



*Тетяна ВЕРЕМЧУК
аспірант кафедри
видавничої справи та редагування
Видавничо-поліграфічного інституту
НТУУ “Київський політехнічний інститут”,
науковий керівник –
доктор політичних наук, професор
Юрій Ганжуров*

УДК 621.397

Еволюція комунікаційної політики Європейського Союзу: досвід для України

У статті розглядаються етапи становлення комунікаційної політики Європейського Союзу (ЄС). Сформульовано рекомендації для України у вирішенні комунікаційних завдань в процесі євроінтеграції.

Ключові слова: комунікація, стратегія, Європейський Союз, програма.

Західний напрям є ключовим вектором зовнішньої політики нашої держави, переконливим свідченням чого є очікуване підписання в листопаді 2013 р. Угоди про асоціацію між Україною та ЄС.

Актуальність теми дослідження зумовлена новими перспективами євроінтеграції України, в процесі якої одна з ключових ролей належить комунікаціям. Формування європейського комунікаційного дискурсу в нашій державі поки що недостатньо вивчене і потребує цілісного наукового підходу, значна увага має приділятися багаторічній історії становлення комунікаційної політики ЄС загалом та її досвіду в окремих державах. Розуміння основ, характеристик та акцентів євроінтеграційної комунікації дозволить спростити і пришвидшити вступ України в ЄС.

Грунтовно цю проблематику вивчали зарубіжні науковці Ц. Ламперт, М. Шнейдер, П. Фарізеллі, Д.-Л. Балдоні, К. Мікоел, П.-П. Петруччо, хоча їхні доробки здебільшого стосуються аналізу ранніх стратегій у початковий період євроінтеграційного процесу в країнах Центральної і Східної Європи. Серед українських вчених у цьому тематичному напрямі вагомими є дослідження Є. Макаренка, М. Ожевана, М. Рижкова. Однак науковці не досліджують інформаційно-комунікаційну стратегію стосовно України, по-

літика ЄС розглядається у загальному контексті міжнародної політики щодо формування глобального інформаційного суспільства.

Мета статті – дослідити зародження, становлення та основні аспекти еволюції комунікаційної політики ЄС з метою формування рекомендацій щодо вирішення комунікаційних завдань в Україні в процесі євроінтеграції.

Комунікаційна діяльність ЄС пройшла тривалий і складний шлях, еволюціонує від поодиноких проєктів до повномасштабної, різнобічної політики. Тривалий час комунікація не була повністю успішною, оскільки не ґрунтувалася на принципах ефективного спілкування. Обставини, в яких утворення ЄС було запущено (після Другої світової війни), дозволили процесу інтеграції розпочатися без прямого впливу чи схвалення широких мас. Впродовж кількох десятиліть європейська інтеграція розглядалася як проєкт політичної еліти, тоді як загал громадянства не проявляв великого інтересу до загальноєвропейських питань і не брав участі в розробці різних аспектів інтеграції [7]. Зародки комунікаційної політики ЄС з'явилися у 80-і роки ХХ ст. Її еволюцію від того часу і до сьогодні ми окреслюємо в рамках шістьох періодів.

І етап (1980-і рр. – 1990 р.). Відповідно до сприйняття ЄС як елітарного проєкту комунікація з громадськістю досі була маргінальною і здійснювалася на разовій основі. Хоча ЗМІ розцінювались як потенційно потужний суб'єкт в процесі інтеграції, їх розвиток в європейському просторі переважно залишався в руках приватних компаній або державних монополій. На початку 1980-х років медіа-ландшафт Європи стрімко змінювався: поява нових супутникових технологій давала можливість медіа-контенту обходити офіційні стандарти мовлення у багатьох країнах; приватні медіа-компанії та електронна промисловість були зацікавлені у відкритті нових ринків і виступали за лібералізацію медіа, яка була би заснована не на праві громадянина на отримання інформації, а на праві споживача вибирати інформацію [8, с. 18]. Зрозуміло, що в такому кліматі Євросоюз під тиском ринкових викликів змушений був взяти курс на “відкритість” і “прозорість” своєї політики.

В аудіовізуальній політиці ЄС на цьому етапі визначальною детермінантою став зростаючий рівень міжнародної конкуренції в інформаційному секторі світової економіки [3, с. 234], зокрема стрімкий розвиток супутникового і кабельного мовлення на початку 1980-х років. Динамічно поставали глобальні телемережі: на противагу уже відомій британській ВВС з'являється американська CNN як перша світова мережа теленовин, згодом CNBC і Bloomberg TV у США. Революції у телевізійній сфері продемонстрували ЄС, що ЗМІ є частиною одного з найсильніших секторів економіки, в якому розпочинається запекла світова конкуренція.

ІІ етап (1990–1993 рр.). В останнє десятиріччя ХХ ст. ЄС почав розглядати комунікацію як стратегічну основу для розвитку всієї європейської політики та ідеології. В цей час, окрім економічних аспектів, закладаються політичні компоненти сучасної інформаційно-комунікаційної політики Євросоюзу. Розширення ЄС змушувало вибудовувати комунікацію з членами-державами та їхніми громадянами на якісно новому рівні, а ЗМІ ставали незамінними інструментами у цьому процесі. Поворотним моментом у формуванні комунікаційної політики ЄС можна вважати виникнення європейської телемережі “Euronews”, яка стала першим успішним втіленням ідеї панєвропейського інформаційного некомерційного телеканалу. Завданням “Euronews” стало цілодобове висвітлення міжнародних новин у контексті побудови європейської єдності та середземноморської співпраці.

ІІІ етап (1994–1999 рр.). Початок новому етапу дала публікація “Білої книги” Дж. Делорса “Зростання, конкурентоспроможність і зайнятість: виклики і напрямки входження в ХХІ століття” (1993), згідно з якою комунікаційна діяльність перетворюється