Government als Schlüssel zur Modernisierung von Staat und Verwaltung. Ein Memorandum des Fachausschusses Verwaltungsinformatik der Gesellschaft für Informatik und des Fachbereichs 1 der Informationstechnischen Gesellschaft im Verband Deutscher Elektrotechniker. [Electronic resource]. – Available at : www.unioldenburg.de/fb3/lehre/lenk/MEMORA

можливість прямо впливати на роботу Парламенту. Користувачі мали змогу коментувати пропозиції, визначати їх рейтинг і спільно працювати над текстом;

– у 2010 р. Канцлер Німеччини А. Меркель розпочала діалог про майбутнє Німеччини, бажаючи отримати відповіді громадян на такі питання: «Як німці хочуть жити у майбутньому? Як вони хочуть працювати? Як вони хочуть навчатися?». «Діалог про майбутнє» (Zukunftsdialog) започатковано для генерування ідей і політик, щоб подолати виклики нових тенденцій та неочікуваного розвитку. За підтримки експертів діалог із громадянами проводився на платформі <http://dialog-ueber-deutschland.de>. Результати діалогу з експертами опубліковано в спеціальній доповіді; з ідей громадян було обрано 20 пропозицій, автори 10-ти найтоповіших пропозицій отримали запрошення персонально обговорити ідеї з Канцлером. Такий діалог суттєво підвищив популярність А. Меркель⁴⁴³.

У 2006 р. Федеральне міністерство внутрішніх справ прийняло урядову програму «E-Government 2.0», пріоритетом якої є участь громадян в управлінні та політиці. У проекти залучено 50 міст, аналіз реалізації яких, проведений в червні 2010 р., засвідчив, що у питаннях планування міст громадяни залишаються пасивними отримувачами інформації через сайти, проте іноді вони змушені фізично відвідувати відповідні урядові офіси для отримання додаткової інформації. 58 % сайтів надають громадянам можливість коментувати проекти рішень та концепції, однак лише 6 % мають віртуальні опитування щодо проектів забудови міст, додатки Web 2.0 використовуються рідко; 60 % міст пропонують громадянам можливість запропонувати власні ідеї з приводу бюджетного планування загалом через зповнення онлайн форм, 20 % – через участь у бюджетній платформі⁴⁴⁴.

Яскравими позитивними прикладами е-участі є досвід таких німецьких міст:

– м. Фрайбург: сайт легкий для пошуку, інформація

⁴⁴³ Große K. Discussing Germany's Future: The Evaluation of Federal Online Citizen Participation [Electronic resource] / K. Große. – Available at : http://ipp.oii.ox.ac.uk/sites/ipp/files/documents/IPP2014_Grosse.pdf

⁴⁴⁴ Schellong A. Government 2.0 in Beta PHase. An Analysis of eParticipation and Web 2.0 Applications of Germany's 50 largest Cities and 16 Federal States, 2010 [Electronic resource] / A. Schellong, Ph. Girrger. – Available at : http://assets1.csc.com/de/downloads/CSC_policy_paper_series_06_2010_government_20_beta_phase_English.pdf

доступна за три-чотири кліки. Громадяни мають можливість оцінити попередні та поточні проекти, залежно від стадії проекту, можна отримати додаткову інформацію: ціль, зона реалізації, вплив на довкілля, рішення Ради, участь громадян у реалізації проекту. Громадяни можуть взаємодіяти з Радою через е-пошту, е-форми, Twitter чи YouTube;

– м. Ессен: протягом 2-ох місяців громадяни мали можливість активно обговорювати планування витрат бюджетних коштів, пропонуючи ідеї заощадження, коментуючи пропозиції інших громадян та влади. Обговорення також проводилися в Twitter;

– м. Бонн: мер міста регулярно вступає в прямий діалог із громадянами через он-лайн платформу. Після реєстрації громадяни можуть коментувати пропозиції інших, ранжувати їх, пропонувати власні ідеї. Проводяться он-лайн опитування;

– м. Берлін: діє принцип «єдиного вікна», громадяни беруть участь у плануванні бюджету районів міста та забудови.⁴⁴⁵

Із жовтня 2011 р. на YouTube веде мовлення канал федерального уряду, що транслює відео з актуальних політичних питань. До регулярних відео належать: «Тиждень канцлера», що містить огляд найбільш важливих заходів; «Podcast» – програма, у якій канцлер розповідає про своє ставлення та очікування від найближчих подій; «3 питання, 3 відповіді», у якій міністри відповідають на поставлені запитання⁴⁴⁶.

За допомогою Twitter громадяни можуть спілкуватися безпосередньо з прес-секретарем уряду. На сьогодні цей акаунт має понад 100000 «фолловерів». Фотографії, що з'являються під час офіційних заходів та інших важливих подій за участю Канцлера, розміщуються на Flickr⁴⁴⁷.

У 2013 р. Німецька федеральна агенція інформаційних технологій, телекомунікацій та нових медіа (ВІТКОМ) провела дослідження, протягом якого з'ясувала, що більшість користувачів розглядають Інтернет як засіб просування демократії. Кожен третій

⁴⁴⁵ Ibidem.

⁴⁴⁶ Інституційне забезпечення державної комунікативної політики: досвід країн Європи : [аналіт. доп.]. – К. : НІСД, 2014. – 40 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/public/File/2014_nauk_an_rozrobku/comunicat_depart.pdf

⁴⁴⁷ Bundespresseamt [Electronic resource]. – Available at : <http://www.bundesregierung.de/Content/DE/StatischeSeiten/Breg/bundespresseamt-das-amt-imueberblick.html?nn=391634>

громадянин бере участь у виборах через Інтернет, 64 % молоді віком 18 – 29 років обирає саме цей засіб комунікації, 44 % німців виявляють інтерес до політичної участі через Інтернет⁴⁴⁸.

Прикладом е-участі є е-петиції, які з 2005 р. подають Парламенту. Усе, що необхідно, – заповнити та надіслати е-форму. Окрім цього, надано можливість обговорювати оприлюднені е-петиції, підписуватися у підтримку петицій. Важливо, що в такий спосіб громадяни можуть обговорювати як місцеві, так і загальнонаціональні, навіть міжнародні питання⁴⁴⁹.

Іншим прикладом є проект «Live + Gov», мета якого – посилити діалог, орієнтований на громадян, за допомогою мобільних технологій – смартфонів. Громадян закликають повідомляти та обговорювати проблеми з обраними службовцями через мобільні пристрої. Це посилює прозорість діяльності владних органів, підвищує довіру до обранців, робить процес прийняття рішень вагомим та відповідальнішим⁴⁵⁰. Участь громадян орієнтована на пересічних німців місцевого рівня. Проте в Німеччині зауважують, що широке використання ІКТ може розширити цифровий розподіл, особливо це стосується іммігрантів та неосвічених сегментів суспільства. Г. Воуе стверджує, що загалом лише високоосвічені громадяни реалізують свої політичні інтереси через Інтернет, політичні меседжі не досягають менш освічених німців через такий канал комунікації⁴⁵¹.

Уряд Франції в 1998 р. відповідно до плану «Електронна Європа – 2002» прийняв Програму дій для підготовки вступу Франції в інформаційне суспільство (PAGSI). Зокрема, у документі йдеться: якщо людина відчуває потребу в будь-якій інформації, то вона має право на отримання кваліфікованої інформації; тому людина з питанням, яке її зацікавило, повинна мати можливість звернутися до урядовця-спеціаліста. Щоб реалізувати цю мету, усі відомості з

⁴⁴⁸ Born S. E-participation enables political participation by electronic means [Electronic resource] / S. Born. – Available at : <https://www.alumniportal-deutschland.org/en/sustainability/politics/article/e-participation-political-participation.html>

⁴⁴⁹ Ibidem

⁴⁵⁰ Facts about Live+Gov [Electronic resource]. – Available at : <http://liveandgov.eu/>

⁴⁵¹ Heise Ch. Wahlen können nicht im Netz gewonnen werden, aber sie können im Netz verloren werden [Electronic resource] / Ch. Heise. – Available at : <http://www.e-demokratie.org/interview/wahlen-können-nicht-im-netz-gewonnen-werden-aber-sie-können-im-netz-verloren-werden/>

найбільш важливих питань повинні бути розміщені в Інтернеті⁴⁵². У 1998 р. усі міністри Франції розробили проекти сайтів, на яких знаходилася інформація про діяльність та послуги, що надаються, а в даний час в країні кожна людина може отримати безкоштовний доступ до цієї інформації. Велику увагу також приділяли встановленню контакту між населенням і урядом за допомогою електронної пошти⁴⁵³.

У лютому 2013 р. уряд Франції представив Дорожню карту для цифрової економіки, де одним із наріжних каменів є просування французьких цінностей у суспільстві. Зокрема, наголошено на заохоченні використовувати цифрові засоби, щоб уникнути виключення; формувати довіру громадян до дій уряду; модернізувати публічну політику через застосування нових технологій⁴⁵⁴. Однак, е-участь у Франції, особливо політична, не є пріоритетом порядку денного уряду. Проте ініціативи реалізовувалися на локальному рівні (наприклад, е-голосування – в м. Бресті у 2002 р., портали – м. Парижі та Ля-Рошелі). Навіть тут основну увагу приділено інформуванню, а не комунікації, тобто, як правило, сайтам бракує інтерактивності.

Загалом сайти муніципалітетів пропонують інформацію про туристичні принади, місцеву адміністрацію, об'єднання, розваги, спорт тощо, лише незначна частина сайтів встановлюють інтерфейси з чатами, форумами, відкритими листами, блогами, веб-ТБ, веб-радіо. На цьому тлі яскравим є досвід м. Фаш-Тюменіль, сайт якого пропонує залишити розширені коментарі в формі блогу. Це – основна перевага в збиранні повідомлень із певної тематики. Однак така взаємодія має більше вигляд «питання – відповідь», а не справжні обговорення з представниками. Схожа ініціатива була розпочата мером м. Бланкефорт, який дійшов невтішного висновку: якщо громадяни критикують рішення влади, то пишуть про це у своїх персональних блогах, а не на сайті міста. Ефективним способом

⁴⁵² Франция : дан старт первой в мире системе А2С (administration2consumer) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.businesspress.ru/newspaper/article_mId_37_aId_90466.html

⁴⁵³ Создание электронного правительства во Франции [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.svobodainfo.org/ru/node/251>

⁴⁵⁴ eGovernment Factsheets – France [Electronic resource]. – Available at : <https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/09/50/4c/eGov%20in%20FR%20May%202014%20v.%2016.0.pdf>

взаємодії визнано чати з мером, де громадяни мають змогу отримати чіткі відповіді від керівника міста. Проте такі зустрічі є нерегулярні. Дуже низькою є кількість міст, які пропонують засідання муніципалітету наживо⁴⁵⁵.

У 2007 р. Вища аудіовізуальна рада (Conseil supérieur de l'audiovisuel, CSA) створила робочу групу з різноманітності та Обсерваторію різноманітності, які займаються проблемами різноманітного контенту в медіа, який би повністю відповідав очікуванням та інтересам споживачів⁴⁵⁶.

З'являється новий вид журналізму – громадянський журналізм. Громадяни можуть створювати новини на таких сайтах, як: LePost (частина of Le Monde), AgoraVox (сайтом володіє моніторингова компанія) та Rue89 (створений журналістами). Окрім цього, Франція стала «найблогівішою» країною Європи: сьогодні існує 10 млн блогів, 2,5 млн з яких є активними. Facebook – найпопулярніша соціальна мережа⁴⁵⁷. У Франції практично необмежена свобода для ведення блогів, які загалом привертають увагу до важливих політичних, економічних та соціальних питань і стають засобом примусу політиків реагувати на незадоволення громадськості тим, що вони не виконують свої обіцянки⁴⁵⁸.

У січні 2007 р. розпочав роботу сайт е-уряду «Administration 24h/24», який надає цілодобовий доступ до адміністративних формулярів, створення електронних файлів 7 днів на тиждень. У листопаді 2008 р. запущено новий портал Mon.Service-Public.fr, мета якого – надати уніфікований, персоналізований, безпечний доступ до урядових послуг. У жовтні 2008 р. представлено План дій «Цифрова Франція – 2012» для розвитку цифрової економіки до 2012 р. У лютому 2008 р. Administration 24h/24 та Mon.Service-Public.fr злилися у портал www.service-public.fr, який надає послуги і окремим

⁴⁵⁵ Ricou O. A survey of French Local e-Democracy [Electronic resource] / O. Ricou. – Available at : <http://www.lrde.epita.fr/dload/papers/ricou.08.eceg.pdf>

⁴⁵⁶ France. Specific policy issues and recent debates : media pluralism and content diversity [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/france.php?aid=426>

⁴⁵⁷ Pasquier M. France. Media Landscapes [Electronic resource] / M. Pasquier, B. Lamizet. – Available at : http://ejc.net/media_landscapes/france

⁴⁵⁸ Koc-Michalska K. Mapping Digital Media: France [Electronic resource] / K. Koc-Michalska, Th. Vedel, A. Granchet, Ch. Leteinturier, G. Villeneuve. – Available at : <http://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-france-20130419.pdf>

сообам, і компаніям. Протягом 2009 – 2010 рр. створюються різноманітні сайти, які надають інформацію про стан довкілля, електронну подачу документів, допомогу в плануванні бюджету, роз'яснення процедури оподаткування тощо, але ніде не згадується політична участь громадян (окрім спроб е-голосування на місцевих виборах у 2008 р.), залучення до процесу прийняття важливих рішень. У січні 2011 р. створено портал Парижа opendata.paris.fr, який надає громадянам доступ до місцевої урядової інформації; передбачено, що громадяни стануть «співтворцями» розвитку міста. У 2012 р. такий самий проект розпочато в м. Ля-Рошель⁴⁵⁹.

Нідерланди – відкрита країна з високим рівнем політичної участі, участі в тренінгах та освіті, інтернет зв'язку та он-лайн комунікації. У 2012 – 2013 рр. країна посіла друге місце з 97 країн за індексом відкритого урядування – рейтингом, що складається неурядовою організацією World Justice Project⁴⁶⁰. Індекс включає такі показники, як публічність та доступність законів, стабільність законів, право на звернення до уряду та участь громадськості, доступність офіційної інформації за запитом⁴⁶¹.

Уряд Нідерландів прагне стати партнером у реалізації ініціатив громадянського суспільства. Тут переконані, що люди беруть участь у суспільстві, коли відчують, що є його частиною, і беруть відповідальність за своє довкілля, незалежно від свого походження. Люди також беруть активну участь у суспільстві, якщо їх запрошують та заохочують. Це – завдання уряду⁴⁶². Публічну підзвітність та цілісність уряду забезпечують перевірки парламенту, відповідальність міністрів, аудиторська діяльність, омбудсмен, Акт про свободу інформації, клятва державних службовців тощо. Проте вдосконалюватися завжди актуально, зокрема через он-лайн канали комунікації.

У 2012 р. Нідерланди отримали міжнародну винагороду в

⁴⁵⁹ eGovernment Factsheets – France [Electronic resource]. – Available at : <https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/09/50/4c/eGov%20in%20FR%20May%202014%20v.%2016.0.pdf>

⁴⁶⁰ The Rule of Law Index [Electronic resource]. – Available at : <http://worldjusticeproject.org/rule-of-law-index>

⁴⁶¹ Hoetjes B. J. S. Netherlands [Electronic resource] / B. J. S. Hoetjes. – Available at : <http://www1.worldbank.org/publicsector/civilservice/rsNetherlands.pdf>

⁴⁶² Commitment : Enhancing Citizenship [Electronic resource]. – Available at : <http://www.opengovpartnership.org/country/commitment/enhancing-citizenship>

ренкінгу ООН публічних послуг, бо країна змогла досягнути включеності громадян як ключового компоненту в наданні клієнто-орієнтованих урядових послуг. Це охоплювало не лише е-інформацію та е-консультації, але й інноваційні методики е-прийняття рішень, посилюючи потенціал е-урядування для залучення громадян до публічних рішень⁴⁶³.

У Нідерландах з 1999 р. діє єдиний портал голандського уряду www.overheid.nl, який модернізовано в 2001 р. та 2003 р. Портал надає доступ до публічної інформації всіх урядових організацій; має версію англійською мовою⁴⁶⁴. Із 2008 р. запрацював сайт Burgerlink (анг. «Citizenlink»), мета якого – покращити активність громадян через їх залучення в інноваційний спосіб; передбачалося проектування та розробка базової інфраструктури для співпраці між усіма рівнями уряду. Зокрема,

- хартія е-громадянина (e-citizen charter) визначає 10 вимог до якості постачання послуг, які включають інформаційне висвітлення, трансакцію та елементи участі. У 2007 р. Хартія відзначена нагородою Європейської е-демократії і була рекомендована ООН, Радою Європи, Світовою організацією спеціалізованих студій, урядом Сполученого Королівства. Її 10 базових принципів включають такі позиції: вибір каналу, транспаретний публічний сектор, загальні права й обов'язки, персоналізована інформація, зручні послуги, вичерпна процедура, довіра та надійність, продумане адміністрування, підзвітність та перейняття найкращого досвіду, залучення та розширення прав і можливостей;

- оцінювання: громадяни оцінюють, як усі події – від народження до смерті – контролюють урядові служби. Хартія є критерієм оцінки;

- пріоритети громадян: що вони вбачають найважливішим (особисту інформацію, продумане адміністрування) та менш важливим (права та обов'язки, підзвітність, переймання найкращого досвіду), якими послугами вони найбільше задоволені (надійністю, транспарентністю, підзвітністю тощо). Таке оцінювання дає змогу

⁴⁶³ Empowerment and E-Participation : Policy Recommendations [Electronic resource]. – Available at : <http://www.un.org/esa/socdev/egms/docs/2013/ict/RutjensJacqueline.pdf>

⁴⁶⁴ What is Overheid.nl? [Electronic resource]. – Available at : <https://www.overheid.nl/english/about-this-website/>

підтримувати на високому рівні пріоритетні сфери та покращити рівень сфер з низькою громадською оцінкою;

– покращення ініціатив: обмін знаннями та покращення нових засобів⁴⁶⁵.

Протягом 2000 – 2010 рр. уряд розглядав громадян як споживачів, для яких важливе задоволення від трансакції. Така зміна в ставленні дала змогу уряду взаємодіяти з громадянином лише один раз під час надання послуг завдяки більш ефективній обробці інформації та збору даних.

У листопаді 2003 р. Нідерланди стали однією з перших країн, де всі місцеві органи влади були представлені в Інтернеті. Цього ж року на місцевому рівні розпочато проект «е-комуни» («eGemeenten»). У липні 2006 р. уряд поставив мету – до 2010 р. зробити всі офіційні сайти доступними для всіх, особливо для громадян з обмеженими фізичними властивостями. З лютого 2008 р. сайт «eFormulieren» надає публічним органам влади безкоштовний доступ до замовлення електронних формулярів. У травні 2008 р. Міністерство внутрішніх справ запустило сайт maildepolitiek.nl, який давав змогу громадянам спілкуватися з місцевими, національними політиками та політиками міжнародного рівня, що сприяло транспарентності політики. На початку серпня 2011 р. портал MyGovernment (MijnOverheid) реєструє 100 тис. користувачів. Портал містить поштову скриньку для комунікації публічного сектору, інформацію про взаємодію користувача з урядом, особисті дані користувача. Мета порталу – заощадити час та зусилля, необхідні для поштового спілкування громадян та уряду⁴⁶⁶.

У 2012 р. Голландський дорадчий комітет з публічного адміністрування (Dutch advisory board on public administration) представив доповідь про участь «Давайте рухатися на довірі» (Letting go based on trust), де зазначив, що багато публічних послуг починалися як приватні ініціативи, які еволюціонували до сфери урядової політики. Уряд усвідомлює, що залежить від знань та досвіду в суспільстві, тому заохочує громадян до участі у формулюванні, втіленні чи оцінці політик. Проте сучасна зміна

⁴⁶⁵ Towards e-Participation in the Netherlands [Electronic resource]. – Available at : <http://snurb.info/node/1139>

⁴⁶⁶ eGovernment in the Netherlands, November 2011 [Electronic resource]. – Available at : <https://epractice.eu>

парадигми означає, що уряд зосереджує увагу на тому, як він може зробити внесок в ініціативи в суспільстві (а не тільки громадяни), тобто йдеться вже про участь публічної адміністрації⁴⁶⁷.

У вересні 2011 р. Нідерланди оголосили про намір приєднатися до Партнерства відкритого уряду і створили Декларацію відкритого уряду, наріжними каменями якої є: доступ до інформації, участь громадян, публічна підзвітність та інновації. Зокрема, уже було досягнуто таке: система Інтернет консультацій, законодавчий календар та урядові документи публікуються он-лайн; інновації підтримуються через мережу Slimmernetwer; публічні організації приєдналися до ініціативи відкритих витрат і почали надавати відкриті дані; Центр експертизи LEOO створив сайт, пропонує блоги, присутній у Twitter і разом з експертами намагається дати відповіді на всі запитання про відкритий уряд; урядові інституції теж поступово долучаються до проектів, щоб надавати інформацію, більше орієнтовану на інтереси та потреби громадян⁴⁶⁸.

Після укладання проекту Декларації відкритого уряду проведено Місяць відкритого уряду в жовтні 2012 р. за участю громадян та організацій громадянського суспільства в низці зустрічей. Доповіді поширювалися в Інтернеті; широко використовувалися Facebook, Twitter, прямі поштові розсилки, портал open.overheid.nl, щоб забезпечити включеність громадян, не надто переймаючись генерацією нових ідей та проектів⁴⁶⁹.

У травні 2013 р. Проект концепції відкритого уряду (draft Open Government Vision) та План дій відкритого уряду (Open Government Action Plan) обговорювали на зустрічі Ініціативної команди відкритого уряду (Open Government Inspiration Team), яка складалася з мережі стейкхолдерів та зацікавлених сторін, які виявили бажання активно сприяти розвитку в напрямі відкритого уряду. Протягом травня – серпня обидва документи обговорювалися в міністерствах і були представлені у вересні 2013 р. у Палаті представників. Концепція передбачала перехід до відкритого уряду протягом

⁴⁶⁷ Empowerment and E-Participation : Policy Recommendations [Electronic resource]. – Available at : <http://www.un.org/esa/socdev/egms/docs/2013/ict/RutjensJacqueline.pdf>

⁴⁶⁸ Open Government Partnership. Self-Assessment Report : The Netherlands, 2014 [Electronic resource]. – Available at : http://www.opengovpartnership.org/sites/default/files/rapport_self-assessment_BZK_EN.pdf

⁴⁶⁹ Ibidem

наступних 10 років, а План дій стосувався конкретних заходів протягом наступних 2 років.

Зокрема, визначено такі напрями відкритого уряду:

«Транспарентний уряд – сприяння активному доступу до урядової інформації»: урядові дані публікуються у форматі, сумісному з відкритими стандартами для усунення будь-яких першод і посилення їхньої соціальної значущості. Усі стадії процесу вироблення політичних і законодавчих рішень – підготовка політики, її втілення та оцінка – повинні бути якомога прозорішими, що сприятиме залученню ідей громадян. Бюджет публічного сектору, витрати теж є відкритими, бо цього вимає хороше відповідальне керівництво;

«Колаборативний уряд, який шукає партнерів у суспільстві, щоб розв’язати соціальні проблеми»: відкритий уряд стає фасилітатором, вислуховує рішення, запропоновані громадянами та бізнесом (пропонують термін нової взаємодії як «do-ocracy»). Он-лайн рішення та обмін он-лайн контентом дає змогу компаніям та громадянам спільно розробляти рішення, навчатися один в одного та співпрацювати для виконання різноманітних завдань;

«Доступний уряд» обирає проактивний підхід у наданні інформації про послуги та зміни фізичного середовища, що прямо вплине на громадян. Уряд показує громадянам, які дані він використовує у якому процесі, і надає їм змогу відкоректувати дані, якщо необхідно. У контактах із громадянами уряд шукає нові канали взаємодії.

Національна стратегія не обмежується національним рівнем і включає місцеві та регіональні органи влади. Оскільки Нідерланди – децентралізована країна з сильною незалежністю муніципалітетів, центральний уряд має мало засобів, щоб примусити інші урядові організації створювати свої сайти та бути присутніми в он-лайн. Саме національний портал покликаний стимулювати всі урядові організації до такої нової діяльності.

З 2002 р. місцеві ради розпочали низку проектів з е-участі за підтримку уряду, девізом яких було «Хай розквітнуть багато квітів» (Let many flowers blossom). Найуспішніми з них були⁴⁷⁰:

⁴⁷⁰ Poelmans M. eParticipation in The Netherlands [Electronic resource] / M. Poelmans. – Available at : <http://www.mattpoelmans.nl/blog/e-participation-in-the-netherlands/>

– е-петиції: будь-який громадянин може розпочати ініціативу. Якщо ініціативу підтримує достатня кількість громадян, її розглядають у місцевій раді чи на урядовому рівні. Інтернет дає змогу зібрати достатню кількість підписів у підтримку, для цього муніципалітети створюють спеціальні сайти;

– TrackYourCouncil («прослідкуй свою Раду»): протягом чергових виборів Інтернет надає інформацію про програми політичних партій і дає змогу громадянам прийняти рішення не на основі обіцянок політиків, а на зіставленні джерел. Voting Tracker подає інформацію про позиції політиків з конкретних питань;

– WeEvaluate («ми оцінюємо») – національний сайт, на якому громадяни оцінюють публічні послуги й можуть навіть створити власну систему ранжування;

– Issuefeeds – надає змогу службовцям збирати думки та вивчати преференції громадян;

– Citizens' Blog – запрошені експерти направляють обговорення про покращення уряду, коментують запропоновані ідеї. Після обговорень конкретну пропозицію подають відповідальному політику, який погодився на них реагувати.

У Нідерландах переконані, що те, що необхідне, визріває у суспільстві; є багато громадян, які мають ідеї та бажання їх реалізувати на безоплатній основі. Далі – публічні адміністрації повинні визначитися, чи можуть вони надати підтримку. Інструментами участі публічної адміністрації є співпраця з метою залучення якомога більше людей на місцевому рівні; співпраця, коли треба делегувати повноваження громадянам; співпраця з розробки та впровадження інновацій. Місцеві органи влади наголошують, що прагнуть поєднати децентралізацію з більшою участю громадян.

Історія такої взаємодії розпочалася ще в січні 1994 р., коли в м. Амстердам почало діяти цифрове місто спершу як 10-тижневий експеримент для встановлення електронного діалогу між міською радою та громадянами, як соціальний експеримент в інтерактивній комунікації. Модель міста матеріалізувалася у структуру сайту: була створена муніципальна дошка оголошень, щоб громадяни могли знати про всі відповідні муніципальні документи та дискусії в міській раді та висловлювати свою думку. Амстердам став першою місцевою адміністрацією, яка погодилася з'єднати свої внутрішні мережі з

Інтернетом, намагаючись забезпечити контрольовану прозорість. Амстердамське цифрове місто стало європейським піонером мереж громадян та найбільшою комп'ютерною мережею в Європі, яка базувалася на громадянах⁴⁷¹.

Прикладами подальшої успішної взаємодії влади та громадян стали такі місцеві проекти:

– проект місцевої ради м. Гронінген, який запропонував нове бачення ролі ІКТ: стосунки між радою та місцевими жителями повинні змінюватися відповідно до змін в ІКТ (мобільні додатки, соціальні медіа, відкриті дані). Попереднім пріоритетом було залучення громадян у вироблення політик, із розвитком ІКТ пріоритетом є краще інформування та надання повноважень, залучення до публічної діяльності;

– найкраща місцева рада м. Бест: використовує метод «Top Tasks» у структуруванні сайту, згідно з яким організація самостійно визначає пріоритетність наповнення своєї домашньої сторінки. Завдяки аналізу поведінки відвідувачів, статистики сайту визначається найбільш затребувана інформація, яка потім подається також найпопулярнішими мовами запитів;

– міська адміністрація м. Утрехт вирішила зробити доступними необроблені набори даних (окрім тих, які можуть провокувати законодавчі ризики чи піратство) для зовнішніх користувачів, які дадуть змогу організаціям та бізнесу міста створити нові додатки. Новий портал www.jijmaaktutrecht.nl надає доступ до муніципальних наборів даних: назви вулиць, їх об'єкти, межі міст, районів, сусідні райони. На цьому ж сайті громадяни можуть публікувати свої ініціативи й шукати підтримку⁴⁷².

У лютому 1998 р. департамент новітніх технологій при Прем'єр-міністрові Сполученого Королівства опублікував документ «Електронний уряд: інформаційні технології та громадяни»

⁴⁷¹ Кастельс М. Інтернет Галактика: міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства / М. Кастельс / [пер. з англ.]. – К. : Ваклер, 2007. – С. 146 – 147.

⁴⁷² Netherlands Action Plan Open Government, 29 October 2013 [Electronic resource]. – Available at : <http://www.opengovpartnership.org/sites/default/files/Netherlands%20Action%20Plan%20Open%20Government%20Partnership.pdf>

(Electronic Government: Information Technologies and the Citizen)⁴⁷³, який вказує, що уряд може вдосконалити надання публічних послуг, посилення транспарентності уряду та покращення демократії на всіх рівнях. У 1999 р. – Біла книга з модернізації уряду (Modernising Government White Paper), а також План дій модернізації уряду (Modernising Government Action Plan), де наголошено на тому, що користувач, а не провайдер, є центром публічних послуг і саме на його потреби має орієнтуватися уряд.

Щоб забезпечити населення інформацією про діяльність органів влади, у 2000 р. прийняли програму «Великобританія онлайн» (UK online). Вона визначила структуру й склад послуг, які необхідно реалізувати для пересічних споживачів і неурядових організацій, передбачивши не лише розширення спектру наданих послуг, але й забезпечення повного охоплення громадян і населення урядовими послугами та радикальне поліпшення використання інформації. Важливо і те, що зміст онлайн-сервісу мав бути добре продуманий і орієнтований на всі категорії користувачів, включаючи представників мовних меншин, людей працездатного віку й людей, обмежених у пересуванні⁴⁷⁴.

У грудні 2000 р. запущено The UK online Citizen Portal для цілодобового надання послуг. Портал став єдиним місцем, де вся громадськість може отримати доступ до урядової інформації та послуг, скоротивши в такий спосіб обтяжливу бюрократичну процедуру. Об'єднавши більше 1000 офіційних сайтів, портал став ключовим елементом ініціативи «Великобританія он-лайн». Портал спробували зробити адресатоорієнтованим, наприклад у «Життєвих епізодах» (Life Episodes) запропоновано інформацію для розв'язання щоденних потреб громадян (ціни на нерухомість, місцеві школи, транспорт, адреси тощо). У «Громадянському просторі» (Citizen Space) йдеться про поточні урядові питання, які впливають на вироблення політик, і громадськість запрошують долучитися до обговорення. Окрім цього, існує можливість персоналізувати портал:

⁴⁷³ Electronic Government – Information Technologies and the Citizen [Electronic resource]. – Available at : http://itlaw.wikia.com/wiki/Electronic_Government_-_Information_Technologies_and_the_Citizen

⁴⁷⁴ UK Online : A Prototype for Centralized E-Government Services [Electronic resource]. – Available at : <http://www.amazon.com/UK-Online-Prototype-Centralized-E-Government/dp/B000066CXQ>

читати інформацію уельською чи отримати спеціалізовану інформацію про послуги в Шотландії⁴⁷⁵.

У листопаді 2003 р. запущено портал для бізнесу businesslink.gov.uk, який надає доступ до урядової інформації та послуг бізнесовим структурам, власникам та керівникам підприємств. Він створений для підтримки малого й середнього бізнесу, а тому передбачає надання консультацій британським підприємцям і винахідникам у режимі електронного зв'язку, надання персональних бізнес-консультантів і радників у сфері інноваційних технологій⁴⁷⁶.

У березні 2004 р. розпочав роботу ще один урядовий портал – Directgov, який надає широку інформацію про уряд, містить перелік веб-сайтів уряду Великої Британії за групами або темами, включаючи «гроші, податки й пільги», «зайнятість», «освіта й навчання», «медицина» та інші урядові директорати. У жовтні 2012 р. Directgov та Business Link замінено новим порталом gov.uk⁴⁷⁷.

Специфічною рисою урядового порталу є те, що він зосереджується на е-консультаціях, пропонуючи чіткі інструкції громадянам, які полегшують їхню участь та сприяють самому процесу консультацій. До речі, Сполучене Королівство посідає третє місце після Данії та Швеції за індексом готовності е-уряду⁴⁷⁸. Окрім цього, Ініціатива трансформаційного уряду Сполученого Королівства 2005 р. (UK Transformational Government Initiative) має на меті спрямувати департаменти до співпраці, інтеграції всіх послуг, збалансування обміну даними, одночасно дотримуючись законодавства про захист даних, щоб створити дійсно інноваційний підхід у наданні послуг, який базується на інтересах громадян⁴⁷⁹.

У 2003 р. група Організації з економічного співробітництва та розвитку, яка відповідає за залучення громадян, провела дослідження потенціалу ІКТ для підтримки включеності громадян у

⁴⁷⁵ UK Online Citizen Portal Goes Live [Electronic resource]. – Available at : <http://www.lgcplus.com/uk-online-citizen-portal-goes-live/1357511.article>

⁴⁷⁶ 20 years of «online government» [Electronic resource]. – Available at : <https://ntouk.wordpress.com/2014/03/19/20-years-of-online-government-101-part-1-progress-towards-a-single-online-presence-including-pictures/>

⁴⁷⁷ Ibidem

⁴⁷⁸ UN Global E-Government Readiness Report, 2005 : from e-Government to e-Inclusion [Electronic resource]. – Available at : <http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2005-Survey/Complete-survey.pdf>

⁴⁷⁹ Nahleen A. An Overview of e-Participation Models [Electronic resource] / A. Nahleen. – Available at : <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan023622.pdf>

процеси прийняття рішень. У доповіді наголошено, що е-участь повинна забезпечувати розуміння того, що було й не було досягнуто; розуміння можливостей оцінки переваг та впливу застосування технологій у демократичному процесі⁴⁸⁰. Беручи до уваги рекомендації групи, проекти е-демократії сфокусовано на таких пріоритетних для Сполученого Королівства темах:

1) форум електронної експертної групи (ePanel forum) для обговорення питань, що стосуються міста. Проект реалізувала місцева рада м. Брістоль, його цілями було продемонструвати демократичний потенціал експертних груп громадян, посприяти місцевим радам у реалізації ідей громадян, посилювати зв'язок між посадовцями, які задіяні в онлайн консультаціях. Сайт Askbristol.com інтегрував різноманітні засоби: форуми, огляди чати наживо. Зареєстровані громадяни могли обговорювати питання як з експертами, так і один з одним перш, ніж буде створено фінальний огляд ідей та пропозицій;

2) е-петиції для громадян, щоб лобіювати свої інтереси перед місцевою владою. Проект реалізували в м. Кінгстон на Темзі, в основу якого покладено досвід Шотландського парламенту (який розпочав систему е-петицій у лютому 2004 р. після 4-річного пілотного проекту). Мета нової послуги – збільшити прозорість, доступність і посилити процес надання петицій на місцевому рівні, де на них повинні реагувати органи влади і де є можливість відслідковувати розгляд петицій;

3) персоналізована взаємодія з громадянами. Проект отримав назву «Мікро демократія». Його реалізувала міська рада м. Суїндон. Виокремлено такі цілі проекту: надавати більш ефективні консультації; персональне залучення до питань, що є важливі на індивідуальному рівні; інтеграція процесу е-петицій з іншими онлайн та офлайн підходами. Основний акцент зроблено на можливості користувачів, які працюють у місцевих органах влади, створювати електронні анкети й у такий спосіб вивчати погляди громадян, залучати їх до вироблення важливих для місцевої громади рішень;

⁴⁸⁰ Macintosh A. Towards an evaluation framework for eParticipation. [Electronic resource] / A. Macintosh, A. Whyte // Transforming Government: People, Process & Policy. – 2008. – № 2 (1). – P. 16 – 30. – Available at : http://eprints.whiterose.ac.uk/3742/2/TransGov_WhyteMacintoshfordissemination.pdf

4) обмін найкращими практиками. Проект здійснювала міська рада м. Уолвергемптон. Його мета – розробити основні напрями найкращих практик із залучення громадян і співпраці з ними в наданні місцевих послуг⁴⁸¹.

У 2004 р. для координації національних проектів, обміну найкращими практиками та досвідом, взаємодії з місцевими медіа, організації конференцій та семінарів розроблено Програму комунікацій національних проектів (The National Projects Communications Programme)⁴⁸². 22 національних проекти розроблені, щоб допомогти місцевим радам покращити послуги, посили ефективність та сприяти створенню сталих спільнот. Зокрема⁴⁸³,

– онлайн-служби планування та регулювання (Planning and Regulatory Services Online (PARSOL)) – планування включає поради експертів, моніторинг даних, електронні консультації; регулювання включає онлайн ліцензування, самооцінку бізнесу, доступ до регулятивної інформації (www.parsol.gov.uk);

– робота з бізнесом – розробляти та покращувати надання інформації онлайн від місцевої влади та транзакційні послуги місцевому бізнесу (www.workingwithbusiness.org.uk);

– менеджмент зв'язків із клієнтами (Customer Relationship Management (CRM)) – підтримка рад у наданні сучасних, успішних та ефективних місцевих урядових послуг, що забезпечить більшу відкритість, підзвітність, інклюзивність рад та поінформованість спільнот (www.crmacademy.org);

– цифрове телебачення (Digital TV (DigiTV)) – надає змогу місцевим радам розробляти та підтримувати інтерактивні послуги на Sky,ntl: та Telewest (www.digitv.org.uk);

– рамки для обміну інформацією між різними агенціями (Framework for Information Sharing in a Multi-Agency Environment (FAME)) – покращення послуг ефективного та належного обміну інформацією між місцевими радами, провайдерами та урядовими

⁴⁸¹ Ibidem.

⁴⁸² Local e-Government National Projects [Electronic resource]. – Available at : www.localgov.gov.uk

⁴⁸³ Ibidem

⁴⁸³ Local e-Government National Projects [Electronic resource]. – Available at : www.localgov.gov.uk

агенціями; організації публічного сектору теж матимуть доступ до релевантної інформації (www.fame-uk.org);

– е-демократія (e-Democracy) – використання сили нових технологій для заохочення участі громадян у розробці місцевих рішень у період між виборами, адже залучені громадяни швидше візьмуть участь у голосуванні, ніж ті, хто не брав участі у виробленні ідей та рішень, важливих для місцевої спільноти (www.e-dem.info).

У Великобританії визнають особливо потужний вплив телебачення на громадян, тому введено низку заходів, які обмежують можливості домінування особистих чи колективних думок у медіа. Зокрема, заборонено політичну рекламу, упереджене висвітлення, накладено обмеження на трансляції протягом виборів. Королівська Хартія BBC та її угоди з урядом від 2007 р. зобов'язують компанію надавати збалансовані послуги з широкого кола питань, які задовольняють смаки й потреби всієї аудиторії. Визначено такі нові цілі: посилити розуміння ролі громадянського суспільства, стимулювати навчальний інтерес, збагатити й посилити культурну активність громадян, представити нації, регіони та спільноти, ознайомити з міжнародними питаннями й поглядами громадян інших країн, розбудувати цифрову Великобританію⁴⁸⁴.

Популярним є створення контенту користувачами: завантажують фото, короткі відеоролики, ведуть блоги та створюють сайти. Щодо політичної участі, то в 2010 р. 22 % усіх користувачів підписували е-петиції, 7 % – зв'язувалися з членом Парламенту чи головою місцевої ради⁴⁸⁵.

Право на свободу інформації, яке зафіксоване в ст. 10 Європейської Конвенції прав людини (Британія підписала в 1951 р.), захищається Актом про права людини 1998 р. Акт про свободу інформації 2000 р. містить положення про доступ до інформації, яка утримується публічною владою Англії, Уельсу та Північної Ірландії. Окремо прийнято Акт про свободу інформації в Шотландії 2002 р. з такими ж положеннями. Комісар з інформації

⁴⁸⁴ United Kingdom. Specific policy issues and recent debates : media pluralism and content diversity [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/unitedkingdom.php?aid=426>

⁴⁸⁵ Craufurd Smith R. Media policies and regulatory practices in a selected set of European countries, the EU and the Council of Europe : The case of the UK. Background information report. October 2010 [Electronic resource] / R. Craufurd Smith, Y. Stolte. – Available at : <http://www.mediadem.eliamap.gr/wp-content/uploads/2010/05/United-Kingdom.pdf>

слідкує, щоб інформація владних органів була доступна громадянам⁴⁸⁶.

На загальнонаціональному рівні реалізуються такі ініціативи та програми комунікації з громадянами⁴⁸⁷:

– Парламентський сайт <http://www.parliamentlive.tv>, який пропонує онлайн висвітлення та архів публічних обговорень, включаючи дебати та парламентські слухання в обох Палатах. Матеріали доступні за замовленням протягом 28 днів. Одночасно транслюються 18 стрічок новин, сайт надає можливість замовляти статті та відео, які пояснюють роботу Парламенту;

– благодійна організація MySociety розробляє проект <http://www.writetothem.com>, завдяки якому громадськість може безкоштовно зв'язатися через е-пошту чи факс з обраними представниками влади;

– з 2007 р. Парламент надає он-лайн консультації від імені спеціальних комітетів <http://forums.parliament.uk> з питань, що стосуються власності, фінансів, торгівлі, бізнесу, особистого розвитку;

– сайт прем'єр-міністра <http://petitions.number10.gov.uk> створено, щоб надати можливість громадянам звертатися з е-петиціями до високопосадовця з питань, які саме громадяни вважають важливими. З 2007 р. Даунінг Стріт 10 має свій канал на YouTube і більше 6 тис. підписувачів. Ініціатива отримала назву «Запитай прем'єр-міністра», коли громадяни мають можливість завантажити запитання до прем'єр-міністра, який на них відповідає. Представлено також виступи та промови високопосадовця.

Парламент має свій аккаунт у Twitter (<http://twitter.com/UKParliament>), де пропонує дайджест новин та відповіді на запитання громадськості; сторінку в Facebook (<http://en-gb.facebook.com/pages/UK-Parliament/16553417732>), яка представляє Парламент як інституцію, але не подає інформацію про те, що відбувається у Парламенті (це завдання офіційного сайту);

⁴⁸⁶ Craufurd Smith R. Media policies and regulatory practices in a selected set of European countries, the EU and the Council of Europe : The case of the UK. Background information report. October 2010 [Electronic resource] / R. Craufurd Smith, Y. Stolte. – Available at : <http://www.mediadem.eliamep.gr/wp-content/uploads/2010/05/United-Kingdom.pdf>

⁴⁸⁷ E-Democracy // Postnote : Parliamentary Office of Science and Technology. – January 2009. – № 321 [Electronic resource]. – Available at : <http://www.parliament.uk/documents/post/postpn321.pdf>

канал на Flickr (http://www.flickr.com/photos/uk_parliament) інформує про історію, роботу, події та здобутки Парламенту; фільми на YouTube (<http://www.youtube.com/UKParliament>) популяризують роботу та роль Парламенту для онлайн аудиторії⁴⁸⁸.

Завдяки невеликому розміру країни, де «всі знають усіх», традиційною особливістю Данії вважають консультаційний процес (офіційний та неофіційний) з ключовими стейкхолдерами й урядом. Консультації базуються на політичній культурі пошуку консенсусу між коаліційними партіями та прийняття компромісу. Нещодавно данські міністерства розпочали процес консультацій через публічні слухання та тематичні веб-сайти щодо стимулювання публічних обговорень та залучення громадян.

Офіційний веб-сайт Данії denmark.dk зорієнтовано передусім на іноземців, бо він містить велику кількість пізнавальної та необхідної інформації про політичний устрій держави, особливості географічного розташування та клімату, стиль життя, традиції, практичну інформацію (про освіту, пошук роботи, визначні місця, які варто відвідати), пропонує перехід на сайти міністерств тощо. Сайт ілюстрований величезною кількістю фотографій та відео матеріалів. Блогери діляться своїми порадами щодо проживання в Данії. Сайт функціонує англійською, німецькою, іспанською, французькою, португальською, російською, китайською та арабською мовами, пропонує також вихід на сторінки уряду Данії, у якому не має спеціального підрозділу з політик ЄС⁴⁸⁹.

У 2005 р. для підтримки транспарентності створено Консультаційний портал (*Høringsportalen*) за адресою borger.dk, який збирає консультаційні документи починаючи з середини 2005 р., що стосуються підготовки положень усіма міністерствами та агенціями; обов'язково публікуються проекти законів та накази; представлені також політичні та стратегічні документи, проекти положень Європейської комісії. Після закінчення консультацій уряд публікує прийняті коментарі⁴⁹⁰.

Уряд Данії займає проактивну позицію щодо доступності

⁴⁸⁸Parliament's Corporate Use of Social Networking Sites [Electronic resource]. – Available at : <http://www.parliament.uk/documents/foi/FOI-2011-parliament-social-media-policy-F11-284.pdf>

⁴⁸⁹[denmark.dk](http://denmark.dk/en/quick-facts/) [Electronic resource]. – Available at : <http://denmark.dk/en/quick-facts/>

⁴⁹⁰*Høringsportalen* [Electronic resource]. – Available at : www.borger.dk/forside/lovgivning/hoeringsportale

урядових положень через Інтернет для широкої громадськості. Так, усе нове законодавство друкується в офіційній газеті Lovtidende.dk, яка має електронний формат з 1 січня 2008 р. Веб-сайт Retsinformation.dk надає доступ до державної правової системи з 1 січня 2008 р. Retsinformation.dk оновлюється принаймні раз на день і забезпечує пошук законів, положень, які видають міністерства, урядові органи, за винятком документів, які стосуються поточних парламентських обговорень. Сайт зв'язує з базою парламентського веб-сайту, а також надає доступ до Lovtidende.dk та міністерської газети Ministerialtidende.dk⁴⁹¹. Як частина урядової програми е-уряду було створено веб-сайт Virk.dk, зорієнтований на бізнес; тут підприємці можуть отримати інформацію з питань правил та реєстрації в Данії, отримати зразки документів⁴⁹². Громадський портал Borger.dk (існує з 2007 р.) забезпечує легкий доступ до сектору публічної інформації, допомагає розв'язати питання, пов'язані з наданням послуг⁴⁹³ (зорієнтований суто на місцевих жителів і надає інформацію лише данською, на відміну від згаданих вище порталів, які пропонують також англomовний варіант).

Стратегія електронного врядування на 2011 – 2015 рр. визначає такі ініціативи уряду Данії: ефективна цифрова комунікація з громадянами, цифрові технології для бізнесу (цифрова пошта для всіх компаній, доступ до даних компаній через бізнес портал, доступні дані для громадськості тощо), ІТ у школах, цифрова комунікація з пацієнтами, ІТ для реалізації соціальних ініціатив, ІТ підтримка пошуку роботи, цифрові університети, спільна платформа для ефективного управління довкіллям тощо⁴⁹⁴.

Уряд визнає нагальну потребу більш ефективної комунікації між громадянами та владою. Цифрові канали комунікації повинні не просто стати альтернативою для традиційних паперових повідомлень, а замінити їх. Як результат, усі громадяни мають використовувати Інтернет будь-де для задоволення своїх інформаційних та комунікаційних потреб. Тим, хто не обізнаний з

⁴⁹¹ Transparency through consultation and communication [Electronic resource]. – Available at : <http://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/44912510.pdf>

⁴⁹² Virk.dk <http://english.virk.dk/home.html>

⁴⁹³ Borger.dk <https://www.borger.dk/Sider/default.aspx>

⁴⁹⁴ eGovernment Strategy 2011 – 2015. The Danish Government / Danish Regions / Local Government [Electronic resource]. – Available at : http://www.digst.dk/~media/Files/Digitaliseringsstrategi/Engelsk_strategi_tilgaengeligg.pdf

цифровими каналами комунікації, буде надаватися допомога; особливу увагу приділено людям із обмеженими фізичними можливостями. Вважали, що найпізніше до кінця 2014 р. усі громадяни матимуть власні цифрові скриньки, у які будуть отримувати інформацію від органів влади. Громадський портал Borger.dk надасть безпечні точки доступу; «Моя сторінка» на Borger.dk надасть прямий доступ кожному до персональної інформації про житло, охорону здоров'я, податки, права та обов'язки.

Важливим моментом є те, що данські політики дуже серйозно та відповідально ставляться до онлайн обговорень. Близько 73 % політиків стверджують, що онлайн слухання надали їм чіткішу та повнішу інформацію про очікування громадян щодо майбутнього їх муніципалітетів⁴⁹⁵.

2011 р. у Данії було представлено доповідь «Підтримка демократії – підтримка завтрашніх громадських медіа». Ключовими параметрами визначено технології, розвиток ринку споживачів і зростання інтернаціоналізації. Мета доповіді – сприяти поширенню соціальної та культурної інформації, посилити демократичні обговорення в суспільстві, гарантувати різнобічність та різноманітність медіа Данії. Потужні медіа розглядають як вагому підтримку демократичних цінностей і суспільства через незалежне виробництво та поширення новин, інформації, яка заохочує пошук інформації та участь у громадських обговореннях⁴⁹⁶.

Сучасні комунікаційні технології забезпечують набагато потужнішу взаємодію між урядом та громадянами; надають можливість створити кращий громадський контроль політичної діяльності, формують краще поінформований електорат та забезпечують підзвітність урядовців. У 1999 р. уряд Швеції проголосив про свою ціль побудувати справжнє інформаційне суспільство, доступне для всіх протягом 24 годин. У 2010 р. запропоновано політику «Як можна простіше для якомога більшої

⁴⁹⁵ eParticipation in the institutional domain: a review of research : analytical report on eParticipation research from an administration and political perspective in six European countries [Electronic resource]. – Available at : http://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/6676/ssoar-2009-freschi_et_al-eparticipation_in_the_institutional_domain.pdf?sequence=1

⁴⁹⁶ Denmark. Specific policy issues and recent debates : media pluralism and content diversity [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/denmark.php?aid=426>

кількості – від стратегії до дій для е-адміністрації»⁴⁹⁷. Ключові слова політики – «простий, відкритий, доступний, ефективний та безпечний е-ряд».

Урядова комісія з питань шведської демократії, створена в жовтні 1997 р., започаткувала вивчення політики е-участі в Швеції, залучивши понад 100 науковців. Кінцева доповідь «Стала Демократія» (A Sustainable Democracy) не лише наголошує на потребі демократії участі у Швеції, а й визнає важливість експериментів з е-участю⁴⁹⁸.

У цьому контексті особливої увагу заслуговують два демократичні проекти, які фінансує уряд:

1) «Час для демократії», мета якого – збільшити участь та обізнаність із політичними процесами, акцентуючи особливу увагу на національних виборах. Протягом 2000 – 2002 рр. 142 освітні проекти отримали гранти загальною вартістю 19 млн шведських крон;

2) «Швеція участі», мета якої – побороти соціальне виключення та посилити ширшу участь шведського суспільства. Проект реалізовували протягом 2006 – 2009 рр. загальною вартістю 22 млн шведських крон⁴⁹⁹.

Окремо уряд виділив 4 млн шведських крон на заходи зі сприяння участі та діалогу серед громадян. Проте варто зауважити, що в Швеції немає спеціально розробленої програми політики е-участі чи е-демократії, усі ініціативи виходять із місцевої спільноти чи громадських організацій. Наприклад, онлайн дорадчі референдуми проводилися в таких містах, як: Калікс, Мальмо, Вара та Сігтуна. У м. Сігтуна протягом одного року було організовано 10 онлайн референдумів з вражаючими результатами: участь громадян зросла з 30 % до 60 %, соціоекономічні характеристики учасників

⁴⁹⁷ Bernhard I. E-government and E-governance – Swedish Case Studies with Focus on the Local Level [Electronic resource] / I. Bernhard. – Available at : <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:663249/FULLTEXT01.pdf>

⁴⁹⁸ En uthållig demokrati! Politik för folkstyrelse på 2000-talet : Demokratiutredningens betänkande [Electronic resource]. – Available at : http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Utredningar/Statens-offentliga-utredningar/sou-2000-1-_GOB31/

⁴⁹⁹ Citizen centric e-participation. A trilateral collaboration for democratic innovation. Case studies on e-participation policy: Sweden, Estonia and Iceland, 2013 [Electronic resource]. – Available at : http://www.praxis.ee/fileadmin/tarmo/Projektid/Valitsemine_ja_kodanike%C3%BCchiskond/citizen_centric_e_participation_veebi.pdf

збалансовані, ідеї учасників покладені в основу заключних положень форуму.

У 2013 р. засновано Фонд «Великий виклик для розвитку: взяти до уваги всі голоси» (The Grand Challenge for Development: Making All Voices Count (MAVC)) для підтримки інноваційних ідей, які покращують залучення громадян до урядової діяльності, що може призвести до меншої корумпованості та більш ефективного реагування уряду на потреби громадян. В основі діяльності фонду – ідея про те, що залучені громадяни є запорукою демократії; без них демократія стає порожнім звуком з політиками, віддаленими від людей; динамічний світ потребує постійної взаємодії (не лише кожних 4 роки протягом парламентських перегонів)⁵⁰⁰.

Підтримуючи інноваційні технологічні платформи, MAVC шукає способи взаємодії громадян та службовців через надсилання, отримання та підключення до інформації, які сприятимуть відкритому демократичному керівництву завдяки зворотному зв'язку щодо урядової діяльності. Фонд заснували агентство США з міжнародного розвитку USAID, Департамент з міжнародного розвитку Сполученого Королівства (DfID), інвестиційна фірма Omidyar Network та Шведська міжнародна агенція розвитку співпраці Sida. Проект коштує 45 млн доларів на 4 роки й реалізують через дослідницькі гранти, надаючи фінансову та технічну підтримку ініціативам співпраці уряду та громадянського суспільства.

Уряд Швеції визнає брак діалогу між тими, хто приймає рішення, та громадянами (та особами без громадянства), результатом чого стає погане керівництво, корупція, відчуження громадян, дискримінація вразливих груп (людей, які живуть у бідності, сільських жителів, меншин). Під час поганої чи відсутньої взаємодії урядовці неспроможні зрозуміти очікування своїх громадян та не впроваджують ініціативи для задоволення цих очікувань.

Швидкий розвиток ІКТ, постійне зростання користувачів мобільними телефонами, збільшення користування смарт-фонами та Інтернетом відкриває можливості інноваційним ідеям, які дають змогу громадянам викривати хабарництво, заповнювати прогалини в наданні послуг і надихати уряди розробляти нові шляхи боротьби з

⁵⁰⁰ Making All Voices Count – Engaging Citizens through Innovation and Technology [Electronic resource]. – Available at : <http://www.swedenabroad.com/Pages/StandardPage.aspx?id=63902&epslanguage=en-GB>

корупцією, звітуватися перед своїми громадянами ефективно, активно та швидко.

У 2013 р. уряд представив доповідь про політику реалістичної демократії (A policy for a living democracy), у якій наголошували на взаємозв'язку між можливістю особистості здійснювати вплив на політичний процес та повагою до прав людини. Основоположні права та свободи є передумовою доступу громадян до політичних процесів, можливості висловити свої погляди та вимагати звітності від урядових структур. Уряд визначає заходи, які має намір реалізувати:

1) висока та рівна участь виборців, що є ознакою сталої демократії;

2) широка участь у виборних органах, що є важливим елементом процесу вироблення рішень;

3) посилені можливості впливу, транспарентності й участі в період між виборами: громадяни та організації громадянського суспільства повинні мати можливість участі в прийнятті важливих політичних рішень; основа демократичного суспільства – тривалий діалог між виборцями та тими, хто приймає рішення;

4) збільшена демократична обізнаність: громадяни, особливо молодь, мають бути обізнані з питань функціонування демократичного уряду, основоположних принципів демократії, повинні відчувати довіру до уряду;

5) охорона демократії від екстремізму: уряд має намір запобігати проявам екстремізму проти громадян та громадянського суспільства, протидіяти поширенню ідеологічного насилля, націленого на інституції громадянського суспільства, його представників та окремих громадян⁵⁰¹.

У 2004 р. у м. Готенбург розпочато онлайн форум для залучення громадян в обговоренні розбудови та забудови міста. Обмежена активність на початковому етапі зросла в 2006 р. і нараховувала 980 постів. На основі гарячих обговорень та пропозицій було відкрито виставку в місцевому музеї щодо проектування міста та його комунікацій. Особливістю цього проекту було дистанціювання від обговорення політиків, усі дискусії проходили на неформальному рівні, а політики залишили за собою право прийняти незалежне

⁵⁰¹ A policy for a living democracy. Government communication, 2013 [Electronic resource]. – Available at : <http://www.government.se/content/1/c6/23/91/73/1d4eac8d.pdf>

рішення в підсумку. Проте сподівання пересічних громадян та фінансові можливості тих, хто приймає рішення, суттєво різнилися, тому весь онлайн форум звівся до процесу спільного поділу проблем, а не повноважень⁵⁰².

У 2008 р. у м. Мальмо розпочато першу систему електронного звернення. Її успіх залежить від того, наскільки державні службовці готові серйозно розглядати звернення та швидко на них відповідати. Протягом першого року надійшло 200 електронних звернень, на які посадові особи (і політичні, і адміністративні) відмовилися давати відповідь, а громадськість сприйняла це як норму. Протягом наступних 16 місяців надходило в середньому 10 звернень щомісяця. Опитування показало, що більше 80% респондентів очікували, що політики прочитають звернення; більше 70 % – сподівалися на зворотній зв'язок і на те, що відповідний комітет чи рада буде поінформована. 13 % опитаних підтвердили, що отримали відповідь від місцевих політиків.

Медіа політика Швеції типова для країн Європейського Союзу. Свобода висловлювання, доступність та різноманітність контенту – цілі заходів шведського уряду у сфері культури та мас медіа. Газети, які підтримуються урядовими грантами, комерційні канали, доступ до світових каналів через супутниковий зв'язок, Інтернет, платне ТБ надають широкий спектр думок, ставлень, зображень, забезпечуючи плюралізм масмедіа⁵⁰³.

Свобода преси означає право друкувати та інформувати лише з незначними обмеженнями. У контексті активної комунікаційної політики Швеція з 1970-х субсидує економічно слабкі газети, щоб забезпечити вільний ринок ідей та здорову конкуренцію у сфері інформації.

Діяльність масмедіа базується на принципі публічного доступу до офіційних документів, що дає змогу шведам отримувати повну та прозору інформацію про діяльність уряду й місцевих органів влади, запобігаючи проявам зловживання владою. Цей принцип зобов'язує

⁵⁰² Citizen centric e-participation: A trilateral collaboration for democratic innovation. Case studies on e-participation policy: Sweden, Estonia and Iceland, 2013 [Electronic resource]. – Available at : http://www.praxis.ee/fileadmin/tarmo/Projektid/Valitsemine_ja_kodanike%C3%BChiskond/citizen_centric_e_participation_veebi.pdf

⁵⁰³ Sweden. General legislation [Electronic resource]. – Available at <http://www.culturalpolicies.net/web/sweden.php?aid=519>

державних службовців та працівників урядових установ інформувати мас медіа про те, що вони знають. Винятком є інформація, яка захищає такі інтереси: безпеку держави або її взаємовідносини з іншою державою чи міжнародною організацією; національну фіскальну, монетарну політику; контроль, інспекцію, керівництво, що здійснюють органи державної влади; запобігання чи переслідування злочинів тощо.

Сайт Швеції – Sweden.se є офіційним джерелом інформації про державу. Сайт надає можливість спілкування з упорядниками для отримання відповідей на важливі питання, що стосуються проживання, працевлаштування, туристичних атракцій, статистичної інформації, культури, бізнесового оточення, природи тощо. Окрім шведської публікації сайту доступні такими мовами, як: англійська, арабська, китайська, французька, німецька, російська, іспанська⁵⁰⁴. Швеція також представлена в Facebook та Twitter.

Урядовий спеціальний портал eRepublic.org підтримує та сприяє послугам е-уряду в усьому світі й зорієнтований на залучення громадян. eRepublic.org надає безпосередній зв'язок з веб-сайтами та порталами країн світу, включаючи дипломатичні установи; надає посилання на групи підтримки е-уряду: бізнесові, урядові, неурядові, освітні організації; пропонує відеоматеріали та публікації; надає можливості зворотного зв'язку⁵⁰⁵.

У грудні 2011 р. уряд Швеції розпочався експеримент @Sweden – акаунт у Twitter, унікальність якого в тому, що кожного тижня один швед контролює весь @Sweden. Такого куратора обирають Шведський інститут, Шведський офіційний туристичний веб-сайт VisitSweden, який є урядовою агенцією, та Шведська рекламна компанія Volontaire. Проект отримав назву «Куратори Швеції»⁵⁰⁶.

Початкова мета – популяризувати туристичні принади країни, але оскільки @Sweden не піддається цензуруванню, то став інструментом вільного висловлювання. Тут громадяни обговорюють також політичні питання і в тій пріоритетності, що важлива для них, а не згідно з порядком денним уряду. Метою експерименту – вивчити та

⁵⁰⁴ Sweden. Official web-site [Electronic resource]. – Available at : <http://sweden.se/>

⁵⁰⁵ eRepublic.org [Electronic resource]. – Available at : <http://www.erepublic.org/egovincountrieses/sweden.html>

⁵⁰⁶ @Sweden : Connecting Citizens through a National Voice [Electronic resource]. – Available at : <http://takefiveblog.org/2012/06/12/connecting-citizens-through-a-national-voice/>

показати, як соціальні медіа відображають соціальні зміни, як ініціюють та підтримують діалог між громадянами, як вони слугують засобом публічної дипломатії.

У 2013 р. британська організація Publish What You Fund (PWYF) представила Індекс сприяння прозорості, за яким Швеція посіла 9 місце серед 67 організацій та країн⁵⁰⁷. Особливо відзначено було веб-сайт Openaid.se – Шведська Ініціатива прозорості. Онлайн сервіс розробили Міністерство закордонних справ Швеції та Шведська міжнародна агенція розвитку співпраці Sida, щоб і загальна аудиторія, і стейкхолдери могли легко побачити коли, кому і на які цілі виділяється шведська фінансова допомога. Основна ідея сайту – зробити доступною інформацію про допомогу через Інтернет, а не спонукати зацікавлені сторони робити запити у відповідні установи. Openaid.se направляє у пошуку інформації про внески, прийняті рішення, звіти та оцінку результатів фінансування⁵⁰⁸.

Протягом останніх 10 – 15 років у Фінляндії точилися дискусії навколо таких проблем, пов'язаних з участю громадян у процесах прийняття рішень, як добробут держави, відчуження громадян від політичного процесу та якість публічних послуг. Усі дискусії призвели до розуміння необхідності посилити роль громадянського суспільства, тому з кінця 90-х рр. ХХ ст. започатковують різноманітні проекти та ініціативи.

У 1995 – 1999 рр. розробляли окремі індивідуальні проекти, а в період 1999 – 2003 рр. реалізовували Програму громадянської участі як одну з ключових однорівневих програм Урядової програми 2003 – 2007 рр. На період 2007 – 2011 рр. – програма уряду Фінляндії з е-послуг та е-демократії «Відкрита, справедлива та впевнена Фінляндія», за якою транспарентність та право громадян на хороше керівництво, участь у процесах прийняття рішень та доступ до інформації вважають основою діяльності місцевих органів управління. Місцеве законодавство примушує органи влади інформувати та вступати в комунікацію з громадянами, яка повинна бути відкритою, активною та вчасною. Цьому сприяють електронні засоби комунікації.

У 1997 р. Міністерство внутрішніх справ розпочало Проект

⁵⁰⁷ Sweden praised for aid transparency [Electronic resource]. – Available at : <http://www.government.se/sb/d/17191/a/227158>

⁵⁰⁸ Openaid.se [Electronic resource]. – Available at : <http://www.openaid.se/en/start>

участі, щоб запобігти виключності громадян держави з комунікаційного процесу. У 2000 р. Міністерство фінансів започаткувало дискусійний форум www.otakantaa.fi = «Поділіться вашими думками з нами» (otakantaa =Share Your Views with Us), щоб використати потенціал ІКТ для консультування з громадянами. Зараз цей форум модерує Міністерство юстиції.

Міністерство фінансів реалізовувало проект «Почути громадян» як частину Центральної урядової реформи 2000 – 2003 рр., який виходив з ідеї про те, що консультування та участь посилюють відкритість уряду. Проект Міністерства юстиції 2007 – 2008 рр. розробив проект стратегії е-консультування та е-участі. Уряд створив також Дорадчу раду з політики громадянського суспільства, щоб посилити діалог між адміністрацією та громадянським суспільством; Міністерство заснувало демократичну мережу між іншими міністерствами, щоб координувати роботу, та посилити участь громадян.

Навесні 2010 р. представлено Принципи сприяння демократії, які налічували 32 пропозиції, зокрема посилення представницької демократії та громадянського суспільства, нові канали участі, демократична освіта. План дій відкритого уряду, імплементація якого розпочалася у липні 2013 р., заохочує участь громадян і базується на таких принципах: відкрита процедура, зрозуміла мова, відкрите знання та уряд-помічник⁵⁰⁹.

Транспаретність і доступ до інформації – базові принципи місцевого урядування Фінляндії. Акт про місцеве врядування (The Local Government Act) наголошує на важливості представницької демократії та впливі жителів і користувачів послуг на місцеві справи. Місцева влада зобов'язана надавати спільноті інформацію про поточні питання, які розглядаються; плани, які безпосередньо впливають на жителів, як вони реалізуються; які рішення вже прийняті та їхні наслідки. Громадянам радять, як можна висловити та запропонувати свої ідеї відповідальним посадовцям⁵¹⁰.

У березні 2013 р. у м. Гельсінкі запустили веб-сервіс Open Ahjo, який надав можливість громадянам столиці дізнаватися про порядок

⁵⁰⁹ Finland's Action Plan on Open Government [Electronic resource]. – Available at : <http://www.opengovpartnership.org/country/finland>

⁵¹⁰ Democracy and Transparency [Electronic resource]. – Available at : <http://www.localfinland.fi/en/authorities/democracy/Pages/default.aspx>

денний обговорень та рішення, прийняті місцевою владою та обраними депутатами. Open Ahjo – найновіша версія системи прийняття рішень Ahjo, яка використовує Міська рада та інші органи Гельсінкі. В основі запровадження сервісу покладено ідею – «відкритість – це керівний принцип; секретність – виняток з правила». Сервіс уможлиблює безкоштовний доступ до міських архівів, бо всі записи автоматично копіюються в Open Ahjo⁵¹¹.

На початку 2010 р. почали розробляти концепцію Helsinki Region Infoshare. Перша версія запрацювала в березні 2011 р., а до кінця 2012 р. веб-сервіс запропонував широкий спектр даних для жителів Гельсінкі та прилеглих територій. До кінця 2013 р. веб-сервіс став частиною звичної діяльності місцевої влади. Основна мета Helsinki Region Infoshare – зробити регіональну інформацію швидко й легко доступною для всіх. Із початку створення веб-сервіс був зорієнтований на обмін відкритою інформацією між містами Гельсінкі, Еспоо, Вантаа, Кауніаінен. Насьогодні – це джерело, загалом статистичної, інформації про умови життя, добробут, економічний розвиток, зайнятість та транспорт⁵¹².

Більшість медійних організацій Фінляндії вбачають своїм завданням підтримувати демократію та можливість кожного брати участь у житті суспільства через надання найрізноманітнішої інформації, думок, обговорень та можливостей взаємодіяти з іншими. Компанії підтримують терпимість, мультикультуралізм, пропонуючи контент для меншин, спеціальних груп офіційними мовами та мовами самі, ромів і глухонімих⁵¹³.

У березні 2006 р. розпочав роботу оновлений сайт Уряду Фінляндії www.valtioneuvosto.fi та медіа сервіс media.valtioneuvosto.fi (де потрібна реєстрація). Уведено нові функції: підписка на розсилку прес-релізів, календар подій та великий банк зображень; окрім цього, надано більше матеріалів урядових сесій. За керівництво сайтом та оновлення контенту відповідає відділ урядових комунікацій, розташований в Офісі Прем'єр-міністра. Послуги надають фінською (запропоновано найширший та найповніший спектр інформації),

⁵¹¹ Helsinki - transparency pioneer in Finland [Electronic resource]. – Available at : <http://www.epsiplatform.eu/content/helsinki-transparency-pioneer-finland>

⁵¹² Helsinki Region Infoshare [Electronic resource]. – Available at : <http://www.hri.fi/en/>

⁵¹³ Jyrkiäinen J. Finland. Media Landscapes [Electronic resource] / J. Jyrkiäinen. – Available at : http://ejc.net/media_landscapes/finland

шведською та англійською мовами⁵¹⁴.

Доступ до всіх публічних послуг надається через сайт Suomi.fi, де особливу увагу зосереджено на наданні е-послуг. Уся важлива для громадян інформація згрупована за 14 темами, найбільш затребуваними є житло та будівництво, соціальні послуги сім'ям, закон і правовий захист, робота та пенсія, оподаткування та фінансування, транспорт і подорожі тощо. Увівши назву муніципалітету, можна отримати інформацію про всі наявні послуги⁵¹⁵. Забезпечено також зворотній зв'язок; усі запити громадян переадресовуються на сайт Public Service Info, основне завдання якого – надавати поради громадянам і скеровувати їх до потрібних служб⁵¹⁶.

Створено веб-сайт www.2030.fi, який надає форум блогерам висловити свою думку щодо майбутнього Фінляндії до 2030 р. Новий проект забезпечує залучення громадян через соціальні медіа, щоб їхні погляди та ідеї були почуті ще на ранній стадії. Цей спосіб інклюзії вважають новим в історії Фінляндії. Новостворений веб-сайт надає доступ до статей про майбутнє й обрані теми з блогів та інших джерел мережі. Будь-хто може зареєструвати свій блог. Веб-сайтом керує головний редактор, який змінюється кожних два тижні. Головний редактор відповідає за стимулювання дискусій, призначені голови та члени тематичних груп залишають свої коментарі. За підсумками такого обговорення буде представлено доповідь. На додаток протягом 2012 р. організовано сім регіональних консультаційних форумів для громадян із різних частин країн відкрито висловити ідей щодо майбутнього держави⁵¹⁷.

Ще з 1991 р. – початку відбудови своєї незалежності – уряд Естонії звернув увагу на потенціал ІКТ для посилення діалогу між тими, хто керує, і тими, ким керують. Зауважимо, що Естонія розбудовувала своє е-урядування за прикладом Австрії. Ініціативи е-урядування Естонії були зумовлені вимогами приватного сектору та загальної громадськості і впроваджувалися загалом у сфери, які потребували мінімально можливих затрат.

⁵¹⁴ Finnish Government [Electronic resource]. – Available at : <http://government.fi/etusivu/en.jsp>

⁵¹⁵ Suomi.fi [Electronic resource]. – Available at : <http://www.suomi.fi/suomifi/english/index.html>

⁵¹⁶ Public Service Info [Electronic resource]. – Available at : <http://www.publicserviceinfo.fi/kansalaisneuvonta/en/index.html>

⁵¹⁷ Citizens involved in shaping the future of Finland [Electronic resource]. – Available at : <http://vnk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedote/fi.jsp?oid=366665>

Розвиток та регулювання е-демократії в Естонії розпочали Актом про публічну інформацію 2001 р., який зобов'язав усі публічні інституції створити та підтримувати власні сайти й надавати он-лайн контент, який повинен задовольняти громадський інтерес. Концепція розвитку естонського громадянського суспільства 2002 р. визначила взаємні ролі, механізми й пріоритети співпраці публічної адміністрації та громадянських ініціатив. Завдання Плану розвитку громадянського суспільства на 2010 – 2014 рр. – створити сприятливі умови для громадянських ініціатив (включаючи електронні канали) і розвитку громадянського суспільства загалом. Однією з ключових сфер Плану є посилення громадянської участі, яка розглядається як практичний засіб демократії участі. Кодекс хорошої практики для участі надає рекомендації урядовцям, як ефективно використовувати різні канали комунікації, надавати громадянам інформацію та залучати їх до е-консультацій. Стратегія інформаційного суспільства 2013 р. наголосила на розвитку е-каналів комунікації, які дадуть змогу громадянам взаємодіяти з урядовцями⁵¹⁸.

Ще в 2001 р. запущено систему е-участі ТОМ (акронім від естонської фрази «Сьогодні я вирішую») (<https://www.eesti.ee/tom/ideas.py/avaleht>). Коли в інших державах схожі ініціативи зводилися лише до муніципального рівня, естонська ініціатива надала громадянам можливість брати участь у загальнонаціональному законотворчому процесі. Платформа ТОМ була набагато амбіційнішою, ніж, наприклад, платформа е-петицій Сполученого Королівства (<http://petitions.pm.gov.uk>), бо стала не лише засобом збору підписів, а форумом для громадян із обговорення законодавчих пропозицій протягом 10 днів із дня подачі пропозиції, надавала можливість голосувати в підтримку. Пропозиція, яку підтримала більшість, надсилається у відповідне міністерство, яке повинно її розглянути в місячний термін; відповідь із поясненнями необхідних подальших кроків чи неможливості упровадження пропозиції публікується в ТОМ. Найбільший пік громадянської

⁵¹⁸ Citizen centric e-participation: A trilateral collaboration for democratic innovation. Case studies on e-participation policy : Sweden, Estonia and Iceland, 2013 [Electronic resource]. – Available at : http://www.praxis.ee/fileadmin/tarmo/Projektid/Valitsemine_ja_kodanike%C3%BCchiskond/citizen_centric_e_participation_veebi.pdf

активності зафіксовано у 2001 р. (369 пропозицій) з поступовим спадом (2004 р. – 97)⁵¹⁹.

Дослідження, проведене в квітні – травні 2007 р. А. Гленкроссом, вказало на такі проблемні моменти: 1) з боку громадян: невисока участь, бо розглядаються вузькоспеціалізовані теми, які вимагають спеціальних знань; домінування в інформаційному просторі кількох «мега-користувачів»; автори пропозицій розчаровані через низьку кількість коментарів; відсутність можливості подати відкоректовані ідеї; відповіді від міністерств не містили конструктивної інформації, лише порожні фрази; 2) з боку урядових структур: необхідність відповідати на пропозиції підвищує навантаження на службовців; ідеї не відповідають пріоритетам міністерств; відповідальні службовці не приймають рішення, вони їх виконують⁵²⁰.

На місцевому рівні впроваджено систему VOLIS – вироблення рішень он-лайн для місцевих рад, яка надає можливості членам рад відвідувати сесії віртуально та голосувати онлайн, а громадянам переглядати в режимі телебачення сесії, читати документи та пропонувати положення для порядку денного (процедура як у ТОМ)⁵²¹.

У 2007 р. запущено естонський урядовий портал участі www.osale.ee («osale» естонською означає «брати участь»), який надав можливість зареєстрованим зацікавленим громадянам та групам коментувати проекти документів, що стосувалися урядових політик; пропонувати свої ідеї, поправки, направляти петиції. Далі вся процедура розгляду така сама, як і на платформі ТОМ. У середньому щорічно проводиться 25 таких консультацій⁵²². Проте в 2010 р. за допомогою статистичного дослідження щодо використання публічних е-послуг з'ясовано, що лише 8% респондентів чули про www.osale.ee і 3% – робили спроби бути почутими. Причинами такої низької активності є брак інтересу та знань громадян, щоб

⁵¹⁹ Glencross A. R. E-Participation in the Legislative Process [Electronic resource] / A. R. Glencross. – Available at : <http://www.jedem.org>

⁵²⁰ Ibidem

⁵²¹ Citizen centric e-participation: A trilateral collaboration for democratic innovation. Case studies on e-participation policy: Sweden, Estonia and Iceland, 2013 [Electronic resource]. – Available at : http://www.praxis.ee/fileadmin/tarmo/Projektid/Valitsemine_ja_kodanike%C3%BChiskond/citizen_centric_e_participation_veebi.pdf

⁵²² Ibidem

сформувані власні ідеї, а також низька мотивація й рівень заохочення службовців до прямої взаємодії з громадянами⁵²³.

Із 2007 р. реалізовували такі громадянські ініціативи⁵²⁴:

– «My Estonia» – одноденний брейнстормінг для виявлення та обговорення питань, які найбільше хвилюють місцеві спільноти (наприклад, сайт для жителів Таллінна www.meie.tallinn.ee). Організатори створили 400 сайтів, де мали змогу брати участь більше 11 800 громадян. За підсумками ініціатив створено онлайн банк зобов'язань, який повинен продовжувати подальші дискусії;

– Інтернет-портал www.petitsioon.ee, створений для збору та обговорення петицій (протягом 2 років запропоновано 100 петицій);

– сайт www.valvurid.ee (Government Watch) відстежує, як уряд виконує свої обіцянки: мережа експертів (експерти, НУО, аналітичні центри) оцінює політики уряду, діяльність міністерств та оприлюднює свої висновки на сайті.

Отже, розуміючи, що залучені громадяни є запорукою демократії і без них демократія стає порожнім звуком із політиками, віддаленими від людей, уряди держав-членів ЄС визнають брак діалогу між тими, хто приймає рішення та громадянами, результатом чого стає погане керівництво, корупція, відчуження громадян, дискримінація вразливих груп. Незважаючи на те, чи програми й ініціативи е-участі громадян приймаються на державному рівні чи ініціюються та реалізуються на місцевому рівні, усі вони зорієнтовані на забезпечення взаємодії між органами влади й громадянами, надають можливість створити кращий громадський контроль політичної діяльності, формують краще поінформований електорат і забезпечують підзвітність урядовців.

⁵²³ Citizen centric e-participation: A trilateral collaboration for democratic innovation. Case studies on e-participation policy: Sweden, Estonia and Iceland, 2013 [Electronic resource]. – Available at : http://www.praxis.ee/fileadmin/tarmo/Projektid/Valitsemine_ja_kodanike%C3%BChiskond/citizen_centric_e_participation_veebi.pdf

⁵²⁴ Ibidem

4.3. Мовна політика країн-членів ЄС як спосіб включення громадян у комунікацію

Інклюзивність та активність громадян суттєво залежить від спроможності отримувати інформацію мовою, яку вони розуміють / якій надають перевагу. Держави-члени ЄС проводять активну мовну політику, намагаючись дотримуватися принципів мультилінгвізму ЄС.

У Німеччині питання мовної політики досі в стані широкого громадського обговорення, нема єдиної ідеології чи планування. Політики, у центрі яких володіння німецькою та мультилінгвізм, обговорюються з погляду практичних результатів і особистої самоідентифікації⁵²⁵.

Загалом мовна політика ФРН перебуває під впливом переконання, що нація повинна бути монолінгвальна⁵²⁶. Протягом останніх років ведуться жваві політичні дискусії, чи треба визнати німецьку національною мовою. Річ у тім, що Конституція держави 1949 р. не містить чіткого положення про національну мову. У 2005 р. Асоціація німецької мови (Verein deutsche Sprache, VDS) закликала Парламент внести поправки до Конституції та назвати німецьку національною мовою, Бундеспрезидент Н. Ламмерт теж закликав до змін. Улітку 2008 р. Bild Zeitung опублікувала петицію «Мовою Німецької Федеративної Республіки є німецька» і варто внести поправки до ст. 22 Конституції. У листопаді 2010 р. петицію, яку підписали 46 тис. громадян, направили Президенту. Досі питання в стані обговорення⁵²⁷.

Вивчення німецької – важлива передумова інтеграції іммігрантів. У 2007 р. Міністерство внутрішніх справ навіть внесло пропозицію обов'язкового володіння німецькою для всіх осіб, які одружуються з

⁵²⁵ Pfaff C. W. Multilingual Development in Germany in the Crossfire of Ideology and Politics : Monolingual and Multilingual Expectations, Polylingual Practices [Electronic resource] / C. W. Pfaff. – Available at : <https://escholarship.org/uc/item/9gp0f163>

⁵²⁶ Blommaert J. The role of language in European nationalist ideologies / J. Blommaert, J. Verschueren // Language Ideologies. Practice and theory : [ed. B. Schieffelin, K. A. Woolard, P. V. Kroskrity]. – Oxford : Oxford University Press, 1998. – P. 189 – 210.

⁵²⁷ Pfaff C. W. Multilingual Development in Germany in the Crossfire of Ideology and Politics: Monolingual and Multilingual Expectations, Polylingual Practices [Electronic resource] / C. W. Pfaff. – Available at : <https://escholarship.org/uc/item/9gp0f163>

громадянами держави. Проте пропозиція не була підтримана, бо вважалася дискримінаційною та суперечила деяким нормам міжнародного права. Навчання в школах проводять лише німецькою, і тільки в Берліні є кілька державних середніх шкіл, які пропонують білінгвальне навчання й приватні школи, що працюють за такою ж «Берлінською моделлю»⁵²⁸.

Європейська хартія регіональних мов і мов меншин вступила в силу 1 січня 1999 р. у ФРН, згідно з якою нижньонімецька захищена як регіональна мова і фінансується для підтримки її використання. Мови меншин захищені і фінансують їх землями, також підпадають під юрисдикцію Рамкової конвенції про захист національних меншин (зокрема, данської, північно-фрізійської, ромської та ін.)⁵²⁹.

Франція проводить досить жорстку мовну політику, віддалену від принципів мультилінгвізму ЄС. Протягом століть французи розглядають свою мову як універсальну, чисту та зрозумілу, місія якої – доносити ідеї та цінності гуманізму всьому людству. Для захисту французької мови від впливу інших мов (англійської передусім), для гарантування статусу мови в комерційній та інших сферах у Франції 1975 р. Президент держави підписав Закон №. 75-1349, який підтримала більшість політичних партій⁵³⁰.

З 1992 р. ст. 2 Конституції Республіки проголошує французьку єдиною офіційною, адміністративною, щоденною мовою держави. У 1994 р. прийнято Закон № 94-665 («Toubon Law»), цілі якого – збагачувати мови, зобов'язати використовувати французьку, захищати її як мову Республіки⁵³¹. Мовну політику розробляє та реалізовує Генеральна делегація французької мови та мов Франції при Міністерстві культури. Місія Делегації – гарантувати французьким громадянам використання французької, сприяти соціальній єдності через використання французької, збагачувати та оновлювати мову, сприяти лінгвістичній різноманітності та використанню мов

⁵²⁸ Ibidem.

⁵²⁹ Germany. Specific policy issues and recent debates : language issues and policies [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/germany.php?aid=425#kopf>

⁵³⁰ Schiffman H. F. Linguistic Culture and Language Policy 1996 [Electronic resource] / H. F. Schiffman. – Available at : <http://www.english.illinois.edu/-people-/faculty/debaron/584/584reading/frenchlangpol.pdf>

⁵³¹ France. Specific policy issues and recent debates : language issues and policies [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/france.php?aid=425>

Франції⁵³².

Усі мови, якими розмовляють громадяни Франції, поділяють на дві групи: регіональні мови, які використовують у деяких регіонах держави більше, ніж французьку; та не-територіальні мови, які асоціюються з іммігрантами. У 1999 р. Франція підписала 39 (з 98) статей Європейської хартії регіональних мов і мов меншин, проте не ратифікувала їх, бо Конституційна рада вважала, що положення статей суперечать ст. 2 Конституції. Окрім цього, визначено, що французька є обов'язковою для всіх урядових департаментів, публічних служб, викладання французькою є теж обов'язковим для всіх⁵³³.

У поправках до Конституції 2008 р. у ст. 75–1 визначено, що регіональні мови належать до спадщини Франції. Однак визнання регіональних мов на державному рівні досі обмежене, бо хоча й регіональні акти та офіційні документи можуть публікуватися регіональними мовами, юридичну цінність має лише версія французькою⁵³⁴. Франція просуває лінгвістичну різноманітність через заохочення вивчати іноземні мови в освітніх закладах і сертифікованих мовних центрах. Під тиском Європейської комісії, яка просуває ідею мультилінгвізму в Європі, Парламент держави прийняв проект поправок до Конституції, згідно з якими стане можливим ратифікувати Європейську хартію регіональних мов і мов меншин.

За даними Євробарометра 2006 р. лише 51 % французів розмовляють однією іноземною мовою, 21 % – знають дві іноземні мови, 49 % – не володіють іноземними мовами. 14 % європейців володіють французькою як другою іноземною (14 % володіють німецькою, 32 % – англійською). 25 % європейців визнали французьку важливою мовою для кар'єрного зростання (68 % – за англійську)⁵³⁵.

У час великого мовного розмаїття уряд Нідерландів особливо

⁵³² France. Specific policy issues and recent debates : language issues and policies [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/france.php?aid=425>

⁵³³ Ibidem

⁵³⁴ France [Electronic resource]. – Available at : <http://www.queensu.ca/mcp/minoritynations/evidence/France.html>

⁵³⁵ Europeans and their Languages. Special Eurobarometer № 243, 2006 [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_243_en.pdf

наголошує на підтримці голландської мови. Із 2003 р. реалізують урядову концепцію монолінгвального навчання в мультикультурних школах із метою адаптації іммігрантів (на тлі загального зростання анти-іммігрантських настроїв)⁵³⁶. Проте одночасно підтримують ідею мультилінгвізму, зокрема мов меншин, іноземців, іммігрантів. Ці мови викладають у приватних школах, які не отримують фінансової допомоги від уряду. Зате ініціатива ЄС «рідна мова + 2» виконується не повністю, але англійська є обов'язковою мовою для вивчення в середній школі⁵³⁷.

Саме через велику кількість національних меншин інформація місцевої влади про житло, громадський транспорт, охорону здоров'я розміщена різними мовами. Сьогодні така політика переглядається, бо вважають, що це не заохочує іммігрантів вивчати голландську, а отже й перешкоджає інтеграційним процесам. З 2007 р. згідно з Законом про громадянство («Wet Inburgering» – Citizenship Law) усі іммігранти повинні здати екзамен на володіння голландською на рівень A2⁵³⁸.

Цікавий інноваційний проект упроваджували в 2009 р. у м. Утрехт, яке презентує себе як «мультилінгвальний хотспот». Переважна кількість жителів можуть розмовляти трьома та більше мовами, адже в місті розташовано багато міжнародних компаній, а університет приваблює іноземних студентів. Буручи до увагу цю характеристику, Утрехт прагне стати «лабораторією мультилінгвізму» ЄС⁵³⁹.

Поряд із голландською статус офіційної мови має фрізійська, вона єдина мова меншин, для якої Парламент ратифікував Частину 3 Європейської хартії регіональних мов і мов меншин (інші регіональні мови визнаються лише згідно Частини 2 Хартії). Спеціальний акт Парламенту закріпив офіційний статус мови в 1995 р. Наслідком ратифікації стало створення в 1998 р. Дорадчої ради фрізійської мови

⁵³⁶ Yagmur K. Language policy in the Netherlands [Electronic resource] / K. Yagmur. – Available at : http://www.amarauna-languages.com/orokorra/artikuluak/eu/Bilbao_Yagmur.pdf

⁵³⁷ Country Overview on the Application of the Less Widely Used and Taught Languages. The Netherlands [Electronic resource]. – Available at : http://www.smile-network.eu/upload/products/01%20Country%20Overview/The%20Netherlands_Country%20Overview_en.pdf

⁵³⁸ Kuiken F. Language policy and language education in the Netherlands and Romania [Electronic resource] / F. Kuiken, E. van der Linden. – Available at : <http://dare.uva.nl/document/2/139201>

⁵³⁹ Martinovic B. The Dutch City of Utrecht as a European Hotspot and Laboratory for Multilingualism [Electronic resource] / B. Martinovic. – Available at : http://www.poliglotti4.eu/docs/Multilingualism_Utrecht.pdf

(«Consultatief orgaan Fries» – Advisory Body for the Frisian Language). Усі муніципалітети Фрісландії мають окрему мовну політику, яка підтримує та заохочує мільтилінгвізм. З 2011 р. згідно з новим законодавством усі жителі Фрісландії можуть спілкуватися лише фрізійською з урядовими установами Нідерландів. Для спеціальних муніципалітетів Бонайре, Сінт-Естатіус, Саба офіційними мовами є англійська та папіаменто⁵⁴⁰.

У Сполученому Королівстві постало важливе економічне, соціальне та політичне проблемне питання – дефіцит мов, яке спровокувало розробку «Порядку денного для мов». Британські фахівці та політики з'ясували, що більшість громадян держави лінгвістично бідні, незважаючи на мовне багатство Королівства.

Річ у тім, що існує вкорінене припущення, що Сполучене Королівство характеризується монолінгвізмом з домінуванням англійської, якої достатньо для задоволення всіх потреб та очікувань сучасного суспільства. Проте для всього світу, й Королівства зокрема, нормою є мультилінгвізм, який сприяє миру, зростанню та процвітанню держав; торгівлі, конкурентоспроможності бізнесу та зайнятості; соціальній інклюзії, взаємній терпимості та повазі до культурної й національної спадщини; особистій відкритості та розвитку громадян.

У Сполученому Королівстві нації розробляють мовні політики відповідно до національних, регіональних та інституційних потреб у глобальному контексті багатомовного та мультикультурного Європейського Союзу. Однак існує певний парадокс: у державі спілкуються більшою кількістю мов, ніж у більшості розвинених країн; проте основна частина громадян одномовні (лише 33% стверджують, що володіють ще однією мовою, окрім англійської). Англійська є мовою міжнародного спілкування в політиці, торгівлі, науці, проте лише 31% європейців володіє англійською⁵⁴¹. Не розмовляючи іноземними мовами, Королівство ризикує бути виключеним із Європейської спільноти, бо не виказує жодної зацікавленості в розвитку європейської ідентичності. Серед країн-

⁵⁴⁰ Netherland. Specific policy issues and recent debates : language issues and policies [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/netherlands.php?aid=425>

⁵⁴¹ An Agenda for Languages [Electronic resource]. – Available at : <http://www.languagesatsouthampton.soton.ac.uk/2013/04/16/british-academy-report-on-multilingual-britain/>

сусідів таке ставлення трактується як культурна та мовна острівна ізоляція.

У Сполученому Королівстві не має загальної політики з мультилінгвізму, хоча за основу взято трилінгвізм, який пропонує ЄС: рідна мова плюс мова ЄС плюс інша світова мова. В усіх суперечливих дискусіях, які точаться в державі навколо мультилінгвізму, спільною для всіх залишається ідея престижності білінгвізму, зокрема через офіційне навчання (а не рідна мова меншини, до якої людина належить), хоча є певні упередження щодо статусу різноманітних мов. Дискусійним залишається питання державної підтримки мов спільнот⁵⁴².

«Стовпами» мовної політики ЄС є культурна обізнаність та міжкультурне взаєморозуміння, проте Сполучене Королівство – виняток із цього правила, бо має найбільшу кількість монолінгвальних громадян, що є наслідком статусу англійської як світової Lingua Franca та небажанням британців вивчати іноземні мови. Сьогодні висловлюють думки про доречність використання англійської як універсальної мови ЄС, що суттєво спростило б спілкування та заощадило б величезні кошти на перекладах. Проте безперечно така ситуація знівелювала б цінність національних мов країн-членів, порушила б принцип ЄС – збереження культурної національної різноманітності. Окрім цього, існує загроза, що англійська мова більше не прив'язувалася б до конкретної культури й набула б власних особливостей аж до різноманітних варіантів піджину⁵⁴³.

Володіючи лише англійською, Сполучене Королівство може опинитися залежним від доброї волі та мовної компетентності інших, бути виключеним від активної діяльності встановлення та підтримання міждержавних відносин, бо міжнародна комунікація вимагає мовної різноманітності, сприйнятливості та гнучкості. У контексті багатомовного ЄС англійський уряд ставить за мету краще

⁵⁴² Multilingual Britain [Electronic resource]. – Available at : <http://www.cumberlandlodge.ac.uk/Resources/CumberlandLodge2011/Documents/Programme/Reports/Multilingual%20Britain%20Report.pdf>

⁵⁴³ Sumaski L. Monolingual Britain in Multilingual Europe? Is the new National Languages Strategy in England a step back or a step forward towards a European community? [Electronic resource] / L. Sumaski. – Available at : http://www.anglia.ac.uk/ruskin/en/home/microsites/RUITs/research___the_centre.Maincontent.0012.file.tmp/monolingual_britain.pdf

адаптуватися до вимог сучасної економіки та світової конкуренції, виправивши помилки минулого. Міжнародний ринок праці, ТНК вимагають від британців знання інших мов.

Насьогодні не існує загальної мовної політики в Англії, проте коаліційний уряд 2010 р. переглядає національний навчальний план вивчення англійської мови й очікується, що на мови буде відведено значну частку навчального часу, принаймні для дітей 9 – 16 років.

У 2000 р. фундація Nuffield провела дослідження, у якому наголосила, що громадянам Сполученого Королівства суттєво бракує необхідних мовних навичок, а уряд не має цілісної концепції вивчення іноземних мов⁵⁴⁴. Щоб покращити ситуацію, у грудні 2002 р. було опубліковано Стратегію національних мов для Англії – 8-річний план трансформування національної мовної можливості, основним завданням якого було покращити викладання та вивчення мови⁵⁴⁵. Мета стратегія національних мов – змінити негативне ставлення учнів та дорослих громадян до вивчення іноземних мов, запровадивши навчання інших мов ще в початкових класах. Стратегія визначає дві важливі цілі: мовна компетентність і міжкультурне порозуміння. Щоб досягнути поставлені цілі, уряд окреслив три нових пріоритети:

- 1) вивчення іноземних мов починається ще з початкових класів (діти віком 7 – 11 років);
- 2) встановлення системи визначення мовної компетентності;
- 3) вивчення іноземних мов повинно здійснюватися й у професійних навчальних закладах, а не лише в університетах.

З 2007 р. по 2009 р. тривав проект «Наші мови» (Our Languages), у межах якого розроблено навчальні програми та навчальні матеріали такими мовами, як кантонська (зарахована до провінції Гуанджоу), сомалійська, йоруба та навчальні матеріали арабською, китайською, японською, російською, мовою панджабі. Підсумкове засідання провели в Палаті лордів за участю Комісара ЄС з мультилінгвізму.

⁵⁴⁴ Languages : the next generation. The final report and recommendations of the Nuffield Languages Inquiry [Electronic resource]. – Available at : http://www.nuffieldfoundation.org/sites/default/files/languages_finalreport.pdf

⁵⁴⁵ Basic Documentation on English and UK Policy [Electronic resource]. – Available at : <HTTP://WWW.LANGUAGESCOMPANY.COM/POLICY/BASIC-DOCUMENTATION-ON-ENGLISH-AND-UK-POLICY.HTML>

У листопаді 2009 р. Інформаційний центр з навчання та дослідження мов (Centre for Information on Language Teaching and Research (CILT)) розпочав національний проект залучення працедавців щодо заохочення вивчення іноземних мов через 200 шкільних мовних проектів. CILT також увів новий Диплом з мов та міжнародної комунікації. За ініціативи Центру на каналі BBC з'являється програма «Чому важливі мови» та розширена доповідь з мов у таких виданнях, як The Guardian, The Times, The Telegraph.

У 2013 р. Британська академія опублікувала доповідь «Загубили слова» (Lost for Words), у якій підтверджено, що низьке володіння мовами в Парламенті, в урядових відділах та агенціях загрожує майбутній безпеці Королівства, її глобальному впливу та світовому лідерству⁵⁴⁶. У листопаді 2012 р. Британська академія успішно провела тиждень мов, який став основою нового започаткованого Фестивалю мов у листопаді 2013 р., його мета – залучити не лише освітні заклади, а й політиків, бізнесові кола всього Королівства обговорити, дослідити всі переваги вивчення мов.

Із вересня 2013 р. до кінця 2015 р. діє нова програма Британської академії «Глобально народжений: переосмислення мовної політики Британії на ХХІ ст.» (Born Global: Rethinking Language Policy for 21st Century Britain). Поштовхом стало дослідження, проведене СВІ (Конфедерацією британської промисловості), за яким 70 % працедавців цінують навички володіння іноземними мовами, особливо в роботі з клієнтами, споживачами, постачальниками.⁵⁴⁷ Мета програми – пошук доказів того, що мовні можливості покращують зайнятість дорослого населення, та переконання молодих людей вивчати мови в школі, університеті.

Варто наголосити, що Стратегія національних мов стосується лише Англії, інші країни Королівства по-своєму впроваджують мовну політику, існує лише частковий консенсус щодо вивчення іноземних мов. Показовим є досвід Шотландії, де відділ освіти (Scottish Executive Education Department) протягом багатьох років фінансував проекти розробки мовної політики: національний пілотний проект

⁵⁴⁶ Languages [Electronic resource]. – Available at : <http://www.britac.ac.uk/policy/Languages.cfm>

⁵⁴⁷ Born Global: Rethinking Language Policy for 21st Century Britain [Electronic resource]. – Available at : http://www.britac.ac.uk/policy/Born_Global.cfm

вивчення іноземних мов у початковій школі; два проекти викладання гельської мови; проекти оцінювання мовної успішності.

Сполучене Королівство ратифікувало різноманітні частини Європейської хартії регіональних мов і мов меншин для уельської (Уельс), гельської (Шотландія), шотландської (Шотландія, Північна Ірландія) та ірландської (Північна Ірландія) мов у 2001 р. та для корнуольської мови (півострів Корнуол) у 2002 р. Окрім цього, прийнято низку законів, які регулюють функціонування мов у Королівстві.

Так, у 1993 р. прийнято Акт уельської мови (Welsh Language Act 1993), який запроваджує рівність уельської та англійської мов в Уельсі та накладає зобов'язання рівнозначно відноситися до обох мов під час надання громадських послуг в Уельсі. Згідно з цим актом британський уряд створив Раду уельської мови (Welsh Language Board), завдання якої – сприяти та заохочувати використання названої мови в усіх сферах, бізнесі особливо.⁵⁴⁸ З 2011 р. ця мова набуває офіційного статусу згідно з Критерієм уельської мови (Welsh Language (Wales) Measure), який також уводить посаду Комісара з уельської мови, створює для нього дорадчий комітет, формулює положення для стандартів мови, засновує Трибунал уельської мови, скасувавши Раду уельської мови. На період із квітня 2013р. до березня 2015 р. Комісар керувався у своїй діяльності Стратегічним планом, цілями якого виокремлено такі: вислуховувати всі погляди щодо уельської мови та гарантувати справедливість для всіх осіб, розширювати й посилювати використання названої мови в організаціях та сприяти вдосконаленню мовних навичок громадян.⁵⁴⁹

Гельська мова отримала певне визнання й підтримку після децентралізації та створення Шотландського парламенту в 1998 р. Акт гельської мови 2005 р. (The Gaelic Language (Scotland) Act) створює Раду розвитку мови (Gaelic development body – Bòrd na Gàidhlig), щоб гарантувати статус гельської як офіційної мови Шотландії, вимагаючи рівнозначної поваги до англійської. До

⁵⁴⁸ Welsh Language Board [Electronic resource]. – Available at : <http://www.webarchive.org.uk/ukwa/target/100770/source/search>

⁵⁴⁹ Welsh Language Policies [Electronic resource]. – Available at : <http://www.comisiynyddygydraeg.org/English/Assistance/adviceforbusinesses/Pages/welshlangaugepolicies.aspx>

повноважень ради належали такі: підвищувати кількість тих, хто використовує та розуміє гельську; заохочувати до застосування мови; спрощувати доступ гельською мовою і в Шотландії, і будь-де.

У стратегії для мов Шотландії (Strategy for Scotland's Languages) наголошено, що Шотландія – мультилінгвальна нація, яка використовує, окрім гельської, шотландської та англійської (мови, які завжди асоціюються з Шотландією), китайську, італійську, польську, мову урду та британську мову глухонімих. Відправною точкою для Стратегії є Барселонська угода 2002 р., яку Королівство підписало, у ній наголошено, що громадяни ЄС повинні досягнути високого рівня мовної компетентності – рідної мови та двох іноземних. Для шотландців це може означати «рідна мова плюс інша мова Шотландії плюс мова європейського сусіда».⁵⁵⁰ Окрім цього підкреслено, що у сфері мовної політики діяльність Парламенту ґрунтується на принципах відкритості, доступності та відображає змінюваний ландшафт шотландської спільноти й лінгвістичної різноманітності.

Іншою мовою Шотландії є шотландська, статус якої й досі залишається невизначеним, незважаючи на те, що саме шотландська століттями була офіційною мовою держави. Проблема в тому, що гельську чітко ідентифікують як окрему мову, а шотландська надто схожа на англійську через віковий вплив домінуючої мови, тому й тлумачиться часто як діалект. Саме таку думку сформульовано в урядовій доповіді 1952 р.: «це не мова освічених людей і не може вважатися придатним засобом освіти та культури»⁵⁵¹. Офіційне визнання прийшло лише в 1991 р., коли Шотландський офіс відділу освіти відстоював включення шотландської в навчальний план дітей 5 – 14 років. Міжнародне визнання було в 1993 р., коли Європейське бюро менш уживаних мов визнало шотландську як європейську мову меншин. Беручи до уваги висновки Робочої групи шотландської мови, уряд Шотландії бере на себе зобов'язання розробити рамки

⁵⁵⁰ A Strategy for Scotland's Languages [Electronic resource]. – Available at : <http://www.scotland.gov.uk/Resource/Doc/127600/0051620.pdf>

⁵⁵¹ Glen C. M. The Politics of Language Policy in Scotland. [Electronic resource] / C. M. Glen // The Annual of Language & Politics and Politics of Identity. – 2010. – Vol. IV. – P. 45 – 58. – Available at : <http://alppi.eu/wp-content/uploads/2011/02/3.-Glen-Language.pdf>

мовної політики для шотландської відповідно до принципів Європейської хартії регіональних мов та мов меншин⁵⁵².

Ірландська мова отримала визнання вперше згідно з Белфастською угодою 1998 р. (Belfast Agreement of 1998), за якою також створено транскордонний орган сприяння ірландській мові (Foras na Gaeilge). Ірландська мова має статус робочої та офіційної мови ЄС з 1 січня 2007 р.

Уряд Північної Ірландії прийняв Стратегію для ірландської мови на 20 років (2010 – 2030 pp.) (20-Year Strategy for the Irish Language 2010 – 2030), яка базується на конституційному статусі мови та Урядовій заяві про ірландську мову від 2006 р. Ціль урядової політики щодо мови – збільшити використання та володіння ірландською як мовою спільноти, досягнувши мети білінгвальності громадян (англійська плюс ірландська). Виокремлено такі завданнями мовної політики уряду: збільшити кількість сімей, які використовують ірландську як мову щоденного спілкування; надати мовну підтримку ірландськомовній громаді; гарантувати використання англійської та ірландської у сфері громадських послуг і бізнесу з подальшим зростанням ролі ірландської; посилити присутність ірландської в літературі.⁵⁵³ Уряд визнає важливість англійської для всіх сфер спілкування як міжнародної мови і як частини білінгвізму громадян, але й наголошує на потребі підтримання лінгвістичної ідентичності через широке використання ірландської.

Партнерство корнуольської мови (Cornish Language Partnership) було засновано у 2005 р. для сприяння імплементації Стратегії розвитку корнуольської мови (Cornish Language Development Strategy). Партнерство включає мовні організації, місцеву владу, інші організації, які співпрацюють, щоб просувати корнуольську та впроваджувати її в буденне життя. Політика, запропонована Партнерством, включає розміщення двомовних дорожніх знаків по всьому Корнуолу та гарантує використання мови в усіх департаментах Ради Корнуолу. Рада розглядає мову як життєво

⁵⁵² Scots Language Policy [Electronic resource]. – Available at : <http://www.scotland.gov.uk/Topics/ArtsCultureSport/arts/Scots/ScotsLanguagePolicy>

⁵⁵³ 20-Year Strategy for the Irish Language 2010 – 2030 [Electronic resource]. – Available at : <http://www.ahg.gov.ie/en/20-YearStrategyfortheIrishLanguage2010-2030/Publications/20-Year%20Strategy%20-%20English%20version.pdf>

важливий елемент сучасної культури острова і його спадщини, бере на себе відповідальність згідно з Європейською хартією регіональних мов і мов меншин гарантувати й сприяти мові, дотримуючись принципів, що закладені в Хартії.⁵⁵⁴

В Уельсі уельську мову вивчають у школі ще з 1940-х рр. В університетах викладання ведеться англійською, але є курси уельською. Навчання гельською було пріоритетом Шотландського уряду з 2000 р., на що виділяли суттєві кошти; окремо підтримуються коледжі та університети, де можна навчатися та проводити дослідження гельською. У Північній Ірландії згідно з наказом 1998 р. на відділ освіти покладено завдання сприяти вивченню ірландської в середній школі; більшість таких шкіл відкрили після 2000 р. (хоча фінансування розпочалося ще в 1980-х рр.); коледжі з викладанням ірландською з'являються у 2000 – 2002 рр.

Акт Сполученого Королівства про комунікації від 2003 р. (UK's 2003 Communications Act) визнає роль Уельської влади та Шотландського уряду в наданні громадського мовлення й наголошує на пропорційності програм уельською та гельською мовами. Уельс – єдина нація Королівства, де є два громадських мовника, які фінансуються публічно: BBC Wales Cymru надає телевізійні послуги, онлайн послуги англійською та уельською, має дві радіостанції (одна з яких веде мовлення уельською); Sianel Pedwar Cymru (S4C) пропонує програми уельською в прайм-тайм та з 1998 р. керує цифровою станцією, доступною через супутник, яка послуговується лише уельською.

Гельський комітет мовлення (Gaelic Broadcasting Committee), перейменований у 2003 р. у Гельську медіа-службу (Gaelic Media Service), був заснований згідно з Актом про мовлення від 1990 р. (Broadcasting Act 1990), щоб фінансувати створення медійних програм гельською. Фінансова підтримка з боку шотландського уряду уможливила запуск MG Alba у 2008 р. для заснування нового цифрового каналу гельською мовою.

Більшість ірландськомовних програм створена в Ірландській Республіці та транслюється в Північній Ірландії. Канал BBC Northern Ireland має дуже обмежену кількість годин мовлення ірландською. У

⁵⁵⁴ Cornish Language Partnership [Electronic resource]. – Available at : <http://www.magakernow.org.uk/default.aspx?page=28>

2005 р. засновано Фонд мовлення ірландською мовою (Irish Language Broadcast Fund), щоб розвивати та пришвидшувати публічне фінансування сектору телепрограм ірландською.

Розділ 3 Конституції Іспанії визначає статус кастильської (іспанської) як офіційної мови держави, інші мови можуть бути офіційними на регіональному рівні. 6 з 17 автономних спільнот зробили мови меншин другими офіційними у своєму регіоні, ще 2 зобов'язалися захищати свої діалекти. Населення країни Басків, Каталонії та Галісії має право використовувати чи іспанську, чи регіональну мову. Статут Каталонії визначає, що громадяни регіону повинні знати дві офіційні мови, при цьому каталонській надано перевагу у сфері публічного управління, медіа та освіти. Проте в 2001 р. це положення було визнано неконституційним.

У другій половині 1970-х рр. викладання мов меншин було факультативним, а згодом стало обов'язковим. Акт про планування каталонської мови 1983 р. вимагає, щоб діти навчалися каталонською; Акт 2006 р. надає пріоритет каталонській і у вищих навчальних закладах⁵⁵⁵.

У 2009 р. в Акті про мови шведська визнана офіційною мовою Швеції. Останніми роками уряд країни акцентує особливу увагу на навичках дітей читати та писати шведською, запроваджуючи спеціальні заходи за посередництвом бібліотек. Пріоритетним визнано також знання шведської серед іммігрантів завдяки безкоштовним мовним курсам, які фінансують місцеві органи влади.

Урядові заходи з підтримки офіційної мови, а також визнання мов меншин координує Рада шведської мови, яка є урядовою агенцією, створеною в 2006 р. внаслідок злиття попередньої Ради шведської мови та Центру технічної термінології. Королівська шведська академія, заснована ще в XVIII ст., сприяє розробці мовної політики⁵⁵⁶.

У 1999 р. офіційними було проголошено 5 мов меншин: всі варіанти саамської мови, фінська, меянкіельська (історично відома як торнедальська фінська), всі варіанти циганської мови та ідиш. Парламентська постанова регулює використання саамської, фінської

⁵⁵⁵ Spain. Official language status, either in the region or nationally [Electronic resource]. – Available at : <http://www.queensu.ca/mcp/minoritynations/evidence/Spain.html>

⁵⁵⁶ Sweden. Language issues and policies [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/sweden.php?aid=425>

та мейнкіельської в судових процесах та у взаємодії з адміністративними органами. На міські органи управління покладено обов'язок забезпечити вивчення офіційних мов менших як дітьми, так і дорослими.

У січні 2000 р. Швеція ратифікувала Європейську хартію регіональних мов та мов меншин. Мова глухонімих теж була визнана офіційною мовою держави. Унаслідок імміграційних процесів до Швеції населення країни розмовляє приблизно 150 мовами, проте їх розвиток і підтримка не є пріоритетними напрямками мовної та культурної політики держави.

У грудні 2005 р. парламент Швеції розглянув законопроект про мовну політику Швеції, у якій визначено такі 4 обов'язкові цілі:

1. Шведська – основна мова Швеції.
2. Шведська мова повинна використовуватися в усіх сферах життєдіяльності суспільства.
3. Мова державної влади повинна бути простою та доступною для розуміння.
4. Кожен житель Швеції повинен мати можливість вивчати, вдосконалювати та використовувати шведську. Такі ж права поширюються на мови меншин і мову глухонімих⁵⁵⁷.

У 2005 р. прийнято рішення про потребу нового мовного планування, а в 2006 р. створено Інститут мови та фольклору, складовою якого є Рада з мови Швеції. У 2006 р. після приєднання до Північної ради Швеція оприлюднила Декларацію про мовну політику скандинавських мов⁵⁵⁸.

У 2009 р. прийнято Закон про мови, який гарантує використання шведської як мови шведського уряду та інших громадських інституцій, включаючи університети й музеї (слід зауважити, що вимоги та правила використання шведської в ЗМК були визначені

⁵⁵⁷ The language situation in Sweden : the relationship between the main language and the national minority languages [Electronic resource]. – Available at : http://www.sens-public.org/IMG/pdf/SensPublic_RHeikkila_Cultural_diversity_Multilinguism_and_Ethnic_minorities_in_Sweden.pdf

⁵⁵⁸ The Declaration on The Declaration on a Nordic Language Policy is available in the Nordic languages Danish, Faroese, Finnish, Greenlandic, Icelandic, Norwegian, Sami and Swedish and also in English. [Electronic resource]. – Available at : http://www.norden.org/en/publications/publications/2007-746/at_download/publicationfile

давно)⁵⁵⁹. Отже, у Швеції домінує політика «м'якого» білінгвізму: захист національної мови й заохочення до вивчення мов меншин.

В основі мовної політики Фінляндії – дві ідеології фінської культури, одна базується на фінській мові, інша – на шведській. Права шведськомовного населення гарантує Конституція Фінляндії, переглянута в 1999 р. Права закріплені в спеціальному Акті про мови, який забезпечує рівність в офіційному використанні та доступі до освіти й кар'єри. Шведська вивчається як друга рідна мова ще з початкової школи.

Акт про мови, а також Акт про саамську мову (з поправками 2003 р. вступив у дію в 2004 р.) закріплює за саамі статут офіційної мови на території проживання населення, що розмовляє цією мовою. Окрім саамської мови, Конституція надає особливий статус мові ромів і мові глухонімих, гарантуючи підтримку й розвиток мов та національної культури⁵⁶⁰.

Фінляндія – відносно монолінгвальна культура, яка однак широко заохочує мультилінгвізм як на державному, так і на особистому рівні. Усі мови поділені у державі на три категорії: офіційні (фінська, шведська, саамі), іноземні мови (англійська, німецька, французька, російська), мови іммігрантів (естонська, сомалі). Усі офіційні мови вивчаються також як іноземні. Політика у сфері офіційних мов націлена на підтримання та поширення якомога більшої кількості іноземних мов для особистого культурного збагачення, розширення національного мовного капіталу. Ще з 1970 р. Фінляндія має «тримовну програму» як обов'язкову частину навчальної програми середньої школи⁵⁶¹.

З 2011 р. функціонує сайт pakkoruotsi.net, який спеціалізується на мовній політиці; його мета – поширювати якомога об'єктивнішу інформацію про сутність різних мов у Фінляндії, проводити публічні обговорення про місце шведської мови у Фінляндії⁵⁶². Дискусії показали два проблемних моменти (незмінні загалом протягом

⁵⁵⁹ Sweden. General legislation [Electronic resource]. – Available at <http://www.culturalpolicies.net/web/sweden.php?aid=519>

⁵⁶⁰ Finland. Specific policy issues and recent debates : language issues and policies [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/finland.php?aid=425>

⁵⁶¹ Buchberger I. A Multilingual Ideology in a Monolingual Country: Language Education in Finland [Electronic resource] / I. Buchberger. – Available at : http://cvc.cervantes.es/literatura/cauce/pdf/cauce25/cauce25_11.pdf

⁵⁶² pakkoruotsi.net [Electronic resource]. – Available at : <http://www.pakkoruotsi.net/>

століття): фінськомовні громадяни невдоволені обов'язковим вивченням шведської у фінських школах, а шведськомовна спільнота наполягає на недосконалій реалізації своїх прав щодо отримання громадських послуг рідною мовою⁵⁶³.

Мовна політика Естонії є частиною її політичного та історичного минулого, пов'язаного з перебуванням у складі Радянського Союзу. Протягом 50 років придушувалася національна ідентичність естонців із посиленою русифікацією всього населення. Перші спроби зрівняти (не посилити!) статус естонської мови порівняно з російською зроблені в 1989 р. через закон про мови, який назвали законом «обмеженого білінгвізму». Відтоді всі службовці повинні були володіти естонською, щоб взаємодіяти з громадськістю. Розпад СРСР у 1991 р. змінив статус етнічних груп у державі⁵⁶⁴.

У 1993 р. прийнято закон про громадянство, у якому однією з умов отримання громадянства Естонії є обов'язкове володіння національною мовою держави. У 1995 р. оновлений Закон усунув політику білінгвізму й надав російській статусу мови меншин. Мета Закону про мови – створити лояльну двомовну меншість у межах культурної автономії (Закон про культурну автономію національних меншин 1993 р.) та інтегрувати їх в суспільство. Заохочується вивчення мов меншин, дозволяється спілкування мовою меншин з урядовими структурами на території проживання такої меншини⁵⁶⁵.

Основний мотив мовної політики – боротьба з російською, яка колись поставила під загрозу існування естонської, також вивчення англійської та інших мов ЄС.

Медіаполітика Естонії не регулюється жодним спеціально створеним документом. Проте в основі медіарегулювання – свобода преси та вираження, які гарантує Конституція. Зокрема, у ст. 45 йдеться про вільне поширення ідей, думок, вірувань та іншої інформації усно, у друкований спосіб, через зображення чи інші засоби для вільного отримання та поширення, для публічного використання. Нормативними документами, що стосуються сфери

⁵⁶³ The Finnish Paradox : Language and Politics in Finland [Electronic resource]. – Available at : <http://www.recode.info/wp-content/uploads/2013/02/Saukkonen-Pasi-2012-RECODE.pdf>

⁵⁶⁴ Kemppainen R. Language Policy in Estonia: A Review [Electronic resource] / R. Kemppainen. – Available at : <https://ojs.lib.byu.edu>

⁵⁶⁵ Rannut M. Language Policy in Estonia [Electronic resource] / M. Rannut. – Available at : <http://estudijas.lu.lv/mod/page/view.php?id=30373>

медіа, є Акт про мовлення 1994 р., в основі якого Директива ЄС про аудіовізуальні послуги, Акт про захист персональних даних 2007 р., Акт про публічну інформацію 2000 р.⁵⁶⁶.

Ще з середини 1990-х рр. більшість газет мають е-версії. Найвпливовішим порталом новин є Delfi.ee, який створює оригінальний контент із можливостями залишати коментарі. Delfi запустив спеціальний розділ «Rahva Hääl» (Голос народу), де користувачі можуть завантажити фото та новини. Деякі медіа наявні в Facebook, Twitter та на YouTube⁵⁶⁷.

Отже, країни-члени ЄС намагаються просувати ідеї мультилінгвізму ЄС, однак при цьому особливий акцент роблять на статусі офіційної мови держави. Спільним для всіх є закріплення статусу державної мови на законодавчому рівні; особливо наголошують, що володіння державною мовою – обов'язково для всіх урядових департаментів, публічних служб; вивчення державної мови – важлива передумова інтеграції іммігрантів. Лінгвістична різноманітність просувається через заохочення щодо вивчення іноземних мов в освітніх закладах, сертифікованих мовних центрах. Загалом принцип мультилінгвізму ЄС «рідна мова + дві» реалізують через широке вивчення англійської мови і, як правило, мови меншини.

Висновки до розділу 4

У період першого розширення Спільноти уряди держав-кандидатів поступово розуміють необхідність впливу на широку громадськість, адже політична еліта – євроентузіасти та євроскептики – намагається розділити суспільство. Основний акцент комунікаційних заходів – на перевагах економічної інтеграції. Типовими заходами є промови високопосадовців, рекламні інформаційні буклети, окремі статті в пресі; створюються спеціальні інформаційні служби при МЗС, які інформують про перебіг переговорного процесу про вступ держави до ЄС та надають інформацію для медіа.

⁵⁶⁶ Loit U. Media policies and regulatory practices in a selected set of European countries, the EU and the Council of Europe : The case of Estonia [Electronic resource] / U. Loit, H. Harro-Loit. – Available at : <http://www.mediadem.eliamep.gr/wp-content/uploads/2010/05/BIR.pdf>

⁵⁶⁷ Ibidem

Чітку комунікаційну політику проводили держави-члени з четвертого розширення після періоду «холодної війни», щоб заручитися широкою підтримкою своїх громадян щодо євроінтеграційного курсу держав. Комунікаційні стратегії різнилися за тривалістю (від кількох років задовго до оголошення дати референдуму до 5 тижнів), інтенсивністю впливу (залучення медіа, високопосадовців, проведення окремих кампаній урядом і політичними партіями й НУО, організація спеціальних заходів тощо), освітньою (сприяти формуванню поглядів громадян напередодні референдуму про вступ країни до ЄС) та пропагандистською спрямованістю (поширювалася винятково позитивна інформація про переваги європейської інтеграції).

Зазначимо, що цілями комунікаційних політик було інформувати громадян про процедуру приєднання, переговорний процес, природу інституцій ЄС, процес прийняття рішень у Союзі, переконувати в необхідності тісніших економічних, політичних, культурних та безпекових відносин між державами та ЄС, сприяти розповсюдженню європейських цінностей.

Протягом інформаційно-комунікаційних кампаній МЗС країн-кандидатів створювали сайти з питань європейської інтеграції, відкривали телефонну лінію запитань і відповідей про специфіку та вплив вступу до ЄС; надавали інформацію для медіависвітлення інтеграційного процесу. МЗС не проводили власних кампаній, радше інформували, але в усіх державах (окрім Швеції та Фінляндії) чітко простежено основний підтекст: підтримка євроінтеграції. Комунікаційна політика Швеції та Фінляндії була зорієнтована на надавання якомога об'єктивнішої інформації громадянам про наслідки приєднання до ЄС, щоб вони самі могли прийняти рішення щодо майбутнього голосування на референдумі. Політичні партії наголошували на економічних перспективах та історичному підґрунті євроінтеграції. Католицька церква закликала виконати свій моральний обов'язок – проголосувати на референдумі, при цьому не вказувала, як слід голосувати. У країнах посткомуністичного табору великий акцент зроблено на страх до радянського минулого, євроінтеграцію подавали як безальтернативність розвитку держави.

Спільним для держав-кандидатів була відсутність потужної, організованої та добре профінансованої антиєвропейської кампанії,

підтримка євроінтеграції громадянами щонайменше як на 50 % ще до початку кампанії.

Оскільки євроінтеграція – це також процес, який відбувається «знизу», і потребує активної підтримки громадян, то й держави-члени ЄС приділяють велику увагу саме комунікації (не суто інформуванню) з громадянами через е-участь та мовну політику.

Варто взяти до уваги, що створюються урядові сайти, де громадяни не лише отримують доступ до важливої інформації, а мають змогу коментувати проекти, звертатися до високопосадовців із запитаннями й пропозиціями, подавати е-петиції, вести блоги, які критикують дії влади; ознайомлюватися зі звітами урядовців; ранжувати рівень публічних послуг; брати участь в онлайн обговореннях. Громадян закликають повідомляти та обговорювати проблеми з обраними службовцями через мобільні пристрої. Це посилює прозорість діяльності владних органів, підвищує довіру до обранців, робить процес прийняття рішень вагомим та відповідальнішим.

У Швеції та Фінляндії розпочато ініціативи у сфері соціальних медіа: створено аккаунти в Twitter (Швеція) та сайт (Фінляндія), де громадяни обговорюють також політичні питання і в тій пріоритетності, що важлива для них, а не згідно з порядком денним уряду. Метою таких експериментів є вивчити та показати, як соціальні медіа відображають соціальні зміни, як ініціюють та підтримують діалог між громадянами, як вони слугують засобом публічної дипломатії.

Активність громадян у дискусіях щодо внутрішньо- та зовнішньополітичних питань суттєво залежить від можливості здійснювати комунікацію мовою, якою вони володіють. Принаймні урядові сайти пропонують інформацію державною мовою, англійською та регіональними мовами, іноді мовами найбільших іммігрантських спільнот. Захищаючи статус державної мови, країни-члени підтримують ідею мультлінгвізму ЄС через заохочення вивчення іноземних мов в освітніх закладах, сертифікованих мовних центрах. Підтримується використання регіональних мов у регіонах держави, але на загальнонаціональному рівні в урядових установах, органах влади, державних освітніх закладах, у наданні публічних послуг обов'язковим є володіння державною мовою.

РОЗДІЛ 5

КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ : ВИКЛИКИ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

5.1. Комунікативна підтримка євроінтеграції України : стан і проблеми

Зростаюче членство в ЄС свідчить про надзвичайну привабливість багатонаціонального інтеграційного процесу. Країни Центральної та Східної Європи після падіння «залізної завіси» мали вибір: «залишитися за колом», приєднавшись лише до зони вільної торгівлі (і підтримувати лише міжурядову співпрацю), чи «увійти до кола» ЄС. Вони обрали останній. Підписавши та ратифікувавши договори, країни-учасниці були переконані, що процес інтеграції не має чіткого кінця, але має чіткі цілі, які тісніше об'єднують усіх європейців. Це означає, що нових членів приваблюють економічні та політичні переваги інтеграції, і передача певної частини свого національного суверенітету наднаціональним інституціям не така страшна.

Важливою подією в процесі формування відносин України та ЄС став Указ Президента України про затвердження стратегії інтеграції України до Європейського Союзу від 11.06.1998⁵⁶⁸, де визначено пріоритети діяльності органів виконавчої влади на період до 2007 р. Стратегія враховує положення Стратегії ЄС щодо України від 4.10.1994⁵⁶⁹, Спільної стратегії ЄС щодо України від 11.12.1999⁵⁷⁰, а також відповідних рішень Ради ЄС, декларацій та інших документів ЄС, які стосуються України.

У Європейському Союзі країни-члени пов'язані складною системою комунікацій та спостереження один за одним: обов'язки регулярного звітування, система встановлення контрольних точок і моніторингу тощо. Ця система – фактично нова форма політичної координації країн-членів ЄС, оскільки виступає постійним

⁵⁶⁸ Указ Президента України про затвердження стратегії інтеграції України до Європейського Союзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/615/98>

⁵⁶⁹ 1790th Council Meeting – General Affairs Council, 4 October 1994. Press release [Electronic resource]. – Available at : <http://aei.pitt.edu/3285/1/3285.pdf>

⁵⁷⁰ Council Report to the European Council on the Implementation of the Common Strategy of the European Union on Ukraine [Electronic resource]. – Available at : http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/misc/14202.en0.html

нагадуванням про їхні обов'язки як його членів. ЄС – це форум, мета якого полягає в об'єднанні воель і воельової діяльності його держав-членів у рамках тісних взаємних зобов'язань⁵⁷¹. При цьому комунікація відіграє ключову роль, бо громадськість має змогу формувати ціннісні судження щодо діяльності уряду на основі тих повідомлень, які прямо чи опосередковано передаються через медіа про прийняті рішення.

Сьогодні Європейська інтеграція набуває в Україні якісно нового змісту: з декларативного зовнішньополітичного курсу вона поступово перетворюється на комплексну внутрішню політику реформ. На цьому етапі надзвичайно важливою стає громадська думка взагалі й щодо євроінтеграції зокрема, адже саме рівень підтримки певного інтеграційного вектора є невід'ємним компонентом успішної політики євроінтеграції та європеїзації суспільства.

Обравши курс на євроінтеграцію, Україна поклала на себе також зобов'язання проводити ефективну комунікаційну політику з дотриманням уже згаданих принципів. Проте цей процес у державі є досить складним, з великою кількістю гучно проанонсованих кроків і досить незначною їх практичною реалізацією.

У 2003 р. оприлюднено Державну програму інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004 – 2007рр. (затверджена Указом Президента України №1433 від 13 грудня 2003р.)⁵⁷², а в 2008 р. – Державну цільову програму інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2008 – 2011рр. (затверджена Постановою Кабінету міністрів України №594 від 2 липня 2008р.)⁵⁷³. Обидві програми не були реалізовані насамперед через недостатнє фінансування, бо кошти на виконання заходів цих програм практично не виділяли.

Було здійснено кілька спроб у сфері загальної координації євроінтеграційних зусиль:

⁵⁷¹ Гердеген М. Європейське право / М. Гердеген ; [пер. з нім.]. – К. : К.І.С., 2008. – 528 с.

⁵⁷² Державна програма інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004-2007рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=223561719

⁵⁷³ Про затвердження Державної цільової програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2008-2011 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/594-2008-%D0%BF>

– у 2002 – 2005 рр. в Україні функціонувала Державна Рада з питань європейської та євроатлантичної інтеграції на чолі з Президентом України;

– у 2005 – 2007 рр. за президенства В. Ющенка цей орган було ліквідовано з аргументацією, що євроінтеграція – це частина зовнішньої політики, а за її імплементацію має відповідати виключно МЗС⁵⁷⁴;

– у 2005 та 2007 – 2010 рр. діяла посада віце-прем'єра з питань європейської інтеграції, яка не була ефективною через обмеженість повноважень;

– у 2008 р. створено Координаційне бюро європейської та євроатлантичної інтеграції, яке ліквідували, і 31 березня 2010 р. у структурі Секретаріату Кабінету Міністрів України було створено Бюро європейської інтеграції⁵⁷⁵, яке мало здійснювати організаційне, експертно-аналітичне, інформаційне та інше забезпечення діяльності Кабінету Міністрів України, урядових комітетів, керівництва Кабінету Міністрів та керівництва Секретаріату Бюро з питань стратегічного планування європейської та євроатлантичної інтеграції, співпраці з ЄС та НАТО, імплементації положень Угоди про партнерство й співробітництво між Україною та Європейськими Співтовариствами, їхніми державами-членами, Плану дій Україна – ЄС, моніторингу домовленостей між Україною та ЄС; розвитку договірно-правової бази між Україною та ЄС, у тому числі щодо укладення Угоди про Асоціацію тощо. Однак справді координаційним воно не стало;

– у серпні 2014 р. створено Урядовий офіс з питань європейської інтеграції для ратифікації Угоди про асоціацію. Проте, як і в попередніх випадках, функції офісу лише координуючі та моніторингові.

Основну частину інформаційної діяльності за ці роки було здійснено практично без фінансової підтримки з боку держави – приватними ЗМІ та громадськими організаціями за кошти міжнародних фондів і дипломатичних представництв, зокрема

⁵⁷⁴ Зубко Д. Сім нянок для європейської інтеграції [Електронний ресурс] /Діана Зубко. – Режим доступу : http://dt.ua/columnists/sim-nyanok-dlya-yevropeyskoyi-integraciyi-169129_.html

⁵⁷⁵ Постанова від 31 березня 2010 р. N 286. Деякі питання Секретаріату Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/main/286-2010-%D0%BF>

Представництва ЄС в Україні, Європейської програми Міжнародного фонду «Відродження», посольств та благодійних фондів країн ЄС і США. Так, створені та діють Мережа Центрив європейської інформації України, Українська мережа європейських клубів, Українська асоціація європейських студій, Мережа інформаційних представників програми ЄС «Молодь в дії», Національний Темпус-офіс в Україні, Національний інформаційний центр співробітництва з ЄС у сфері науки та технологій; апробовані кращі практики інформаційно-просвітницької діяльності (проекти «Євроавтобус», «Європа у валізі», «Європа Ностра»).

Починаючи з 2003 р., щорічно в третю суботу травня в Україні на державному рівні відзначають День Європи (згідно з Указом Президента України «Про День Європи» № 339 від 19 квітня 2003р.), у публічних заходах якого традиційно активну участь беруть громадські організації, місцева влада різних міст України, посольства країн ЄС. День Європи став символом шанування спільних європейських цінностей, історії та майбутнього.

У жовтні 2008 р. Інформаційно-аналітичний центр «Громадський простір» створив «Європейський простір: портал проєвропейського громадянського суспільства України». Метою цього проекту було створити систему інформаційної підтримки процесу європейської та євроатлантичної інтеграції України, надати українським громадянам інформацію про діяльність проєвропейського громадянського суспільства. Портал «Європейський простір» покликаний виконувати об'єднуючу місію для того, щоб консолідувати на різних рівнях проєвропейські громадські організації шляхом підтримки й популяризації роботи неурядових організацій у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції, надати громадськості в доступному форматі знання про ЄС та євроатлантичні структури, їхні інституції, правові засади, особливості провадження інтеграційної політики органів влади⁵⁷⁶.

«Європейський простір» підтримує такі інформаційно-комунікаційні ініціативи:

1. Центри європейської інформації (ЦЄІ) – обласні інформаційно-просвітницькі ресурсні центри, які надають вільний

⁵⁷⁶ Європейський простір : портал проєвропейського громадянського суспільства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eu.prostir.ua/about/index.html>

доступ до інформації про Європу, ЄС, аспекти співпраці України з ЄС з метою сприяння європейській інтеграції України. На базі ЦЄІ регулярно проводять просвітницько-інформаційні заходи, спрямовані на популяризацію знань про європейську та євроатлантичну інтеграцію України: прес-конференції, круглі столи, лекції, семінари, тренінги, дискусії, пізнавально-розважальні заходи для молоді, тематичні виставки, святкування Дня Європи, Дня європейських мов, Тижня толерантності тощо.

2. Мережа тренерів з рольових ігор з європейської інтеграції: тренери володіють необхідними теоретичними знаннями й практичними навичками для організації та проведення рольових ігор з європейської інтеграції для широкої аудиторії (викладачі, студенти, школярі, громадські організації, працівники органів місцевого самоврядування, підприємств тощо). Учасники грають роль політиків, розуміють складнощі переговорного процесу про вступ та узгодження позицій різних гравців у ЄС; звертаються до специфічних питань, які стосуються критеріїв, виконання яких необхідне для здобуття членства в ЄС.

3. Українська мережа європейських клубів зорієнтована, щоб сприяти євроклубам у координації своєї діяльності, а також всебічній інформаційній, методичній та організаційній підтримці руху європейських й атлантичних клубів в Україні. Мережа має своє електронне видання Вісник «Євроклуб.ua», мета якого – сприяти мережевій діяльності вітчизняних молодіжних євроклубів шляхом налагодження обміну інформацією між ними, координації та надання їм інформаційної, методичної та організаційної підтримки.

З 1 січня 1993 р. Національна телекомпанія України є членом Європейської мовної спілки. У контексті євроінтеграційних прагнень України така міжнародна співпраця сприяє інтеграції нашої держави до міжнародного інформаційного простору, новим формам співробітництва українських та європейських медіа⁵⁷⁷.

Протягом 2009 р. через брак коштів не здійснювалося виготовлення та трансляція недержавних рейтингових передач у жанрі «ток-шоу», дебатів, дискусій з європейської інтеграції. Проте ця тематика висвітлювалася обласними державними

⁵⁷⁷ Бенкендорф Є. Національна телекомпанія України [Електронний ресурс] / Є. Бенкендорф. – Режим доступу : <http://benkendorf.kiev.ua/projects/tv/1tv.html>

телерадіокомпаніями, регулярну трансляцію також здійснювали Національна телекомпанія України, Національна радіокомпанія України, Державна телерадіокомпанія «Всесвітня служба «Українське телебачення і радіомовлення». Зокрема, створено такі передачі: «Європейський вибір», «Європейський поступ», «Вікно в Європу», «Європейські горизонти», «Європа – Україна: на шляху єднання»⁵⁷⁸.

У 2010 – 2011 рр. за кошти державного бюджету розпочато роботу української редакції телеканалу «Євроньюз», отримавши можливість наповнення «українського сегменту» телеканалу власними ресурсами. Проте в березні 2015 р. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення анулювала ліцензію на мовлення української версії телеканалу, мотивуючи кабальними фінансовими умовами, які уклала попередня влада. Сайт Euronews (<http://ua.euronews.com/programs/>) пропонує багато цікавої інформації про останні події з Європи, але не переслідує цілі інформаційної підтримки євроінтеграційних прагнень України.

Незважаючи на всі зусилля неурядових організацій щодо поширення ідеї європейської інтеграції, за даними соціологічної служби Центру Разумкова за грудень 2012 р. 42,4 % українців – за вступ до Європейського Союзу, 32,1 % – за вступ до Митного Союзу Росії, Білорусі та Казахстану⁵⁷⁹. Часто респонденти не могли навести конкретних аргументів на користь або проти європейської інтеграції України, не могли пояснити, які наслідки вона матиме на їхнє життя. Все це загалом свідчило про відсутність стійкої проєвропейської більшості в суспільстві. Найбільшу поляризацію в суспільній підтримці європейської інтеграції України простежено за регіоном проживання респондентів, що, очевидно, пов'язано з етнокультурними традиціями, сприйняттям європейської інтеграції як зовнішньополітичної альтернативи розвитку відносин з Російською Федерацією.

Громадяни України переважно не мають власного досвіду перебування в країнах ЄС, спілкування з громадянами країн ЄС.

⁵⁷⁸ Круглашов А. Європейська інтеграція на початку нового тисячоліття : [довідник] [Електронний ресурс] / А. Круглашов, І. Озимок, Т. Астапенко, В. Руссу. – Чернівці, 2010. – 212 с. – Режим доступу : <http://www.library.cv.ua/es/dovidnyk.pdf>

⁵⁷⁹ Яким інтеграційним напрямом має йти Україна? Соціологічне опитування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=865

Лише кожен п'ятий громадянин України відвідував країни Європейського Союзу. Ще менше мають знайомих, друзів, родичів у країнах ЄС. Збільшенню рівня міжособистісних контактів з ЄС заважають висока вартість поїздок, візові бар'єри, незнання англійської та інших мов ЄС, недостатня обізнаність про можливості участі громадян України в європейських освітніх, молодіжних, наукових, культурних програмах⁵⁸⁰.

Громадяни України переважно не володіють інформацією про європейські стандарти, моделі та практики з перших рук. Головним джерелом інформації для них виступають українські загальнонаціональні, а також російські ЗМІ.

У 2012 р. попри постійні заяви українських політиків про євроінтеграцію, тематика взаємин «Україна – ЄС» посіла далеко не перше місце в міжнародних блоках вітчизняних теленовин. Тема номер один за популярністю – політичні відносини України з ЄС, перспективи євроінтеграції; хоча в цій темі центральною стала вимога звільнити экс-прем'єр міністра Ю. Тимошенко. Значно менше дізнався український глядач про перспективи безвізового режиму й економічної співпраці з ЄС. З погляду дотримання професійних стандартів тему «Україна – ЄС» висвітлювали неодноразово з серйозними порушеннями. Для провладних телеканалів характерними є замовчування окремих фактів і подій, неповнота інформації. Журналісти опозиційних телеканалів цю тему подавали нерідко з оцінковими судженнями, тобто надаючи перевагу смислового типу новин над оповідним⁵⁸¹.

Щодо джерел інформації про Європейський Союз, то їх переважно три: – матеріали власних кореспондентів (на цьому фоні виділяються інформаційні служби каналу «1+1» та Інтер, які мають постійних власних кореспондентів у країнах Центральної Європи), міжнародні та українські інформаційні агентства, – закордонні ЗМІ (Deutsche Welle, газети). Не використовують тележурналісти як

⁵⁸⁰ Концепція державної цільової програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції на 2013 – 2015 роки : проект [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.uniter.org.ua/upload/files/PDF_files/Publications/eu_inform_concept.pdf

⁵⁸¹ Федорчук Л. Образ Євросоюзу в українських теленовинах: політика і журналістика [Електронний ресурс] / Л. Федорчук. – Режим доступу : <http://ua.ejo-online.eu/912>

джерела соціальні мережі й офіційні сайти опозиційних партій та їхніх лідерів⁵⁸².

Найбільше українські громадяни цікавляться, які наслідки матиме європейська інтеграція України на їхнє життя та умови життя громадян країн ЄС. Загалом, українські ЗМІ не дають відповідей на ці питання, обмежуючись висвітленням поточних зовнішньополітичних подій у відносинах Україна – ЄС. На тлі певного зростання обсягу висвітлення тематики в українських медіа, якість висвітлення та відповідність суспільному запиту не покращується. Практично єдиною тематикою, що висвітлюється через історії людей, залишається візовий режим, з однозначно негативними іміджевими наслідками для ЄС в очах українських громадян. Недостатня присутність у ЗМІ експертів (фахівців з європейської політики та права) і людей, що мали досвід проживання, ведення бізнесу, роботи, навчання у країнах ЄС⁵⁸³.

З жовтня 2012 р. по січень 2013 р. на замовлення і коштом Посольства Великої Британії в Україні комунікаційна агенція «Key Communications» виконувала проект «Дослідження обізнаності цільових груп і стратегія комунікаційної кампанії щодо Угоди про асоціацію Україна – ЄС, включно з ЗВТ»⁵⁸⁴. Велика Британія рішуче підтримує європейські прагнення України й переконана, що більш активна євроінтеграція принесе народу України значні переваги, зокрема безпечніші дороги, вищі стандарти захисту довкілля, збільшення обсягів прямих іноземних інвестицій (а отже, й більше робочих місць), ширші можливості експорту для українських компаній. Проте далеко не всі громадяни України мають чітке уявлення про ці переваги.

Зважаючи на це, ініційований Посольством Великої Британії в Україні проект мав на меті визначити, як українці сприймають ЄС і як можна підвищити їхню обізнаність щодо переваг від підписання Євросоюзом та Україною Угоди про Асоціацію, включно з угодою

⁵⁸² Федорчук Л. Образ Євросоюзу в українських теленовинах: політика і журналістика [Електронний ресурс] / Л. Федорчук. – Режим доступу : <http://ua.ejo-online.eu/912>

⁵⁸³ Концепція державної цільової програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції на 2013 –2015 роки : проект [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.uniter.org.ua/upload/files/PDF_files/Publications/eu_inform_concept.pdf

⁵⁸⁴ Інформаційна кампанія про переваги європейської інтеграції для України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.gov.uk/government/case-studies/explaining-the-benefits-for-ukraine-of-closer-european-integration.uk>

про глибоку й всеосяжну зону вільної торгівлі. За задумом, результати цього дослідження лягли в основу проекту стратегії ймовірної комунікаційної кампанії, до реалізації якої могли б долучитись українські, міжнародні та європейські партнери.

Замовлене дослідження виявило необхідність консолідувати та ефективніше координувати зусилля Великої Британії та України з надання вичерпної інформації про ЄС, а також представлення чітких і зрозумілих аргументів на користь євроінтеграції.

Беручи до уваги попередні недоліки інформаційних кампаній (брак фінансування, проблеми кадрового забезпечення, недостатньо чітке адресування програм, неналежний рівень координації дій учасників виконання програми, надмірна кількість та розпорошеність заходів), у 2012 р. було представлено проект Концепції державної цільової програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції на 2013 – 2015 рр.⁵⁸⁵, який однак не став урядовим документом попри цікавий та реальний стратегічний комунікаційний план. Мета Концепції – забезпечення усвідомленої стійкої підтримки європейської інтеграції як пріоритетного курсу державної політики з боку переважної кількості громадян України. Передбачалося зростання рівня підтримки інтеграції до ЄС до 60%; зниження частки тих, хто обирає два альтернативних інтеграційних вектори одночасно; збільшення частки тих, хто може навести аргументи на користь європейської інтеграції у вигляді позитивних наслідків для себе.

У проекті чітко визначені завдання, цільові групи, комуніканти, канали комунікації та механізми реалізації. Зокрема, запропоновано виконання таких завдань:

1. Збільшити висвітлення в медіа життя людей у країнах ЄС, з акцентом на вищому рівні їхньої матеріальної забезпеченості, як на кращій організації та моделі діяльності різних сфер, належному врядуванні. Цільові групи: всі основні професійні групи/суспільство загалом. Канали комунікації – ТБ, інші традиційні ЗМІ, Інтернет (нові медіа та соціальні мережі), кінопрокат. Комуніканти: ЗМІ, українці за кордоном та з закордонним досвідом, іноземці в Україні, експерти.

2. Інформувати про вже наявні вигоди та можливості співпраці з ЄС, зокрема про можливості торгівлі (експорту), обмінів та спільних

⁵⁸⁵ Концепція державної цільової програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції на 2013 – 2015 роки : проект [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.uniter.org.ua/upload/files/PDF_files/Publications/eu_inform_concept.pdf

проектів. Цільові групи: підприємці – потенційні експортери, науковці, освітяни, молодь, діячі культури. Канали комунікації – Інтернет, традиційні ЗМІ (приклади історій осіб з успішним досвідом), пряме спілкування. Комуниканти: українці з відповідним закордонним досвідом, галузеві бізнес-асоціації, Темпус-офіс, Національний контактний пункт, інформаційні представники програми «Молодь в дії», представництво програми «Культура – Східне вікно».

3. Донести переваги впровадження європейських стандартів для суспільства: прозоре та відповідальне врядування, зменшення корупції, ефективне витрачання державних коштів; розвиток демократичних засад суспільства, захист прав та свобод людини, незалежність судової системи тощо; покращення інвестиційного клімату/умов для ведення бізнесу в Україні, як наслідок – притік іноземних та вітчизняних інвестицій і створення нових робочих місць; якісна та безпечна для здоров'я продукція на внутрішньому ринку; більша увага держави до соціальної сфери, інфраструктури, територіального розвитку внаслідок зміни системи державної допомоги; посилення охорони праці на шкідливих та небезпечних виробництвах, зменшення випадків інвалідності та смертності на робочому місці; покращення стану навколишнього середовища, як результат – покращення здоров'я та подовження життя громадян. Цільові групи – суспільство загалом. Комуниканти: українці з закордонним досвідом, експерти, ЦОВВ, громадські та інші недержавні організації, ЗМІ.

4. Пояснити зовнішньоекономічну політику щодо РФ: розвиток взаємовигідного торгівельно-економічного співробітництва в умовах фактичної неможливості одночасної реалізації двох інтеграційних різноспрямованих проектів (Європейського і Євразійського); підтримка економічної інтеграції з РФ та країнами СНД на рівні ЗВТ, без створення наднаціональних структур. Цільові групи: суспільство загалом і зокрема підприємці/бізнесмени (власники та менеджмент), працівники підприємств/галузей та мешканці регіонів зі значною орієнтацією зовнішньоторговельних відносин на російський ринок. Канали комунікації – пряме спілкування, Інтернет, ЗМІ, зокрема, бізнес-видання (історії успішної переорієнтації на інші ринки).

Комуніканти: органи влади (Мінекономіки, Мінпромполітики), ЗМІ, експерти, бізнесмени з відповідним досвідом.

5. Організація суспільної дискусії щодо цін на газ для населення через пояснення сумнівності отримання стабільних довгострокових знижок на ціни на російський газ та потреби підвищення енергоефективності; пошуку варіантів підтримки вразливих категорій споживачів відповідно до цілей соціального виміру Енергетичної спільноти, законодавства ЄС та кращих практик країн-членів ЄС. Цільові групи: суспільство загалом і зокрема ОСББ, малозабезпечені прошарки мешканців міст. Канали комунікації: ТБ та інші ЗМІ, Інтернет. Комуніканти: органи влади (Мінпаливенерго), експерти.

6. Організація спілкування з бізнесом, що може зазнати не тільки здобутків, але й тактичних втрат від запровадження Зони вільної торгівлі з ЄС.

Цільова аудиторія: власники та працівники підприємств, які змушені будуть серйозно адаптуватися в разі створення ЗВТ з ЄС (збільшення конкуренції з боку імпорتنих товарів (різні сегменти промисловості), витрати на впровадження екологічних тощо стандартів ЄС у виробництві (гірничя промисловість, хімічна промисловість, металургія), скорочення державної допомоги дотаційним підприємствам (вугільним шахтам)). Ця аудиторія потребує пояснень компенсаторних вигод та перспектив (для бізнесменів – легший доступ на ринок ЄС та на інші світові ринки, дешевше імпортне обладнання, кращий інвестиційний клімат, нові ніші та можливості для бізнесу; для працівників – створення нових робочих місць на підприємствах, що виграють від ЗВТ; вигоди в безпеці та охороні праці й інші загальносуспільні вигоди від впровадження європейських стандартів).

Канали комунікації: пряме спілкування, Інтернет, ЗМІ, зокрема бізнес-видання (історії успіху). Комуніканти: органи влади (Мінекономіки), галузеві бізнес-асоціації, бізнес-ЗМІ, експерти, бізнесмени з відповідним досвідом.

7. Налагодження зворотного зв'язку, шляхом регулярних соціологічних досліджень для визначення прогресу у виконанні Програми, уточненні її завдань, заходів, цільових груп, їхніх інформаційних потреб, форматів комунікації. Цільова група: центральні органи виконавчої влади – головний замовник Програми.

Виконавці: соціологічні фірми, аналітичні центри. Загалом соціологічні дослідження мають висвітлити: рівень поінформованості громадян про ЄС; доступність інформації щодо відносин Україна – ЄС; рівень підтримки європейської інтеграції України; уявлення громадянами позитивних та негативних аспектів євроінтеграції; рівень підтримки європейських цінностей; ефективність євроінтеграційної політики країни; характер інформаційних потреб та побажань аудиторії; оцінку ефективності виконання Програми за окремими напрямками тощо.

Механізмами реалізації програми є двостороння комунікація; залучення лідерів думок (зірки, бізнесмени, політики, діячі культури та мистецтва); використання цифрових медіа (Інтернет, мобільний зв'язок, безкоштовні зони Wi-Fi); залучення іноземних лідерів думок (відповідно до цільових груп); масові заходи (форуми, круглі столи, конференції); створення волонтерських рухів.

У вересні 2013 р. розпочато проект «Сильніші разом». Ця інформаційно-комунікаційна кампанія зводить українських урядовців, Делегацію ЄС в Україні, дипломатичні Представництва держав-членів ЄС в Україні, українські та європейські бізнесові кола та громадянське суспільство у спробі об'єднати зусилля для співпраці у напрямі зміцнення демократії, підтримки реформ та посилення обізнаності українського суспільства про переваги та можливості, які надаються Угодою про Асоціацію між Україною та ЄС і Зоною вільної торгівлі. Особлива увага буде приділятися досвіду країн Центральної та Східної Європи⁵⁸⁶.

Сферами діяльності визначено такі:

– кампанія загальної громадської обізнаності, яка включає національні та регіональні медіа: аналітичні статті, інфографіку, телевізійний проект «Made in Europe» на Першому національному каналі, публічні заходи з впливовими політиками Центральної та Східної Європи, флешмоби;

– консультаційна платформа «Як робити бізнес у ЄС» має надавати підтримку українським товаровиробникам, які розпочинають вихід на ринки ЄС. Платформа складається з таких компонентів: освітній (організація семінарів та тренінгів, що стосуються різних аспектів виходу на ринки ЄС), інформаційний

⁵⁸⁶ Stronger Together [Electronic resource]. – Available at : <http://www.strongertogether.org.ua/en/>

(запуск бізнес-сайту www.exportdesk.org.ua), допомога в пошуку партнерів, юридична підтримка щодо вимог до експорту певних товарів;

– політичний діалог із Верховною Радою та урядом для прийняття, імплементації законодавчого порядку денного євроінтеграції.

Випробувальним тестом комунікаційних зусиль України стала Угода про Асоціацію з ЄС. Переговори щодо підписання Угоди про Асоціацію розпочалися ще 5 березня 2007 р., коли Президентом України був В. Ющенко. Наступний Президент В. Янукович аж до осені 2013 р. проводив проєвропейську політику й Уряд готував законодавство України до підписання Угоди з ЄС. У березні 2013 р. Уряд навіть представив Концепцію реалізації державної політики у сфері інформування та налагодження комунікації з громадськістю з актуальних питань європейської інтеграції України на період до 2017 р.⁵⁸⁷, де наголошували, що одним із основних напрямів державної політики України є забезпечення інтеграції держави в європейський політичний, економічний, правовий простір з метою набуття членства в Європейському Союзі; окремо йшлося про необхідність взаємодії влади та громадянського суспільства, вказано на необхідності широко інформувати громадян про переваги та необхідність євроінтеграції; наголошено, що Концепція не вимагає витрат з державного бюджету. Як один із напрямів реалізації Концепції – проведення широкомасштабної інформаційної кампанії мобілізаційного характеру з метою підтримки переважною більшістю українського населення ідеї вступу України до ЄС (на зразок тих, що проводяться в країнах-кандидатах на вступ до ЄС перед проведенням референдуму з цього питання).

Проте вже в листопаді 2013 р. цей курс внутрішньої та зовнішньої політики держави був під загрозою. Розпорядження уряду М. Азарова «Питання укладання Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їх державами-членами, з іншої

⁵⁸⁷ Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері інформування та налагодження комунікації з громадськістю з актуальних питань європейської інтеграції України на період до 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2013-%D1%80>

сторони»⁵⁸⁸ від 21 листопада 2013 р. викликало хвилю протестів. 28 листопада 2013 р. на 3-му саміті ЄС «Східне партнерство» у Вільнюсі В. Янукович не підписав Угоду про Асоціацію між Україною та ЄС. В офіційній версії влади йшлося про економічні ризики, пов'язані зі скороченням товарообігу зі східними сусідами України, та про «вимушену паузу» в євроінтеграції.

На Першому національному каналі протягом тижня після непідписання Угоди міністри розповідали про недоліки і загрози Угоди. Усім було зрозуміло (здається, окрім Уряду та Президента), що про всі невгоди слід було говорити набагато раніше, задовго до процесу непідписання, підготувавши громадськість до такого кроку. Проте, про які б виправдання не йшлося, зрозуміло було одне – громадськість була не поінформована, не готова і, як наслідок, не сприйняла таку позицію Президента та Уряду. Влада не вважала за потрібне дослухатися до своїх громадян. Парадокс у тому, що В. Янукович обрав своїм гаслом на президентських виборах «Почую кожного». Якби почув, можливо й не було б Євромайдану.

Цікаво те, що Прем'єр-міністр М. Азаров «полюбляв» щоп'ятниці поспілкуватися з українцями у Facebook. Він неодноразово заявляв, що «це дає змогу налагодити прямий діалог та отримати інформацію з перших вуст. <...> Саме з допомогою журналістських матеріалів та звернень громадськості Уряду вдається оперативно реагувати на ситуацію, вирішувати нагальні проблеми»⁵⁸⁹. Зрозуміло, що таке «дослуховування» до потреб та вимог громадян було лише імітацією діалогу й даниною моді з використання соціальних медіа.

У грудні 2013 р. другий Президент України Л. Кучма (за підтримки Президентів Л. Кравчука та В. Ющенка) висловив упевненість у тому, що влада робить помилку, приділяючи мало уваги діалогу з людьми: «Слід організувати круглі столи і

⁵⁸⁸ Уряд прийняв розпорядження про призупинення процесу підготовки до укладання Угоди про асоціацію з ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=246864953

⁵⁸⁹ Азарову нравится решать насущные проблемы через Facebook [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://www.segodnya.ua/politics/pnews/Azarovu-nravitsya-reshat-nasushchnye-problemy-cherez-Facebook-440911.html>

буквально на пальцях показувати людям, що відбувається насправді. Інакше криза буде тільки посилюватися»⁵⁹⁰.

Однією із спроб зупинити протести стала заява Першого віце-прем'єр-міністра С. Азбузова 12 грудня 2013 р. про початок серії консультацій з імплементації Угоди про асоціацію з Європейським Союзом, щоб подолати кризу і «щоб Україна не була втрачена для Європи, а європейський шлях не був втрачений для України»⁵⁹¹.

У січні 2014 р. МЗС України відкрило «гарячу лінію» з питань асоціації з Євросоюзом, яка мала працювати щовівторка і щочетверга протягом двох годин, щоб будь-хто міг отримати інформацію про політичні аспекти євроінтеграції, а також з питань лібералізації візового режиму між Україною та ЄС. Особливо наголошували на тому, що «Європейська інтеграція залишається стратегічним пріоритетним, безальтернативним курсом для України»⁵⁹² (варто зауважити, що протягом листопада – грудня 2014 р. МЗС не коментувало й не роз'яснювало критичну ситуацію, що склалася у відносинах України та ЄС).

Із 9 січня 2014 р. починає працювати «гаряча лінія» з питань співробітництва України з ЄС у Міністерстві економічного розвитку і торгівлі України, зорієнтована передусім на підприємців, які зможуть оцінити, як євроінтеграція вплине на умови ведення бізнесу в окремих галузях української економіки⁵⁹³.

Паралельно з запізнілими кроками з налагодження діалогу та інформаційної кампанії 16 січня 2014 р. у Верховній Раді України з порушенням установленної процедури голосування було прийнято 10 законів, направлених на звуження конституційних прав і свобод

⁵⁹⁰ Кучма озвучил главную ошибку власти [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ubr.ua/ukraine-and-world/power/kuchma-ozvuchil-glavnuu-oshibku-vlasti-267811>

⁵⁹¹ Сергій Арбузов : Ми відновлюємо підготовку до підписання Угоди про асоціацію з Європейським Союзом [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=246916350&cat_id=244276429

⁵⁹² МЗС України відкрив «гарячу лінію» з питань євроінтеграції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dt.ua/POLITICS/mzs-ukrayini-vidkriv-garyachu-liniyu-z-pitan-uevrointegraciyi-135420_.html

⁵⁹³ Минэкономразвития открыло «горячую телефонную линию» по вопросам евроинтеграции [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zn.ua/POLITICS/minekonomrazvitiya-otkrylogoryachuyu-telefonnyuyu-liniyu-po-voprosam-evrointegracii-136195_.html

громадян, а саме⁵⁹⁴:

– обмеження свободи мирних зібрань, гарантованих ст.39 Конституції (необґрунтоване посилення відповідальності та введення додаткових обмежень);

– обмеження свободи слова в засобах масової інформації та Інтернеті, створення тим самих умов для цензури в ЗМІ та Інтернеті;

– реєстрації у якості «іноземних агентів» організацій, які отримують допомогу від закордонних організацій та громадян, введення податкових механізмів обмеження фінансової допомоги для громадської активності;

– заборона збору інформації про майновий стан суддів, правоохоронців та членів їх родин (захист від антикорупційних розслідувань журналістами);

– прийняття законів про екстремізм, який на думку експертів, може бути використаний проти учасників мирних протестів.

Ці закони, на думку експертів, могли відкрити шлях до масових репресій проти мирних громадян⁵⁹⁵.

Усі перераховані комунікаційні провали влади призвели до масового вибуху, який змінив українське суспільство. Сьогодні вже недостатньо просто виступити з черговою декларативною заявою та окреслювати прекрасні перспективи майбутнього. Громада потребує постійного звіту за кожен крок Уряду та Президента, не обіцянок, а реальних дій. Президент та прем'єр-міністр постійно присутні в інформаційному полі, намагаються підкреслювати свою зацікавленість у громадянах і розуміння їхніх інтересів та потреб. Проте ще досить рано робити висновки про ефективність їхніх комунікаційних зусиль.

Військова агресія РФ в Україні, як не дивно звучить, посприяла посиленню євроінтеграційного курсу України, показуючи справжню «цінність» альтернативного Європі вектора. Як наслідок, підтримка громадськості суттєво зросла. Так, за опитуванням Центру Разумкова

⁵⁹⁴ Рада ухвалила закони, що відкривають шлях до масових репресій – фонд «Відродження» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pravda.com.ua/news/2014/01/16/7009773/> 09.01.2015

⁵⁹⁵ Український парламент прийняв драконівські закони [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tvi.ua/new/2014/01/17/ukrayinskyu_parlament_pryunyav_drakonivski_zakony___the_financial_times

в березні 2015 р. 52,7 % українців підтримують інтеграцію України до Європи, проти – 29,6 %, не визначилися – 17,7 %⁵⁹⁶.

Європейський Парламент закликає українську владу створити міністерство чи офіс з питань європейської інтеграції та координації допомоги, а також високого рівня координаційний комітет між міністерствами, який був би наділений повноваженнями для ефективного моніторингу та контролю за ходом наближення до ЄС і реформ, який зможе підготувати та координувати їхнє виконання⁵⁹⁷.

Для покращення комунікаційної політики України у сфері євроінтеграції вважаємо за доцільне запропонувати таке:

1. Цільовими групами інформаційно-комунікаційних кампаній обрати загальну громадськість, лідерів думок, фермерів та сільське населення, молодь, етнічні меншини, незацікавлених громадян, людей з особливими потребами. Комунікаційна стратегія могла б складатися з таких програм: «Дитяча PR-кампанія», «Молодіжна PR-кампанія», «PR-кампанія в селах», «Робота в глобальній мережі», «Європейські цінності» (за прикладом Румунії).

2. Окремо слід орієнтуватися на російськомовне населення Півдня, Сходу та Донбасу, де рівень підтримки євроінтеграції близько 34 %⁵⁹⁸. Досвід Латвії довів, що такі громадяни змінять свою думку, якщо будуть переконані в економічних перевагах інтеграції.

3. Як і в країнах Східної та Центральної Європи варто акцентувати увагу на основному чіткому меседжі – «так європейській інтеграції» на тлі загального інформування про переваги та недоліки приєднання до Спільноти.

4. В Україні схожа проблема, яка була в Словаччині: «Чи хоче ЄС прийняти Україну?», – тому міжнародний вектор комунікаційної політики теж надзвичайно важливий. Цілями комунікаційної стратегії на міжнародному рівні є отримати підтримку та позитивне ставлення країн-членів до вступу України в ЄС;

⁵⁹⁶ Як ви вважаєте, чи потрібно Україні вступати до Європейського Союзу. Соціологічне опитування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=1034

⁵⁹⁷ ЄС закликає Київ створити міністерство з питань євроінтеграції [Електронний ресурс] // УНІАН. – 15.01.2015. – Режим доступу : <http://www.unian.ua/politics/1032242-es-zaklikae-kijiv-stvoriti-ministerstvo-z-pitan-evroitegratsiji.html>

⁵⁹⁸ Як Ви вважаєте, чи треба Україні вступати до Європейського Союзу? (регіональний розподіл). Соціологічне опитування центру Разумкова, 6012 березня 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=1038

лобіювати інтереси України в колах лідерів думок і політичної еліти; сприяти переговорам про вступ через інформування про прогрес у підготовці до вступу в ЄС. Виокремлено такі цільові групи комунікаційної стратегії: високопосадовці інституцій ЄС, керівництво держав-членів, високопоставлені політики, наближені до них радники, політичні партії, журналісти, лідери громадських організацій. Варто всіляко просувати ідею, що під час Революції гідності та в неоголошеній війні з РФ Україна бореться за та захищає європейські цінності.

5. Медіа, особливо регіональні та місцеві, повинні зробити питання євроінтеграції України топ-темою. У програмах мають брати участь не лише урядовці, а й громадяни будь-яких професій, які мали / мають позитивний досвід проживання, спілкування, роботи, бізнесу тощо в ЄС. Особливу увагу доречно звернути саме на країни Центральної та Східної Європи, які не так давно стали членами Союзу. Документальні фільми про життя в нових країнах-членах повинні транслюватися в прайм-тайм, а не у час, коли більшість громадян на роботі (наприклад, у форматі й у час програми «15 республік», яка транслювалася на каналі 1+1 і викликала великий розголос у публіки).

6. Організувати тренінги з питань ЄС для журналістів, які формують громадську думку.

7. Створити безкоштовну телефонну лінію, завдяки якій громадяни могли б задавати урядовцям будь-які важливі питання, що стосуються вступу до ЄС, висловлювати свої думки та ідеї, замовляти видані публікації про ЄС, про вступ до ЄС, про відносини України та ЄС тощо (Урядова «гаряча лінія» не спеціалізується на питаннях євроінтеграції).

8. Запустити сайт (наприклад, «Україна – це Європа»), де була б доступна вся інформація про процес вступу. Сайт міг би відсилати до інших сайтів з інформацією про ЄС, його політики, наслідки інтеграції для пересічних громадян (на Урядовому порталі (www.kmu.gov.ua) є сайт «Європейська інтеграція», що містить низку важливих офіційних документів, які однак зовсім не викликають цікавості в пересічного громадянина через свій офіційний виклад для професіоналів; новини ЄС про Україну пропонують лише англійською).

9. Поширювати різноманітні яскраві якісні друковані матеріали (за прикладом матеріалів, які розповсюджують Інформаційні центри ЄС в Україні; показовою є брошура, видана Представництвом ЄС в Україні «Асоціація ЄС – Україна: що це дасть Вам»⁵⁹⁹) для лідерів думок, брошури для дітей та молоді, листівки, присвячені різноманітним темам євроінтеграції з особливим акцентом впливу змін на громадян; буклети запитань-відповідей.

10. Продовжити практику «Євробусів», які б курсували всією Україною, особливо в найвіддаленіші куточки, не обмежуючись обласними й районними центрами.

11. Рекламні ролики на телебаченні соціального спрямування про зміни в житті пересічних українців від вступу до ЄС. За прикладом Польщі замовити рекламний ролик, у якому б підтвердити єдність українців в усі тяжкі часи (образи можна взяти не з далекого минулого, а недавніх та поточних подій) і підкреслювати ідею боротьби за європейські цінності, повернення в європейську сім'ю, цивілізований вибір українців.

12. Провести конкурс найкращих студентських наукових робіт, присвячених питанням ЄС. Нагорода переможцям – поїздка до Брюсселя чи іншої столиці країни-члена ЄС.

Запропоновані комунікаційні заходи повинні отримувати державне фінансування, інакше, як і попередні програми, зазнають краху.

Отже, обравши курс на європейську інтеграцію, уряд України не проводив повноцінну широкомасштабну комунікаційну кампанію забезпечення усвідомленої стійкої підтримки європейської інтеграції як пріоритетного курсу державної політики з боку переважної кількості громадян України. Державна програма інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004 – 2007рр. та Державна цільова програма інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2008 – 2011рр. не були реалізовані через брак фінансування. Основну частину інформаційної діяльності здійснювали приватні медіа та громадські організації переважно за кошти міжнародних фондів і дипломатичних представництв. На офіційному рівні Уряд наголошував на важливості

⁵⁹⁹ Асоціація ЄС-Україна : що це дасть Вам [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/documents/virtual_library/association_115x170_uk.pdf

та безальтернативності європейського вектору розвитку України, проте Угода про Асоціацію з ЄС не була підписана. Як наслідок, – соціальний вибух у суспільстві, який не могли вже погасити подальші слабкі спроби уряду встановити діалог із громадянами. Визріла потреба в розробці комунікаційної стратегії підвищення обізнаності громадян України про членство в ЄС.

5.2. Напрями покращення комунікації з громадянами

Більшість інформаційно-комунікаційних заходів із покращення обізнаності громадян про інтеграцію до ЄС орієнтовані «зверху – донизу», тобто від органів влади до громадян. Безсумнівно, євроінтеграція України буде підтримана громадськістю, якщо комунікація влади та громадян буде ефективною.

Ключовими кроками на шляху до інституціоналізації комунікативних відносин влади та громадськості в Україні були такі:

– 2002 р. – визначено обов’язкове утворення структурних підрозділів з питань взаємодії з медіа та зв’язків із громадськістю в апаратах центральних і місцевих органів виконавчої влади⁶⁰⁰;

– 2006 р. – зараховано до компетенції віце-прем’єр-міністра України завдання з формування та реалізації державної політики з питань прозорості, відкритості діяльності органів виконавчої влади, розвитку комунікації влади й суспільства⁶⁰¹ (раніше віце-прем’єр-міністри, які вели гуманітарний напрям, несли відповідальність за «розроблення та реалізацію державної політики в політико-ідеологічній сфері»⁶⁰²;

⁶⁰⁰ Лапасаран П. Х.-К. Принципы и преимущества децентрализации / П. Х.-К. Лапасаран // Общая тетрадь. – 2006. – № 1 (36). – С. 34

⁶⁰¹ Про функціональні повноваження Прем’єр-міністра України, Першого віце-прем’єр-міністра України, віце-прем’єр-міністрів України та Міністра Кабінету Міністрів України : Постанова Кабінету Міністрів України № 1269 від 04.09.2006 р. (втратила чинність) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1269-2006-%EF>

⁶⁰² Про розподіл функціональних повноважень керівництва Кабінету Міністрів України : Постанова Кабінету Міністрів України № 993-95-п від 11.12.1995 р. (втратила чинність) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=993-95-%EF>; Про функціональні повноваження Прем’єр-міністра України, Першого віце-прем’єр-міністра України, віце-прем’єр-міністрів України та Міністра Кабінету Міністрів України : Постанова Кабінету Міністрів України № 74 від 27.01.2006 р. (втратила чинність) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=74-2006-%EF>

– 2010 р. – схвалення Концепції проекту Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики»⁶⁰³.

Реалізація цих ініціатив супроводжувалася такими проблемами:

1. Нормативно-правовий рівень: на сьогодні питання комунікаційної взаємодії органів державної влади, органів місцевого самоврядування, ЗМІ, громадськості розпорошені в низці нормативно-правових актів, частину з яких становлять рішення Кабінету Міністрів України. Через це важливі інструменти (консультації з громадськістю, громадська експертиза тощо) поширюються тільки на виконавчу гілку влади. Відсутні загальні стандарти інформаційного обміну між владою та громадськістю. Досі не визначеними є механізми здійснення громадського контролю за діяльністю органів влади й організації процесу роз'яснювальної роботи. Варто зазначити, що в органах законодавчої та судової влади України немає підрозділів зі зв'язків з громадськістю⁶⁰⁴, а комунікативне забезпечення обмежується функціонуванням прес-служб.

На рівні місцевих органів державної влади за комунікацію відповідають управління (відділи/сектори) з питань внутрішньої політики та зв'язків з громадськістю, що діють на підставі відповідного типового положення; також функціонують підрозділи в справах преси та інформації. Функціональні обов'язки та сфери впливу цих двох структурних одиниць чітко розмежовані⁶⁰⁵.

На рівні центральних органів виконавчої влади в 2002 р. було запропоновано перелік типових структурних підрозділів їх апарату та, зокрема, регламентовано наявність структурної одиниці,

⁶⁰³ Про схвалення Концепції проекту Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики»: Розпорядження Кабінету Міністрів України № 85-р від 13.01.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=85-2010-%F0&new=1>

⁶⁰⁴ Комунікація: демократичні стандарти в роботі органів державної влади: [за заг. ред. Н. Дніпренко]. – К.: ТОВ «Вістка», 2008. – С. 41 – 42 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://www.scribd.com/doc/44613270/Комунікація-демократичні-стандарти-в-роботі-органів-державної-влади#scribd>

⁶⁰⁵ Про затвердження Типового положення про управління з питань внутрішньої політики та зв'язків з громадськістю обласної і управління (відділ) з питань внутрішньої політики та зв'язків з громадськістю Севастопольської міської державної адміністрації: Постанова Кабінету Міністрів України від 5.03.2008 р. № 128 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=128-2008-%EF&new=1>

відповідальної за взаємодію із засобами масової інформації та зв'язки з громадськістю⁶⁰⁶. Проте відмінність підходів щодо функціонування інформаційних служб в органах державної влади, яка була констатована 2005 р. на рівні закону⁶⁰⁷ (інформаційні управління, інформаційно-аналітичні підрозділи, прес-служби, прес-центри, управління та центри громадських зв'язків, прес-бюро, прес-секретарі та прес-аташе з відповідним апаратом), внесла певну плутанину щодо розподілу обов'язків між ними.

2. Рівень владних комунікацій: у 1995 р. було ініційовано координацію роботи прес-служб та відповідних інформаційно-аналітичних підрозділів органів виконавчої влади через прес-службу Президента України⁶⁰⁸, що мала проводити щомісячні брифінги й щоквартальні наради-семінари керівників означених служб. Останні своєю чергою повинні були щотижня інформувати Адміністрацію Президента України про заплановані заходи за участю керівників ОДВ, що проводитимуться спільно з масмедіа, та координувати з прес-службою Президента України підготовку матеріалів, які передаються засобам масової інформації та містять оцінки зовнішньої і внутрішньої політики держави, які можуть мати важливий суспільний резонанс.

У 2002 р. Управління зв'язків з громадськістю Департаменту внутрішньої політики Секретаріату Кабінету Міністрів України забезпечувало координацію роботи щодо утворення в складі апаратів центральних і місцевих органів виконавчої влади управлінь (відділів) з питань взаємодії із засобами масової інформації та зв'язків з громадськістю. Методичні рекомендації 2003 р.⁶⁰⁹ пропонували

⁶⁰⁶ Про упорядкування структури апарату центральних органів виконавчої влади та його структурних підрозділів : Постанова Кабінету Міністрів України № 1550 від 15.10.2002 р. (втратила чинність) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1550-2002-%EF&new=1>

⁶⁰⁷ Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади : Закон України від 23 вересня 1997 р. № 539 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=539%2F97-%E2%F0&new=1>

⁶⁰⁸ Про координацію роботи прес-служб та інформаційно-аналітичних підрозділів органів державної виконавчої влади : Розпорядження Президента України від 23.11.1995 р. № 419 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=419%2F95-%F0%EF>

⁶⁰⁹ Про затвердження Методичних рекомендацій щодо положень про управління (відділи) з питань взаємодії з засобами масової інформації та зв'язків з громадськістю апаратів центральних і місцевих органів виконавчої влади : Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України, Міністерства Юстиції України від 26.03.2003 р. №59 та від

взаємодію цих підрозділів з Головним управлінням інформаційної політики Адміністрації Президента України, Управлінням зв'язків з громадськістю Секретаріату Кабінету Міністрів України, відповідними структурними одиницями центральних і місцевих органів виконавчої влади, проте конкретної схеми розглянуто не було.

До 2004 р. не згадувалося про важливість безпосередньої взаємодії з широкою громадськістю; основний акцент робився лише на повній поінформованості державних управліців та масмедіа.

3. Рівень взаємодії з громадськістю: у 2004 р. було доручено «вжити заходів до удосконалення структури Управління зв'язків з громадськістю Секретаріату Кабінету Міністрів України з метою <...> координації роботи центральних і місцевих органів виконавчої влади з питань консультацій з громадськістю, вивчення громадської думки та врахування її в процесі формування і реалізації державної політики...»⁶¹⁰. Так, до складу підрозділу увійшов сектор методичної роботи та координації діяльності центральних і місцевих органів виконавчої влади щодо консультацій з громадськістю, який проіснував до початку 2006 р. правонаступником Управління став Департамент комунікацій влади та громадськості, положення про який та визначена структура відповідного окремого завдання з координації не передбачалося⁶¹¹.

У 2006 р. функції з розвитку комунікації влади й суспільства було покладено на віце-прем'єр-міністра. Проте цей крок залишився формальним, про що свідчить типове положення про управління з питань внутрішньої політики та зв'язків з громадськістю. Згідно з цим документом підрозділи підзвітні та підконтрольні виключно голові відповідного ОДВ. Водночас у типовому положенні про управління в справах преси та інформації визначено, що ці структурні одиниці підзвітні й підконтрольні голові держадміністрації та

14.04.2003 р. №314/7 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=v0059603-03>

⁶¹⁰ Про роботу центральних і місцевих органів виконавчої влади щодо забезпечення відкритості у своїй діяльності, зв'язків з громадськістю та взаємодії із засобами масової інформації : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 18.10.2004 р. № 759 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=759-2004-%F0&new=>

⁶¹¹ Положення про Департамент комунікацій влади та громадськості [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=33069342

Держкомтелерадіо⁶¹², а в положенні про управління в справах національностей та релігій встановлено підзвітність та підконтрольність голові відповідної держадміністрації та Держкомнацрелігій⁶¹³. Таке подвійне підпорядкування зумовлене тим, що саме Державний комітет телебачення та радіомовлення України забезпечує реалізацію державної політики в інформаційній та видавничій сферах, а Держкомнацрелігій – у сфері міжнаціональних відносин, міграції, релігії, відносин із церквою і релігійними організаціями.

Певним проривом у розвитку взаємодії між владою та суспільством було створення в Кабінеті Міністрів України Комунікативного центру в 2009 р.⁶¹⁴ Раніше Кабінет Міністрів України вже запровадив роботу низки комунікативних проектів, наприклад, веб-сайтів «Громадянське суспільство і влада» та «Урядовий сайт для юних громадян», проте ці проекти були новими за змістом, а не за формою. Комунікативний центр Уряду став новацією як за формою, так і за змістом роботи. Основна мета цього амбітного проекту – налагодити рівноправну суб'єкт-суб'єктну комунікацію на двох рівнях: у реальному просторі в спеціально обладнаному приміщенні Будинку Уряду за адресою Грушевського, 12/2 та у віртуальному через Інтернет – спілкування онлайн через телемости, Скайп та інші технології взаємодії.

У владно-суспільному вимірі Комунікативний центр є технологією е-демократії та покликаний наблизити комунікативні українські стандарти роботи органів влади до світових. В основу Комунікативного центру закладено нові базові принципи:

⁶¹² Про затвердження Типового положення про управління у справах преси та інформації обласної, Севастопольської міської, управління преси та інформації Київської міської державної адміністрації : Постанова Кабінету Міністрів України від 25.07.2007 р. № 954 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=954-2007-%EF>

⁶¹³ Про затвердження Типового положення про Головне управління у справах національностей та релігій Київської міської, управління (відділ) у справах національностей та релігій обласної, відділ у справах національностей та релігій Севастопольської міської державної адміністрації : Постанова Кабінету Міністрів України від 12.03.2008 р. № 171 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=171-2008-%EF&new=1>

⁶¹⁴ Положення про Секретаріат Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245395677&cat_id=244824300

– рівність усіх учасників дискурсу, де, на відміну від попередньої вертикальної моделі організації обміну інформацією між владою та народом, запроваджується горизонтальний діалог сторін;

– прямий, тобто без посередництва преси;

– відкритий, коли доступ до нього мають усі бажаючі;

– онлайн – у режимі реального часу.

Реалізація двох останніх принципів стала можливою завдяки новим технологіям, Інтернету. Цей перехід до комунікацій майбутнього тільки починає формуватися, до прямого діалогу без посередників та кордонів переходить світ і також наша країна, змінюється суспільство й також технології взаємодії між владою і суспільством⁶¹⁵.

Важливим кроком у напрямі взаємодії з громадськістю стало Розпорядження Кабінету Міністрів України від 13 січня 2010 р. про схвалення Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики». Роботу над проектом української комунікаційної політики проводили з 2009 р.: 17 листопада 2009 р. відбулося засідання робочої групи Міністерства юстиції щодо розробки проекту Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики». У результаті засідання було сформовано нову редакцію концепції закону. Міністерство організувало відкрите громадське обговорення проекту концепції Закону України «Про основи державної комунікативної політики»⁶¹⁶. 1 грудня 2009 р. Кабмін провів комунікативний дискурс «Перспективи запровадження комунікативної політики в Україні», на якому був представлений погляд науковців та представників органів виконавчої влади на сучасні тенденції у сфері соціальних комунікацій⁶¹⁷.

Мета законопроекту – визначити шляхи законодавчого врегулювання забезпечення взаємодії між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, засобами масової комунікації та громадськістю на принципах рівноправного партнерства, яке

⁶¹⁵ Дніпренко Н. Комунікативний центр уряду – шлях до демократії / Н. Дніпренко // Комунікація. – 2012. – № 2. – С. 2 – 12 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pdp.org.ua/images/stories/materials/Communication-2_March2012_final.pdf

⁶¹⁶ Державна комунікативна політика: якою їй бути? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ucipr.kiev.ua/publications/derzhavna-komunikativna-politika-iakoiu-iii-buti/lang/%5C>

⁶¹⁷ Комунікативна політика в Україні – перспективи запровадження [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://apitu.org.ua/node/1284>

сприятиме зміцненню демократії, становленню громадянського й інформаційного суспільства. Завдання – сформулювати принципи та напрями державної комунікаційної політики України, її цілі та пріоритети, а також права та обов'язки всіх сторін комунікації⁶¹⁸.

Згідно з законопроектом, основними цілями та принципами державної комунікаційної політики України має бути:

–сприяння становленню громадянського та інформаційного суспільства в Україні;

–розроблення демократичних стандартів комунікації органів державної влади, органів місцевого самоврядування з громадськістю та засобами масової комунікації;

–здійснення заходів щодо покращення стану забезпечення відкритості та прозорості органів державної влади та органів місцевого самоврядування;

–сприяння розумінню громадянами основних пріоритетів державної політики, механізмів участі в управлінні державними справами⁶¹⁹.

Визначено такі складові державної комунікаційної політики:

1) нормативно-правове регулювання – структурно-правове визначення засад, створення належної нормативно-правової бази;

2) соціально-економічний рівень – сприяння суспільній стабільності, підвищенню рівня довіри громадян до органів державної влади та органів місцевого самоврядування;

3) організаційний рівень – створення системи комунікацій органів державної влади, органів місцевого самоврядування, засобів масової комунікації та громадськості шляхом визначення повноважень суб'єктів системи та впровадження кращого світового досвіду;

4) громадянська освіта – виховання нового покоління шляхом формування у свідомості людей комунікативної культури⁶²⁰.

13 січня 2011 р. прийнято Закон України «Про доступ до публічної інформації»⁶²¹ як крок до виконання міжнародно-правових

⁶¹⁸ Концепція проекту Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=85-2010-%F0>

⁶¹⁹ Ibidem

⁶²⁰ Концепція проекту Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=85-2010-%F0>

зобов'язань України відповідно до статей 18 та 19 Міжнародного пакту про громадянські та політичні права⁶²². Закон зорієнтований на полегшення процедури доступу до документів, які перебувають у розпорядженні органів публічної влади (державних органів і органів місцевого самоврядування). Цей закон передбачає два способи доступу до інформації:

1) активний – надання інформації за запитом,

2) пасивний – обов'язкове її оприлюднення в офіційних друкованих виданнях, на офіційних веб-сайтах, на інформаційних стендах чи будь-яким іншим способом не пізніше 5 робочих днів із дня затвердження документа (проекти документів – не пізніше як за 20 робочих днів до дати їх розгляду). Норма про обов'язкове оприлюднення на веб-сайтах – революційна, уперше закріплена в українському законодавстві. Завдяки цьому потреба в багатьох запитах взагалі відпадає.

Із часу свого прийняття Закон України «Про доступ до публічної інформації» по суті підмінив потенційний Закон про державну комунікаційну політику; запити громадян та масмедіа трактують як універсальний спосіб взаємодії з громадськістю. Загалом йдеться про ефективне інформування, однак суттєво нівелюється рівень справжньої комунікації з прямим обговоренням важливих для громадськості питань з владою та громадою.

Сьогодні, коли йдеться про реалізацію Україною планів та заходів з євроінтеграції, членства у НАТО, політичних та економічних реформ усередині держави, експерти постійно наголошують на бракові належної координації та комунікації всередині українського уряду⁶²³.

Відносини уряду та суспільства характеризуються відчуженням та взаємною недовірою, лише уряд може запустити процес подолання відчуженості та недовіри. Побудова справжніх партнерських відносин залежить від ефективної комунікації уряду та суспільства,

⁶²¹ Закон України «Про доступ до публічної інформації» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2939-17>

⁶²² Міжнародний пакт про громадянські та політичні права [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_043

⁶²³ Гетьманчук: Основна проблема співпраці Україна-НАТО — брак довіри [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://socportal.info/2015/06/18/get-manchuk-osnovna-problema-spivpratsi-ukrayina-nato-brak-doviri.html>

яка є надзвичайно важливою для проведення реформ у державі та протидії агресору.

У лютому – червні 2015 р. Аналітична платформа «21 листопада» провела дослідження ефективності комунікації уряду та громадян і з'ясувала такі проблеми⁶²⁴:

1) неналежний процес прийняття урядових рішень: рішення приймаються не на підставі аналізу політики; стейкхолдери не залучаються до розробки політики; проекти урядових рішень майже не оприлюднюються; процедури порушуються;

2) відсутнє стратегічне планування комунікації, бо не існує жодного відповідного документу: уряд говорить незрозумілою для громадян мовою та форматами: комунікуються окремі проекти актів чи акти, а не цілісна політика;

3) брак політичної культури: слабе розуміння значення громадської думки, бо переважає зверхнє ставлення до позицій громадськості (хоча декларується інше); слова Прем'єр-міністра та членів уряду часто не відповідають їхнім реальним крокам, що є несумісним з формуванням партнерських відносин; домінує політичний піар, а не комунікація; уряд говорить «комунікація», а насправді має на увазі «інформування», бо ігнорує пріоритети ЄК «слухання, консультування, залучення»; у суспільстві переважає інерція «апріорної» недовіри;

4) відсутність стратегій: немає чітких цілей комунікації, основна увага зосереджена на реакції на події, а не на результат; не здійснюється системне планування; уряд не вміє доносити єдині зрозумілі меседжі;

5) низький коефіцієнт корисної дії процесів і ресурсів: формальне продукування в уряді слабких та недієвих документів з аналізу політики та комунікації; архаїчна внутрішня комунікація; низька якість державних службовців з комунікації, а отже і їх продуктів; витрачання великих коштів на друковану продукцію, яка не дає результатів.

Наслідками неефективної комунікаційної політики є низька довіра до уряду, нерозуміння уряду та його політики (хто за що відповідає, стану справ, причинно-наслідкових зв'язків, що буде далі

⁶²⁴ Журба Я. Комунікація уряду із суспільством. Бриф аналітичного документу [Електронний ресурс] / Я. Журба, В. Андрусів. – Режим доступу : <http://analytic.org.ua/wp-content/uploads/2015/06/Brief.pdf>

тощо), слабка спроможність антикризового менеджменту, результатом чого є слабка резистентність суспільства до інформаційної війни, маніпулятивного впливу та протестні настрої.

Протягом березня – квітня 2014 р. створено низку структур, покликаних надавати об'єктивну інформацію про події в Україні, протидіяти негативним інформаційним впливам на українських громадян та спотворенню міжнародного іміджу держави, зокрема⁶²⁵:

1. Український кризовий медіа-центр⁶²⁶, започаткований зусиллями провідних вітчизняних експертів у сфері міжнародних відносин, комунікацій та зв'язків з громадськістю, щоб виконувати функцію публічного майданчика для виступів представників української влади, експертів, представників міжнародних організацій та дипломатичного корпусу з оперативними заявами та аналізом ситуації в країні.

2. Об'єднаний інформаційно-аналітичний центр «Єдина Країна»⁶²⁷, створений на базі інформаційного агентства «Укрінформ», що має стати офіційним інформаційним ресурсом поширення оперативних повідомлень представників органів державної влади, які мають сприйматися як офіційна позиція України щодо всіх подій російсько-українського протистояння.

3. Інформаційно-аналітичний центр Ради національної безпеки і оборони України⁶²⁸, з-поміж основних завдань якого варто виокремити такі: забезпечити аналітичного та прогнозного супроводження діяльності РНБО щодо здійснення координування діяльності органів виконавчої влади з питань національної безпеки в інформаційній сфері; підготувати пропозиції щодо інформаційного супроводження діяльності органів виконавчої влади та правоохоронних органів щодо забезпечення стабілізації суспільно-політичної ситуації в Україні.

⁶²⁵ Баровська А. Інституційне забезпечення державної комунікативної політики: досвід країн Європи : Аналітична доповідь, 2014 [Електронний ресурс] / А. Баровська. – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/public/File/2014_nauk_an_rozrobku/comunicat_depart.pdf

⁶²⁶ Український кризовий медіа-центр [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ukrstream.tv/stream/ukrayins_kii_krizovii_miedia_tsientr_ukraine_srsis_media_center

⁶²⁷ Єдина Країна. Інформаційно-аналітичний центр [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrinform.ua/iac>

⁶²⁸ Інформаційно-аналітичний центр [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mediarnbo.org/sample-page/>

Віце-прем'єр-міністр України О. Сич наголосив, що «варто погодитися з пропозицією медіа-громадськості визначити єдиного речника від центральних органів влади, який щодня надаватиме ЗМІ актуальну консолідовану інформацію із найгостріших поточних питань»⁶²⁹.

Сучасні технології значно розширили й прискорили можливості налагодження ефективного взаємозв'язку Уряду з громадськістю, залучення громадян до формування та реалізації державної політики. Так, Кабінет Міністрів створив веб-сайт «Громадянське суспільство і влада» та Урядовий сайт для юних громадян.

Урядовий сайт «Громадянське суспільство і влада»⁶³⁰ передбачає інтерактивні форми взаємодії як з окремими громадянами, так і з представниками громадських організацій. Зокрема, можна взяти участь в обговоренні проектів нормативно-правових актів, увійшовши до рубрики «Консультації з громадськістю», де в «єдиному інформаційному вікні» зібрані проекти нормативно-правових актів, які винесли на обговорення центральні органи виконавчої влади. До кожного проекту можна подати пропозиції та зауваження, ознайомитися з різними точками зору, дізнатися про проекти, що пройшли обговорення. Протягом року, з 1 квітня 2009 р., центральні органи виконавчої влади на сайті «Громадянське суспільство і влада» запропонували на громадське обговорення понад 700 проектів нормативно-правових актів, до яких подано майже 70 пропозицій громадян та їх об'єднань.

Ознакою якісного демократичного урядування є спроможність влади донести інформацію до кожної категорії громадян, зокрема й до молоді. Із 2007 р. Кабінет Міністрів України має сайт для юних громадян⁶³¹, який покликаний познайомити юнацтво та молодь з системою державної влади в Україні, роботою органів виконавчої влади, цінностями громадянського суспільства та демократичної держави. На сторінках сайту юні громадяни мають можливість ознайомитися з цікавими історичними фактами становлення

⁶²⁹ Олександр Сич : Чиновник не має боятися взаємодіяти з громадськістю в інформаційній сфері [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=247223906&cat_id=244276429

⁶³⁰ Громадянське суспільство і влада [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://civic.kmu.gov.ua>

⁶³¹ Урядовий сайт для юних громадян [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://children.kmu.gov.ua>

української державності, з історією та устроєм кожного регіону, дізнатися більше про владні повноваження, державу, права та обов'язки громадян тощо. У рубриці «Ігри та конкурси» діти зможуть скласти з пазлів області України, закріпити знання про розподіл гілок влади, взяти участь в інших пізнавальних іграх. Сайт покликаний формувати в молоді активну громадянську позицію, спонукає дітей не бути байдужими до суспільно важливих проблем країни.

27 квітня 2010 р. відкрито Національний центр підтримки електронного урядування, мета якого – забезпечити координаційно-організаційну, дослідницько-експертну, технологічну, навчально-методичну, консультативну, просвітницьку підтримку органів виконавчої влади та місцевого самоврядування, бізнесу, громадських організацій і громадянам із впровадження та застосування технологій е-урядування. Одним із напрямів діяльності Центру є популяризація серед громадськості е-урядування та е-демократії як ключового елементу демократичного розвитку країни та підвищення якості життя кожної людини⁶³².

У грудні 2010 р. уряд затвердив Концепцію розвитку електронного урядування в Україні⁶³³, у якій на першому етапі реалізації (2011 – 2012 рр.) планувалося розробити необхідну законодавчу базу, уніфікувати стандарти для веб-сайтів центральних органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, створити єдиний веб-портал для державних установ та портал для національної реєстрації електронних ресурсів тощо; на другому етапі (2013 – 2014 рр.) – впровадити електронні послуги щодо всіх сфер життя, вивчаючи особливості використання е-урядування для покращення комунікації між урядом та громадянами чи бізнесом; заключний етап (2014 – 2015 рр.) – створити єдиний веб-портал е-урядування та Національний депозитарій електронних інформаційних ресурсів України.

У листопаді 2010 р. Кабінет Міністрів оприлюднив Постанову № 996 «Про забезпечення участі громадськості у

⁶³² Від електронного урядування до електронної демократії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uspishnaukraina.com.ua/news/1547.html>

⁶³³ Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2250-2010-%D1%80>

формуванні та реалізації державної політики»⁶³⁴, де наголошено на тому, що:

– консультації з громадськістю проводяться з метою залучення громадян до участі в управлінні державними справами, надання можливості для їхнього вільного доступу до інформації про діяльність органів виконавчої влади, а також забезпечення гласності, відкритої та прозорої діяльності зазначених органів;

– проведення консультацій з громадськістю має сприяти налагодженню системного діалогу органів виконавчої влади з громадськістю, підвищенню якості підготовки рішень з важливих питань державного й суспільного життя з урахуванням громадської думки, створенню умов для участі громадян у розробленні проектів таких рішень;

– консультації з громадськістю проводяться з питань, що стосуються суспільно-економічного розвитку держави, реалізації та захисту прав і свобод громадян, задоволення їхніх політичних, економічних, соціальних, культурних та інших інтересів;

– результати проведення консультацій з громадськістю враховуються органом виконавчої влади під час прийняття остаточного рішення або в подальшій його роботі.

Документ надзвичайно важливий, проте залишився лише суто декларативним текстом, що «відповідає викликам сьогодення».

Статистичні дані за 2012 р. показали, що 33 % населення України віком 16+ щоденно присутні в Інтернеті, а відсоток працездатного населення 16 – 59 років становить 51,5 %, щотижня українці витрачають 21,7 год. на телебачення і 20 год. на Інтернет; в Інтернеті сконцентрована платоспроможна аудиторія з середнім та вище середнього статком⁶³⁵. Зважаючи на таку статистику, для владних структур не достатньо просто бути присутніми в мережі, виникає справжня потреба здійснювати комунікацію.

Інтерактивність Інтернет-комунікації дає змогу громадянам звертатися за інформацією, висловлювати свої думки, запитувати особистої відповіді у своїх представників. Замість уряду, який

⁶³⁴ Постанова № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-2010-%D0%BF>

⁶³⁵ Дайджест Уанета, 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://prodigiagency.com/digest/Prodigi_digest.pdf

спостерігає за народом, народ міг би спостерігати за урядом⁶³⁶. Проте на всіх рівнях уряд використовує Інтернет переважно як дошку оголошень, без особливих спроб встановити справжню взаємодію. Наприклад, офіційний веб-портал Верховної Ради України⁶³⁷ – інформативний, не інтерактивний, не передбачається комунікація. Сайт Президента України П. Порошенка⁶³⁸ інформує про можливість подати звернення, проте лише в письмовій формі, бо Закон України «Про звернення громадян»⁶³⁹ не передбачає розгляд звернень, надісланих електронною поштою. На сайті подано лише статистику звернень. Те ж саме стосується й сайту Прем'єр-міністра України⁶⁴⁰. М. Кастельс вдало схарактеризував таку ситуацію: «Уряди не довіряють своїм громадянам – вони знають краще. А громадяни не довіряють своїм урядам – вони знають достатньо»⁶⁴¹.

Парламентарі часто мають свої сторінки, проте більше використовують їх для особистого PR, не приділяючи особливої уваги відповідям на запити громадян. Політичні партії використовують мережу найбільше в період чергових виборів. Як наслідок, у пересічного українця формується думка, що урядові зовсім не цікаво, що громадяни думають, а отже й активність громадян не є високою за винятком ситуацій, коли вони вражені подією, що викликає обурення чи безпосередньо зачіпає їх особисті інтереси.

Революція гідності (листопад 2013 р. – лютий 2014 р.) засвідчила посилення ролі громадянського суспільства в розбудові держави. Підвищення політичної активності громадян та інститутів громадянського суспільства демонструє їх прагнення мати легітимні механізми захисту своїх прав і свобод, впливу на дії органів державної влади, притягнення до відповідальності посадових осіб, які

⁶³⁶ Кастельст М. Інтернет Галактика: міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства / М. Кастельс / [пер. з англ.]. – К. : Ваклер, 2007. – С. 154.

⁶³⁷ Верховна Рада України: офіційний веб-портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gapp.rada.gov.ua/ap/session/request>

⁶³⁸ Президент України: офіційне Інтернет-представництво [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/appeals/appeals-info>

⁶³⁹ Закон України «Про звернення громадян» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80>

⁶⁴⁰ Арсеній Яценюк : офіційна сторінка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://yatsenyuk.org.ua/ua>

⁶⁴¹ Кастельст М. Інтернет Галактика: міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства / М. Кастельс / [пер. з англ.]. – К. : Ваклер, 2007. – С. 185.

використовують владу для збагачення, а не для задоволення суспільних потреб.

Україна опинилась перед загрозою втрати суверенітету й територіальної цілісності, що ускладнюється економічною кризою, тому найважливішим є об'єднання зусиль Кабінету Міністрів України та громадянського суспільства, рівноправний діалог і взаємна відповідальність за розвиток держави. Це вимагає невідкладного впровадження принципів відкритого урядування, відповідальності органів державної влади перед суспільством, підзвітності та підконтрольності громадянам. Із цією метою розроблено План дій з впровадження Ініціативи «Партнерство «Відкритий Уряд»» у 2014 – 2015 рр.⁶⁴²

Протягом 3 – 10 червня 2014 р. відбулася низка регіональних громадських обговорень, де кожен охочий запропонував власне бачення щодо ключових пріоритетів розвитку в Україні стандартів відкритого урядування, протидії корупції, доступу до публічної інформації та е-демократії. Зокрема, наголошували на тому, що громадяни прагнуть мати більше доступу до процесу прийняття рішень та формування державної політики. Ініціатива «підготовки та подання Урядові проекту Закону щодо участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики, вирішенні питань місцевого значення» отримала 92% підтримки. Також неодноразово прозвучали пропозиції забезпечити рівний доступ об'єднань громадян до членства в громадських радах та забезпечити вільний доступ до засідань рад депутатів усіх рівнів⁶⁴³.

Президент України П. Порошенко закликає до рішучого прориву в переході до е-урядування й пообіцяв створити портал для е-петицій громадян, адже це поширена в демократичних країнах та доволі ефективна технологія колективного впливу громадян на владу. Крім того, громадяни мають і на індивідуальній основі отримати не просто

⁶⁴² План дій із впровадження Ініціативи «Партнерство «Відкритий Уряд»» у 2014 – 2015 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1176-2014-%D1%80#n11>

⁶⁴³ Відкрий Уряд : що громадяни пропонують зробити Уряду для відкритості [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ti-ukraine.org/news/oficial/4769.html>

технічну можливість, але й юридичне право звертатися до органів влади електронною поштою⁶⁴⁴.

2 липня 2015 р. Верховна Рада ухвалила зміни до Закону «Про звернення громадян» щодо е-звернення та е-петиції⁶⁴⁵. Закон запровадив механізм подання звернень в електронній формі, а також такий новий інструмент звернення до президента України, Верховної Ради, Кабінету міністрів та до органів місцевого самоврядування, як електронна петиція. Е-петиції подаються через офіційні веб-сайти відповідних органів або веб-сайти громадських об'єднань.

В електронній петиції має бути викладено суть звернення, зазначено прізвище, ім'я, по батькові автора (ініціатора) електронної петиції. На веб-сайті відповідного органу або громадського об'єднання, що здійснює збір підписів, обов'язково зазначаються дата початку збору підписів та інформація щодо загальної кількості та переліку осіб, які підписали електронну петицію. Е-петиція не може містити заклики до повалення конституційного ладу, порушення територіальної цілісності України, пропаганду війни, насильства, жорстокості, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, заклики до вчинення терористичних актів, посягання на права й свободи людини.

Для створення електронної петиції до Президента, ВР, Кабміну, органу місцевого самоврядування її автор (ініціатор) заповнює спеціальну форму на офіційному веб-сайті органу, якому вона адресована, або веб-сайті громадського об'єднання, яке здійснює збір підписів на підтримку електронних петицій, та розміщує текст електронної петиції.

Дата оприлюднення електронної петиції є датою початку збору підписів на її підтримку. Електронна петиція, адресована Президентові України, Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України, розглядається та на неї дається відповідь за умови збору на її підтримку не менш як 25 тисяч підписів громадян протягом не більше трьох місяців з дня оприлюднення петиції. Вимоги до

⁶⁴⁴ Порошенко закликає до «цифрової України» і електронних петицій громадян [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.radiosvoboda.org/content/article/26826675.html>

⁶⁴⁵ Рада ввела електронні петиції для звернень громадян [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unian.ua/politics/1096102-rada-vvela-elektronni-petitsiji-dlya-zvernen-gromadyan.html>

кількості підписів громадян на підтримку електронної петиції до органу місцевого самоврядування та строку збору підписів визначає статут відповідної місцевої ради.

Електронну петицію оприлюднюють на офіційному веб-сайті адресата або на веб-сайті громадського об'єднання, яке здійснює збір підписів на підтримку електронних петицій протягом 2 робочих днів з дня надсилання її автором (ініціатором). На офіційному веб-сайті відповідного органу або веб-сайті громадського об'єднання зазначено дату початку збору підписів та інформацію про загальну кількість та перелік осіб, які підписали електронну петицію. Е-петицію, яка в установлений строк не набрала необхідної кількості голосів на її підтримку, після завершення строку збору підписів на її підтримку розглядають як звернення громадян відповідно до цього закону. 27 липня 2015 р. Президент підписав Закон про електронні петиції.

Із кінця 2013 р. та протягом 2014 р. в Україні відбувся сплеск громадської активності та формування попиту на нові механізми і форми здійснення демократичного контролю за діяльністю органів влади, інноваційні інструменти впливу на них. З'явилася велика кількість онлайн проектів, мета яких – сприяти самоорганізації однодумців, об'єднувати зусилля для вирішення злободенних проблем життя сучасного українського суспільства, ініціювати питання для розгляду, готувати, обговорювати та подавати пропозиції до змісту рішень органів державної влади та місцевого самоврядування. Представники громадського сектора активно використовують для цього у своїй діяльності не лише створення власних ресурсів, але й соціальні мережі Facebook, Twitter, ВКонтакті та інші.

Проте сучасні інструменти електронної співпраці органів влади з громадянами, громадськими ініціативами та бізнесом залишаються радше декларативними та імітаційними, ніж такими, які стимулюють громадську участь у процесах формування та реалізації державної політики. Насамперед це стосується реалізації створеного в 2012 р. Єдиного інформаційного веб-ресурсу звернень громадян до органів державної влади та органів місцевого самоврядування (<http://z.gov.ua>). Він створювався для швидкої обробки звернень та формування відповідей в електронній формі, забезпечення оперативного контролю з боку громадян за розглядом їх звернень,

ведення органами державної влади та місцевого самоврядування статистичного обліку звернень та контролю за вирішенням порушених у них питань. Однак, навіть 2 роки по тому цей портал все ще працює в режимі дослідної експлуатації. Триває реєстрація органів державної влади в системі, проводяться роботи зі створення комплексної системи захисту інформації та розроблення нормативно-правових актів щодо затвердження Положення та Регламенту роботи з єдиним інформаційним веб-ресурсом звернень громадян до органів державної влади та органів місцевого самоврядування⁶⁴⁶.

Попри проблеми з комунікацією на загальнодержавному рівні в Україні поступово формуються та розвиваються успішні проекти з е-участі, ініційовані громадськістю. Наприклад, розпочатий у 2013 р. проект Фонду Східна Європа «Відкрите місто»⁶⁴⁷ спрямований на забезпечення ефективної електронної взаємодії місцевої влади, громади та бізнесу під час вирішення актуальних проблем громади, який впроваджений уже в 15 містах України. У рамках проекту створено геоінформаційний веб-ресурс, на якому користувачі можуть відзначати та описувати конкретну проблему їхніх громад. Їхнє повідомлення спрямовуватиметься до відповідного управління міської ради. Користувачі матимуть змогу відстежувати, у якому статусі перебувають їхні повідомлення та які кроки щодо усунення проблеми прийнято. Партнери Фонду Східна Європа – громадські організації з пілотних міст – налагоджуватимуть ефективну співпрацю з органами місцевої влади, будуть модерувати роботу ресурсу в їхньому регіоні, інформуватимуть і навчатимуть громадян користуватися системою, а також координуватимуть місцеві ініціативи, спрямовані на вирішення проблем шляхом самоорганізації громадян.

Отже, в українському суспільстві вже формується запит на електронні форми участі. За результатами дослідження, проведеного соціологічною службою Центру Разумкова у вересні 2014 р., 24%

⁶⁴⁶ Державна система електронних звернень громадян [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://z.gov.ua/>

⁶⁴⁷ Відкрите місто : посилення участі громадян у розвитку місцевої громади [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.eef.org.ua/ua/efektyvne-upravlinnia-ta-hromadianske-suspilstvo/343-vidkrite-misto-posilennya-uchasti-gromadyan-u-rozvitku-mistsevoji-gromadi.html>

респондентів заявили про те, що вони хотіли б мати можливість впливати через е-петиції на обов'язковість розгляду того чи того питання відповідними органами влади та вносити свої пропозиції до проектів рішень органів влади. Ще 19% – висловили свою зацікавленість у тому, щоб брати участь у консультаціях, які організовують органи влади на своїх веб-сторінках з питань місцевої регіональної та державної політики, а 11% – готові приділяти цьому щомісячно декілька годин свого часу. Приблизно 3% користувачів Інтернету в Україні виражають свою зацікавленість в обговоренні проектів/звітів щодо виконання державного та місцевих бюджетів, проектів/звітів щодо виконання державних та регіональних цільових програм, прогнозу/аналізу регуляторного впливу, проектів нормативно-правових актів⁶⁴⁸.

Для дослідження рівня інтерактивності місцевої влади та громадян проаналізовано сайти міських рад обласних центрів України. Пропонуємо загальний висновок:

1) загалом усі сайти переслідують лише мету інформувати якомога повніше про свою діяльність, викладаючи велику кількість нормативно-правових документів, нецікавих для пересічного громадянина;

2) міські ради представляють генеральні плани розбудови міст, однак не надають ніяких можливостей громадянам впливати на ці плани;

3) міські ради багато говорять про громадські обговорення, які проводяться лише за визначеними адресами в місті та у визначений час, е-консультацій майже немає;

4) більшість сайтів містять інформацію про план закупівель, статті витрат місцевого бюджету, проте з громадянами не радяться щодо пріоритетів витрат;

5) представлено звіти про опрацювання запитів на інформацію;

6) на переважній кількості сайтів проводиться інтерактивне оцінювання сайту чи опитування щодо покращення роботи сайту.

Серед проаналізованого виділяємо такі позитивні міські ініціативи:

⁶⁴⁸ Зелена книга державної політики у сфері електронного урядування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://e-zakon.org/doc/greenbook/ch70>

– на офіційному порталі мерії Києва є сторінка «е-Місто», яка пропонує публічне обговорення нормативно-правових актів, зокрема розпочато громадське обговорення перейменування вулиць на виконання Закону про декомунізацію (пропонують статистику конкретно кожної вулиці щодо кількості учасників обговорень та кількості пропозицій; результати можна переглянути лише зареєструвавшись); оприлюднено інформацію про вже прийняті рішення щодо перейменування. У мерії є Департамент соціальних комунікацій, який відповідає за консультації з громадськістю⁶⁴⁹;

– на сайті міської ради Луцька є Інтернет-приймальня депутатів, де можна задати запитання депутату, проте немає жодної звітності, чи депутати реагують на ці запитання⁶⁵⁰;

– сайт міської ради Львова надає дуже повну інформацію про всі важливі теми та проблеми, які можуть виникнути в щоденному житті львів'янина та туриста, є багато довідкової інформації. Закладка «Електронні звернення» видає помилку 404 – сторінки не існує⁶⁵¹;

– на сайті Дніпропетровська ініційовано обговорення змін до статуту міста, проте всі пропозиції можна надсилати лише е-листом, інтерактивні обговорення відсутні. Однак запропоновано порівняльну таблицю змін та доповнень, які рекомендують внести, та перелік усіх пропозицій мешканців міста із зазначенням імен⁶⁵²;

– на сайті Чернівецької міської ради є можливість залишати коментарі, нові пропозиції щодо проектів у режимі онлайн⁶⁵³;

– на сайті міської ради м. Суми є онлайн приймальня голови, де зареєстровані громадяни можуть задавати запитання; статистка відповідей відсутня⁶⁵⁴;

⁶⁴⁹ Київська міська державна адміністрація. Офіційний Інтернет- портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<https://kievcity.gov.ua/content/konsultacii-z-gromadskisty.html>

⁶⁵⁰ Офіційний сайт Луцької міської ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://www.lutskrada.gov.ua/internet-reception>

⁶⁵¹ Львівська міська рада. Портал мешканців [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://city-adm.lviv.ua/lmr/>

⁶⁵² Дніпропетровська міська рада [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://dniprorada.gov.ua/>

⁶⁵³ Чернівецька міська рада [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://chernivtsy.eu/portal/4/na-gromadskomu-forumi-chernivchany-obgovoryuvaly-kontseptsiyu-rozvytku-seredmistya-71186.html>

⁶⁵⁴ Муніципальний інформаційний портал. Суми [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
<http://www.meria.sumy.ua/index.php?do=addnews>

- особливість сайту міської ради Харкова – версія для слабозорих та можливість завантажувати новини Харкова на смартфон⁶⁵⁵;
- на сайті міської ради м. Хмельницький друкують відповіді на пропозиції чи скарги громадян щодо життєдіяльності міста⁶⁵⁶;
- сайт міської ради м. Івано-Франківськ⁶⁵⁷ пропонує інфографіку міського бюджету, мови інформування такі: українська, англійська, польська.

На всіх сайтах найменше приділено уваги таким інструментам, як «Комунікативна платформа для зв'язку з диспетчерською службою міста в режимі реального часу (онлайн чат)»⁶⁵⁸.

У липні 2013 р. оголошено переможців Національного конкурсу впроваджених проектів у сфері електронного урядування на регіональних рівнях. У номінації «Електронна демократія» перемогу здобули:

- Чернівецька обласна рада, проект «Буковинський інформаційний прорив» (інструменти зворотного зв'язку з громадськістю, управління сільськими територіями);
- виконавчий комітет Бердянської міської ради, проект «Впровадження в практику діяльності органів місцевого самоврядування елементів електронного урядування через розробку мобільної програми «Моя влада» (встановлення зворотного зв'язку з громадськістю);
- виконавчий комітет Кам'янець-Подільської міської ради, проект «Відкрита влада» (інструменти зворотного зв'язку з громадськістю)⁶⁵⁹.

Одне з найважливіших завдань, що постало в процесі демократичної трансформації України на шляху до європейської

⁶⁵⁵ Офіційний сайт Харківської міської ради, міського голови, виконавчого комітету [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.city.kharkov.ua/>

⁶⁵⁶ Хмельницька міська рада, виконавчий комітет: офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.khmelnytsky.com/>

⁶⁵⁷ Офіційний сайт м. Івано-Франківськ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mvk.if.ua/>

⁶⁵⁸ 100 міст – крок вперед. Моніторинг впровадження інструментів електронного урядування як основи надання адміністративних послуг в електронному вигляді [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.e-gov.in.ua/idata/files/140804-083955-2092.pdf>

⁶⁵⁹ Оголошено переможців Національного конкурсу впроваджених проектів в сфері електронного урядування на регіональних рівнях [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://auc.org.ua/news/ogolosheno-peremozhstv-natsionalnogo-konkursu-vprovadzhenikh-proektiv-v-sferi-elektronnogo-ury>

інтеграції, – забезпечити контроль за функціонуванням політичної влади зі сторони громадянського суспільства.

Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації»⁶⁶⁰ 1997 р. визначає порядок всебічного й об'єктивного висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування засобами масової інформації, захисту їх від монопольного впливу органів тієї чи тієї гілки державної влади або органів місцевого самоврядування.

Відповідно до законодавства медіа України мають право висвітлювати всі аспекти діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування. Органи державної влади та органи місцевого самоврядування зобов'язані надавати ЗМІ повну інформацію про свою діяльність через відповідні інформаційні служби органів державної влади та органів місцевого самоврядування, забезпечувати журналістам вільний доступ до неї, крім випадків, передбачених Законом України «Про державну таємницю», не чинити на них будь-якого тиску й не втручатися в їхній виробничий процес. ЗМІ можуть проводити власне дослідження та аналіз діяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їхніх посадових осіб, давати їй оцінку, коментувати.

Іншим законодавством, яке регулює комунікацію владних органів, масмедіа та громадян є Закони України «Про інформацію» 1992 р., «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» 1993 р., «Про телебачення і радіомовлення» 1993 р., «Про інформаційні агенства» 1995 р., «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» 1997 р.

У ст. 34 Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»⁶⁶¹ 1993 р. йдеться, що кожен має право на оперативне одержання через друковані засоби масової інформації публічно поширюваної інформації про діяльність державних органів і

⁶⁶⁰ Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80/print1217856518710949>

⁶⁶¹ Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2782-12/print1217856518710949>

організацій, об'єднань громадян та їх посадових сіб, атакож інших відомостей, необхідних для того, щоб вони реалізували свої права, свободи й законні інтереси, виконали завдання і функції.

Згідно з Законом України «Про телебачення і радіомовлення»⁶⁶² 1993 р. національним аудіовізуальним продуктом вважають «програми, фільми, аудіовізуальні твори, вироблені фізичними або юридичними особами України» (ст. 1). Тобто, вітчизняне законодавство, регулюючи це питання, не передбачає жодного обмеження за мовною ознакою, хоча українське законодавство й надає безумовний пріоритет національному медіапродукту перед іноземним.

У Франції, яка стала хрестоматійним прикладом жорсткої політики захисту своєї національної самобутності, 60 % телерадіоефіру має заповнюватися власною аудіовізуальною продукцією, причому 40 % з неї має бути франкомовною та трансльованою в прайм-тайм. Українське законодавство в цій сфері суворіше за переважну кількість європейських і наближається до французького. Так, у Законі України «Про телебачення і радіомовлення» встановлено, що «у загальному обсязі мовлення кожної телерадіоорганізації не менше 50 відсотків має становити національний аудіовізуальний продукт або музичні твори українських авторів чи виконавців» (Ч. 1, ст. 9)⁶⁶³. А згідно з Законом України «Про кінематографію» 1998 р., «встановлюється квота демонстрування національних фільмів, яка становить не менше 30 відсотків національного екранного часу» (ст. 22)⁶⁶⁴. Однак, на відміну від Франції, у нас згадані закони здебільшого не виконують, а норми – не працюють. Основною причиною такого становища є дефіцит сучасного українського рейтингового, принаймні на внутрішньому ринку, аудіовізуального продукту.

Показово, що підписаний 14 липня 2007 р. провідними вітчизняними ТРО відомий «Меморандум між телекомпаніями та Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення про співпрацю, спрямовану на розбудову національного

⁶⁶² Закон України «Про телебачення і радіомовлення» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3759-12>

⁶⁶³ Ibidem

⁶⁶⁴ Закон України «Про кінематографію» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/9/98-%D0%B2%D1%80>

інформаційного простору» практично не зачіпає питання обов'язкової квоти національного продукту в телерадіоэфірі. Він регулює лише питому вагу української мови (не менше 50 % загального часу добового мовлення), що досягається за допомогою дублювання та титрування програм. Такий підхід загалом виправданий та конструктивний в умовах значної русифікованості нашого інформаційного простору⁶⁶⁵.

За період війни медіаполітика дещо змінилася в Україні. Зокрема, для роботи із людьми на окупованих територіях та інформаційної безпеки з'явилося Міністерство інформаційної політики⁶⁶⁶. На сайті Міністерства є сторінка з гучною назвою «Комунікації Уряду з населенням», яка пропонує архів матеріалів комунікаційних кампаній Уряду за ключовими соціальними темами: енергетична ефективність, умови отримання субсидій, співпраця з переселенцями. Архів представлено телевізійними рекламними роликами та інформаційними брошурами.

Експерти вважають, що найефективніша державна політика у сфері медіа – це інвестування у вільні медіа та державні гранти для незалежних журналістів; робота вільних медіа – найпотужніша зброя проти пропаганди, бо фейки впливають на людей лише там, де немає вільного доступу до інформації⁶⁶⁷. Незалежна журналістика разом з інститутом вільних виборів та конкурентним механізмом змагань політичних партій відіграє провідну роль у здійсненні громадського контролю. Через незалежну журналістику громадян інформують про діяльність владних структур.

Через журналістські публікації громадяни здобувають нові корисні знання, що сприяє підвищенню те лише їх культурного рівня, а й посилення інтересу громадян до діяльності влади, об'єктивності оцінки її діяльності, сприяють кращому розумінню способів вирішення проблем, які виникають у процесі суспільного розвитку. Соціально відповідальні журналісти писали й пишуть про корупційні схеми, були на Майдані, знаходяться в зоні проведення АТО. Саме

⁶⁶⁵ Актуальні проблеми державної інформаційної політики в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://old.niss.gov.ua/Monitor/april08/3.htm>

⁶⁶⁶ Міністерство інформаційної політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mip.gov.ua/>

⁶⁶⁷ Романдаш А. Медіа та війна: яка інформаційна політика потрібна Україні? [Електронний ресурс] А. Романдаш. – Режим доступу : <http://imi.org.ua/analytics/49017-media-ta-viyna-yaka-informatsiyna-politika-potribna-ukrajini.html>

вони привертають увагу до проблем та несправедливостей, формують порядок денний і, б'ючи на сполох, примушуються владні органи реагувати та розв'язувати проблеми.

Медіа були й залишаються потужним способом впливу на думки, переконання та настрої громадськості. У 2013 р. Центр Разумкова провів дослідження рівня довіри українців до мас медіа: близько 50 % довіряють ЗМІ (у той час, коли лише 13 % довіряють Президентові)⁶⁶⁸. Громадськість вбачає масмедіа та церкву єдиними інституціями, яким варто довіряти.

Європейська інтеграція вимагає адаптації нормативно-правових актів України відповідно до вимог ЄС. 4 лютого 2015 р. Уряд схвалив план імплементації Директиви ЄС про здійснення діяльності з телевізійного мовлення та Європейської конвенції про транскордонне телебачення, мета якої – формувати законодавчі умови для гармонізації вимог щодо виробництва та розповсюдження телевізійних програм, забезпечити умови для чесної конкуренції на спільному ринку та зміцнити роль аудіовізуальних медіа-послуг у задоволенні суспільних інтересів. Імплементація Директиви буде тривати 2 роки⁶⁶⁹.

Нові засоби комунікації все потужніше впливають на українських громадян. Події в Україні кінця 2013 р. – початку 2014 р. переконують, що Інтернет став не лише засобом оперативного інформування, але й інструментом погодження дій протестантів, основою самоорганізації громадян у різноманітні за завданнями й кількістю учасників групи. Уперше люди вийшли на Майдан 21 листопада 2013 р. одночасно в Києві й у Львові після появи в Facebook закликів висловити протест кардинальною зміною політики українського уряду і відмови від євроінтеграції.

Практично відразу ж після перших протестних акцій у Facebook створено групи, у яких оперативно публікувалися новини Євромайдану. Офіційна сторінка Євромайдану за перші 8 днів отримала 76 тис. передплатників, за 10 днів це число досягло 117 тис. На початок лютого кількість прихильників цієї сторінки перевищила

⁶⁶⁸ Чи довіряєте Ви ЗМІ України? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=87

⁶⁶⁹ Звіт про виконання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом : вересень 2014 р. – січень 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/document/247974786/AA_impl_report_02_2015_GOEI.pdf

214 тис. осіб, а число обговорень – 111 тис. Завдяки цьому сторінка Євромайдану стала найпопулярнішою і найбільш відвідуваною в українському сегменті Інтернет⁶⁷⁰.

Найпопулярніше політичне онлайн-медіа «Українська правда» з початку подій на Майдані всі більш-менш значимі новини, що публікувалися не лише на своєму сайті, але й на інших ресурсах, у соцмережах або в аккаунтах політиків, транслювала у своєму Twitter. Коли ресурс кілька разів опинявся під DDos-атакою, Twitter і Facebook «Української правди» залишалися головними рупорами подій⁶⁷¹.

Після першого розгону студентського майдану (у ніч на 30 листопада) українські онлайн-медіа зафіксували рекордний трафік, отриманий із сторінок соціальних мереж: кількість переходів із соцмереж на шпальти медіа виросла в 7 – 10 разів⁶⁷².

У ЄС домінує теза про те, що громадяни країн-членів повинні мати доступ до інформації мовами, яким вони надають перевагу; пропонується концепція «рідна мова + дві». Країни-члени на національному рівні декларують підтримку цієї концепції, однак першочергово докладають зусиль для закріплення статусу «офіційна мова» загалом за однією мовою, іншим надається статус регіональних мов, іноді – статус «офіційна мова» у конкретному регіоні.

Пріоритетом мовної політики в Україні є утвердження і розвиток української мови як головної ознаки ідентичності української нації, яка історично проживає на території України, становить абсолютну більшість її населення, дала офіційну назву державі. Правовою основою для здійснення державної мовної політики в Україні є Конституція України (ст. 10), Закон України «Про мови в Українській РСР» 1989 р., Рішення Конституційного суду України від 14 грудня 1999 р. щодо застосування державної мови органами державної влади, органами місцевого самоврядування та використання її у навчальному процесі в навчальних закладах України. Закон України «Про засади державної мовної політики» 2012 р. втратив чинність у

⁶⁷⁰ Бондарчук О. Політична самоорганізація громадян України у соціальних мережах [Електронний ресурс] О. Бондарчук. – Режим доступу : <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/>

⁶⁷¹ Ibidem

⁶⁷² Баловсяк Н. Євромайдан и онлайн : как сторонники и противники Евромайдана используют социальные сети [Электронный ресурс] / Н. Баловсяк. – Режим доступа : <http://www.towave.ru/pub/evromaidan-i-onlain-kak-sotsialnye-seti-ispolzuyut-storonniki-i-protivniki-evromaidana.html>

лютому 2014 р., бо Верховна Рада України визнала його таким, що суперечить Конституції України, положенням Європейської хартії регіональних мов і мов меншин, прийнятий Верховною Радою з грубим порушення процедури, встановленої Конституцією і законами України. Закон передбачав можливість офіційної «двомовності» у регіонах, де чисельність нацменшин перевищує 10% (дефакто закріплюючи офіційний статус російської мови).

Партія регіонів намагалася просунути ідею необхідності двомовності в суспільстві. Новий Закон викликав не лише широкі дискусії, а й потужні протести на Заході, Півночі та Центрі України. Річ у тім, що Закон створив передумови для впровадження російської як другої державної мови, фактично надаючи їй статусу універсальної домінуючої мови на усій території держави. Депутати більшості в Парламенті були першими, хто демонстрували абсолютне неволодіння і нехтування українською мовою, адже протягом останніх років постійно просувалася думка про те, що українська мова – це мова сільського неосвіченого населення. Всі положення про захист і розвиток регіональних мов відповідно до Європейської хартії про регіональні мови та мови меншин (ратифікована у 2003 р.) декларувалися лише на папері. З усіх заяв творців Закону було зрозуміло, що інші регіональні мови ніколи не зрівняються у своєму статусі з російською. Окрім цього, з державного бюджету не було виділено коштів для дійсного забезпечення офіційної комунікації регіональними мовами.

Після скасування цього Закону відновлено дію ст. 10 Конституції, де подано визначення державної мови: «Під державною (офіційною) мовою розуміється мова, якій державою надано правовий статус обов'язкового спілкування у публічних сферах суспільного життя»⁶⁷³. У рішенні Конституційного Суду України щодо офіційного тлумачення ст. 10 Конституції підтверджено обґрунтованість підстав для надання статусу державної саме українській, а не якійсь іншій мові: «Конституцією України статус державної надано українській мові. Це повністю відповідає державотворчій ролі української нації, що зазначено в Преамбулі Конституції України, нації, яка історично

⁶⁷³ Статті Конституції України щодо мов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://sites.google.com/site/ukrainianquestion/library_ua/movi

проживає на території України, становить абсолютну більшість її населення і дала офіційну назву державі»⁶⁷⁴.

Мовна проблема в Україні, як і в більшості сучасних держав, полягає в тому, що на її території проживають 130 національностей та етнічних груп. Згідно з даними Національного перепису населення 2001 р. 77,8 % населення – українці, 17,3 % – росіяни, 0,6 % – білоруси, 0,5 % – молдовани, 0,5 % – кримські татари, 0,4 % – болгари, 0,3 % – угорці, 0,3 % – поляки, 0,3 % – румуни тощо⁶⁷⁵.

У 2007 р. Центр Разумкова провів дослідження щодо припущення, що двомовні громадяни складають велику частину населення України. Результати засвідчили, що 21,5 % громадян не можуть визначити свою рідну мову – українську чи російську. На Сході та Півдні відсоток був вищим – 25,5 % і відповідно 32,2 %; у цих регіонах кількість двомовних громадян дорівнювала і навіть перевищувала кількість тих, для кого українська є рідною мовою⁶⁷⁶.

Інститут соціології Національної академії наук України стверджує, що протягом 1992 – 2011 рр. відбувався процес гомогенізації двомовного середовища: кількість тих, хто розмовляє українською вдома зросла з 36,8 % до 42,8 %; використання російської вдома знизилося з 32 % до 17,1 %. Протягом цього ж періоду на Заході України кількість двомовних громадян знизилася з 19 % до 6 % завдяки збільшенню кількості україномовних громадян. Однак на Сході та Півдні 54 % та відповідно 64 % білінгвалів визначилися з російською мовою як рідною⁶⁷⁷.

Уважаємо, що поширення двох офіційних мов в одній державі створює нестійку рівновагу, яка призведе або до монолінгвізму, або до розпаду держави на окремі частини за ознакою домінуючої мови. Державність української мови є невід’ємним атрибутом конституційного ладу держави, атрибутом нації, а намагання надати

⁶⁷⁴ Рішення Конституційного Суду України щодо офіційного тлумачення ст. 10 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KS99010.html

⁶⁷⁵ Про кількість та склад населення України за підсумками Всеукраїнського перепису населення 2001 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://2001.ukrcensus.gov.ua/results/general/nationality/>

⁶⁷⁶ Через білінгвізм до русифікації: як двомовні громадяни стають російськомовними [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tyzhden.ua/Society/47410>

⁶⁷⁷ Через білінгвізм до русифікації: як двомовні громадяни стають російськомовними [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tyzhden.ua/Society/47410>

статус державної якійсь іншій мові – це політика руйнування держави, розпалювання міжетнічної ворожнечі, порушення конституційного ладу. Автор переконаний, що домінування однієї державної мови є основою розвитку регіональних мов для міжособистісного спілкування та культурного розвитку (за прикладом Сполученого Королівства). Українська як єдина державна мова сприятиме формуванню національної ідентичності та гордості від того, що ми українці. Сучасна ситуація в Україні в період військового конфлікту з РФ засвідчує, що все більше українців відмовляються спілкуватися мовою агресора та починають спілкуватися українською, отримують задоволення від цього.

На підставі проаналізованих національних комунікаційних політик країн-членів ЄС та ситуації з комунікацією в Україні вважаємо можливим запропонувати такі **поради щодо підвищення ефективності комунікаційної політики України** в контексті євроінтеграції:

У сфері комунікації влада – громадяни:

1) варто взяти за основу ключовий принцип комунікаційної політики Швеції: залучені громадяни є запорукою демократії, без них демократія стає порожнім звуком з політиками, віддаленими від людей; динамічний світ потребує постійної взаємодії, а не лише кожних 4 роки протягом парламентських перегонів;

2) рішення повинні прийматися відкрито, на підставі аналізу політики й після консультацій зі стейкхолдерами, щоб не складалося враження про некомпетентність уряду, який приймає рішення в закритому режимі, керуючись незрозумілими мотивами та процедурами, а потім інформує суспільство про вже зроблене рішення;

3) проактивно залучати стейкхолдерів на всіх етапах, починаючи з формування порядку денного урядової політики, посилити демократію участі через подачу е-петицій як способу ініціювання пропозицій та ідей. Слід організувати збір підписів та надсилання е-петицій на підтримку ініціатив громадян. Органи влади повинні бути зобов'язані взяти до розгляду та надати вмотивовану відповідь на питання, що турбують людей, бізнес та інституції громадянського суспільства;

4) запровадити практику «білих» та «зелених» книг (за прикладом ЄС) для консультаційного процесу з приводу нових політик, обговорення та вирішення проблем (прикладом в Україні є «Зелена книга державної політики у сфері електронного урядування», яка однак зовсім не популяризується);

5) регулярно вивчати громадську думку з приводу діяльності уряду, рішень, які приймаються, процедури прийняття тощо для підтримання зворотного зв'язку з громадськістю;

6) якщо людина відчуває потребу у будь-якій інформації, то вона має право на отримання кваліфікованої інформації; тому людина з цікавим для неї питанням повинна мати можливість звернутися до урядовця-спеціаліста. Для реалізації цієї мети всі відомості з найбільш важливих питань повинні бути розміщені в Інтернеті (досвід Франції);

7) організовувати та модерувати обговорення важливих питань державної політики громадянами, інститутами громадянського суспільства (громадськими групами, об'єднаннями, неурядовими організаціями та установами, засобами масової інформації тощо), представниками бізнесу в соціальних мережах. Необхідність забезпечення та врахування позицій якнайширшого кола зацікавлених сторін вимагатиме від органів влади як власної присутності в соціальних мережах, так і постійного відслідковування громадських інтересів в режимі часу, хоча б наближеного до реального⁶⁷⁸;

8) високопосадовці повинні дійсно взаємодіяти в соціальних мережах з громадянами, а не використовувати посередництво інших осіб і вивчати лише загальні ідеї;

9) запровадження електронного урядування, яке уможливить демократичний контроль та участь громадян у розробці та реалізації державної політики;

10) за прикладом gov.uk створити єдиний портал gov.ua, де користувач легко може отримати адміністративні послуги уряду і не заплутається у морі інформації;

11) за прикладом Німеччини створити платформу, де громадяни отримають можливість прямо впливати на роботу

⁶⁷⁸ Зелена книга державної політики у сфері електронного урядування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://e-zakon.org/doc/greenbook/ch70>

Парламенту: коментувати пропозиції, визначати їх рейтинг і спільно працювати над текстом;

12) за прикладом ЄК подавати усю інформацію простою зрозумілою для громадян мовою, уникаючи непотрібної термінології; широке використання інструментів презентацій та візуалізації інформації;

13) регулярні он-лайн дорадчі референдуми в окремих містах, щоб вивчити проблеми та залучити ініціативи громадян, особливо з питань розбудови міста та витрат бюджетних коштів (наприклад, взявши досвід Швеції⁶⁷⁹);

14) стосунки між радою та місцевими жителями повинні змінюватися відповідно до змін в ІКТ (мобільні додатки, соціальні медіа, відкриті дані) (за прикладом Нідерландів);

15) дискусійні он-лайн форуми з консультацій з громадянами;

16) тим, хто необізнаний з цифровими каналами комунікації, буде надаватися допомога; особливу увагу приділяти людям з обмеженими фізичними можливостями (досвід Данії);

17) проекти для підтримки інноваційних ідей, які покращують залучення громадян до урядової діяльності, що може призвести до меншої корумпованості та більш ефективного реагування уряду на потреби громадян;

18) веб-сайт (на зразок сайту www.2030.fi у Фінляндії⁶⁸⁰), який би надавав форум блогерам висловитися з приводу свого бачення майбутнього України до 2030 р. Сайт дав би можливість залучити громадян через соціальні медіа, щоб їх погляди та ідеї були почуті ще на ранній стадії.

У сфері мовної політики:

1) розробити Закон про державну мовну політику в Україні (проект такого закону був створений у 2008 р., але він не був прийнятий), спрямований на забезпечення функціонування української як державної мови на всій території держави і на гарантування громадянам права користуватися мовою;

⁶⁷⁹ Citizen centric e-participation. A trilateral collaboration for democratic innovation. Case studies on e-participation policy: Sweden, Estonia and Iceland, 2013 [Electronic resource]. – Available at : http://www.praxis.ee/fileadmin/tarmo/Projektid/Valitsemine_ja_kodanike%C3%BCchiskond/citizen_centric_e_participation_veebi.pdf

⁶⁸⁰ Citizens involved in shaping the future of Finland [Electronic resource]. – Available at : <http://vnk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedote/fi.jsp?oid=366665>

2) необхідно чітко визначити всі сфери застосування української мови, першочергово органами державної влади, освітніми та культурними закладами;

3) депутати повинні бути зобов'язані використовувати українську в Парламенті (винятком є приватна комунікація);

4) Міністерство освіти та науки України повинно виділити однакову кількість годин на вивчення української в освітніх закладах незалежно від регіону;

5) регіональні мови використовувати в усіх сферах комунікації лише на регіональному рівні, для загальнонаціональної комунікації використовувати лише українську;

6) варто розробити Стратегію розвитку мови як для державної, так і для регіональних мов;

7) доречно створити Раду регіональних мов та ввести посаду Комісарів, які б відповідали за розвиток регіональних мов (за прикладом Сполученого Королівства);

8) інтерактивні сайти у регіонах повинні надавати громадянам інформацію їх рідними мовами (мовами регіону), щоб сприяти вдосконаленню мовних навичок, залучати до участі в місцевих проектах. Ініціатива має підтримуватися і спонсорами, і на державному рівні;

9) обов'язково слід викладати регіональні мови у школах навіть для тих, для кого вона не є рідною, що сприятиме зміцненню зв'язків прикордонних територій та забезпечить реалізацію принципу ЄС «рідна мова + дві» (сьогодні другою іноземною є англійська, рідше німецька та французька);

10) рівень володіння іноземними мовами є досить низьким в Україні, тому варто розробити Програму сприяння вивченню мов; депутати та державні службовці повинні стати зразком у володінні мовами (Президент та Прем'єр міністр України слугують взірцем).

У сфері медіа політики

1) щотижневі телевізійні виступи Президента перед громадянами України, які свідчили б, що Президент не відірваний від реальності і розуміє, що відбувається у його державі (свого часу Президент В. Ющенко практикував радіо виступи щонеділі, взявши за зразок ефективну комунікацію Т. Рузвельта з американцями, проте

досить швидко промови В. Ющенко перетворилися в пусте базікання з невизначеною тематикою);

2) регулярні телевізійні виступи прем'єр-міністра, який би інформував громадян про конкретні кроки на шляху подолання кризи в державі (поки що прем'єр-міністр А. Яценюк використовує такий канал комунікації, зокрема з кінця червня розпочалися «10 хвилин з Прем'єр-міністром», однак тематика уже дещо застаріла, із запізненням принаймні на 2 місяці);

3) запровадити практику, коли кожного дня речник від уряду (за прикладом речника від АТО) даватиме брифінг про те, що відбувається з реформами: який реальний стан справ, що зроблене за день, які перешкоди, яка потрібна допомога тощо⁶⁸¹;

4) залишити єдине офіційне видання «Офіційний вісник України», яке максимально повно публікує нормативно-правові акти (інші три лише його дублюють); вивільнені кошти спрямувати на е-урядування⁶⁸²;

5) створення розвиненої та впливової у суспільстві системи загальнонаціонального Суспільного мовлення із такими виробничо-технологічними складовими, як загальнонаціональне та супутникове телерадіомовлення, онлайнове мовлення в Інтернет, виробництво фільмів, телесеріалів, програм;

6) конкурентоспроможна система національного кіновиробництва та кінопрокату;

7) щоб переконати населення в окупованих територіях, треба показати їм українську перспективу: як буде жити Донбас, якщо залишиться частиною України і буде рухатися в європейському напрямкові. Перш за все має бути роз'яснювальна робота із людьми на територіях, поруч з окупованими. Саме простими сюжетами та запитаннями можна вплинути на населення; інформаційні повідомлення мають бути зрозумілими місцевому населенню, тобто, говорити про локальні проблеми та способи їхнього вирішення (за принципом комунікаційної політики ЄС «дійти до місцевого рівня»).

Усі запропоновані ідеї дійсно повинні бути почуті урядовцями і взяті до уваги, адже часто уряд та громадяни існують ніби в

⁶⁸¹ Журба Я. Комунікація уряду із суспільством. Бриф аналітичного документу [Електронний ресурс] / Я. Журба, В. Андрусів. – Режим доступу : <http://analytic.org.ua/wp-content/uploads/2015/06/Brief.pdf>

⁶⁸² Ibidem

паралельних світах, переймаючись своїми проблемами, які не співпадають.

Отже, громадськість підтримає євроінтеграцію України, якщо комунікація влади та громадян буде ефективною. Ігнорування двовекторною взаємодією спричинило такі проблеми: неналежний процес прийняття урядових рішень, відсутнє стратегічне планування комунікації, брак політичної культури, відсутність чітких цілей комунікації. Наслідками неефективної комунікаційної політики є низька довіра до уряду, нерозуміння уряду та його політики, зокрема й політики євроінтеграції. Важливим кроком у напрямі взаємодії з громадськістю могло б стати схвалення Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики» (2010 р.), який однак замінено Законом України «Про доступ до публічної інформації» (2011 р.).

Сплеск громадської активності протягом кінця 2013 р. та всього 2014 р. призвів до формування попиту на нові механізми і форми здійснення демократичного контролю за діяльністю органів влади та інноваційні інструменти впливу на них: запровадження практики е-петицій, інтерактивні сайти органів місцевої влади, соціальні медіа. Важливою основою комунікаційних заходів та єдності нації є просування ідеї єдиної офіційної мови держави.

Висновки до розділу 5

З 1998 р. з часу підписання Указу Президента України про затвердження стратегії інтеграції України до Європейського Союзу Уряд наголошував на важливості та безальтернативності європейського вектору розвитку України. Для формування стійкої усвідомленої підтримки євроінтеграції громадянами України розроблено Державну програму інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004 – 2007рр., Державну цільову програму інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2008 – 2011рр. та Концепцію реалізації державної політики у сфері інформування та налагодження комунікації з громадськістю з актуальних питань європейської інтеграції України на період до 2017 р. Проте ці документи залишилися загалом декларацією про наміри, бо не були повністю

реалізовані на практиці через брак фінансування, проблеми кадрового забезпечення, недостатньо чітке адресування програм, неналежний рівень координації дій учасників виконання програми, надмірну кількість та розпорошеність заходів.

Проте завдяки державному фінансуванню Національна телекомпанія України, Національна радіокомпанія України, Державна телерадіокомпанія «Всесвітня служба «Українське телебачення і радіомовлення» створили передачі, присвячені євроінтеграційному курсу України. З 2003 р. на державному рівні відзначають День Європи. У 2010 – 2011 рр. за кошти державного бюджету розпочато роботу української редакції телеканалу «Єврорьюз» (у 2015 р. ліцензію анульовано).

Головним джерелом інформації для громадян України залишаються медіа, які часто подають інформацію про євроінтеграцію з оцінковими судженнями, замовчують окремі факти, акцентують події, неактуальні для пересічного українця. Найбільше українські громадяни цікавляться наслідками європейської інтеграції України для їхнього щоденного життя, а українські медіа не дають відповідей на ці питання, обмежуючись висвітленням поточних зовнішньополітичних подій у відносинах Україна – ЄС.

Основну частину інформаційної діяльності здійснювали приватні медіа та громадські організації переважно за кошти міжнародних фондів та дипломатичних представництв, зокрема, Представництва ЄС в Україні, Європейської програми Міжнародного фонду «Відродження», посольств та благодійних фондів країн ЄС і США. Наприклад, у 2008 р. запущено портал «Європейський простір», який виконує об'єднуючу місію консолідації проєвропейських громадських організацій шляхом підтримки та популяризації роботи неурядових організацій у сфері європейської та євроатлантичної інтеграції, надання громадськості у доступному форматі знань про ЄС та євроатлантичні структури, їхні інституції, правові засади, особливості провадження інтеграційної політики органів влади.

У вересні 2013 р. розпочато інформаційно-комунікаційну кампанію «Сильніші разом» для підтримки реформ та посилення обізнаності українського суспільства про переваги та можливості, які надають Угода про Асоціацію між Україною та ЄС і Зона вільної торгівлі. Сферами діяльності визначено такі: кампанія загальної

громадської обізнаності, консультаційна платформа «Як робити бізнес у ЄС», політичний діалог з Верховною Радою та урядом для прийняття й імплементації законодавчого порядку денного євроінтеграції.

Непідписання Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС 28 листопада 2013 р. на 3-му саміті ЄС «Східне партнерство» у Вільнюсі продемонструвало проблеми з комунікацією як у контексті європейської інтеграції, так і у відносинах влада – громадяни. Інакше кажучи, Президент та Уряд проігнорували один із принципів комунікаційної політики ЄС – «дослуховування» до громадян. Варто зауважити, що до 2004 р. не згадувалося про важливість безпосередньої взаємодії органів влади з широкою громадськістю; основний акцент зроблено лише на повній поінформованості державних службовців та медіа.

Сплеск громадської активності протягом кінця 2013 р. та всього 2014 р. призвів до формування попиту на нові механізми і форми здійснення демократичного контролю за діяльністю органів влади, впливу на прийняття важливих рішень. Ефективними інструментами комунікації є сайт Кабміну «Громадянське суспільство і влада», Урядовий сайт для юних громадян, інтерактивні сайти органів місцевої влади, е-петиції, традиційні та соціальні медіа, єдина офіційна мова держави, надання інформації на сайтах офіційною мовою та мовами меншин регіону.

Запропоновано пропозиції щодо покращення комунікаційної політики України у сфері євроінтеграції та у сфері комунікації влада – громадяни, мовної та медіа політики.

ПІСЛЯМОВА

Комунікаційна політика ЄС – це комплекс принципів та заходів, зорієнтованих на об'єктивне та неупереджене поширення інформації про діяльність і політики ЄС, встановлення прозорих стосунків між інституціями ЄС та громадянським суспільством й бізнесом, дослуховування до потреб і вимог громадян, залучення громадян до процесів прийняття важливих рішень. Напрямами комунікаційної політики ЄС є електронна участь, аудіовізуальна й медіаполітика, політика мультимедіа.

Першочергова мета комунікаційної політики ЄС – подолання «дефіциту комунікації» через просування ідеї європейської інтеграції та підтримку демократизації у країнах-членах.

Суб'єкти комунікаційної політики Європейського Союзу – інституції ЄС, об'єкти – уряди держав-членів, місцеві органи влади, громадяни, масмедіа, бізнес, неурядові організації тощо.

Комунікаційна політика ЄС зорієнтована на виконання таких функцій: надання публічності для подолання «дефіциту комунікації»; впливу на громадську думку, зокрема, переконання в невідворотності і перевагах євроінтеграційного процесу; інклюзивна функція: комунікаційна політика ЄС сприяє згуртуванню народів держав-членів, просуванню ідеї європейської інтеграції; функція підтримання стабільності: узгодження, координація, гармонізація інтересів, позицій і діяльності суб'єктів та об'єктів комунікаційної політики ЄС, регулювання політичних відносин, інтеграція суспільства або соціальних груп, оптимізація управлінської діяльності й політичних рішень на рівні Союзу.

Протягом 40 років з часу заснування Європейської Спільноти комунікація з громадянами не вважалася пріоритетним напрямом, основний акцент зроблено на інформуванні. Проте проблеми, з якими стикається ЄС протягом свого розвитку, примушують інституції Союзу переосмислити ставлення до інформації й комунікації. ЄК усвідомлює, що сутність поширення інформації не лише в переконанні громадян будь-якими засобами, а в залучення та заохоченні до участі в інтеграційному процесі.

Поступово Рада та ЄП починають формувати власні комунікаційні стратегії, викликані впливом розширення й експансії

повноважень ЄС згідно з Маастрихтським та Амстердамським договорами, у 1999 р. ЄП звертається з проханням до Комісії розробити інформаційно-комунікаційну стратегію.

У 2004 р. запроваджується посада комісара з комунікаційної політики, який після публічних консультацій та конференцій із зацікавленими сторонами ініціює розробку документів щодо покращення комунікації ЄС, а саме: 2004 р. – Інформаційно-комунікаційна стратегія, 2005 р. – План дій покращення комунікації ЄС, 2005 р. – План Д для діалогу, демократії та дебатів, 2006 р. – Біла книга з європейської комунікаційної політики, 2007 р. – Комунікація з Європою в партнерстві, 2007 – 2013 рр. – програма «Європа для громадян».

Усі документи об'єднує одна ціль – краща комунікація, щоб підвищити інтерес європейців до ЄС, зробити їх обізнаними з досягненнями Союзу для щоденного життя громадян; переконати європейців у цінності європейської інтеграції; надати їм можливість брати активну участь у будівництві Європи.

Із 2011 р. Генеральний директорат з комунікації перейшов в управління Віце-президента з питань юстиції, фундаментальних прав та громадянства й комунікація стає невід'ємною частиною розробки й пояснення будь-якої політики Комісією.

Стратегічними принципами комунікаційної політики ЄС виділено такі: слухання, комунікація, зв'язок з громадянами на локальному рівні. Ці принципи реалізуються через такі напрями комунікаційної політики ЄС, як: е-участь, політика мультилінгвізму й аудіовізуальна політика.

Із метою «дослуховування» до громадян, подолання дефіциту демократії з 2001 р. ЄК реалізовує проекти, зорієнтовані на створення каналів е-участі, щоб збагатити наявні канали взаємодії, посилити транспарентність і легітимність процесу розробки політик і створення умов для публічних обговорень із європейських питань. Мета усіх проектів – подолати розрив у комунікації між громадянами й політиками. донести політики до громадян.

Ефективність усієї комунікації ЄС суттєво залежить від активності національних медіа, які подають політики та теми ЄС у своєму контексті через призму політичних, соціальних та культурних орієнтацій і окремих інтересів держав-членів у Європі. Зростаючий

інтерес ЄС до національних медіа зумовлений зниженням підтримки політик ЄС в поєднанні зі зростанням невдоволення роботою ЄС, усвідомленням Комісією важливості комунікації з різною громадськістю щодо майбутнього ЄС. Новини про європейські політичні питання просувають соціальну інтеграцію в ЄС через включення громадян у політичний процес, інформування їх про ЄС, його політики, держави-члени, та підтримку європейської інтеграції й відчуття політичної спільноти в межах ЄС.

Реалізуючи принцип «єдність у різноманітності», ЄС докладает максимум зусиль для посилення включеності всіх громадян у діяльність і політику Союзу, чому сприяє підтримка мультилінгвізму на рівні ЄС. Завдання ЄК – ознайомлювати громадян ЄС із своїми результатами, а для цього вона повинна спілкуватися мовами, які громадяни розуміють. Сприяння багатомовності – це спосіб об'єднати європейців. У сфері мультилінгвізму виокремлено такі пріоритети: гарантувати наявність інформації усіма офіційними мовами ЄС, включеність регіональних мов і мов меншин, мов глухонімих; сприяти ранньому навчанню мовам і двомовній освіті.

Комунікаційна політика держав-членів ЄС зорієнтована на підтримку євроінтеграційного процесу. Цілі комунікаційних політик: інформувати громадян про процедуру приєднання, переговорний процес, природу інституцій ЄС, процес прийняття рішень у Союзі; переконати в необхідності тісніших економічних, політичних, культурних та безпекових відносин між державами та ЄС; сприяти розповсюдженню європейських цінностей.

Справжню комунікаційну політику європейської інтеграції (а не інформаційне забезпечення) проводили держави-члени з четвертого розширення після періоду «холодної війни». Комунікаційні стратегії різнилися за тривалістю (від кількох років задовго до оголошення дати референдуму до 5 тижнів), інтенсивністю впливу (залучення медіа, високопосадовців, проведення окремих кампаній урядом та політичними партіями й НУО, організація спеціальних заходів тощо), освітньою (сприяти формуванню власних точок зору громадян напередодні референдуму про вступ країни до ЄС) та пропагандистською спрямованістю (поширювали винятково позитивну інформацію про переваги європейської інтеграції).

Розуміючи, що підтримка європейської інтеграції та політик ЄС залежить від активності громадян, держави-члени ЄС приділяють велику увагу комунікації з громадянами через е-участь та мовну політику. Окрім інтерактивних сайтів роблять спроби використати потенціал соціальних медіа та мобільних пристроїв. Лінгвістичну різноманітність реалізують через заохочення вивчення іноземних мов в освітніх закладах, сертифікованих мовних центрах; при цьому законодавчо визначено і захищено статус державної мови. Загалом, принцип мультилінгвізму ЄС «рідна мова + дві» впроваджують через широке вивчення англійської мови і, як правило, мов меншин.

Уряд України обрав курс на європейську інтеграцію ще в 1998 р. і розробив низку документів, які проте залишилися декларацією про наміри, бо не повністю реалізовані на практиці через брак фінансування, проблеми кадрового забезпечення, недостатньо чітке адресування програм, неналежний рівень координації дій учасників виконання програми, надмірну кількість та розпорошеність заходів. Основну частину інформаційної діяльності здійснювали приватні медіа та громадські організації переважно за кошти міжнародних фондів та дипломатичних представництв.

Непідписання Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС 28 листопада 2013 р. на 3-му саміті ЄС «Східне партнерство» у Вільнюсі продемонструвало проблеми з комунікацією як у контексті європейської інтеграції, так і у відносинах влада – громадяни. Сплеск громадської активності протягом кінця 2013 р. та всього 2014 р. призвів до формування попиту на нові механізми і форми здійснення демократичного контролю за діяльністю органів влади, впливу на прийняття важливих рішень.

Запропоновано пропозиції щодо покращення комунікаційної політики України у сфері євроінтеграції й комунікації влада – громадяни, мовної та медіа політики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азарову нравится решать насущные проблемы через Facebook [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.segodnya.ua/politics/pnews/Azarovu-nravitsya-reshat-nasushchnye-problemy-cherez-Facebook-440911.html>
2. Актуальні проблеми державної інформаційної політики в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://old.niss.gov.ua/Monitor/april08/3.htm>
3. Амелин В. Социология политики / В. Амелин. – М. : Изд-во МГУ, 1992. – 183 с.
4. Арсеній Яценюк : офіційна сторінка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://yatsenyuk.org.ua/ua>
5. Асоціація ЄС-Україна: що це дасть Вам [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/documents/virtual_library/association_115x170_uk.pdf
6. Баловсяк Н. Евромайдан и онлайн: как сторонники и противники Евромайдана используют социальные сети [Электронный ресурс] / Н. Баловсяк. – Режим доступа : <http://www.towave.ru/pub/evromaidan-i-onlain-kak-sotsialnye-seti-ispolzuyut-storonniki-i-protivniki-evromaidana.html>
7. Баровська А. Інституційне забезпечення державної комунікативної політики Великої Британії [Електронний ресурс] / А. Баровська. – Режим доступу : http://irbis-nbuv.gov.ua/j-pdf/spa_2013_4_13.pdf
8. Баровська А. Інституційне забезпечення державної комунікативної політики: досвід країн Європи : [аналіт. доп.] [Електронний ресурс] / А. Баровська. – К. : НІСД, 2014. – 40 с. – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/public/File/2014_nauk_an_rozrobku/comunicat_depart.pdf
9. Белинская Е. К обоснованию социокультурного подхода в анализе виртуальной реальности [Электронный ресурс] / Е. Белинская. – Режим доступа : <http://psynet.carfax.ru/texts.bel5.html>
10. Белоусова Н. Формирование коммуникационной политики издательства : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 [Электронный ресурс] / Н. Белоусова. – М., 2006. – 140 с. – Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/formirovanie-kommunikatsionnoi-politiki-izdatelstva#ixzz3RWaFXBAJ>
11. Бенкендорф Є. Національна телекомпанія України [Електронний ресурс] / Є. Бенкендорф. – Режим доступу : <http://benkendorf.kiev.ua/projects/tv/1tv.html>
12. Бобова Л. Мануэль Кастельс: влияние сетевого общества на характер социальных коммуникаций [Электронный ресурс] / Л. Бобова. – Режим доступа : http://www.vestnik.mgimo.ru/sites/default/files/pdf/28sociologiya_bobova.pdf

13. Бондаренко С. Политическая идентичность в киберпространстве [Электронный ресурс] / С. Бондаренко. – Режим доступа : <http://www.dzyalosh.ru/01-comm/statii/bondarenko.htm>
14. Бондарчук О. Політична самоорганізація громадян України у соціальних мережах [Електронний ресурс] / О. Бондарчук. – Режим доступу : <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/>
15. Василик М. Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации / М. Василик // Актуальные проблемы теории коммуникации : [сб. науч. тр.]. – СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 4 – 11.
16. Верховна Рада України: офіційний веб-портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gapp.rada.gov.ua/ap/session/request>
17. Вершинин М. Политическая коммуникация в информационном обществе : перспективные направления исследований [Электронный ресурс] / М. Вершинин // Актуальные проблемы теории коммуникации : [сб. науч. тр.]. – СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 98 – 107. – Режим доступа : http://www.russcomm.ru/rca_biblio/v/vershinin02.shtml
18. Висоцька О. Політична комунікація / О. Висоцька // Політологія : [навч. енцикл. словник-довідник] / [за наук. ред. д-ра політ. н. Н. Хоми]. – Львів : «Новий Світ - 2000», 2014. – С. 490 – 491.
19. Від електронного урядування до електронної демократії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uspishnaukraina.com.ua/news/1547.html>
20. Відкрите місто : посилення участі громадян у розвитку місцевої громади [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.eef.org.ua/ua/efektyvne-upravlinnia-ta-hromadianske-suspilstvo/343-vidkrite-misto-posilennya-uchasti-gromadyan-u-rozvitku-mistsevoji-gromadi.html>
21. Відкрий Уряд : що громадяни пропонують зробити Уряду для відкритості [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ti-ukraine.org/news/oficial/4769.html>
22. Виртуальное консультационное агенство SOS Cons@lting [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.sos-consulting.ru/ru/serv/politic/>
23. Габермас Ю. Структурні перетворення у сфері відкритості : дослідження категорії громадянське суспільство [Електронний ресурс] / Ю. Габермас. – Львів : Літопис, 2000. – 319 с. – Режим доступу : http://platonanet.org.ua/load/knigi_po_filosofii/politologija/gabermas_strukturni_pervetvorenija_sferi_vidkritosti/21-1-0-1495
24. Габермас Ю. Наскільки розумним є авторитет повинності / Ю. Габермас // Ю. Габермас. Залучення іншого : студії з політичної теорії : [пер. з нім. А. Дахній] ; [наук. ред. Б. Поляруш]. – Львів : Астролябія, 2006. – 416 с.

25. Галлін Д. С. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики / Д. С. Галлін, П. Манчіні / [перекл. з англ. О. Насика]. — К.: Наука, 2008. — 320 с.
26. Гердеген М. Європейське право / М. Гердеген / [пер. з нім.]. — К. : К.І.С., 2008. — 528 с.
27. Гетьманчук: Основна проблема співпраці Україна-НАТО – брак довіри [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://socportal.info/2015/06/18/get-manchuk-osnovna-problema-spivpratsi-ukrayina-nato-brak-doviri.html>
28. Горошко Е. Информационно-коммуникативное общество: становление и перспектива развития / Е. Горошко // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – 2009. – Т. 22 (61). – № 1. – С. 91 – 97.
29. Громадянське суспільство і влада [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://civic.kmu.gov.ua>
30. Гусев Д. Государственная коммуникативная политика в условиях процесса модернизации современной России : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 [Электронный ресурс] / Д. Гусев. – Нижний Новгород., 2010. – 210 с. – Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/gosudarstvennaya-kommunikativnaya-politika-v-usloviyakh-protsess-modernizatsii-sovremennoi-#ixzz3RWtSCIOo>
31. Дайджест Уанета, 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://prodigiagency.com/digest/Prodigi_digest.pdf
32. Даниленко С. Громадянський вимір комунікаційної революції. Модернізація суспільних комунікацій від друкарського верстата до соціальних мереж : [моногр.] / С. Даниленко. – К. : ІМВ, 2010. – 310 с.
33. Деревянко Е. Коммуникативная политика украинских холдингов [Электронный ресурс] / Е. Деревянко. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/press/zhuk/2004-4/08.shtml>
34. Державна комунікативна політика: якою їй бути? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ucipr.kiev.ua/publications/derzhavna-komunikativna-politika-iakoju-iii-buti/lang/%5C>
35. Державна програма інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004 – 2007рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=223561719
36. Державна система електронних звернень громадян [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://z.gov.ua/>
37. Дзялошинский И. Гражданские коммуникации и публичная политика [Электронный ресурс] / И. Дзялошинский. – Режим доступа : <http://www.dzyalosh.ru/comm-stati.shtml>

38. Дзялошинский И. О коммуникации, информации и судьбе Российского информационного пространства [Электронный ресурс] / И. Дзялошинский. – Режим доступа : <http://www.dzyalosh.ru/comm-stati.shtml>
39. Димитров В. Комуникативістика в системі суспільних відносин [Електронний ресурс] / В. Димитров. – Режим доступа : http://novyn.kpi.ua/2007-2-1/02_Dimitrov.pdf
40. Дніпренко Н. Комуникативний центр уряду – шлях до демократії [Електронний ресурс] / Н. Дніпренко // Комунікація. – 2012. – № 2. – С. 2 – 12. – Режим доступа : http://pdp.org.ua/images/stories/materials/Communication-2_March2012_final.pdf
41. Дніпропетровська міська рада [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://dniprorada.gov.ua/>
42. Дойч К. Народи, нації та комунікація / К. Дойч // Націоналізм : антологія / [упорядн. О. Проценко, В. Лісовий]. – К. : Смолоскип, 2000. – 872 с.
43. Досвід впровадження е-демократії та е-урядування в Україні, 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступа : http://nc.dagov.adamant.ua/menu/publications/doc/dosv_vprovad.pdf
44. Е-урядування : поняття, сутність, актуальність і мотивація впровадження [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.znannya.org/?view=e-government-idea>
45. Європейська інтеграція / [уклад.: М. Яхтенфукс, Б. Колер-Кох] ; [пер. з нім. М. Яковлева]. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. – 294 с.
46. Європейські публічні комунікації: культура, політика, технології : [колект. моногр.] / [А. Шинкарук, В. Парфенюк, Е. Кац]. – Рівне, 2013. – 416 с.
47. Європейський простір : портал проєвропейського громадянського суспільства України [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://eu.prostir.ua/about/index.html>
48. Євросоюз зробить Інтернет безпечнішим для дітей [Електронний ресурс]. – Режим доступа : http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/press_corner/newsletter/all-newsletters/2008/20081115_01_uk.htm
49. Єдина Країна. Інформаційно-аналітичний центр [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ukrinform.ua/iac>
50. ЄС закликає Київ створити міністерство з питань євроінтеграції [Електронний ресурс] // УНІАН. – 15.01.2015. – Режим доступа : <http://www.unian.ua/politics/1032242-es-zaklikae-kijiv-stvoriti-ministerstvo-z-pitan-evroitegratsiji.html>
51. Журба Я. Комунікація уряду із суспільством. Бриф аналітичного документу [Електронний ресурс] / Я. Журба, В. Андрусів. – Режим доступа : <http://analytic.org.ua/wp-content/uploads/2015/06/Brief.pdf>
52. Загальна декларація прав людини [Електронний ресурс]. – Режим доступа : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_015

53. Закон України «Про доступ до публічної інформації» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2939-17>
54. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2782-12/print1217856518710949>
55. Закон України «Про звернення громадян» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80>
56. Закон України «Про кінематографію» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/9/98-%D0%B2%D1%80>
57. Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні до 2015 р.» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/537-16>
58. Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80/print1217856518710949>
59. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3759-12>
60. Звіт про виконання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом: вересень 2014 р. – січень 2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/document/247974786/AA_impl_report_02_2015_GOEI.pdf
61. Зелена книга державної політики у сфері електронного урядування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://e-zakon.org/doc/greenbook/ch70>
62. Землянова Л. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества : [толковый словарь терминов и концепций] / Л. Землянова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. – 301 с.
63. Зернецька О. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини : [моногр.] / О. Зернецька. – К. : Освіта, 1999. – 352 с.
64. Зотов В. Становление информационно-коммуникативной среды как основание общественных трансформаций [Электронный ресурс] / В. Зотов. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-informatsionno-kommunikativnoy-sredy-kak-osnovanie-obshchestvennyh-transformatsiy>
65. Зубко Д. Сім нянок для європейської інтеграції [Електронний ресурс] / Д. Зубко. – Режим доступу : http://dt.ua/columnists/sim-nyanok-dlya-evropeyskoji-integraciyi-169129_.html
66. Иванов Д. Виртуализация общества : Версия 2.0 [Электронный ресурс] / Д. Иванов. – СПб. : Петербургское Востоковедение, 2002. – 224 с. – Режим доступа : <http://library.univer.kharkov.ua/OpacUnicode/index.php?url=/notices/index/IdNotice:153233/Source:default#>

67. Інформаційна кампанія про переваги європейської інтеграції для України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.gov.uk/government/case-studies/explaining-the-benefits-for-ukraine-of-closer-european-integration.uk>
68. Інформаційно-аналітичний центр [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mediarnbo.org/sample-page/>
69. Ирхин Ю. Политология [Электронный ресурс] / Ю. Ирхин, В. Зотов, Л. Зотова. – М. : Юристъ, 2002. – 511 с. – Режим доступа : <http://politics.ellib.org.ua/pages-827.html>
70. Казанская И. К научному пониманию феномена Интернета / И. Казанская // Актуальные проблемы социогуманитарного знания : [сб. науч. тр. МПГУ]. – М.: Прометей 2007. – С. 128 – 150.
71. Кант И. Критика практического разума: Основы метафизики нравственности ; Критика практического разума ; Метафизика нравов / И. Кант. – СПб. : Наука, 1995. – 528 с.
72. Карпчук Н. Політика мультилінгвізму Європейського Союзу / Н. Карпчук // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2010. – № 26. – С. 44 – 48.
73. Карпчук Н. Генеза комунікаційної політики ЄС / Н. Карпчук // Науковий вісник Одеського державного економічного університету. – Одеса, 2011. – № 19 (144). – С. 177 – 186.
74. Карпчук Н. Комунікаційна політика Європейського Союзу: План Д для діалогу, демократії та дебатів / Н. Карпчук // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2011. – № 20 (217). – С. 54 – 58.
75. Карпчук Н. Роль Європейської Комісії у формуванні комунікаційної політики ЄС / Н. Карпчук // Проблеми міжнародних відносин [зб. наук праць / наук. ред. Б. Канцелярук та ін.]. – К. : КиМУ, 2011. – Вип. 2. – С. 106 – 118.
76. Карпчук Н. Комунікаційна політика Європейського Союзу: План Д для діалогу, демократії та дебатів / Н. Карпчук // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2011. – № 20 (217). – С. 54 – 58.
77. Карпчук Н. Засади комунікаційної політики ЄС: Біла книга з комунікації / Н. Карпчук // *Partnerstwo Wschodnie w kontekście europejskich aspiracji Ukraine / Dylematy międzynarodowe i systemowe* : [Red. M. Zurek]. – Szczecin, 2011. – Wydanie I. – S. 107 – 129.
78. Карпчук Н.. ЄС в пошуках комунікаційної стратегії (1957 – 2004 р.р.) / Н. Карпчук // Матер. Всеукр. наук. конф. : [«Україна в системі глобального інформаційного обміну: теоретико-методологічні аспекти дослідження і підготовки фахівців»], (Львів, 27 – 28 травня, 2011 р.). – Львів : Нац. ун-т «Львівська політехніка, Інститут прикладної математики і фундаментальних наук», 2011. – С. 156 – 161.

79. Карпчук Н. Медиаполитика Европейского Союза / Н. Карпчук // Матер. 50-ой Междунар. конф. «Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения», (Россия, г. Петербург, 21 – 22 апреля 2011). – С.Пб. : С.Пб. госуд. Ун-т. <http://www.jf.spbu.ru/conference/1205/1207-gr2.html>
80. Карпчук Н. Основні етапи комунікаційної політики ЄС / Н. Карпчук // Матер. V Междунар. научн.-практ. конф. : [«Наука и образование XXI века»], (Россия, г. Рязань, 28 октября, 2011) : в 2-х томах. Т.1, / [Под общей ред. проф. А. Ширяева; З. Атаев, А. Барановский]. – Рязань, СТИ, 2011. – С. 194 – 199.
81. Карпчук Н. Аналіз комунікаційної політики Європейського Союзу: Жовта Книга з комунікації ЄС / Н. Карпчук // Слов'янський вісник : [збірн. наук. праць]. – Рівненський інститут слов'янознавства Київського славістичного університету. – Рівне, РІС КСУ, 2012. – Вип. 14. – С. 142 – 145.
82. Карпчук Н. Генеральний директорат з комунікації як посередник між Європейським Союзом та громадянами / Н. Карпчук // Матер. VI Междунар. научн.-практ. конф. : [«Наука и образование XXI века»], (Россия, г. Рязань, 26 октября, 2012) : в 2-х томах. Т.2 / [Под общей ред. проф. А. Ширяева; З. Атаев, А. Барановский]. – Рязань, СТИ, 2012. – С. 106 – 110.
83. Карпчук Н. Електронне урядування Франції як пріоритетний напрям комунікаційної політики / Н. Карпчук // Труды Рязанского института управления и права : [«Современные проблемы гуманитарных и естественных наук»]. – Рязань : РИУП, 2012. – Вып. 15. – С. 211 – 213.
84. Карпчук Н. ЄС на шляху від інформаційної до комунікаційної політики / Н. Карпчук // Актуальні проблеми формування та розвитку європейського інформаційного простору: [колективна моногр.] / [за заг. ред. Є. Тихомирової]. – Луцьк : ВМА «Терен», 2012. – С. 50 – 91.
85. Карпчук Н. Комунікаційні проблеми, що спонукали розробку комунікаційної політики ЄС / Н. Карпчук // Науковий вісник Рівненського державного гуманітарного університету : [«Панорама політологічних студій»]. – Рівне : РДГУ, 2012. – №. 8. – С. 58 – 66.
86. Карпчук Н. Мовна політика як основа ефективної публічної сфери Європейського Союзу / Н. Карпчук // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2012. – № 21 (246). – С. 65 – 69.
87. Карпчук Н. Теоретико-методологічні основи комунікаційної політики / Н. Карпчук // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2012. – № 20 (245). – С. 12 – 17.
88. Карпчук Н. Комунікаційні аспекти транскордонної співпраці України та Румунії / Н. Карпчук // Слов'янський вісник : [збірн. наук. праць]. – Рівненський інститут слов'янознавства Київського славістичного університету. – Рівне, РІС КСУ, 2013. – Вип. 16. – С. 156 – 160.
89. Карпчук Н. Коммуникационное взаимодействие Европейской комиссии ЕС с гражданами через Интернет / Н. Карпчук // Интернет, власть и

политика : [сб. статей]. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2013. – С. 56 – 61.

90. Карпчук Н. Комунікаційна політика ЄС у сфері транскордонної співпраці з Україною / Н. Карпчук // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – Одеса, 2013. – №2 (181). – С. 179 – 186.

91. Карпчук Н. Комунікаційна політика Європейського Союзу як механізм залучення громадян / Н. Карпчук // Політологічні та соціологічні студії : [збірн. наук. праць] : [«Політичні виміри процесів європейської інтеграції»]. – Чернівці : «Букрек», 2013. – Том 12. – С. 191 – 201.

92. Карпчук Н. Коммуникационная политика стран-членов ЕС по поддержке европейской интеграции [Электронный ресурс] / Н. Карпчук // *Studia Humanitatis* : Международный электронный научный журнал. – 2015. – № 3. – Режим доступа : <http://st-hum.ru/content/karpchuk-pp-nacionalnye-kommunikacionnye-strategii-stran-evropeyskogo-soyuza-opyt>

93. Карпчук Н. Средства массовой коммуникации в коммуникационной политике Европейского Союза / Н. Карпчук // Научные ведомости Белгородского государственного университета : [«История. Политология. Экономика. Информатика»]. – Белгород : НИУ «БелГУ», 2013. – № 8 (151) 2013. – Вып. 26. – С. 187 – 193.

94. Карпчук Н. Публічна сфера Європейського Союзу як основа його ефективної комунікаційної політики / Н. Карпчук // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2013. – № 9 (258). – С. 73 – 77.

95. Карпчук Н. Єлектронне правительтво в документах ЄС / Н. Карпчук // Тр. Первой междунар. научн-практ. конф. : [«Регионы Евразии: стратегии и механизмы модернизации, инновационно-технологического развития и сотрудничества»], (Россия, г. Москва, 4-5 июня 2013) / [РАН. ИНИОН. Отд. науч. сотрудничества и междунар. связей; отв. ред. Ю. Пивоваров]. – М., 2013. – Ч. 2. – С. 207 – 210.

96. Карпчук Н. Комунікаційна політика Данії в контексті комунікаційної політики Європейського Союзу / Н. Карпчук // *Facta Simonidis*. – Zamość : Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Szymona Szymonowica w Zamościu, 2014. – № 1 (7). – С. 113 – 126.

97. Карпчук Н. Национальные коммуникационные стратегии стран Европейского Союза: опыт Нидерландов [Электронный ресурс] / Н. Карпчук // *Studia Humanitatis* : Электронный научно-образовательный журнал. – 2015. – № 2. – Режим доступа : <http://st-hum.ru/content/karpchuk-pp-nacionalnye-kommunikacionnye-strategii-stran-evropeyskogo-soyuza-opyt>

98. Карпчук Н. Трансграничное сотрудничество Украины и Румынии : реализация коммуникационной функции / Н. Карпчук // Межрегиональное и приграничное сотрудничество : [матер. междунар. науч.-практ. конф.], (Россия, г. Белгород, 7 – 11 апреля 2014 г.) / [под общ. ред. проф. В.П. Бабинцева]. – Белгород; Харьков : ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2014. – С. 52 – 55.

99. Карчевська О. Роль політичної комунікації в електоральному процесі : теоретико-методологічний аналіз [Електронний ресурс] / О. Карчевська, Г. Агафонова. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Polzap_2012_6_19.pdf
100. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / [под науч. ред. О. Шкаратана] / М. Кастельс / [пер. с англ.]. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 606 с.
101. Кастельс М. Интернет Галактика: міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства / М. Кастельс / [пер. з англ.]. – К. : Ваклер, 2007. – 304 с.
102. Кауппи Н. В тени де Голля: французская идентичность и общеевропейская безопасность / Н. Кауппи [Электронный ресурс] // «Неприкосновенный запас». – 2001. – №1 (15). – Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/nz/2001/1/niilo.html>
103. Київська міська державна адміністрація. Офіційний Інтернет-портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://kievcity.gov.ua/content/konsultacii-z-gromadskistyuu.html>
104. Климанська Л. Соціально-комунікативні технології в політиці : Таємниці політичної кухні : [моногр.] / Л. Климанська. – Львів : НУ ЛП, 2007. – 332 с.
105. Комунікативна політика в Україні – перспективи запровадження [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://apitu.org.ua/node/1284>
106. Комунікація : демократичні стандарти в роботі органів державної влади [Електронний ресурс] : [за заг. ред. Н. Дніпренко]. – К. : ТОВ «Вістка», 2008. – 164 с. – Режим доступу : <http://www.scribd.com/doc/44613270/Комунікація-демократичні-стандарти-в-роботі-органів-державної-влади#scribd>
107. Конституція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
108. Концепція державної цільової програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції на 2013 – 2015 роки : проект [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.uniter.org.ua/upload/files/PDF_files/Publications/eu_inform_concept.pdf
109. Концепція проекту Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=85-2010-%F0>
110. Кравченко Т. Становлення мережевого суспільства в умовах сучасності [Електронний ресурс] / Т. Кравченко. – Режим доступу : <http://www.info-library.com.ua/books-text-12023.html>
111. Красин Ю. Российские проблемы публичного [Электронный ресурс] / Ю. Красин. – Режим доступа : http://www.gorby.ru/activity/conference/show_450/view_23992/
112. Круглашов А. Європейська інтеграція на початку нового тисячоліття : [довідник] [Електронний ресурс] / А. Круглашов, І. Озимок,

Т. Астапенко, В. Руссу. – Чернівці, 2010. – 212 с. – Режим доступу : <http://www.library.cv.ua/es/dovidnyk.pdf>

113. Курышева Ю. Принципы и стратегии информационной политики ЕС / Ю. Курышева // Вест. С.-Петерб. ун-та. – 2007. – Вып. 4. – Ч. II. – С. 256 – 260. (Сер. 9).

114. Кучма озвучил главную ошибку власти [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://ubr.ua/ukraine-and-world/power/kuchma-ozvuchil-glavnuu-oshibku-vlasti-267811>

115. Лапасаран П. Х.-К. Принципы и преимущества децентрализации / П. Х.-К. Лапасаран // Общая тетрадь. – 2006. – № 1 (36). – С. 34.

116. Лашкіна М. Нові підходи до комунікації в публічному просторі державного управління [Електронний ресурс] / М. Лашкіна. – Режим доступу : <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/putp/2013-1/doc/1/02.pdf>

117. Леонард М. XXI век – век Европы / М. Леонард / [пер. с англ. Т. Банкетовой]. – М. : АСТ Москва : ХРАНИТЕЛЬ, 2006. – 250 с.

118. Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / Д. Лиллекер / [пер. с англ. С. Остнек] – Харьков : Изд-во «Гуманитарный Центр», 2010. – 300 с.

119. Логунова М. Комунікації судової влади / М. Логунова, М. Лашкіна, П. Гвоздик, А. Алексеев – К : АДЕФ – Україна, 2011. – 276 с.

120. Лоцихін О. Комунікативна функція у системі функцій сучасної держави [Електронний ресурс] / О. Лоцихін // Комунікація. – 2013. – № 3. – С. 18 – 27. – Режим доступу : http://pdp.org.ua/images/stories/materials/Communication_3_Apr2013.pdf

121. Луман Н. Невероятность коммуникации [Электронный ресурс] / Н. Луман. – Режим доступа : <http://smolsoc.ru/index.php/home/2009-12-28-13-47-51/43-2010-08-30-12-19-02/2732-2011-09-21-02-07-28>

122. Луман Н. Что такое коммуникация? [Электронный ресурс] / Н. Луман. – Режим доступа : <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2954>

123. Львівська міська рада. Портал мешканців [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://city-adm.lviv.ua/lmr/>

124. Маклюэн Г. М. Понимание медиа : Внешние расширения человека [Электронный ресурс] / Г. М. Маклюэн / [пер. с англ. В. Николаева]. — М.; Жуковский : «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с. – Режим доступа : http://yanko.lib.ru/books/media/mcluhan-understanding_media.pdf

125. Малуев П. Источники и функции государственной информационной политики в условиях демократии [Электронный ресурс] / П. Малуев. – Режим доступа: http://vestnik.pags.ru/vestnik/archive/text_pdf/17.pdf

126. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп. – М. : Прогресс, 1966. – 462 с.

127. Мельникова К. Комунікації як складова підвищення ефективності роботи керівників органів державної влади [Електронний ресурс] /

К. Мельникова, Ю. Боковикова // Комунікація. – 2013. – №.3. – Режим доступу : http://www.yl.edu.te.ua/Progects/AccessPoint/docs/Communication_3_Apr2013.pdf

128. МЗС України відкрив «гарячу лінію» з питань євроінтеграції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dt.ua/POLITICS/mzs-ukrayini-vidkriv-garyachu-liniyu-z-pitan-uevrointegraciyi-135420_.html

129. Міжнародний пакт про громадянські і політичні права [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_043

130. Міністерство інформаційної політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mir.gov.ua/>

131. Минэкономразвития открыло «горячую телефонную линию» по вопросам евроинтеграции [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://zn.ua/POLITICS/minekonomrazvitiya-otkrylo-goryachuyu-telefonnyuyu-liniyu-ro-voprosam-evrointegracii-136195_.html

132. Мироненко С. Репрезентация политики : [моногр.] [Электронный ресурс] / С. Мироненко. – Режим доступа : <http://alfasci.ru/tag/politica/page/2>

133. Мовна політика як інструмент розвитку комунікативного простору Європейського Союзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://old.niss.gov.ua/Monitor/Juli2009/23.htm>

134. Муніципальний інформаційний портал. Суми [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.meria.sumy.ua/index.php?do=addnews>

135. Нуруллина Г. Информационная политика в нравственном измерении [Электронный ресурс] / Г. Нуруллина // Информационная политика и паблик рилейшенз в трансформирующемся обществе. – Режим доступа : <http://fksu.ru/public/doc/jurfil/science/conf2007.pdf>

136. Оголошено переможців Національного конкурсу впроваджених проєктів в сфері електронного урядування на регіональних рівнях [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://auc.org.ua/news/ogolosheno-peremozhtsiv-natsionalnogo-konkursu-vprovadzhenikh-proektiv-v-sferi-elektronного-ury>

137. Окінавська Хартія Глобального Інформаційного Суспільства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.e-ukraine.biz/ukraine7.html>

138. Олександр Сич: Чиновник не має боятися взаємодіяти з громадськістю в інформаційній сфері [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=247223906&cat_id=244276429

139. Офіційний сайт Луцької міської ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lutskrada.gov.ua/internet-reception>

140. Офіційний сайт м. Івано-Франківськ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mvk.if.ua/>

141. Офіційний сайт Харківської міської ради, міського голови, виконавчого комітету [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.city.kharkov.ua/>

142. Павленко Ж. Поняття інформаційної функції держави [Електронний ресурс] / Ж. Павленко. – Режим доступу : http://nauka.jur-academy.kharkov.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=270&Itemid=210&lang=uk
143. Павлюк І. Діагностика і прогностика брехні. Екскурси в теорію комунікації / І. Павлюк. — Львів : Сполох, 2003. – 80 с.
144. Панова Е. Коммуникативная политика представительной власти : На примере Законодательного собрания Санкт-Петербурга : дис. ... канд. полит. наук : 10.01.10 [Электронный ресурс] / Е. Панова. – Санкт-Петербург, 2005. – 196 с. – Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/kommunikativnaya-politika-predstavitelnoi-vlasti-na-primere-zakonodatelnogo-sobraniya-sankt-#ixzz3RX5zlhdt>
145. Піпченко Н. Соціальні медіа у структурі зовнішньої політики провідних міжнародних акторів : [моногр.] / Н. Піпченко. – К. : Центр вільної преси, 2014. – 334 с.
146. План дій із впровадження Ініціативи «Партнерство «Відкритий Уряд»» у 2014 – 2015 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1176-2014-%D1%80#n11>
147. Політологічний енциклопедичний словник / [відп. ред. В. Бабкін]. – К. : Генеза, 1997. – 400 с.
148. Положення про Департамент комунікацій влади та громадськості [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=33069342
149. Положення про Секретаріат Кабінету Міністрів України, 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245395677&cat_id=244824300
150. Попов В. Информациология и информационная политика / В. Попов. – М. : РАГС, 2005. – 120 с.
151. Порошенко закликає до «цифрової України» і електронних петицій громадян [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.radiosvoboda.org/content/article/26826675.html>
152. Постанова від 31 березня 2010 р. № 286 «Деякі питання Секретаріату Кабінету Міністрів України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/main/286-2010-%D0%BF>
153. Постанова № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-2010-%D0%BF>
154. Президент України : офіційне Інтернет-представництво [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/appeals/appeals-info>
155. Про затвердження Державної цільової програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2008 – 2011 рр.

[Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/594-2008-%D0%BF>

156. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо положень про управління (відділи) з питань взаємодії з засобами масової інформації та зв'язків з громадськістю апаратів центральних і місцевих органів виконавчої влади : Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України, Міністерства Юстиції України від 26.03.2003 р. №59 та від 14.04.2003 р. №314/7 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=v0059603-03>

157. Про затвердження Типового положення про Головне управління у справах національностей та релігій Київської міської, управління (відділ) у справах національностей та релігій обласної, відділ у справах національностей та релігій Севастопольської міської державної адміністрації : Постанова Кабінету Міністрів України від 12.03.2008 р. № 17 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=171-2008-%EF&new=1>

158. Про затвердження Типового положення про управління у справах преси та інформації обласної, Севастопольської міської, управління преси та інформації Київської міської державної адміністрації : Постанова Кабінету Міністрів України від 25.07.2007 р. № 954 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=954-2007-%EF>

159. Про кількість та склад населення України за підсумками Всеукраїнського перепису населення 2001 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://2001.ukrcensus.gov.ua/results/general/nationality/>

160. Про координацію роботи прес-служб та інформаційно-аналітичних підрозділів органів державної виконавчої влади : Розпорядження Президента України від 23.11.1995 р. № 419 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=419%2F95-%F0%EF>

161. Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади : Закон України від 23 вересня 1997 р. № 539 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=539%2F97-%E2%F0&new=1>

162. Про роботу центральних і місцевих органів виконавчої влади щодо забезпечення відкритості у своїй діяльності, зв'язків з громадськістю та взаємодії із засобами масової інформації : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 18.10.2004 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=759-2004-%F0&new=>

163. Про розподіл функціональних повноважень керівництва Кабінету Міністрів України : Постанова Кабінету Міністрів України № 993-95-п від 11.12.1995 р. (втратила чинність) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=993-95-%EF>

164. Про схвалення Концепції проекту Закону України «Про основні засади державної комунікативної політики» : Розпорядження Кабінету

Міністрів України № 85-р від 13.01.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=85-2010-%F0&new=1>

165. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері інформування та налагодження комунікації з громадськістю з актуальних питань європейської інтеграції України на період до 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2013-%D1%80>

166. Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2250-2010-%D1%80>

167. Про упорядкування структури апарату центральних органів виконавчої влади та його структурних підрозділів : Постанова Кабінету Міністрів України № 1550 від 15.10.2002 р. (втратила чинність) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1550-2002-%EF&new=1>

168. Про функціональні повноваження Прем'єр-міністра України, Першого віце-прем'єр-міністра України, віце-прем'єр-міністрів України та Міністра Кабінету Міністрів України : Постанова Кабінету Міністрів України № 74 від 27.01.2006 р. (втратила чинність) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=74-2006-%EF>

169. Про функціональні повноваження Прем'єр-міністра України, Першого віце-прем'єр-міністра України, віце-прем'єр-міністрів України та Міністра Кабінету Міністрів України : Постанова Кабінету Міністрів України № 1269 від 04.09.2006 р. (втратила чинність) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1269-2006-%EF>

170. Публіцистика. Масова комунікація : [медіа-енциклопедія] / [за заг. ред. В. Іванова]. – К. : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2007. – 789 с.

171. Рада ввела електронні петиції для звернень громадян [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unian.ua/politics/1096102-rada-vvela-elektronni-petitsiji-dlya-zvernen-gromadyan.html>

172. Рада ухвалила закони, що відкривають шлях до масових репресій – фонд «Відродження» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pravda.com.ua/news/2014/01/16/7009773/>

173. Регулювання послуг в сфері аудіовізуальних медіа. Рекомендація 1855 (2009) [Electronic resource]. – Available at : http://gska2.rada.gov.ua/pls/mpz/docs/903_rec_1855.htm

174. Резолюція Європейського парламенту з мультилінгвізму від 24 березня 2009 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2009-0162+0+DOC+XML+V0//en>

175. Резолюція Ради ЄС від 21 листопада 2008 р. про європейську стратегію багатомовності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32008G1216\(01\):EN:NOT](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32008G1216(01):EN:NOT)
176. Референдуми в Європейському Союзі [Електронний ресурс] / О. Чебаненко, О. Гришук, Н. Колодяжна, А. Євгенєва ; [за ред. Д. Ковриженка]. – К. : ФАДА, ЛТД, 2007. – 186 с. – Режим доступу : <http://www.wcenter.org.ua/files/referendumi.pdf>
177. Різун В. Поняття про соціальні комунікації в системі взаємозв'язків влади з громадою / В. Різун // Запровадження комунікацій у суспільстві : [за заг. ред. Н. Дніпренко, В. Різуна]. – К. : ТОВ «Вістка», 2009. – 56 с.
178. Різун В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] / В. Різун // [Наукова сторінка професора Володимира Різуна] / Інститут журналістики: [сайт]. – Київ, 2011. — Режим доступу : http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf
179. Рішення Конституційного Суду України щодо офіційного тлумачення ст. 10 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KS99010.html
180. Романдаш А. Медіа та війна: яка інформаційна політика потрібна Україні? [Електронний ресурс] / А. Романдаш. – Режим доступу : <http://imi.org.ua/analytics/49017-media-ta-viyna-yaka-informatsiy-na-politika-potribna-ukrajini.html>
181. Сергій Арбузов: Ми відновлюємо підготовку до підписання Угоди про асоціацію з Європейським Союзом [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=246916350&cat_id=244276429
182. Ситников А. Победа без победителей: Очерки теории прагматических коммуникаций / А. Ситников, М. Гундарин. – М.: Консалтинговая группа "ИМИДЖ-Контакт", 2003. – 256 с.
183. Словник іншомовних слів: 23000 слів та термінологічних словосполучень : [уклад. Л. Пустовіт та ін.]. – К. : Довіра, 2000. – 1018 с.
184. Смолян Г. Интернет в России. Перспективы развития [Электронный ресурс] / Г. Смолян, В. Цыгичко, Д. Хан-Магомедов. – М. : Едиториал-УРСС, 2004. – 200 с. – Режим доступа : http://chertyasts.ucoz.org/news/internet_v_rossii_perspektivy_razvitija_g_1_smoljan_v_n_cygichko_d_d_khan_magomedov/2014-02-12-200
185. Создание электронного правительства во Франции [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.svobodainfo.org/ru/node/251>
186. Соколов А. Общая теория социальной коммуникации / А. Соколов. – СПб. : Михайлов, 2002. – 460 с.
187. Статті Конституції України щодо мов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://sites.google.com/site/ukrainianquestion/library_ua/movi

188. Статут Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_014
189. 100 міст – крок вперед. Моніторинг впровадження інструментів електронного урядування як основи надання адміністративних послуг в електронному вигляді [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.e-gov.in.ua/idata/files/140804-083955-2092.pdf>
190. Терин В. Массовая коммуникация : Исследование опыта Запада [Электронный ресурс] / В. Терин. – М., 2002. – 145 с. – Режим доступа : <http://www.twirpx.com/file/711197/>
191. Тихомирова Є. PR-формування відкритого суспільства: [моногр.] / Є. Тихомирова. – К. : Наша культура і наука, 2003. – 197 с.
192. Тихомирова Є. Комунікатійна політика ЄС / Є. Тихомирова // Європейська інтеграція / за ред. С. Федонюка, В. Лажніка]. – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2011. – С. 512 – 531.
193. Тихомирова Є. Комунікатійна політика ЄС: програма PRINCE [Електронний ресурс] / Є. Тихомирова // Слов'янський вісник : [зб. наук. праць]. – 2011. – Вип. 1. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/SIv/2011_11/st63.pdf
194. Тихонова С. Коммуникационная революция сегодня : информация и сеть / С. Тихонова // Полис. Политические исследования. – 2007. – № 3. – С. 53 – 64.
195. Угрин Л. Комунікатійна політика / Л. Угрин // Політологія : [навч. енцикл. Словник-довідник] / [за наук. ред. д-ра політ. н. Н. Хоми]. – Львів : «Новий Світ-2000», 2014. – С. 311 – 312.
196. Указ Президента України про затвердження стратегії інтеграції України до Європейського Союзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/615/98>
197. Український кризовий медіа-центр [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ukrstream.tv/stream/ukrayins_kii_krizovii_miedia_tsientr_ukraine_srisis_miedia_center
198. Український парламент прийняв драконівські закони [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tvi.ua/new/2014/01/17/ukrayinskyu_parlament_pryunyav_drakonivski_zakony_the_financial_times
199. Уряд прийняв розпорядження про призупинення процесу підготовки до укладання Угоди про асоціацію з ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=246864953
200. Урядовий сайт для юних громадян [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://children.kmu.gov.ua>

201. Федорчук Л. Образ Євросоюзу в українських теленовинах: політика і журналістика [Електронний ресурс] / Л. Федорчук. – Режим доступу : <http://ua.ejo-online.eu/912>
202. Франция: дан старт первой в мире системе А2С (administration2consumer) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.businesspress.ru/newspaper/article_mId_37_aId_90466.html
203. Халипов В. Власть. Политика. Государственная служба: [словарь] / В. Халипов, Е. Халипова. – М. : Луч, 1996. – 272 с.
204. Хмельницька міська рада, виконавчий комітет: офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.khmelnytsky.com/>
205. Через білінгвізм до русифікації: як двомовні громадяни стають російськомовними [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tyzhden.ua/Society/47410>
206. Чернівецька міська рада [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://chernivtsy.eu/portal/4/na-gromadskomu-forumi-chernivchany-obgovoryuvaly-kontseptsiyu-rozvytku-seredmistyа-71186.html>
207. Чи довіряєте ви ЗМІ України? (динаміка 2000 – 2013 рр.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=87
208. Чистяков А. Социализация личности в обществе Интернет-коммуникаций : социокультурный анализ : дисс. ... доктора социол. наук : 22.00.06 [Электронный ресурс] / А. Чистяков. – М., 2006. – 278 с. – Режим доступа : <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/311433.html>
209. Шевченко О. Європейська PR-практика / О. Шевченко. – К. : ІМВ, 2006. – 160 с.
210. Штромайер Г. Політика і мас-медіа / Г. Штромайер / [пер. з нім. А. Орган] – К. : Вид. дім. «Києво-Могилянська академія», 2008. – 303 с.
211. Шульга М. Європейський Союз як комунікативна спільнота [Електронний ресурс] / М. Шульга // Комунікація. – 2013. – № 3. – Режим доступу : <http://ukc.gov.ua/files/file/document/communication3.pdf>
212. «Электронное правительство» становится частью европейской действительности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://podrobnosti.ua/power/2004/03/26/109844.html>
213. Як ви вважаєте, чи потрібно Україні вступати до Європейського Союзу. Соціологічне опитування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=1034
214. Як Ви вважаєте, чи треба Україні вступати до Європейського Союзу? (регіональний розподіл). Соціологічне опитування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=1038
215. Яким інтеграційним напрямом має йти Україна? Соціологічне опитування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=865

216. About PEP-NET [Electronic resource]. – Available at : <http://pep-net.eu/about/>
217. Action Plan to improve communicating Europe by the Commission [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/communication_com_en.pdf
218. Administrative Simplification: Insights challenges and opportunities, the experience of France [[Electronic resource]. – Available at : <http://www.oecd.org/dataoecd/40/55/41326489.pdf>
219. ADUM [Electronic resource]. – Available at : http://www.adum.info/app/adum/web/01_presentation/index.jsp
220. A free and pluralistic media to sustain European democracy [Electronic resource]. – Available at : <https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/HLG%20Final%20Report.pdf>
221. Aichholzer G. e-Participation in Austria: Trends and Public Policies [Electronic resource] / G. Aichholzer, D. Allhutter. – Available at : http://epub.oeaw.ac.at/ita/ita-manuscript/ita_09_01.pdf
222. Aktion Europa [Electronic resource]. – Available at : <http://www.aktion-europa.de/>
223. Albrecht S. eParticipation – Electronic Participation of Citizens and the Business Community in eGovernment [Electronic resource] / S. Albrecht, N. Kohlrausch, H. Kubicek [et al.] // Study on Behalf of the Federal Ministry of the Interior, Division IT 1. – Bremen. – January 2008. – Available at : http://www.ifib.de/publikationsdateien/study_e-participation_engl.pdf
224. Aldrin Ph. The ambivalent politicisation of European communication [Electronic resource] / Ph. Aldrin, J.-M. Utard. – Available at : <http://prisme.u-strasbg.fr/workingpapers/WPDakowska.pdf>
225. Amended Work Programme in the Field of Communication for 2011 [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu./dgs/communication/pdf/amend_prog2011_en.pdf
226. An Agenda for Languages [Electronic resource]. – Available at : <http://www.languagesatsouthampton.soton.ac.uk/2013/04/16/british-academy-report-on-multilingual-britain/>
227. Andersen W. What is Communication / W. Andersen // Journal of Communication. – 1959. – 95 p.
228. A new framework for co-operation on the activities concerning the information and communication policy of the European Union. Communication from the Commission to the Council, European Parliament, Economic and Social Committee, the Committee of the Regions, 2001 [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0354&from=EN>
229. Anglmayer I. Implementation of the European Citizens' Initiative. The experience of the first three years [Electronic resource] / I. Anglmayer. – Available at :

http://www.europarl.europa.eu/EPRS/EPRS_IDAN_536343_Implementation_of_the_European_Citizens_Initiative.pdf

230. An Information and Communication Strategy for the European Union. Communication from the Commission to the Council, European Parliament, Economic and Social Committee, the Committee of the Regions, 2001 [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52002DC0350&from=EN>

231. An inter-institutional declaration on democracy, transparency and subsidiarity [Electronic resource]. – Available at : http://aei.pitt.edu/1801/01/democracy_declaration_1993.pdf

232. A policy for a living democracy. Government communication, 2013 [Electronic resource]. – Available at : <http://www.government.se/content/1/c6/23/91/73/1d4eac8d.pdf>

233. A Strategy for Scotland's Languages [Electronic resource]. – Available at : <http://www.scotland.gov.uk/Resource/Doc/127600/0051620.pdf>

234. Attitudes towards the EU in the United Kingdom [Electronic resource] // Flash Eurobarometer. – № 318. – March 2011. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_318_en.pdf

235. Audiovisual and Media Policies [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/avpolicy/index_en.htm

236. Audiovisual Media Services Directive [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/avms/index_en.htm

237. Austria's Permanent Representation to the EU and its tasks [Electronic resource]. – Available at : <http://www.bmeia.gv.at/en/european-foreign-policy/european-policy/austria-in-the-eu/austrias-permanent-representation-to-the-eu/>

238. Ayer A. What is Communication Studies in Communication / A. Ayer. – London, 1955. – 138 p.

239. Badouard R. Pathways and Obstacles to eParticipation at the European level [Electronic resource] / R. Badouard. – Available at : <http://www.jedem.org>

240. Balčytienė A. Political Communication Culture with a European Touch: A View from Brussels [Electronic resource] / A. Balčytienė, A. Vinciūnienė // Sociology. Thought and Action (Sociologija. Mintis ir Veiksmas). – 2008. – №3. – P. 71 – 85. – Available at : www.ceeol.com

241. Barcelona European Council [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download_en/barcelona_european_council.pdf

242. Basic Documentation on English and UK Policy [Electronic resource]. – Available at : <http://www.languagescompany.com/policy/basic-documentation-on-english-and-uk-policy.html>

243. Beckert B. E-democracy in Europe. Prospects of Internet-based political participation [Electronic resource] / B. Beckert, R. Lindner, K. Goos, et al. – Available at : http://www.isi.fraunhofer.de/isi-wAssets/docs/t/de/events/STOA_E-Democracy_Deliverable2_final-version_02-2011.pdf

244. Berelson B. Human Behavior / B. Berelson, G. Steiner. – New York : Harcourt, Brace & World, 1964. – 354 p.
245. Bergenholtz H. Towards a definition of «communication policy», «language policy», and «language planning» [Electronic resource] / H. Bergenholtz // Stellenbosch Papers in Linguistics PLUS. – 2006. – Vol. 34. – P.1 – 34. – Available at : <http://sun025.sun.ac.za/portal/page/portal/Arts/Departments/linguistics/documents/SPILPLUS34-Bergenholtz.pdf>
246. Bernhard I. E-government and E-governance – Swedish Case Studies with Focus on the Local Level [Electronic resource] / I. Bernhard. – Available at : <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:663249/FULLTEXT01.pdf>
247. Blommaert J. The role of language in European nationalist ideologies / J. Blommaert, J. Verschueren // Language Ideologies. Practice and theory / [ed. B. Schieffelin, K. A. Woolard, P. V. Kroskrity]. – Oxford : Oxford University Press, 1998. – P. 189 – 210.
248. Borger.dk [Electronic resource]. – Available at : <https://www.borger.dk/Sider/default.aspx>
249. Born Global : Rethinking Language Policy for 21st Century Britain [Electronic resource]. – Available at : http://www.britac.ac.uk/policy/Born_Global.cfm
250. Born S. E-participation enables political participation by electronic means [Electronic resource] / S. Born. – Available at : <https://www.alumniportal-deutschland.org/en/sustainability/politics/article/e-participation-political-participation.html>
251. Braid F. R. A Reader on Information and Communication Technology [Electronic resource] / F. R. Braid, R. R. Tuazon, N. O. Gamolo. – Manila : Asian Institute of Journalism and Communication (AIJC) and United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) National Commission of the Philippines, 2007. – Available at : <http://ww2.aijc.com.ph/PCCF/mediamuseum/who'who/whos'who-comm-ed-braid.htm>
252. Briefing No 41. Public opinion on enlargement in the EU Member States and applicant countries [Electronic resource]. – Available at : http://www.europarl.europa.eu/enlargement/briefings/41a3_en.htm
253. Briggs M. Beyond complicated [Electronic resource] / M. Briggs // The European. – 16.04.2014. – Available at : <http://m.theeuropeanmag.com/mark-briggs/8362-why-britain-opposes-european-integration>
254. Bruggemann M. How the EU Constructs the European Public Sphere: Seven Strategies of Information Policy [Electronic resource] / M. Bruggemann // The Public. – 2005. – Vol. 12. – № 2. – Available at : <http://www.javnost-the-public.org/article/pdf/2005/2/4>
255. Buch R. The Danes and Europe : From EC 1972 to Euro 2000 – Elections, Referendums and Attitudes [Electronic resource] / R. Buch, K. M. Hansen

// Scandinavian Political Studies. – Vol. 25. – No. 1. – 2002. – Available at :
<http://www.kaspermhansen.eu/Work/Sps2002.pdf>

256. Buchberger I. A Multilingual Ideology in a Monolingual Country : Language Education in Finland [Electronic resource] / I. Buchberger. – Available at :
http://cvc.cervantes.es/literatura/cauce/pdf/cauce25/cauce25_11.pdf

257. Bulgaria's EU Communication Strategy [Electronic resource]. – Available at :
http://publicdiplomacy.wikia.com/wiki/Bulgaria's_EU_Communication_Strategy

258. Bundespresseamt [Electronic resource]. – Available at :
<http://www.bundesregierung.de/Content/DE/StatischeSeiten/Breg/bundespresseamt-das-amt-imueberblick.html?nn=391634>

259. Can EU hear me? How to get the EU's message out [Electronic resource] // Friends Of Europe. – October 2004. – Available at :
http://www.mie.ro/fisiere_atasate/ro22_1143540624Can%20EU%20Hear%20Me%200oct%202004.pdf

260. Castells M. Communication Power / M. Castells. – Oxford : Oxford University Press, 2009. – 571 p.

261. Cecilia Malmstrom Website [Electronic resource]. – Available at :
http://ec.europa.eu/commission/2014-2019/malmstrom_en

262. Chadwick A. Interaction between states and citizens in the age of the Internet: 'e-government' in the United States, Britain and the European Union [Electronic resource] / A. Chadwick, Ch. May. – Available at :
<http://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/82cd8d57-e93b-4cc4-9a16-3cdc3e47bb00.pdf>

263. Charter of Fundamental Rights of the European Union [Electronic resource]. – Available at : http://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_en.pdf

264. Cherry C. Communication. A Mass Communication Dictionary / C. Cherry. – New York, 1961. – 267 p.

265. Cini M. Refrendum Briefing No 2. The Maltese EU Accession Referendum, 8 March 2003 [Electronic resource] / M. Cini. – Available at :
<https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-2.pdf&site=266>

266. Citizen centric e-participation. A trilateral collaboration for democratic innovation. Case studies on e-participation policy: Sweden, Estonia and Iceland, 2013 [Electronic resource]. – Available at :
http://www.praxis.ee/fileadmin/tarmo/Projektid/Valitsemine_ja_kodanike%C3%BChiskond/citizen_centric_e_participation_veebi.pdf

267. Citizens involved in shaping the future of Finland [Electronic resource]. – Available at : <http://vnk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedote/fi.jsp?oid=366665>

268. Citizens speak out : A louder call for European eParticipation [Electronic resource]. – Available at : <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/brochure-citizens-speak-out-louder-call-european-e-participation>

269. Clarisse Y. Les Maîtres de l'Europe / Y. Clarisse, J. Quatremer. – Paris : Grasset, 2005. – P. 171 – 192.

270. Comments on the current discussions in Parliament about the revision of Regulation (EC) No 1049/2001 relating to public access [Electronic resource]. – Available at : http://www.edps.europa.eu/EDPSWEB/webdav/shared/Documents/Consultation/Comments/2009/09-02-16_Comments_public_access_EN.pdf
271. Commission Communication on the Study on Parental Control of Television Broadcasting, 19 July 1999 [Electronic resource]. – Available at : <http://aei.pitt.edu/3557/>
272. Commission Decision of 26 January 2012 on setting up the eGovernment Expert Group [Electronic resource] // Official Journal C 022. – 27.01.2012. – P. 7 – 8. – Available at : [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32012D0127\(01\):EN:HTML](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32012D0127(01):EN:HTML)
273. Commission Staff Working Document. Media pluralism in the Member States of the European Union [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/media_pluralism_swp_en.pdf
274. Commission Staff Working Document on the challenges for European film heritage from the analogue and the digital era (Third implementation report of the 2005 EP and Council Recommendation on Film Heritage) [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/cinema/report_3/swd_2012_431_en.pdf
275. Commitment : Enhancing Citizenship [Electronic resource]. – Available at : <http://www.opengovpartnership.org/country/commitment/enhancing-citizenship>
276. Communicating about Europe via the Internet. Engaging the citizens [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/internet-strategy_en.pdf
277. Communicating Europe in Partnership, 2007 [Electronic resource]. – Available at : http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2007/com2007_0568en01.pdf
278. Communicating Europe in Partnership – More EU Propaganda [Electronic resource] // The European Journal. – 2008. – October 27. – Available at : <http://www.europeanfoundation.org/communicating-europe-in-partnership-more-eu-propaganda/>
279. Communicating Europe to Citizens and Media. European Commission Directorate-Generale Communication [Electronic resource]. – Available at : http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/cult/dv/europetocitizensandmedia/europetocitizensandmediaen.pdf
280. Communication and governance [Electronic resource]. – Available at : <http://www.gsdr.org/go/topic-guides/communication-and-governance/the-role-of-communication-in-governance-and-development>
281. Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the Economic and Social committee and the Committee of the Regions on an Information and communication strategy for the European Union, 2002

[Electronic resource]. – Available at : http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2002/com2002_0350en02.pdf

282. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on creative content online in the Single Market {SEC(2007) 1710} [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52007DC0836:EN:NOT>

283. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on the Protection of Consumers, in Particular Minors, in Respect of the Use of Video Games [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52008DC0207>

284. Communication Policy. Ministry of Foreign Affairs of Denmark, January 2014 [Electronic resource]. – Available at : http://um.dk/da/~media/UM/Danish-site/Documents/Omos/Ministeriet/Kommunikation/Communication%20policy_MFA_2014-16_web.pdf

285. Communication Strategies [Electronic resource]. – Available at : <http://www.epa.gov/superfund/community/pdfs/toolkit/comstrats.pdf>

286. Connecting the UK : the Digital Strategy [Electronic resource]. – Available at : http://dera.ioe.ac.uk/5745/1/digital_strategy.pdf

287. Consolidated Versions of the Treaty on European Union and the Treaty on the Functioning of the European Union, 2010 [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:12012E/TXT>

288. Cornish Language Partnership [Electronic resource]. – Available at : <http://www.magakernow.org.uk/default.aspx?page=28>

289. Cornish P. Strategic Communications and National Strategy : a Chatham House Report, September 2011 [Electronic resource] / P. Cornish, J. Lindley-French, C. Yorke. – Available at : www.bppublicadvocacy.co.uk

290. Council conclusions and of the representatives of the Governments of the Member States, meeting within the Council, on media freedom and pluralism in the digital environment [Electronic resource]. – Available at : http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/educ/139725.pdf

291. Council Recommendation of 24 September 1998 on the Development of the Competitiveness of the European Audiovisual and Information Services Industry by Promoting National Frameworks Aimed at Achieving a Comparable and Effective Level of Protection of Minors and Human Dignity [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/GA/TXT/?uri=CELEX:31998H0560>

292. Council Report to the European Council on the Implementation of the Common Strategy of the European Union on Ukraine [Electronic resource]. – Available at : http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/misc/14202.en0.html

293. Country Overview on the Application of the Less Widely Used and Taught Languages. The Netherlands [Electronic resource]. – Available at : http://www.smile-network.eu/upload/products/01%20Country%20Overview/The%20Netherlands_Country%20Overview_en.pdf
294. Čović A. Referendum Briefing No 18. Croatia's EU Accession Referendum, 22 January 2012 [Electronic resource] / A. Čović. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no18.pdf&site=266>
295. Craig R.T. Communication Theory as a Field / R.T. Craig // A Journal of the International Communication Association. – 1999. – Vol. 9. – P. 119 – 161.
296. CRAMLAP [Electronic resource]. – Available at : <http://www.cramlap.org/>
297. Craufurd Smith R. Media policies and regulatory practices in a selected set of European countries, the EU and the Council of Europe: The case of the UK. Background information report. October 2010 [Electronic resource] / R. Craufurd Smith, Y. Stolte. – Available at : <http://www.mediadem.eliamep.gr/wp-content/uploads/2010/05/United-Kingdom.pdf>
298. Creative Europe [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/culture/media/index_en.htm
299. Dacheux E. L'impossible défi: la politique de communication de l'Union Européenne / E. Dacheux. – Paris : CNRS Editions, 2004. – P. 8.
300. Dance F. E. X The Functions of Human Communications: A Theoretical Approach / F. E. X. Dance, C. E. Larson. – New York : Holt, Rinehart & Winston, 1976.
301. Daniels Ph. Italy in European Union [Electronic resource] / Ph. Daniels. – Available at : http://www.jstor.org/stable/4407131?seq=1#page_scan_tab_contents
302. Davidsen-Nielsen N. Danish language policy in comparison with the language policy of the European Union [Electronic resource] / N. Davidsen-Nielsen. – Available at : <http://www.efnil.org/documents/conference-publications/riga-2007/Riga-14-Davidsen-Nielsen-Mother.pdf>
303. Debate Europe – building on the experience of Plan D for Democracy, Dialogue and Debate, 2008 [Electronic resource]. – Available at : http://www.ezd.si/fileadmin/doc/4_AKTIVNO_DRZAVLJANSTVO/Viri/Building_on_the_experience_of_Plan_D.pdf
304. Decision №1351/2008/EC of the European Parliament and of the Council of 16 December 2008 Establishing a Multiannual Community Programme on Protecting Children Using the Internet and Other Communication Technologies [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008D1351&from=EN>
305. Declaration by the Heads of State or Government of the Member States of the European Union on the Ratification of the Treaty establish a Constitution for

- Europe, European Council [Electronic resource]. – 2005. – 16 – 17 June. – Available at : http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/ec/85325.pdf
306. Defining e-Government Outcomes for 2005 to Support the Delivery of Priority Services & National Strategy Transformation Agenda for Local Authorities in England – Version 1.0 [Electronic resource]. – Available at : http://dera.ioe.ac.uk/9264/2/media_261.pdf
307. De Fleur M.L. Theories of Mass Communication / M.L. De Fleur, S.J. Ball-Rokeach. – New York : Longman, 1989. – 340 p.
308. Democracy and Transparency [Electronic resource]. – Available at : <http://www.localfinland.fi/en/authorities/democracy/Pages/default.aspx>
309. denmark.dk [Electronic resource]. – Available at : <http://denmark.dk/en/quick-facts/>
310. Denmark. Specific policy issues and recent debates : language issues and policies [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/denmark.php?aid=425>
311. Denmark. Specific policy issues and recent debates : media pluralism and content diversity [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/denmark.php?aid=426>
312. Department for Communications [Electronic resource]. – Available at : <http://www.formin.fi/public/default.aspx?contentid=51305>
313. Developing a communications strategy [Electronic resource]. – Available at : <http://knowhownonprofit.org/campaigns/communications/effective-communications-1/communications-strategy>
314. Development Communication & Education in Austria [Electronic resource]. – Available at : http://www.entwicklung.at/uploads/media/Strategy_Development_Communication_April2010_02.pdf
315. Dias M. A. R. National communication Policy Councils. Principles and Experiences [Electronic resource] / M. A. R. Dias, J. A. R. Lee, K. Nordenstreng, O. A. Wiio. – Available at : <http://unesdoc.unesco.org/images/0003/000370/037074eo.pdf>
316. Digest Stories - E-Participation: the Future of Citizen Engagement in the EU [Electronic resource]. – Available at : http://cordis.europa.eu/result/rcn/92448_en.html
317. Digital Agenda for Europe [Electronic resource]. – Available at : <http://ec.europa.eu/digital-agenda/>
318. Digital Agenda: more than half EU Internet surfers use foreign language when online [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/rapid/press-release_IP-11-556_en.htm
319. Digital Austria [Electronic resource]. – Available at : <https://www.digitales.oesterreich.gv.at/site/6507/default.aspx>
320. Directive 95/46/EC of the European Parliament and of the Council of 24 October 1995 on the protection of individuals with regard to the processing of

personal data and on the free movement of such data [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31995L0046:en:HTML>

321. Directorate General Communication [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/index_en.htm

322. Directorate General for Education and Culture [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/index_en.htm

323. Directorate General for Interpretation [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/scic/index_en.htm

324. E-CLIL [Electronic resource]. – Available at : <http://www.uam.es/proyectosinv/eclil/index.html>

325. e-Commission 2006 – 2010: enabling efficiency and transparency [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/informatics/ecom/comm/doc/ecom-2006-2010_cs_en_v414_postcis.pdf

326. E-Democracy [Electronic resource] // Postnote : Parliamentary Office of Science and Technology. – January 2009. – № 321. – Available at : <http://www.parliament.uk/documents/post/postpn321.pdf>

327. eEurope – An information society for all [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/l24221_en.htm

328. eEurope 2002 [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/l24226a_en.htm

329. eEurope 2005 : An information society for all [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0263:FIN:EN:PDF>

330. eGovernment Factsheets – France [Electronic resource]. – Available at : <https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/09/50/4c/eGov%20in%20FR%20May%202014%20v.%2016.0.pdf>

331. eGovernment in the Netherlands, November 2011 [Electronic resource]. – Available at : <https://epractice.eu>

332. eGovernment Strategy 2011 – 2015. The Danish Government / Danish Regions / Local Government [Electronic resource]. – Available at : http://www.digst.dk/~media/Files/Digitaliseringsstrategi/Engelsk_strategi_tilgaengel ig.pdf

333. Electronic Government – Information Technologies and the Citizen [Electronic resource]. – Available at : http://itlaw.wikia.com/wiki/Electronic_Government_-_Information_Technologies_and_the_Citizen

334. Empowerment and E-Participation : Policy Recommendations [Electronic resource]. – Available at : <http://www.un.org/esa/socdev/egms/docs/2013/ict/RutjensJacqueline.pdf>

335. En uthållig demokrati! Politik för folkstyrelse på 2000-talet : Demokratiutredningens betänkande [Electronic resource]. – Available at : http://www.riksdagen.se/sv/Dokument-Lagar/Utreddingar/Statens-offentliga-utredningar/sou-2000-1-_GOB31/
336. eParticipation in the institutional domain: a review of research : analytical report on eParticipation research from an administration and political perspective in six European countries [Electronic resource]. – Available at : http://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/6676/ssoar-2009-freschi_et_al-eparticipation_in_the_institutional_domain.pdf?sequence=1
337. E-participation. Work Programme, 2007 [Electronic resource]. – Available at : http://www.unic.pt/images/stories/publicacoes/eparticipation_workpkm.pdf
338. eRepublic.org [Electronic resource]. – Available at : <http://www.erepublic.org/egovincountriesesz/sweden.html>
339. EU Language Policy [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/education/languages/languages-of-europe/doc135_en.htm
340. Euranet Plus [Electronic resource]. – Available at : <http://euranetplus-inside.eu/euranetplus-network/>
341. Euromosaic [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/education/languages/languages-of-europe/doc145_en.htm
342. EUROPA editor [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/ipg/basics/management/committees/europa_editor/index_en.htm
343. Europas [Electronic resource]. – Available at : <https://europass.cedefop.europa.eu/en/documents/curriculum-vitae>
344. Europa. The Official Website of the European Union [Electronic resource] – Available at : http://europa.eu/index_en.htm
345. European Language Label [Electronic resource]. – Available at : <http://ec.europa.eu/education/language/label/index.cfm>
346. Europeans and their Languages [Electronic resource] // Special Eurobarometer. – № 243. – February 2006. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_243_en.pdf
347. Europeans and their Languages [Electronic resource] // Special Eurobarometer. – № 386. – June 2012. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_386_en.pdf
348. European Citizens Action Service, Information for the European Citizen [Electronic resource]. – Brussels, 2003. – Available at : <http://www.ecas.org>
349. European Commission, DG Internal Market website [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu.int/comm/internal_market/services/services-dir/index_en.htm
350. European eGovernment Action Plan 2011 – 2015. Harnessing ICT to promote smart, sustainable & innovative Government [Electronic resource]. – Available at : <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/european-egovernment-action-plan-2011-2015>

351. European elections [Electronic resource] // Flash Eurobarometer. – № 67. – 1999. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_67_fr.pdf
352. European eParticipation. Summary Report, November 2009 [Electronic resource]. – Available at : <http://ec.europa.eu/information.../document.cfm>
353. European Parliament and Council Recommendation of the European Parliament and of the Council of 20 December 2006 on the Protection of Minors and Human Dignity and on the Right of Reply in Relation to the Competitiveness of the European Audiovisual and On-line Information Services Industry [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=URISERV:124030a>
354. European Parliament Resolution on the Implementation of the European Union's Information and Communication Strategy [Electronic resource] // Herrero Report, (2004/2238(INI)). – Available at : <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+PRESS+DN-20050512-1+0+DOC+XML+V0//EN#SECTION9>
355. Europe Direct [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/eurodirect/index_en.htm
356. Europe Information [Electronic resource]. – Available at : <http://www.eurooppatiedotus.fi/public/default.aspx?nodeid=39036&contentlan=2&culture=en-US>
357. Europe 2020 – A strategy for smart, sustainable and inclusive growth [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EN:PDF>
358. Europe's Digital Competitiveness Report. Commission Staff Working Document. ICT Country Profiles [Electronic resource]. – 2010. – Vol. II. – Available at : <http://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/edcr.pdf>
359. Evaluation of the Plan D. Debate Europe citizen consultation projects [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/about/evaluation/documents/2009-debate-europe_en.pdf
360. Evaluation of the 2013 European Year of Citizens. Final Report [Electronic resource]. – Available at : <http://europa.eu/citizens-2013/sites/default/files/content/document/EYC%20evaluation%20final%20report%20FINAL.pdf>
361. Explaining Enlargement. A Progress Report on the Communication Strategy for Enlargement, March 2002 [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/enlargement/archives/pdf/enlargement_process/past_enlargements/communication_strategy/explaining_enlargement_en.pdf
362. Facts about Live+Gov [Electronic resource]. – Available at : <http://liveandgov.eu/>
363. Finland's Action Plan on Open Government [Electronic resource]. – Available at : <http://www.opengovpartnership.org/country/finland>

364. Finland. Specific policy issues and recent debates : language issues and policies [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/finland.php?aid=425>
365. Finland. Specific policy issues and recent debates : media pluralism and content diversity [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/finland.php?aid=426>
366. Finland's Permanent Representation to the European Union [Electronic resource]. – Available at : <http://www.finland.eu/public/default.aspx?culture=en-EN&contentlan=2>
367. Finnish Government [Electronic resource]. – Available at : <http://government.fi/etusivu/en.jsp>
368. Fischer-Hotzel A. Democratic Participation? The Involvement of Citizens in Policy-making at the European Commission [Electronic resource] / A. Fischer-Hotzel. – Available at : <http://www.jcer.net/index.php/jcer/article/view/314/229>
369. Fowler B. Referendum Briefing No 4. The Hungarian EU Accession Referendum, 12 April 2003 [Electronic resource] / B. Fowler. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-4.pdf&site=266>
370. France [Electronic resource]. – Available at : <http://www.queensu.ca/mcp/minoritynations/evidence/France.html>
371. France. Specific policy issues and recent debates : language issues and policies [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/france.php?aid=425>
372. France. Specific policy issues and recent debates : media pluralism and content diversity [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/france.php?aid=426>
373. Freedom of Information [Electronic resource] // Resolutions adopted by the General Assembly at its 13th session. – Available at : http://www.un.org/depts/dhl/resguide/r13_en.shtml
374. Freschi A. C. eParticipation in the institutional domain: a review of research : analytical report on eParticipation research from an administration and political perspective in six European countries [Electronic resource] / A. C. Freschi, R. Medaglia, J. Nørbjerg. – Available at : http://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/6676/ssoar-2009-freschi_et_al-eparticipation_in_the_institutional_domain.pdf?sequence=1
375. Fuchs D. Das Demokratiedefizit der Europäischen Union und die politische Integration Europas: Eine Analyse der Einstellungen der Bürger in Westeuropa [Electronic resource] / D. Fuchs. – Available at : http://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/11299/ssoar-2002-fuchs-das_demokratiedefizit_der_europaischen_union.pdf?sequence=1
376. Gastil J. Public Deliberation as the Organizing Principle of Political Communication Research [Electronic resource] / J. Gastil, L. W. Black // Journal of

Public Deliberation. – 2008. – Vol. 4. – Issue 1. – Available at : http://www.publicdeliberation.net/jpd/vol4/?utm_source=www.publicdeliberation.net%2Fjpd%2Fvol4%2Fiss1%2Fart3&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages

377. Geary M. J. Pushing an Open Door? Ireland and the EEC Referendum of 1972 [Electronic resource] / M. J. Geary. – Available at : https://www.academia.edu/209879/PUSHING_AN_OPEN_DOOR_IRELAND_AND_THE_EEC_REFERENDUM_OF_1972

378. Gerbner G. The Future of Media : Digital Democracy or More Corporate Control? / G. Gerbner. – New York : Seven Stories Press, 1999. – 167 p.

379. Gerhards J. Missing a European Public Sphere / J. Gerhards // Will Europe Work? Integration, Employment and the Social Order : [M. Kohli and M. Novak (eds)]. – London / New York : Routledge, 2001.

380. Germany : E-Government Act comes into effect [Electronic resource]. – Available at : <http://www.epsiplatform.eu/content/germany-e-government-act-comes-effect>

381. Germany. Specific policy issues and recent debates : language issues and policies [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/germany.php?aid=425#kopf>

382. Gesellschaft für Informatik GI and Verband Deutscher Elektrotechniker VDE (2000) : Electronic Government als Schlüssel zur Modernisierung von Staat und Verwaltung. Ein Memorandum des Fachausschusses Verwaltungsinformatik der Gesellschaft für Informatik und des Fachbereichs 1 der Informationstechnischen Gesellschaft im Verband Deutscher Elektrotechniker [Electronic resource]. – Available at : www.unioldenburg.de/fb3/lehre/lenk/MEMORA

383. Glen C. M. The Politics of Language Policy in Scotland [Electronic resource] / C. M. Glen // The Annual of Language & Politics and Politics of Identity. – 2010. – Vol. IV. – P. 45 – 58. – Available at : <http://alppi.eu/wp-content/uploads/2011/02/3.-Glen-Language.pdf>

384. Glencross A. R. E-Participation in the Legislative Process [Electronic resource] / A. R. Glencross. – Available at : <http://www.jedem.org>

385. Government Communications Department [Electronic resource]. – Available at : <http://vnk.fi/ministerio/organisaatio/Viestintaeosasto/name.jsp>

386. Gramberger M. Die Öffentlichkeitsarbeit der Europäischen Kommission 1952-1996: PR zur Legitimation von Integration? / M. Gramberger. – Opladen : Leske + Budrich, 1997.

387. Green Paper «Preparing for a Fully Converged Audiovisual World : Growth, Creation and Values» [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2013:0231:FIN:EN:PDF>

388. Große K. Discussing Germany's Future: The Evaluation of Federal Online Citizen Participation [Electronic resource] / K. Große. – Available at : http://ipp.oii.ox.ac.uk/sites/ipp/files/documents/IPP2014_Grosse.pdf

389. Guiding Note on Indicators for Communication for Development [Electronic resource]. – Denmark : Danida, 2005. – Available at : <http://www.comminit.com/evaluations/eval2007/evaluations-400.html>
390. Gürzel G. A. Greece's Accession to the EU and its Integration Process [Electronic resource] / G. A. Gürzel. – Available at : <http://www.thesis.bilkent.edu.tr/0002746.pdf>
391. Habermas J. Theory of Communicative Action / J. Habermas. – Vol. 1 : Reason and the Rationalization of Society. – Boston : Beacon Press, 1985.
392. Habermas J. Between Facts and Norms. Contribution to a Discourse Theory of Law and Democracy / J. Habermas. – Cambridge, Massachusetts : The MIT Press, 1996.
393. Habermas J. Braucht Europa eine Verfassung? / J. Habermas // Zeit der Übergänge : [J. Habermas (ed.)]. – Frankfurt a.M. : Suhrkamp, 2001. – S. 104 – 129.
394. Hancock A. Communication Planning for Development / A. Hancock. – France : UNESCO, 1981. – 198 p.
395. Handling of EU affairs in Finland [Electronic resource]. – Available at : <http://valtioneuvosto.fi/eu/suomi-ja-eu/asioiden-kasittely/en.jsp>
396. Hanley S. Referendum Briefing No 6. The Czech EU Accession Referendum, 13 – 14 June 2003 [Electronic resource] / S. Hanley. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-6.pdf&site=266>
397. Heise Ch. H. Wahlen können nicht im Netz gewonnen werden, aber sie können im Netz verloren werden [Electronic resource] / Ch. Heise. – Available at : <http://www.e-demokratie.org/interview/wahlen-können-nicht-im-netz-gewonnen-werden-aber-sie-können-im-netz-verloren-werden/>
398. Helsinki Region Infoshare [Electronic resource]. – Available at : <http://www.hri.fi/en/>
399. Helsinki – transparency pioneer in Finland [Electronic resource]. – Available at : <http://www.epsiplatform.eu/content/helsinki-transparency-pioneer-finland>
400. Henderson K. Referendum Briefing No 7. The Slovak EU Accession Referendum, 16 – 17 May 2003 [Electronic resource] / K. Henderson. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-7.pdf&site=266>
401. Herbillon M. La fracture européenne: après le référendum du 29 mai, 40 propositions concrètes pour mieux informer les Français sur l'Europe [Electronic resource] / M. Herbillon // Rapport de la Mission Parlementaire auprès Ministre des Affaires étrangères et de la Ministre déléguée aux Affaires européennes au Premier Ministre. – 2005. – Juin. – Available at : <http://www.lacomeuropeenne.fr/tag/herbillon/>
402. High Level Group on Multilingualism. Final Report [Electronic resource]. – Available at : <http://www.bookshop.europe.eu>

403. History of the audiovisual regulatory framework [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/history/index_en.htm
404. History of TVwF. The Television without Frontiers Directive [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/history/historytvwf/index_en.htm
405. Hoetjes B. J. S. Netherlands [Electronic resource] / B. J. S. Hoetjes. – Available at : <http://www1.worldbank.org/publicsector/civilservice/rsNetherlands.pdf>
406. Høringsportalen [Electronic resource]. – Available at : www.borger.dk/forside/lovgivning/hoeringsportale
407. How the Riksdag works [Electronic resource]. – Available at : <http://www.riksdagen.se/en/Committees/The-Committee-on-European-Union-Affairs/>
408. Hüsing T. Evaluation of the Implementation of the Communication of the European Commission E-Skills for the 21 century, October 2010 [Electronic resource] / T. G. Hüsing, W. B. Korte. – Available at : http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/ict/files/reports/eskills21_final_report_en.pdf
409. Information and Communication Strategy [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/legislation_summaries/economic_and_monetary_affairs/introducing_euro_practical_aspects/125079_en.htm
410. Information Note by the Commission : Actions taken by the Commission in Respect of the Public Debate on the Future of Europe [Electronic resource]. – Available at : http://europa-eu.int/futurum/informations_en.htm
411. Inglehart R. The silent revolution: Changing values and political styles among Western publics / R. Inglehart. – Princeton : Princeton University Press, 1977. – 496 p.
412. Introducing META-NET [Electronic resource]. – Available at : <http://www.meta-net.eu/>
413. iTranslate4 : Internet Translators for all European Languages [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/information_society/apps/projects/factsheet/index.cfm?project_ref=250405
414. i2010 – A European Information Society for growth and employment [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/index_en.htm
415. i2010 eGovernment Action Plan : Accelerating eGovernment in Europe for the Benefit of All [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/124226j_en.htm
416. Jacuński M. The role of European political parties in closing the communication gap within the European Union. A critical view [Electronic resource] / M. Jacuński. – Available at :

http://www.academia.edu/10019348/The_role_of_European_political_parties_in_closing_the_communication_gap_within_the_European_Union._A_critical_view

417. Jauert P. Denmark. Media Landscapes [Electronic resource] / P. Jauert. – Available at : http://ejc.net/media_landscapes/denmark

418. Joinup [Electronic resource]. – Available at : <https://joinup.ec.europa.eu/>

419. Jyrkiäinen J. Finland. Media Landscapes [Electronic resource] / J. Jyrkiäinen. – Available at : http://ejc.net/media_landscapes/finland

420. Karpchuk N. Great Britain e-Government as a Realisation of a European Union Communication Policy Direction / N. Karpchuk // Матер. Міжнар. наук.-практ. конф. : [«Актуальні проблеми міжнародних відносин і зовнішньої політики країн світу»], (Луцьк, 13 – 14 жовтня, 2011 р.). – Луцьк: Волин. нац. ун-т. ім. Лесі Українки, 2011. – С.181 – 184.

421. Karpchuk N. The Safer Internet Programme as an electronic aspect of the EU Communication Policy / N. Karpchuk // International Scientific Journal «Acta Universitatis Pontica Euxinus». Special number : Proceedings of VII International Conference : [«Strategy of Quality in Industry and Education»], (Bulgaria, Varna, June 3 – 10, 2011). – Dnipropetrovsk – Varna, 2011. – P. 538 – 541.

422. Karpchuk N. Language Learning as the Way to European Union Multilingualism / N. Karpchuk // International Scientific Journal «Acta Universitatis Pontica Euxinus». Special number : Proceedings of VII International Conference : [«Strategy of Quality in Industry and Education»], (Bulgaria, Varna, June 8 – 15, 2012). – Dnipropetrovsk – Varna, 2012. – P. 233 – 235.

423. Karpchuk N. Milestones of the European Union Communication Policy / N. Karpchuk // Матер. Міжнар. наук.-практ. конф. : [«Актуальні проблеми міжнародних відносин і зовнішньої політики країн світу»], (Луцьк, 11 – 12 жовтня, 2012 р.). – Луцьк : Волин. нац. ун-т. ім. Лесі Українки, 2012. – С. 170 – 172.

424. Karpchuk N. Communication Policy Elaboration: the Experience of the European Union / N. Karpchuk // Region and Regionalism : [ed. by M. Sobczynski and M. Barwinski]. – Lodz – Opole, 2013. – No.11 (Vol. 1). – P. 45 – 51.

425. Karpchuk N. The Role of National Media in the Implementation of the European Union Communication Policy Principles / N. Karpchuk // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [збірн. наук. праць]. – К. : Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. Інститут міжнародних відносин, 2013. – Вип. 116 (Ч. 1). – С. 55 – 60.

426. Karpchuk N. ICT for the EU Multilingualism / N. Karpchuk // Toruńskie Studia Międzynarodowe. – № 4 (Vol.1). – Torun : Nicolaus Copernicus University, 2014. – P. 41 – 47.

427. Karpchuk N. The United Kingdom's Experience in Multilingualism for Resolving Ukraine's Language Policy Challenges / N. Karpchuk // Acta Prosperitatis : [Journal of Turība University]. – Riga : SIA «Biznesa augstskola Turība», 2014. – № 5. – P. 57 – 75.

428. Kemppainen R. Language Policy in Estonia : A Review [Electronic resource] / R. Kemppainen. – Available at : <https://ojs.lib.byu.edu>
429. Key competences for lifelong learning [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/lifelong_learning/c11090_en.htm
430. Kleinsteuber H. J. Media Landscapes. Germany [Electronic resource] / H. J. Kleinsteuber, B. Thomass. – Available at : http://ejc.net/media_landscapes/germany
431. Koc-Michalska K. Mapping Digital Media : France [Electronic resource] / K. Koc-Michalska, Th. Vedel, A. Granchet, Ch. Leteinturier, G. Villeneuve. – Available at : <http://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-france-20130419.pdf>
432. Krech D. Individual in Society / D. Krech, R. Crutchfield, E. Ballachey. – New York, 1962. – 275 p.
433. Kuiken F. Language policy and language education in the Netherlands and Romania [Electronic resource] / F. Kuiken, E. van der Linden. – Available at : <http://dare.uva.nl/document/2/139201>
434. Kurpas S. After the European Elections, Before the Constitution Referenda. Can the EU communicate better? [Electronic resource] / S. Kurpas, Ch. O. Meyer, K. Gialoglou // CEPS, Policy. – July 2004. – No. 55. – Available at : http://shop.ceps.be/downfree.php?item_id=1140
435. Kurpas S. A Citizens' Compact: Reaching out to the Citizens of Europe / S. Kurpas et al. // EPIN Working Paper No. 1. – Brussels : European Policy Institutes Network, CEPS, 2005.
436. Kurpas S. The Commission's White Paper on Communication: Mapping a Way to a European Public Sphere [Electronic resource] / S. Kurpas, M. Brüggemann, Ch. O. Meyer. – Available at : <http://www.ceps.eu/book/commissions-white-paper-communication-mapping-way-european-public-sphere>
437. Kuutti H. Background information report : Media policies and regulatory practices in a selected set of European countries, the EU and the Council of Europe : The case of Finland, October 2010 [Electronic resource] / H. Kuutti, R. Sokka, P. Nevalainen. – Available at : <http://www.mediadem.eliamep.gr/wp-content/uploads/2010/05/Finland.pdf>
438. Lajh D. Refrendum Briefing No 3. The Slovenian EU (and NATO) Accession Referendum(s), 23 March 2003 [Electronic resource] / D. Lajh, A. Krašovec. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-3.pdf&site=266>
439. Languages [Electronic resource]. – Available at : <http://www.britac.ac.uk/policy/Languages.cfm>

440. Language Policy [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/languages/policy/language-policy/index_en.htm
441. Language rich Europe launche – Denmark [Electronic resource]. – Available at : <https://languagerichblog.wordpress.com/tag/denmark/>
442. Languages : the next generation. The final report and recommendations of the Nuffield Languages Inquiry [Electronic resource]. – Available at : http://www.nuffieldfoundation.org/sites/default/files/languages_finalreport.pdf
443. Lifelong Learning Programmes, 2007 – 2013 [Electronic resource]. – Available at : <http://lp.edu.ua:8180/irsite/internationalPrograms.action;jsessionid=CD8977FD657E50584BEC6E217>
444. Lingua Connections [Electronic resource]. – Available at : http://www.linguaconnections.eu/Lingua_Connections.htm
445. Local e-Government National Projects [Electronic resource]. – Available at : www.localegov.gov.uk
446. Loit U. Media policies and regulatory practices in a selected set of European countries, the EU and the Council of Europe: The case of Estonia [Electronic resource] / U. Loit, H. Harro-Loit. – Available at : <http://www.mediadem.eliamep.gr/wp-content/uploads/2010/05/BIR.pdf>
447. Luxembourg and Europe, from the ECSC to the Treaty of Lisbon [Electronic resource]. – Available at : <http://www.eu2015lu.eu/en/la-presidence/luxembourg-et-ue/lux-eu-ceca-lisbonne/index.html>
448. Maastricht Treaty [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/en/treaties/dat/11992M/htm/11992M.html>
449. MacBride S. Many Voices, One World, 1980 [Electronic resource] / S. MacBride. – Available at : <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066eb.pdf>
450. Macintosh A. Towards an evaluation framework for eParticipation [Electronic resource] / A. Macintosh, A. Whyte // Transforming Government : People, Process & Policy. – 2008. – № 2 (1). – P. 16 – 30. – Available at : http://eprints.whiterose.ac.uk/3742/2/TransGov_WhyteMacintoshfordissemination.pdf
451. Maes I. Small States and the Creation of EMU : Belgium and the Netherlands, Pace-setters and Gate-keepers [Electronic resource] / I. Maes, A. Verdun. – Available at : <http://web.uvic.ca/~polisci/verdun/pdf/JCMS%202005%2043%202.pdf>
452. Making All Voices Count – Engaging Citizens through Innovation and Technology [Electronic resource]. – Available at : <http://www.swedenabroad.com/Pages/StandardPage.aspx?id=63902&epslanguage=en-GB>
453. Margot Wallstrom : a failure? [Electronic resource]. – Available at : <http://openeuropeblog.blogspot.com/2009/10/margot-wallstrom-failure.html>

454. Martinovic B. The Dutch City of Utrecht as a European Hotspot and Laboratory for Multilingualism [Electronic resource] / B. Martinovic. – Available at : http://www.poliglotti4.eu/docs/Multilingualism_Utrecht.pdf
455. Masuda Y. The Information Society as Post-Industrial Society / Y. Masuda. – Washington D.C. : World Future Society, 1981. – 171 p.
456. Mažylis L. Referendum Briefing NO 8. The Lithuanian EU Accession Referendum, 10 – 11 May 2003 [Electronic resource] / L. Mažylis, I. Unikaite. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-8.pdf&site=266>
457. McCroskey J. C. Human Communication Theory and Research : Traditions and Models [Electronic resource] / J. C. McCroskey, V. P. Richmond // An Integrated Approach to Communication Theory and Research. – 1996. – Available at : http://www.jamescmccroskey.com/publications/bookchapters/019_1996.pdf
458. Media act and media policy [Electronic resource]. – Available at : <http://www.government.nl/issues/media-and-broadcasting/the-government-and-media/media-act-and-media-policy>
459. Media Literacy [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/index_en.htm
460. MEDIA Programme. Overview [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/culture/media/about/index_en.htm
461. Meillier S. Towards better EU Communication A conceptual, organisational and structural challenge [Electronic resource] / S. Meillier. – Available at : http://www.touteurope.eu/fileadmin/CIE/06-observatoire/etudes/S._MEILLIER_-_College_of_Europe_-Thesis.pdf
462. Memorandum to the Commission «Towards the e-Commission : Implementation Strategy 2001 – 2005» [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/informatics/ecommm/doc/sec_2001_0924_en.pdf
463. Meyer Ch. O. Political Legitimacy and the Invisibility of Politics: Exploring the European Union's Communication Deficit / Ch. O. Meyer // Journal of Common Market Studies. – 1999. – Vol. 37. – No. 4. – P. 617 – 639.
464. Meyer Ch. O. Europäische Öffentlichkeit als Kontrollsphäre : Die Europäische Kommission, die Medien und politische Verantwortlichkeit / Ch. O. Meyer. – Berlin : Vistas, 2002.
465. Ministerial Declaration on eGovernment. Malmö, Sweden [Electronic resource]. – Available at : <http://www.egov2009.se/wp-content/uploads/Ministerial-Declarationon-eGovernment.pdf>
466. Minister of Government Administration, Reform and Church Affairs [Electronic resource]. – Available at : http://www.eucommunication.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=51&Itemid=64&lang=en
467. Ministry of Foreign Affairs Communication Policy, 2010 – 2013 [Electronic resource]. – Available at : <http://um.dk/en/politics-and-diplomacy/>

468. Modernising Government, March 1999 [Electronic resource]. – Available at : <https://www.wbginvestmentclimate.org/uploads/modgov.pdf>
469. Moussis N. Access to European Union [Electronic resource] / N. Moussis. – Available at : http://europedia.moussis.eu/books/Book_2/4/10/01/03/?all=1
470. Müller M. H. Taking Stock of the Austrian Accession to the EU : With Regard to the Arguments of its Referendum Campaign in 1994 [Electronic resource] / M. H. Müller. – Available at : <http://www.unige.ch/gsi/files/7814/0351/6345/Muller.pdf>
471. Multilingual Britain [Electronic resource]. – Available at : <http://www.cumberlandlodge.ac.uk/Resources/CumberlandLodge2011/Documents/Programme/Reports/Multilingual%20Britain%20Report.pdf>
472. Nahleen A. An Overview of e-Participation Models [Electronic resource] / A. Nahleen. – Available at : <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan023622.pdf>
473. National E-Government Strategy. IT Planning Council decision of 24 September 2010 [Electronic resource]. – Available at : http://www.it-planungsrat.de/SharedDocs/Downloads/DE/Strategie/National_E-Government_Strategy.pdf?__blob=publicationFile
474. Netherlands Action Plan Open Government, 29 October 2013 [Electronic resource]. – Available at : <http://www.opengovpartnership.org/sites/default/files/Netherlands%20Action%20Plan%20Open%20Government%20Partnership.pdf>
475. Netherland. Specific policy issues and recent debates : language issues and policies [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/netherlands.php?aid=425>
476. Network to Promote Linguistic Diversity (NPLD) [Electronic resource]. – Available at : <http://www.npld.eu/about-us/>
477. New central government communication service to save money and raise standards. Press release [Electronic resource]. – Available at : <https://www.gov.uk/government/news/new-central-government-communication-service-to-save-money-and-raise-standards>
478. Newcomb T. M. Social Psychology : The Study of Human Interaction / T. M. Newcomb, R. H. Turner, Ph. E. Converse. – New York : Holt, Rinehart and Winston, 1965. – 591 p.
479. Newman M. After the «Permissive Consensus»: Still Searching for Democracy / M. Newman // European Union: Power and Policy-Making : [J. Richardson (ed.) / [3rd edition]. – London: Routledge, 2006 – P. 377 – 397.
480. Newsletter und Abos [Electronic resource]. – Available at : <http://www.bundesregierung.de/Content/DE/Leichte%2520Sprache/leichte-sprache-internetseitebundesregierung.html%3Bjsessionid%3DEAF045CD2EBC8BA86F9370A21E17D094.s2t1%3Fnn%3D428364&usg=ALkJrhji8uadJFcp-cz3CRGduz-9gBNmZA>

481. No Valentine for Bolkenstein [Electronic resource]. – Available at : www.stopbolkestein.org
482. Odugbemi A. Public opinion, the public sphere, and quality of governance: An exploration / A. Odugbem // Governance reform under real-world conditions. Citizens, stakeholders, and voice : [S. Odugbemi & T. Jacobson (Eds.)]. – Washington, D.C. : The World Bank, 2008. – P. 15 – 37.
483. One Year to Go until the 2014 European Elections [Electronic resource]. – Available at : http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/en/00191b53ff/Eurobarometer.html?tab=2013_3
484. On journalism and new media – creating a public sphere in Europe, Committee on Culture and Education, 2 July 2010 [Electronic resource]. – Available at : <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A7-2010-0223&language=EN>
485. Openaid.se [Electronic resource]. – Available at : <http://www.openaid.se/en/start>
486. Open Government Partnership. Self-Assessment Report : The Netherlands, 2014 [Electronic resource]. – Available at : http://www.opengovpartnership.org/sites/default/files/rapport_self-assessment_BZK_EN.pdf
487. Ourspace [Electronic resource]. – Available at : <http://www.ep-ourspace.eu/>
488. pakkoruotsi.net [Electronic resource]. – Available at : <http://www.pakkoruotsi.net/>
489. Pan-European Public Procurement Online (PEPPOL) [Electronic resource]. – Available at : <http://www.peppol.eu>
490. Parliament of Estonia [Electronic resource]. – Available at : <http://www.riigikogu.ee/en/parliament-of-estonia/>
491. Parliament's Corporate Use of Social Networking Sites [Electronic resource]. – Available at : <http://www.parliament.uk/documents/foi/FOI-2011-parliament-social-media-policy-F11-284.pdf>
492. Parterre [Electronic resource]. – Available at : <http://www.parterre-project.eu/>
493. Pasquier M. France. Media Landscapes [Electronic resource] / M. Pasquier, B. Lamizet. – Available at : http://ejc.net/media_landscapes/france
494. PEPPOL (Pan-European Public Procurement Online) [Electronic resource]. – Available at : <http://www.peppol.eu>
495. Permanent Mission of the Kingdom of the Netherlands in Brussels [Electronic resource]. – Available at : <http://eu.nlmission.org/>
496. Permanent Representation of Estonia to the EU [Electronic resource]. – Available at : http://www.eu.estemb.be/eng/permanent_representation
497. Permanent Representation of Sweden to the European Union [Electronic resource]. – Available at : <http://www.government.se/sb/d/2250>

498. Permanent Representation of the Federal Republic of Germany to the European Union [Electronic resource]. – Available at : http://www.bruessel-eu.diplo.de/Vertretung/bruessel__eu/en/Startseite.html
499. Pfaff C. W. Multilingual Development in Germany in the Crossfire of Ideology and Politics: Monolingual and Multilingual Expectations, Polylingual Practices [Electronic resource] / C. W. Pfaff. – Available at : <https://escholarship.org/uc/item/9gp0f163>
500. Plan D for Democracy, Dialogue and Debate [Electronic resource]. – Available at: http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/decisionmaking_process/a30000_en.htm
501. Plan D – Wider and Deeper Debate on Europe [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/SEC2006_1553_en.pdf
502. Poelmans M. eParticipation in The Netherlands [Electronic resource] / M. Poelmans. – Available at : <http://www.mattpoelmans.nl/blog/eparticipation-in-the-netherlands/>
503. PreLex – EUR-Lex [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/collection/legislative-procedures.html>
504. Presidency Conclusions, European Council [Electronic resource]. – 2006. – 15 – 16 December. – Available at : http://www.consilium.europa.eu/ueDocs/cms_Data/docs/pressData/en/ec/90111.pdf
505. Price V. Opinion quality in public opinion research / V. Price, P. Neijens // International Journal of Public Opinion Research. – 1997. – № 9 (4). – P. 336 – 360.
506. Pridham G. Referendum Briefing No 10. Latvia's EU Accession Referendum, 20 September 2003 [Electronic resource] / G. Pridham. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-10.pdf&site=266>
507. Principles of online Communication [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/ipg/basics/web_rationalisation/principles_en.htm
508. Protection of film heritage [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/cinema/index_en.htm
509. Public awareness in the pre-accession period in Sweden [Electronic resource]. – Available at : <http://www.government.se/contentassets/6ca7919130554df69244ce20b3a6d051/ud-info---fact-sheet-public-awareness-in-the-pre-accession-period-in-sweden>
510. Public opinion in the European Union [Electronic resource] // Eurobarometer. – № 54. – April 2001. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb54/eb54_en.pdf
511. Public opinion in the European Union [Electronic resource] // Eurobarometer. – № 63. – Autumn 2004. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb62/eb62_uk_nat.pdf

512. Public opinion in the European Union [Electronic resource] // Eurobarometer. – № 63. – Summer 2005. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb63/eb63_nat_uk.pdf
513. Public opinion in the European Union [Electronic resource] // Eurobarometer. – № 66. – Autumn 2006. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb66/eb66_en.pdf
514. Public Opinion in the European Union. First Results [Electronic resource] // Standard Eurobarometer. – № 80. – Autumn 2013. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb80/eb80_first_en.pdf
515. Public Service Info [Electronic resource]. – Available at : <http://www.publicserviceinfo.fi/kansalaisneuvonta/en/index.html>
516. Puzzled by Policy [Electronic resource]. – Available at : <http://www.puzzledbypolicy.eu/>
517. Rannut M. Language Policy in Estonia [Electronic resource] / M. Rannut. – Available at : <http://estudijas.lu.lv/mod/page/view.php?id=30373>
518. Rationalisation of the European Commission's public websites [Electronic resource]. – February 2012. – Available at : http://ec.europa.eu/ipg/whats_new/index_en.htm
519. Regional and Minority Language Products [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/education/languages/languages-of-europe/doc147_en.htm
520. Regulation (EU) No 211/2011 of the European Parliament and of the Council of 16 February 2011 on the citizens' initiative [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:02011R0211-20131008&from=EN>
521. Report on journalism and new media – creating a public sphere in Europe, 2 July 2010 [Electronic resource]. – Available at : <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A7-2010-0223&language=EN>
522. Report on the implementation of the Action Plan «Promoting language learning and linguistic diversity». Commission Working Document [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/education/policies/lang/doc/com554_en.pdf
523. Rheingold H. The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier [Electronic resource] / H. Rheingold. – Available at : <http://www.rheingold.com/vc/book/>
524. Richardson D.W. Non-Party Organisation and Campaigns on European Integration in Britain, 1945-1986 : Political and Public Activism [Electronic resource] / D. W. Richardson. – Available at : <http://etheses.bham.ac.uk/5266/1/Richardson14PhD.pdf>
525. Ricou O. A survey of French Local e-Democracy [Electronic resource] / O. Ricou. – Available at : <http://www.lrde.epita.fr/dload/papers/ricou.08.eceg.pdf>

526. Rijksoverheid. Geschiedenis [Electronic resource]. – Available at : <http://www.rijksoverheid.nl/ministeries/az/organisatie/geschiedenis>
527. Royo S. The Challenges of EU Integration: Iberian Lessons for Eastern Europe [Electronic resource] / S. Royo. – Available at : <http://aei.pitt.edu/8156/>
528. Sabol T. WEBOCRAT – a System for Supporting Knowledge Management in an Organization / T. Sabol, J. Paralič [Electronic resource]. – Available at : http://www.nbs.sk/_img/Documents/BIATEC/BIA02_04/21_24.pdf
529. Safer Internet [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/index_en.htm
530. Schaecter S. Deviation, Rejection and Communication / S. Schaecter // Journal of Abnormal Social Psychology. – 1951. – № 1. – P.91 – 103.
531. Scharkow M. Effects of Domestic Media Use on European Integration? [Electronic resource] / M. Scharkow, J. Vogelgesang. – Available at : http://underused.org/docs/scharkow_vogelgesang2007.pdf
532. Schellong A. Government 2.0 in Beta Phase. An Analysis of eParticipation and Web 2.0 Applications of Germany's 50 largest Cities and 16 Federal States, 2010 [Electronic resource] / A. Schellong, Ph. Girrger. – Available at : http://assets1.csc.com/de/downloads/CSC_policy_paper_series_06_2010_government_20_beta_phase_English.pdf
533. Schiffman H. F. Linguistic Culture and Language Policy, 1996 [Electronic resource] / H. F. Schiffman. – Available at : <http://www.english.illinois.edu/-people-/faculty/debaron/584/584reading/frenchlangpol.pdf>
534. Schramm W. Mass media and national development: the role of information in the developing countries [Electronic resource] / W. Schramm. – Stanford : Stanford University Press, 1964. – Available at : <http://unesdoc.unesco.org/images/0008/000872/087299eb.pdf>
535. Schramm W. Man, women, messages and media. Understanding human communications / W. Schramm, W. E. Porter. – N. Y. : Harper and Row, 1982. – 278 p.
536. Scots Language Policy [Electronic resource]. – Available at : <http://www.scotland.gov.uk/Topics/ArtsCultureSport/arts/Scots/ScotsLanguagePolicy>
537. Semetko H. A. Europeanized Politics – Europeanized Media? European Integration and Political Communication [Electronic resource] / H. A. Semetko, C. H. de Vreese, J. Peter. – Available at : http://ceses.cuni.cz/CESES-93-version1-8_1_3.pdf
538. 1790th Council Meeting – General Affairs Council, 4 October 1994. Press release [Electronic resource]. – Available at : <http://aei.pitt.edu/3285/1/3285.pdf>
539. Severin W. J. Communication Theories : [5th ed.] / W. J. Severin, J. Werner, J. W. Tankard, Jr. – New York : Longman, 2001.

540. Siebert F. S. *Four Theories of the Press* / F. S. Siebert, Th. Peterson, W. Schramm. – Chicago : University of Illinois, 1963. – 168 p.
541. SignSpeak [Electronic resource]. – Available at : <http://www.signspeak.eu/en/index.html>
542. Sinaga S. Predicting Indonesian Journalists' Use of Public Relations-Generated News Material / S. T. Sinaga, D. H. Wu // *Journal of Public Relations Research*. – 2007. – № 19 (1). – P. 69 – 90.
543. Slama A.-G. *La Tentation Féodale* / A.-G. Slama// *Le Figaro Magazine*. – 2005. – 29 January.
544. Smith A. *European Commissioners and the Prospects of a European Public Sphere : Information, Representation and Legitimacy* [Electronic resource] / A. Smith. – Available at : <http://www.arena.uio.no/cidel/WorkshopStirling/PaperSmith.pdf>
545. Søndergaard H. Background information report. Media policies and regulatory practices in a selected set of European countries, the EU and the Council of Europe : The case of Denmark [Electronic resource] / H. Søndergaard, R. Helles. – Available at : <http://www.mediadem.eliamep.gr/wp-content/uploads/2010/05/Denmark.pdf>
546. Spain. Official language status, either in the region or nationally [Electronic resource]. – Available at : <http://www.queensu.ca/mcp/minoritynations/evidence/Spain.html>
547. SPOCS (Simple Procedures Online for Cross-border Services) [Electronic resource]. – Available at : <http://www.eu-spocs.eu>
548. Statham P. *Political Journalism and Europeanization: Pressing Europe?* [Electronic resource] / P. Statham // *European Political Communication Working Paper*. – 2006. – Available at : http://ics.leeds.ac.uk/eurpolcom/discussion_papers.cfm
549. STORK project [Electronic resource]. – Available at : <http://www.eid-stork.eu>
550. *Strategic Research Agenda for Multilingual Europe 2020* [Electronic resource]. – Available at : http://www.meta-net.eu/vision/reports/meta-net-sra-version_1.0.pdf
551. *Stronger Together* [Electronic resource]. – Available at : <http://www.strongertogether.org.ua/en/>
552. *Structured Dialogue with Commissioner Margot Wallström* [Electronic resource]. – Available at : <http://cor.europa.eu/fr/activities/structured-dialogue/Pages/26a45978-72e7-4c53-a317-166970d4a21b.aspx>
553. Sumaski L. *Monolingual Britain in Multilingual Europe? Is the new National Languages Strategy in England a step back or a step forward towards a European community?* [Electronic resource] / L. Sumaski. – Available at : http://www.anglia.ac.uk/ruskin/en/home/microsites/RUITs/research___the_centre.Maintent.0012.file.tmp/monolingual_britain.pdf

554. Suomi.fi [Electronic resource]. – Available at : <http://www.suomi.fi/suomifi/english/index.html>
555. Sweden. General legislation [Electronic resource]. – Available at <http://www.culturalpolicies.net/web/sweden.php?aid=519>
556. Sweden. Language issues and policies [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/sweden.php?aid=425>
557. Sweden. Official web-site [Electronic resource]. – Available at : <http://sweden.se/>
558. Sweden praised for aid transparency [Electronic resource]. – Available at : <http://www.government.se/sb/d/17191/a/227158>
559. Szczerbiak A. Referendum Briefing No 5. The Polish EU Accession Referendum, 7 – 8 June 2003 [Electronic resource] / A. Szczerbiak. – Available at : <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=epern-ref-no-5.pdf&site=266>
560. Tapscott D. The Digital Economy. Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence / D. Tapscott. – New York : McGraw-Hill, 1995. – P. 167 – 175.
561. The Committee for European Affairs [Electronic resource]. – Available at : http://www.senat.fr/lng/en/the_senates_european_action/the_committee_for_european_affairs.html
562. The Committee on European Union Affairs [Electronic resource]. – Available at : <http://www.riksdagen.se/en/Committees/The-Committee-on-European-Union-Affairs/>
563. The Culture and Media Policy of the German Federal Government : an Overview of the Culture and Media Policy of the German Federal Government [Electronic resource]. – Available at : http://www.bundesregierung.de/ContentArchiv/EN/Archiv17/_Anlagen/2012-10-17-im-bund-mit-der-kultur-bkm-eng.pdf?__blob=publicationFile&v=3
564. The Declaration on a Nordic Language Policy is available in the Nordic languages Danish, Faroese, Finnish, Greenlandic, Icelandic, Norwegian, Sami and Swedish and also in English. [Electronic resource]. – Available at : http://www.norden.org/en/publications/publications/2007-746/at_download/publicationfile
565. The EU explained : Justice, fundamental rights and equality [Electronic resource] // European Commission Directorate-General for Communication. Citizens information. – Brussels, 2014. – Available at : http://europa.eu/pol/pdf/flipbook/en/justice_en.pdf
566. The euro, one currency for Europe. Communication from the commission on the information strategy for the euro [Electronic resource] // Euro Papers. – Brussels, 1998. – Available at : http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/publication_summary1278_en.htm

567. The European Convention, 2003 [Electronic resource]. – Available at : <http://european-convention.europa.eu/docs/Treaty/cv00850.en03.pdf>
568. The European e-Justice Portal [Electronic resource]. – Available at : <http://e-justice.europa.eu>
569. The «Europe for Citizens» funding programme for the period 2014 – 2020 is officially adopted! [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/citizenship/about-the-europe-for-citizens-programme/future-programme-2014-2020/index_en.htm
570. The Europe for Citizens Programme (2007 – 2013) [Electronic resource]. – Available at : http://eacea.ec.europa.eu/citizenship/programme/about_citizenship_en.php
571. The Finnish Paradox : Language and Politics in Finland [Electronic resource]. – Available at : <http://www.recode.info/wp-content/uploads/2013/02/Saukkonen-Pasi-2012-RECODE.pdf>
572. The Futurum website [Electronic resource]. – Available at : <http://europa.eu.int/futurum>
573. The Grand Committee [Electronic resource]. – Available at : <http://web.eduskunta.fi/Resource.phx/parliament/committees/grand.htx>
574. The impact of the EU on the Netherlands [Electronic resource]. – Available at : <http://www.houseofrepresentatives.nl/how-parliament-works/impact-eu-netherlands>
575. The international dimension of audiovisual policy [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/avpolicy/ext/index_en.htm
576. The language situation in Sweden: the relationship between the main language and the national minority languages [Electronic resource]. – Available at : http://www.sens-public.org/IMG/pdf/SensPublic_RHeikkila_Cultural_diversity_Multilingualism_and_Ethnic_minorities_in_Sweden.pdf
577. The Netherlands and developments within the EU [Electronic resource]. – Available at : <http://www.government.nl/issues/european-union/the-netherlands-and-developments-within-the-eu>
578. The Netherlands Government Information Service [Electronic resource]. – Available at : http://en.wikipedia.org/wiki/Netherlands_Government_Information_Service
579. The parliamentary committees and the EU [Electronic resource]. – Available at : <http://www.riksdagen.se/en/Committees/The-parliamentary-committees-at-work/The-parliamentary-committees-and-the-EU/>
580. The Portal on Learning Opportunities throughout Europe (PLOTEUS) [Electronic resource]. – Available at : <http://euroguidance.eu/services/ploteus/>
581. The Principles of e-Policy Making [Electronic resource]. – Available at : <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20040722012351/e-government.cabinetoffice.gov.uk/assetRoot/04/00/22/08/04002208.pdf>

582. The public sphere [Electronic resource]. – Available at : <http://siteresources.worldbank.org/EXTGOVACC/Resources/PubSphereweb.pdf>
583. The reform of the organisation of government communications has been announced today by Francis Maude [Electronic resource]. – Available at : <https://www.gov.uk/government/news/government-publishes-response-to-coi-review>
584. The Right to Communicate : the Status Report [Electronic resource] // Reports and Papers on Mass Communication. – Available at : <http://unesdoc.unesco.org/images/0005/000503/050335eo.pdf>
585. The Rome Consensus : Communication for Development. A Major Pillar for Development and Change, 2007 [Electronic resource] – Available at : <http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMMENG/Resources/RomeConsensus07.pdf>
586. The Rule of Law Index [Electronic resource]. – Available at : <http://worldjusticeproject.org/rule-of-law-index>
587. Towards a safer use of the Internet for children in the EU – a parents' perspective. Analytical Report [Electronic resource] // Flash Eurobarometer. – № 248. – December 2008. – Available at : http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_248_en.pdf
588. Towards e-Participation in the Netherlands [Electronic resource]. – Available at : <http://snurb.info/node/1139>
589. Towards the e-Commission. EUROPA 2nd Generation. Advanced Web Services to Citizens, Business and Other Professional Users [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/e2g_en.pdf
590. Translation Centre [Electronic resource]. – Available at : http://www.cdt.europa.eu/cdt/ewcm.nsf/_/8F422D256807CD0DC1256E9000364EC6?OpenDocument
591. Transparency Portal [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/transparency/index_en.htm
592. Transparency through consultation and communication [Electronic resource]. – Available at : <http://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/44912510.pdf>
593. Treaty of Lisbon [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/lisbon_treaty/full_text/index_en.htm
594. Treaty on European Union [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2012:326:FULL:EN:PDF>
595. 20 years of «online government» [Electronic resource]. – Available at : <https://ntouk.wordpress.com/2014/03/19/20-years-of-online-government-101-part-1-progress-towards-a-single-online-presence-including-pictures/>
596. 20-Year Strategy for the Irish Language 2010 – 2030 [Electronic resource]. – Available at : <http://www.ahg.gov.ie/en/20-YearStrategyfortheIrishLanguage2010-2030/Publications/20-Year%20Strategy%20-%20English%20version.pdf>

597. UK Online : A Prototype for Centralized E-Government Services [Electronic resource]. – Available at : <http://www.amazon.com/UK-Online-Prototype-Centralized-E-Government/dp/B000066CXQ>
598. UK Online Citizen Portal Goes Live [Electronic resource]. – Available at : <http://www.lgcplus.com/uk-online-citizen-portal-goes-live/1357511.article>
599. UK Representation to the EU Brussels [Electronic resource]. – Available at : <https://www.gov.uk/government/world/organisations/uk-representation-to-the-eu>
600. Understanding media policies : A European Perspective, 2012 [Electronic resource]. – P. 116 – 133. – Available at : http://www.foundbooks.org/1nywa5_understanding-media-policies-a-european-perspective-pdf.pdf
601. UN Global E-Government Readiness Report, 2005 : from e-Government to e-Inclusion [Electronic resource]. – Available at : <http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2005-Survey/Complete-survey.pdf>
602. United Kingdom. Freedom of the Press [Electronic resource]. – Available at : <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2013/united-kingdom>
603. United Kingdom. Specific policy issues and recent debates : media pluralism and content diversity [Electronic resource]. – Available at : <http://www.culturalpolicies.net/web/unitedkingdom.php?aid=426>
604. Upson R. Information for the european citizen [Electronic resource] / R. Upson. – Available at : http://www.friendsofeurope.org/Portals/6/Documents/Reports/ECAS%20Background%20report_InfoEUCitizen.pdf
605. U.S. English Foundation Research : Austria. Language Research [Electronic resource]. – Available at : <http://usefoundation.org/view/87>
606. Valentini Ch. Constructing public support: EU communication challenges for the process of integration [Electronic resource] / Ch. Valentini. – Available at : http://www.instituteforpr.org/iprwp/wpcontent/uploads/Communicating_EU_to_media.pdf
607. Valentini Ch. EU Media Relation. Views of Finnish and Italian Journalists [Electronic resource] / Ch. Valentini. – Available at : http://pure.au.dk/portal/files/3618/Valentini_EU_media_relations.pdf
608. Vilanek J. Status and future aspects of e-government in Austria. Austrian Country Paper [Electronic resource] / J. Vilanek, B. Walter. – Available at : http://intosaiitaudit.org/moscow/austria_%20e_government.pdf
609. Virk.dk [Electronic resource]. – Available at : <http://english.virk.dk/home.html>
610. VoxEurop replaces Presseurop! [Electronic resource]. – Available at : <http://www.friendsofpresseurop.eu/2014/05/voxeurop-replaces-presseurop.html>
611. Website of the consultation process [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/communication_white_paper/

612. Webster F. Theories of the Information Society / F. Webster : [1st edition]. – London : Routledge, 1995. – 314 p.
613. Weibull L. Sweden. Media Landscapes [Electronic resource] / L. Weibull, A. M. Jönsson, I. Wadbring. – Available at : http://ejc.net/media_landscapes/sweden
614. Welcome to the Danish Parliament, the Folketing [Electronic resource]. – Available at : <http://www.thedanishparliament.dk/>
615. Welcome to the english website of the French National Assembly [Electronic resource]. – Available at : <http://www2.assemblee-nationale.fr/langues/welcome-to-the-english-website-of-the-french-national-assembly#menuinter>
616. Welcome to the French Senate [Electronic resource]. – Available at : <http://www.senat.fr/lng/en/>
617. Welsh Language Board [Electronic resource]. – Available at : <http://www.webarchive.org.uk/ukwa/target/100770/source/search>
618. Welsh Language Policies [Electronic resource]. – Available at : <http://www.comisiynyddygydraeg.org/English/Assistance/adviceforbusinesses/Pages/welshlangaugepolicies.aspx>
619. What is Dicta-Sign? [Electronic resource]. – Available at : <http://www.dictasign.eu/>
620. What is Information Policy? [Electronic resource]. – Available at : <http://www.vcn.bc.ca/bcla-ip/committee/broch95.html>
621. What is Overheid.nl? [Electronic resource]. – Available at : <https://www.overheid.nl/english/about-this-website/>
622. White Paper on a European Communication Policy [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/documents/comm/white_papers/pdf/com2006_35_en.pdf
623. White Paper on European Governance [Electronic resource]. – Available at : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=URISERV:l10109>
624. Who does what in France as regards the European Union? [Electronic resource]. – Available at : <http://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy-1/european-union/france-and-the-european-union/article/who-does-what-in-france-as-regards>
625. Wilcox D. Government Green Paper promotes public access [Electronic resource] / D. Wilcox. – Available at : <http://www.partnerships.org.uk/articles/direct.html>
626. Winkel O. Electronic Government in Germany – a key future prospect, but expectations are exaggerated [Electronic resource] / O. Winkel. – Available at : http://www.hwr-berlin.de/fileadmin/profpages/winkel/EG_Germ_T.pdf
627. World Congress on Communication for Development website [Electronic resource]. – Available at : <http://go.worldbank.org/WR87Z58FK0>

628. Yagmur K. Language policy in the Netherlands [Electronic resource] / K. Yagmur. – Available at : http://www.amarauna-languages.com/orokorra/artikuluak/eu/Bilbao_Yagmur.pdf
629. Yellow Paper on EU Communication [Electronic resource]. – Available at : <http://www.intelsistem.hr/downloads/eu/euractiv//EurActiv%20summaryYellowPaper.pdf>
630. Your Europe [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu/youreurope/citizens/index_en.htm
631. Your Voice in Europe [Electronic resource]. – Available at : http://ec.europa.eu/yourvoice/index_en.htm
632. Youth in Action [Electronic resource]. – Available at : http://eacea.ec.europa.eu/youth/programme/about_youth_en.php
633. @Sweden : Connecting Citizens through a National Voice [Electronic resource]. – Available at : <http://takefiveblog.org/2012/06/12/connecting-citizens-through-a-national-voice/>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

КАБІНЕТ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ

ПОСТАНОВА

від 2 липня 2008 р. N 594 Київ

Про затвердження Державної цільової програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2008-2011 роки
{ Із змінами, внесеними згідно з Постановою КМ N 1109 (1109-2011-п) від 20.10.2011 }

Кабінет Міністрів України **постановляє:**

1. Затвердити Державну цільову програму інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2008 – 2011 роки (далі – Програма), що додається.

2. Міністерству економіки включати за поданням Державного комітету телебачення та радіомовлення визначені Програмою завдання, заходи та показники до розділів проекту Державної програми економічного і соціального розвитку України на відповідний рік.

3. Міністерствам, іншим центральним органам виконавчої влади, Раді міністрів Автономної Республіки Крим, обласним, Київській та Севастопольській міським державним адміністраціям під час складання проектів державного та місцевих бюджетів на відповідний рік передбачати кошти для виконання визначених Програмою завдань і заходів і сприяти залученню в установленому порядку додаткових коштів з інших передбачених законодавством джерел для фінансування Програми.

4. Центральним рганам виконавчої влади, Раді міністрів Автономної Республіки Крим, обласним, Київській та Севастопольській міським державним адміністраціям надсилати Державному комітетові телебачення та радіомовлення до 25 грудня поточного року інформацію про результати виконання Програми для узагальнення і подання до 15 лютого наступного року звіту Кабінетові Міністрів України та Міністерству економіки.

Прем'єр-міністр України

Ю.ТИМОШЕНКО

ДЕРЖАВНА ЦІЛЬОВА ПРОГРАМА
інформування громадськості з питань європейської
інтеграції України на 2008 - 2011 роки
Загальні положення

Європейська інтеграція є визначальним чинником як зовнішньої, так і внутрішньої політики держави, зміцнює безпеку та позитивно впливає на відносини України з іншими державами. Реалізація курсу на інтеграцію до ЄС забезпечує гарантії верховенства права, дотримання прав людини, розвиток в Україні громадянського суспільства і демократії, побудову соціально орієнтованої ринкової економіки.

На сьогодні інтеграція України до ЄС не має широкої громадської підтримки в українському суспільстві. Отже, пріоритетом у роботі, пов'язаній з реалізацією стратегічного курсу України на європейську інтеграцію, є підвищення рівня поінформованості громадян про зміст національних інтересів, мету європейської інтеграції України, історію ЄС та функціонування його інституцій, стандарти життя в європейських державах, співпрацю України з ЄС, а також його державами-членами.

Мета Програми

Метою Програми є подальше підвищення рівня поінформованості громадськості з питань європейської інтеграції України для створення стабільної проєвропейської більшості в українському суспільстві.

Шляхи і способи розв'язання проблеми

Можливі три варіанти досягнення мети Програми:

застосування механізму, передбаченого Державною програмою інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004 – 2007 роки (1433/2003);

проведення широкомасштабних інформаційних кампаній з урахуванням досвіду держав - кандидатів на вступ до ЄС, зокрема щодо підготовки їх населення до участі в референдумах про вступ до ЄС;

провадження інформаційно-просвітницької діяльності з метою формування громадської підтримки інтеграції України до ЄС як процесу внутрішніх реформ, спрямованих на наближення стандартів життя в державі до європейських, шляхом роз'яснення переваг, що виникають на різних етапах такої інтеграції (не лише на етапі набуття членства).

Результати аналізу роботи в 2004 – 2007 роках свідчать про необхідність запровадження якісно нового механізму координації, контролю, кадрового та фінансового забезпечення виконання Програми порівняно з тим, що використовувався раніше.

Досвід інформаційних кампаній, що проводилися у державах - кандидатах на вступ до ЄС, не може бути сьогодні застосований в Україні повною мірою через те, що вона не є державою - кандидатом на вступ до ЄС.

Отже, оптимальним є третій варіант, оскільки він передбачає:

підвищення рівня прозорості урядової політики;

інформування громадян України щодо практичних можливостей використання результатів співпраці з ЄС;

проведення загальнонаціональної громадської дискусії щодо інтеграції України до ЄС;

формування запиту громадськості щодо проведення реформ відповідно до європейської моделі розвитку держави;

організацію та провадження інформаційно-просвітницької діяльності на регіональному рівні;

значне підвищення рівня інституціонального, кадрового та фінансового забезпечення виконання Програми;

застосування принципу трисекторного партнерства між органами виконавчої влади, державними і недержавними засобами масової інформації, а також громадськими організаціями.

Виконання цієї Програми забезпечується органами виконавчої влади, зокрема шляхом розміщення актуальної інформації на власних інтернет-сторінках, участі у заходах, присвячених питанням європейської інтеграції, роз'яснення переваг реалізації цілей державної політики у сфері європейської інтеграції із залученням:

громадських організацій – для здійснення в установленому порядку заходів за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів виключно на конкурсній основі. Конкурс проектів та програм з питань європейської інтеграції, розроблених громадськими організаціями, проводиться в порядку, що затверджується Кабінетом Міністрів України;

державних і недержавних засобів масової інформації – для підготовки та трансляції відповідно до законодавства телерадіопрограм, роликів, розміщення публікацій і розповсюдження додаткових тематичних інформаційних матеріалів до друкованих видань за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів;

державних друкованих та електронних засобів масової інформації – для розміщення публікацій та трансляції підготовлених у межах фінансування відповідних державних телерадіокомпаній згідно з державним замовленням телерадіопрограм і роликів;

обласних і районних бібліотек, бібліотек вищих навчальних закладів – для формування всеукраїнської мережі центрів європейської інформації і провадження інформаційної діяльності.

Завдання і заходи

Координація діяльності з виконання Програми покладається на Держкомтелерадіо.

Для забезпечення виконання Програми та проведення її моніторингу Держкомтелерадіо утворює в установленому порядку координаційну раду з числа представників Держкомтелерадіо, заінтересованих органів виконавчої влади, підприємств, установ, громадських організацій, засобів масової інформації та народних депутатів України. Головою ради є керівник Програми.

Координаційна рада діє на підставі положення, яке затверджується Держкомтелерадіо. Пропозиції та рекомендації координаційної ради за результатами обговорення проектів і програм з питань європейської інтеграції, розроблених громадськими організаціями і поданих для участі в конкурсі, враховуються під час визначення його переможців.

Держкомтелерадіо у разі потреби подає в установленому порядку пропозиції щодо внесення змін до Програми.

Очікувані результати, ефективність Програми

Виконання Програми дасть змогу:

створити сприятливе інформаційне середовище, необхідне для дотримання курсу на європейську інтеграцію країни;

підвищити рівень поінформованості громадськості з питань ЄС;

посилити політичну підтримку ідеї членства України в ЄС;

активізувати транскордонне співробітництво регіонів України з відповідними регіонами держав-членів ЄС;

збільшити середньодобовий обсяг теле- та радіомовлення за рахунок створення теле- і радіопрограм про європейську інтеграцію України;

збільшити обсяг друкованої продукції (книжок, інформаційних буклетів, брошур, довідників, наукових, публіцистичних та інших праць) з історії та перспектив розвитку ЄС і кількість публікацій з питань європейської інтеграції України у друкованих засобах масової інформації;

створити нові та поповнити наявні інтернет-сторінки інформацією з питань європейської інтеграції України.

Обсяги та джерела фінансування

Фінансування Програми здійснюється за рахунок коштів державного бюджету в межах бюджетних призначень, передбачених центральним органам виконавчої влади на відповідний рік, коштів місцевих бюджетів, інших передбачених законодавством джерел.

Обсяг видатків, необхідний для виконання Програми, становить 65286 тис. гривень.

Обсяги фінансування Програми уточнюються щороку.

Програма не потребує створення додаткових матеріально-технічних ресурсів.

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ**покращення поінформованості населення****з питань європейської інтеграції****Концепція державної цільової програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції на 2013-2015 роки****Визначення проблеми, на розв'язання якої спрямована програма**

Ефективна реалізація державної політики європейської інтеграції можлива лише за умови активної усвідомленої та стабільної суспільної підтримки. Соціологічні дані свідчать про суперечливе, неоднозначне ставлення українських громадян до європейської інтеграції. З одного боку, протягом останніх 10 років спостерігається підтримка більшістю населення приєднання України до ЄС на рівні 45% - 58%. З іншого – такий вибір не є стійким і зазнає ерозії в разі необхідності зробити остаточний стратегічний вибір між двома інтеграційними напрямками – європейським і євразійським.

Так, за даними соціологічної служби Центру Разумкова, 38% українців – за вступ до Європейського союзу, 36% за вступ до Митного союзу Росії, Білорусі та Казахстану (квітень 2012); за даними КМІС, 33% – за вступ до ЄС, 45% за вступ до Єдиного економічного простору Росії, Білорусі та Казахстану (листопад 2011). Дуже часто респонденти не можуть навести конкретних аргументів на користь або проти європейської інтеграції України і не можуть пояснити, які наслідки вона матиме на їхнє життя. Все це загалом свідчить про **відсутність стійкої проєвропейської більшості у суспільстві.**

Таким чином, проблемою, на розв'язання якої спрямована Програма, є недостатній рівень свідомої підтримки європейської інтеграції України.

Водночас слід констатувати, що в українському суспільстві (і серед національних еліт, і громадськості) існує значний потенціал підтримки європейського вектору зовнішньої політики.

Аналіз причин виникнення проблеми та обґрунтування необхідності її розв'язання програмним методом

Найбільша поляризація у суспільній підтримці європейської інтеграції України спостерігається за регіоном проживання респондентів, що, очевидно, пов'язано з етнокультурними традиціями, сприйняттям європейської інтеграції як зовнішньополітичної альтернативи розвитку відносин з Російською Федерацією.

Громадяни переважно не мають власного досвіду перебування у країнах ЄС, спілкування з громадянами країн ЄС. Лише кожен п'ятий громадянин України відвідував країни Європейського союзу. Ще менше мають знайомих, друзів, родичів у країнах ЄС. Збільшенню рівня міжлюдських контактів з ЄС заважають висока вартість поїздок, візові бар'єри, незнання англійської та

інших мов ЄС, недостатня обізнаність про можливості участі громадян України у європейських освітніх, молодіжних, наукових, культурних програмах.

Таким чином, українські громадяни переважно не володіють інформацією про європейські стандарти, моделі та практики з перших рук. Головним джерелом інформації для них виступають українські загальнонаціональні, а також російські ЗМІ.

Найбільше українські громадяни цікавляться, які наслідки матиме європейська інтеграція України на їхнє життя та умови життя громадян країн ЄС. Загалом, українські ЗМІ не дають відповідей на ці питання, обмежуючись висвітленням поточних зовнішньополітичних подій у відносинах Україна – ЄС. Таким чином, незважаючи на певне зростання обсягу висвітлення тематики в українських ЗМІ (згідно з даними МГО «Інтерньюз-Україна»), якість висвітлення та відповідність суспільному запиту не покращується. Практично єдиною тематикою, що висвітлюється через історії людей, залишається візовий режим, з однозначно негативними іміджевими наслідками для ЄС в очах українських громадян. Недатна присутність у ЗМІ експертів (фахівців з європейської політики та права) і людей, що мали досвід проживання, ведення бізнесу, роботи, навчання у країнах ЄС.

Держава лише обмежено впливає на інформаційний простір. Державна програма інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004 – 2007рр. (затверджена Указом Президента України від 13 грудня 2003р. №1433) та Державна цільова програма інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2008 – 2011рр. (затверджена Постановою Кабінету міністрів України від 2 липня 2008р. №594) не були виконані насамперед через недостатнє фінансування, коли у більшості бюджетних років **кошти на виконання заходів цих програм взагалі не виділялися**. Разом з тим, у 2010 – 2011рр. за кошти державного бюджету розпочато роботу української редакції телеканалу «Євроньюз».

Починаючи з 2003 р., щорічно у травні в Україні на державному рівні відзначається День Європи (згідно з Указом Президента України «Про День Європи» від 19 квітня 2003р. № 339), у публічних заходах якого традиційно активну участь беруть громадські організації, місцева влада різних міст України, посольства країн ЄС.

Таким чином, основну частину інформаційної діяльності за всі ці роки було здійснено практично без фінансової підтримки з боку держави – приватними ЗМІ та громадськими організаціями за кошти міжнародних фондів та дипломатичних представництв, зокрема, Представництва ЄС в Україні, Європейської програми Міжнародного фонду «Відродження», посольств та благодійних фондів країн ЄС та США. Так, створені та діють Мережа Центрив європейської інформації України, Українська мережа європейських клубів, Українська асоціація європейських студій, Мережа інформаційних представників програми ЄС «Молодь в дії», Національний Темпус-офіс в Україні, Національний інформаційний центр співробітництва з ЄС у сфері

науки та технологій; апробовані кращі практики інформаційно-просвітницької діяльності (проекти «Євроавтобус», «Європа у валізі», «Європа Ностра»).

Незважаючи на певні досягнення насамперед недержавного сектора, загальний рівень інформованості громадян залишається низьким. Він не є достатнім особливо з огляду на перспективу поглиблення інтеграції з ЄС через укладання Угоди про асоціацію, що передбачає створення поглибленої та всеосяжної Зони вільної торгівлі з ЄС і проведення широкої адаптації законодавства, політики та відповідних реформ в Україні, що матимуть вплив на життя всіх громадян – з одного боку; а з іншого – зважаючи на активний розвиток альтернативних євразійських інтеграційних процесів на пострадянському просторі. Відповідно, виникла потреба у розробленні Державної цільової програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2013 – 2015 роки (далі – Програма).

Мета програми

Забезпечення усвідомленої стійкої підтримки європейської інтеграції як пріоритетного курсу державної політики з боку переважної більшості громадян України.

Визначення оптимальних шляхів розв'язання проблеми на основі порівняльного аналізу можливих варіантів

Можливі три варіанти досягнення мети Програми:

1. Продовження виконання заходів Державної цільової програми на 2008 – 2011 роки, з відповідною адаптацією (скорочення кількості заходів та підвищення відповідальності органів влади та ефективності її імплементації, більша увага до пріоритетних завдань і до ефективної координації виконання).

2. Проведення широкомасштабної інформаційної кампанії мобілізаційного характеру за прикладом досвіду держав - кандидатів на вступ до ЄС.

3. Інформаційно-комунікаційна діяльність між владою та суспільством і всередині суспільства щодо найбільш актуальних проблем для громадян у контексті європейської інтеграції.

Для ефективної реалізації Програми потрібно враховувати актуальний контекст відносин між Україною і ЄС – завершення переговорів стосовно Угоди про асоціацію, яка переводить відносини з партнерства і співробітництва на рівень політичної асоціації та економічної інтеграції при невизначеності перспектив членства. Формулювання завдань Програми має базуватися на аналізі стану суспільної думки, цільових аудиторій та їхніх інформаційних запитів. Водночас це передбачає врахування наявності у політичному контексті та суспільній думці уявлення про існування альтернативного євразійського інтеграційного вектору. При розробці дизайну Програми, її заходів та відповідальних за виконання, мають бути враховані уроки виконання попередніх програм у 2004 – 2007 та 2008 – 2011 роках. Також Програма має враховувати попередні досягнення та досвід, у тому числі, інститутів громадянського суспільства.

Виходячи з аналізу сучасного політичного контексту та стану громадської думки, немає сенсу обирати варіант проведення широкої кампанії мобілізаційного характеру за прикладом країн, що готувалися до вступу до ЄС. У них було конкретне завдання забезпечити голосування на референдумі на підтримку вступу до ЄС. На найближчу перспективу в Україні не є нагальним питання про забезпечення готовності проголосувати на референдумі.

Головною проблемою виконання попередньої Програми було неналежне фінансування.

Серед головних недоліків попередніх програм можна визначити такі:

- проблеми кадрового забезпечення;
- недостатньо чітке адресування програм;
- неналежний рівень координації дій учасників виконання програми;
- хибний вибір основного замовника реалізації програм;
- занадто великий перелік відповідальних органів влади та низька мотивація роботи на даному напрямі;
- надмірна кількість та розпорошеність заходів.

Разом з тим, загальна спрямованість Програми на 2008 – 2011рр. щодо інформування про європейські стандарти та внутрішні реформи як основи європейської інтеграції була вірною і залишається актуальною.

Тому найкращим варіантом вбачається розробка нової Програми, яка має посилити меседж про розуміння європейської інтеграції як політики впровадження європейських стандартів у життя українців та забезпечити донесення інформації відповідно до потреб цільових аудиторій. Таким чином, тематично ця Програма має бути орієнтована на пояснення сутності європейських стандартів життя, вигод від їх впровадження для суспільства, вигод від використання існуючих можливостей співпраці з ЄС, наслідків ЗВТ з ЄС для низки галузей економіки.

Водночас Програма повинна мати інформаційно-комунікаційний характер – не виключно одностороннього інформування «згори вниз», але і організація комунікації між різними групами суспільства навколо тематики європейської інтеграції, сприяння самоінформуванню громадян.

Цей курс вигідний всім, хто проживає в Україні, незалежно від соціального статусу, національності, мови, релігії чи регіону проживання. Це не є відмовою від розвитку відносин чи обмеженням контактів з іншими країнами, зокрема, з Російською Федерацією.

Для забезпечення ефективного виконання ця Програма повинна мати мотивованого та впливового в системі центральних органів виконавчої влади замовника, додаткове кадрове забезпечення, невелику кількість заходів (реалізованих на засадах конкурсного відбору кращих пропозицій), адекватне та стабільне фінансування з державного бюджету.

Шляхи і способи розв'язання проблеми, строк виконання програми

Головний меседж Програми полягає у тому, що вибір європейського інтеграційного вектора – це вибір курсу на впровадження європейських

стандартів у життя громадян в Україні, а відтак, більш високий рівень захищеності інтересів громадянина, більш високий його соціальний статус.

Строк виконання Програми – **3 роки (2013 – 2015)**, протягом яких очікується укладення та підготовка набуття чинності Угодою про асоціацію між Україною та ЄС.

Програма має бути адресною

По-перше. Вона має бути розрахована на різні цільові групи українського суспільства (працівники сфери освіти, лікарі, науковці, працівники агропромислового комплексу, підприємці, військовослужбовці, державні службовці, науковці та дослідники; діячі культури та мистецтв). З урахуванням цього має визначатися тематика і зміст публічних заходів, друкованої продукції, теле- та радіо передач.

По-друге. Програма має орієнтуватися на демографічний зріз населення країни. У цьому контексті важливим є специфікація заходів з орієнтацією на різні вікові групи населення (зокрема, найбільш соціально мобільна й активна група молоді (18 – 29 років), групи середнього віку (30 – 39 та 40 – 49 років).

По-третє. Програма має враховувати регіональну специфіку. Позиції мешканців Східного та Південного регіонів країни стосовно євроінтеграції суттєво відрізняються від ставлення мешканців Центру та Заходу. Ця специфіка має бути врахована при реалізації заходів Програми.

Важливі групи осіб, які слід залучати до комунікації у рамках виконання Програми, що володіють знаннями та досвідом, корисними для інших:

- українці, що живуть за кордоном (постійно проживають, навчаються, працюють) або мали такий досвід;
- бізнесмени, що мають успішні приклади експорту на ринок ЄС та адаптації підприємств / бізнесів до європейських стандартів;
- інші громадяни, які провадять європейські практики в Україні;
- іноземці з країн ЄС, що проживають в Україні;
- експерти з політик та права ЄС (в органах влади, аналітичних центрах, громадських організаціях, вищих навчальних закладах, науково-дослідницьких інститутах, юридичних та бізнес-компаніях).

Завдання Програми:

1. Збільшення висвітлення у медіа життя людей у країнах ЄС, з акцентом не так на більш високий рівень їхньої матеріальної забезпеченості, як на кращу організацію та моделі діяльності різних сфер, належному врядуванні.
Цільові групи: всі основні професійні групи/суспільство у цілому.

Канали комунікації – ТБ, інші традиційні ЗМІ, Інтернет (нові медіа та соціальні мережі), кінопрокат.

Комунікатори: ЗМІ, українці за кордоном та з закордонним досвідом, іноземці в Україні, експерти.

2. Інформування про вже наявні вигоди та можливості співпраці з ЄС, зокрема, про можливості торгівлі (експорту), обмінів та спільних проектів.

Цільові групи: підприємці – потенційні експортери, науковці, освітяни, молодь, діячі культури.

Канали комунікації – Інтернет, традиційні ЗМІ (приклади історій осіб з успішним досвідом), пряме спілкування.

Комунікатори: українці з відповідним закордонним досвідом, ТПП, галузеві бізнес-асоціації, Темпус-офіс, Національний контактний пункт, інформаційні представники програми «Молодь в дії», представництво програми «Культура – Східне вікно».

3. Донесення переваг впровадження європейських стандартів для суспільства:

- прозоре та відповідальне врядування, зменшення корупції, ефективне витрачання державних коштів;
- розвиток демократичних засад суспільства, захист прав та свобод людини, незалежність судової системи тощо;
- покращення інвестиційного клімату/умов для ведення бізнесу в Україні, як наслідок – притік іноземних та вітчизняних інвестицій і створення нових робочих місць;
- якісна та безпечна для здоров'я продукція на внутрішньому ринку;
- більша увага держави до соціальної сфери, інфраструктури, територіального розвитку внаслідок зміни системи державної допомоги;
- посилення охорони праці на шкідливих та небезпечних виробництвах, зменшення випадків інвалідності та смертності на робочому місці;
- покращення стану навколишнього середовища, як результат – покращення здоров'я та подовження життя громадян.

Цільові групи: суспільство у цілому. *Комунікатори:* українці з закордонним досвідом, експерти, ЦОВВ, громадські та інші недержавні організації, ЗМІ.

4. Пояснення зовнішньоекономічної політики стосовно РФ. Розвиток взаємовигідного торгівельно-економічного співробітництва в умовах фактичної неможливості одночасної реалізації двох інтеграційних різноспрямованих проєктів (Європейського і Євразійського). Підтримка економічної інтеграції з РФ та країнами СНД на рівні ЗВТ, без створення наднаціональних структур.

Цільові групи: суспільство загалом і зокрема підприємці/бізнесмени (власники та менеджмент), працівники підприємств/галузей та мешканці регіонів зі значною орієнтацією зовнішньоторговельних відносин на російський ринок. *Канали комунікації* – пряме спілкування, Інтернет, ЗМІ, зокрема, бізнес-видання (історії успішної переорієнтації на інші ринки). *Комунікатори:* органи влади (Мінекономіки, Мінпромполітики), ЗМІ, експерти, бізнесмени з відповідним досвідом.

5. Організація суспільної дискусії стосовно цін на газ для населення через:

- пояснення сумнівності отримання стабільних довгострокових знижок на ціни на російський газ та потреби підвищення енергоефективності;
- пошуку варіантів підтримки вразливих категорій споживачів відповідно до цілей соціального виміру Енергетичної спільноти, законодавства ЄС та кращих практик країн-членів ЄС.

Цільові групи: суспільство загалом і зокрема ОСББ та малозабезпечені прошарки мешканців міст. *Канали комунікації:* ТБ та інші ЗМІ, Інтернет. *Комунікатори:* органи влади (Мінпаливенерго), експерти.

6. Організація спілкування з бізнесом, що може зазнати не тільки здобутків, але й тактичних втрат від запровадження ЗВТ з ЄС.

Цільова аудиторія: власники та працівники підприємств, які змушені будуть серйозно адаптуватися у разі створення ЗВТ з ЄС (збільшення конкуренції з боку імпортованих товарів (різні сегменти промисловості), витрати на впровадження екологічних тощо стандартів ЄС у виробництві (гірничу промисловість, хімічну промисловість, металургія), скорочення державної допомоги дотаційним підприємствам (вугільним шахтам)). Ця аудиторія потребує пояснень компенсаторних вигод та перспектив (для бізнесменів – легший доступ на ринок ЄС та на інші світові ринки, дешевше імпортовне обладнання, кращий інвестиційний клімат, нові ніші та можливості для бізнесу; для працівників – створення нових робочих місць на підприємствах, що виграють від ЗВТ; вигоди у безпеці та охороні праці та інші загальносуспільні вигоди від впровадження європейських стандартів).

Канали комунікації: пряме спілкування, Інтернет, ЗМІ, зокрема, бізнес-видання (історії успіху).

Комунікатори: органи влади (Мінекономіки), галузеві бізнес-асоціації, бізнес-ЗМІ, експерти, бізнесмени з відповідним досвідом.

7. Налагодження зворотного зв'язку, шляхом регулярних соціологічних досліджень для визначення прогресу у виконанні Програми, уточненні її завдань, заходів, цільових груп, їхніх інформаційних потреб, форматів комунікації.

Цільова група: ЦОВВ – головний замовник Програми. Виконавці: соціологічні фірми, аналітичні центри. Загалом соціологічні дослідження мають висвітлити: рівень поінформованості громадян про ЄС; доступність інформації стосовно відносин Україна – ЄС; рівень підтримки європейської інтеграції України; уявлення громадянами позитивних та негативних аспектів євроінтеграції; рівень підтримки європейських цінностей; ефективність євроінтеграційної політики країни; характер інформаційних потреб та побажань аудиторії; оцінку ефективності виконання Програми за окремими напрямками тощо.

Механізми реалізації програми:

• двостороння комунікація. (Принципи двосторонньої комунікації дозволять залучити цільові групи до партнерських відносин);

• залучення лідерів думок (зірки, бізнесмени, політики, діячі культури та мистецтва);

• використання цифрових медіа (Інтернет, мобільний зв'язок, безкоштовні зони Wi-Fi);

• залучення іноземних лідерів думок (відповідно до цільових груп);

• масові заходи (форуми, круглі столи, конференції);

• створення волонтерських рухів.

Можливі заходи Програми:

• проекти громадських та комерційних організацій;

• публічні заходи для окремих цільових аудиторій;

• національний конкурс на кращі матеріали ЗМІ та Інтернет;

• міжнародна співпраця редакцій ЗМІ (у т.ч. нових медіа);

• поїздки журналістів за кордон;

• прокат теле- та кінофільмів з країн ЄС;

• тренінги для працівників ТПП та галузевих бізнес-асоціацій;

• фінансування (разом з ЄС) діяльності інформаційно-контактних пунктів програм ЄС у сфері молоді, культури, освіти, науки;

• соціологічні дослідження.

Очікувані результати виконання програми, визначення її ефективності

• зростання рівня підтримки інтеграції до ЄС до 60%;

• зниження частки тих, хто обирає два альтернативних інтеграційних вектори одночасно;

• збільшення частки тих, хто може навести аргументи на користь європейської інтеграції у вигляді позитивних наслідків для себе.

Оцінка фінансових, матеріально-технічних, трудових ресурсів, необхідних для виконання програми.

Точна оцінка фінансових ресурсів потребує підрахунку вартості заходів після їхнього визначення. **Приблизна вартість – 12 млн. грн. щорічно.**

Потрібне виділення окремих штатних одиниць в органах влади, відповідальних за реалізацію Програми.

Для забезпечення виконання Програми та проведення її моніторингу утворюється Координаційна рада з числа представників ЦОВВ, народних депутатів України, Представництва ЄС в Україні, недержавних громадських та комерційних організацій, засобів масової інформації. Головою ради є керівник Програми. Координаційна рада діє на підставі положення.

Програма має містити гнучкі механізми координації організаційно-фінансової діяльності між державними та іноземними (міжнародними) інституціями.

Зокрема, йдеться про співробітництво з європейськими структурами та програмами, інституціями держав-членів ЄС, провідними донорами, що працюють в Україні за тематикою Програми.

Координаційна рада щороку на основі даних моніторингу виконання Програми (соціологічних досліджень, експертних оцінок, аналізу звітів виконавців, тощо) здійснює оцінку ефективності реалізації Програми. За результатами оцінки у разі потреби в установленому порядку вносяться зміни до Програми.

КОНЦЕПЦІЯ**реалізації державної політики у сфері інформування та налагодження комунікації з громадськістю з актуальних питань європейської інтеграції України на період до 2017 року****Загальна частина**

Одним з основних напрямів державної політики України є забезпечення інтеграції держави в європейський політичний, економічний, правовий простір з метою набуття членства в Європейському Союзі (Закон України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики»).

Досягненню поставленої мети сприятиме широка та усвідомлена підтримка євроінтеграційного курсу з боку українського населення.

Стратегією інтеграції України до Європейського Союзу, затвердженою Указом Президента України від 11 червня 1998 р. № 615, передбачено проведення широкомасштабної інформаційної кампанії з метою поліпшення поінформованості населення з питань європейської інтеграції.

На саміті Україна - ЄС 19 грудня 2011 р. було оголошено про завершення переговорного процесу щодо укладення Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, включаючи створення поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі. У липні 2012 р. зазначений документ був парафований і готується до підписання.

У ході 16-го саміту Україна – ЄС Сторони підтвердили намір рухатися в напрямі підписання Угоди про асоціацію під час Вільнюського саміту ініціативи ЄС «Східне партнерство» у листопаді 2013 року.

Розроблення Концепції реалізації державної політики у сфері інформування та налагодження комунікації з громадськістю з питань європейської інтеграції передбачено пунктом 115.1 Національного плану дій на 2013 рік щодо впровадження Програми економічних реформ на 2010-2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава», затвердженого Указом Президента України від 12 березня 2013 р. № 128.

З підписанням Угоди відносини України та ЄС буде виведено на рівень асоціації, що, зокрема, передбачатиме проведення системних та комплексних внутрішньодержавних реформ з метою досягнення нашою державою критеріїв членства в ЄС.

Рівень підтримки українським суспільством ідеї членства України в ЄС, зокрема євроінтеграційних реформ, коливається в межах 42 – 50 відсотків з тенденцією до зниження. З іншого боку, поступово зростає кількість тих, хто проти вступу України до ЄС (досягає 20 відсотків), та тих, хто не визначився (20-30 відсотків). Такі дані були підтверджені загальнонаціональним соціологічним дослідженням, яке проводилося з 21 по 24 грудня 2012 р.

Центром Разумкова. Особливо важливим у цьому контексті є те, що лише 15 відсотків опитуваних можуть обґрунтувати свою позицію.

Проблема, яка потребує розв'язання

Важливою складовою успішної реалізації європейського вектора є ефективна взаємодія влади з громадянським суспільством у процесі підготовки та виконання євроінтеграційних реформ.

Нагальною є потреба у проведенні комплексного аналізу громадської думки з питань європейської інтеграції, який би допоміг визначити інформаційні потреби українського суспільства та, беручи їх до уваги, розробити ефективну стратегію інформування і комунікації.

Під час розроблення нових підходів до інформування слід враховувати попередній досвід виконання Державної програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2004 – 2007 роки, затвердженої Указом Президента України від 13 грудня 2003 р. № 1433, та Державної цільової програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції України на 2008 – 2011 роки, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 2 липня 2008 р. № 594 (Офіційний вісник України, 2008 р., № 49, ст. 1584).

Ефективному виконанню зазначених програм заважали такі фактори:

відсутність процедури проведення системного загальнодержавного соціологічного дослідження з питань європейської інтеграції, яке б, зокрема, чітко визначило цільові групи українського суспільства за професійною ознакою (працівники сфери освіти, лікарі, науковці, працівники агропромислового комплексу, підприємці, військовослужбовці, державні службовці, науковці та дослідники, діячі культури та мистецтв, бізнесмени тощо), за демографічним зрізом (різні вікові групи населення, зокрема найбільш соціально мобільна активна група молоді 18 – 29 років, групи середнього віку 30 – 39 та 40 – 49 років) та регіональною специфікою. Проведення такого соціологічного дослідження на постійній основі дало б змогу чітко усвідомлювати, яку інформацію необхідно доносити до суспільства та якими методами. Водночас слід врахувати, що у процесі проведення моніторингу рівня суспільної підтримки євроінтеграційного курсу переважно використовувалися дані соціологічних опитувань, що проводяться неурядовими організаціями;

відсутність належного фінансового забезпечення. З одного боку, це було обумовлено тим, що у попередні роки у державному бюджеті передбачалося недостатньо коштів на відповідні цілі. З іншого – не використовувалася практика реалізації проектів у форматі державно-приватного партнерства та із залученням спонсорських коштів;

відсутність ефективної взаємодії та зв'язку між владою (як на центральному, так і місцевому рівні) та суспільством, що створило певний вакуум у спілкуванні з громадськими організаціями з питань європейської інтеграції;

використовувалися застарілі методи інформування, а інформація, яка з'являлася в засобах масової інформації, носила здебільшого репортажний характер, не враховувала потреб пересічного громадянина. Недостатньо використовувався інформаційний ресурс ЄС, не здійснювалася його належна адаптація до потреб українського споживача;

недостатня увага приділялася інформаційній роботі на регіональному та місцевому рівні.

Таким чином, існує нагальна потреба в удосконаленні підходів до інформування та налагодження комунікації з громадськістю з актуальних питань європейської інтеграції України. Реалізація Угоди про асоціацію вимагатиме проведення масштабних, іноді непопулярних реформ і їх об'єктивне розуміння з боку громадськості стає вкрай важливою передумовою успішного просування України шляхом європейської інтеграції. Крім того, доцільно розпочати відповідну роботу з молоддю, яка на момент прийняття рішення щодо вступу до ЄС досягне виборчого віку.

Мета реалізації Концепції

Метою Концепції є забезпечення стабільно високого рівня усвідомленої підтримки населенням України євроінтеграційного курсу як одного з пріоритетів внутрішньої та зовнішньої політики нашої держави, реформ, які проводяться та проводитимуться владою з метою підготовки України до майбутнього членства в ЄС. Крім того, Концепція спрямована на забезпечення належного рівня обізнаності громадян України з особливостями процесу європейської інтеграції, змісту та завдань Угоди про асоціацію між Україною та ЄС.

Визначення оптимального варіанта розв'язання проблеми на основі порівняльного аналізу можливих варіантів

Можливі три варіанти розв'язання проблеми.

Перший варіант передбачає затвердження Державної цільової програми інформування громадськості з питань європейської інтеграції України, подібної до програми, яка виконувалася у 2008 – 2011 роках, забезпечивши її необхідним фінансуванням. Однак зазначена програма не передбачала належної участі та відповідальності з боку громадянського суспільства.

Другий варіант передбачає проведення широкомасштабної інформаційної кампанії мобілізаційного характеру з метою підтримки переважною більшістю українського населення ідеї вступу України до ЄС (на зразок тих, що проводяться в країнах-кандидатах на вступ до ЄС перед проведенням референдуму з цього питання).

Водночас виконання подібної програми є передчасним, оскільки на сьогодні Україна перебуває на етапі укладення Угоди про асоціацію з ЄС та потребуватиме значних додаткових витрат з державного бюджету.

Третій варіант передбачає реалізацію Концепції реалізації державної політики у сфері інформування та налагодження комунікації з громадськістю з актуальних питань європейської інтеграції України на період до 2017 року.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 5 квітня 2012 р. № 220 схвалено план дій з впровадження в Україні Ініціативи «Партнерство «Відкритий Уряд», який передбачає налагодження активної комунікації між владою та суспільством з усіх важливих питань функціонування та розвитку держави. Зважаючи на те, що європейська інтеграція та виконання Угоди про асоціацію з ЄС є одним з ключових елементів державної політики, запропонована Концепція повинна стати суттєвим доповненням до зазначеної ініціативи.

Крім того, ідея запровадження в роботі з інформування громадськості з питань європейської інтеграції комунікаційного елементу дасть змогу розділити відповідальність (у тому числі фінансову) за виконання цієї роботи із заінтересованими неурядовими організаціями, міжнародними донорами та бізнес-структурами (у тому числі у формі аутсорсингу). Такий підхід відповідає сучасним тенденціям у ЄС та сприятиме економії державних коштів.

Для впровадження рекомендується третій варіант, що забезпечить досягнення бажаного результату в реалізації мети Концепції.

Шляхи і способи розв'язання проблеми, строки реалізації Концепції

Для досягнення мети Концепції необхідно:

проводити щорічний моніторинг рівня підтримки населенням євроінтеграційного курсу України, обізнаності населення щодо сутності реформ та потреб населення в інформації з євроінтеграційної тематики, а також найбільш популярних серед населення засобів донесення згаданої інформації. Для цього повинні проводитися соціологічні опитування в розрізі цільових груп за професійними, регіональними та демографічними ознаками;

удосконалити попередній підхід до виконання подібних програм, зокрема з урахуванням соціологічних опитувань розробити диференційовані підходи і плани інформування;

використовувати не тільки технології інформування, але і методи комунікації (публічні дебати, громадські обговорення, форуми, сторінки в соціальних мережах, інститути громадських рад, засідання за експертним круглим столом, семінари, прес-клуби);

орієнтуватися на використання сучасних методів донесення інформації (інтернет-конференції, чати, ток-шоу, телевікторини, електронні видання, брендинг), у тому числі з використанням новітніх технологій;

використовувати методику порівняння (в тому числі досвід інших держав та приклади інших інтеграційних об'єднань) із залученням експертів держав - членів ЄС;

ефективно використовувати інформаційний продукт ЄС з відповідною його адаптацією до національного середовища;

більш активно залучати до роботи лідерів громадської думки, популярних представників усіх сфер суспільного життя: науки, культури, спорту та бізнесу, державних та громадських діячів, фахівців з України та ЄС;

налагодити дієву взаємодію із загальнодержавними та регіональними засобами масової інформації, сприяючи збільшенню в їх контенті євроінтеграційної проблематики, а також переходу від суто репортажної до інформаційно-аналітичної роботи;

повною мірою використовувати для роботи з інформування громадськості з питань європейської інтеграції загальнодержавні інформаційні приводи (у тому числі події національного рівня) та масові заходи (у тому числі державні свята);

акцентувати роботу на регіонах, у тому числі в частині активного запровадження новітніх засобів інформування населення;

запровадити державно-приватне партнерство, віддавати перевагу спільним проектам;

заохочувати співфінансування та залучення спонсорських коштів.

Концепція розрахована на середньострокову перспективу – п'ять років (з 2013 по 2017 роки), протягом яких очікується підписання та набрання чинності Угодою про асоціацію між Україною та ЄС, а також початок активного виконання євроінтеграційних реформ.

Очікувані результати

Реалізація Концепції дасть змогу:

створити сприятливе інформаційне середовище, необхідне для послідовного дотримання проголошеного курсу на європейську інтеграцію України;

популяризувати зміст євроінтеграційних реформ, підвищити рівень підтримки з боку громадськості та зменшити суспільний негатив у разі їх непопулярності;

посилити внутрішньополітичну підтримку євроінтеграційного курсу нашої держави;

збільшити обсяг інформації з питань європейської інтеграції в інформаційному середовищі України;

запровадити здійснення громадського контролю за реалізацією євроінтеграційного курсу;

підвищити рівень обізнаності українського суспільства щодо змісту реформ в контексті виконання майбутньої Угоди про асоціацію між Україною та ЄС;

захистити громадську думку від можливого маніпулювання;

забезпечити послідовне зростання рівня усвідомленої підтримки громадянами України ідеї набуття членства в ЄС.

Обсяг фінансових, матеріально-технічних, трудових ресурсів

Концепція не вимагає витрат з державного бюджету.

Водночас для реалізації Концепції буде затверджено план заходів, виконання якого потребуватиме фінансування з державного бюджету.

Виконання плану заходів щодо реалізації Концепції здійснюватиметься МЗС разом із заінтересованими органами виконавчої влади за рахунок та в межах видатків, які передбачаються у законі про Державний бюджет України на відповідний рік, спонсорських коштів, інших джерел, не заборонених законодавством.

Для нотаток

Наукове видання

Карпчук Наталія Петрівна

**ЗАСАДИ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ:
ДОСВІД КРАЇН-ЧЛЕНІВ
ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

Монографія

Друкується в авторській редакції

Формат 60x84 ¹/₁₆. Обсяг 25,58 ум. друк. арк., 25,42 обл.-вид. арк.
Наклад 300 пр. Зам. 179 . Видавець і виготовлювач – Вежа-Друк
(м. Луцьк, вул. Бойка, 1, тел. (0332) 29-90-65).
Свідоцтво Держ. комітету телебачення та радіомовлення України
ДК № 4607 від 30.08.2013 р.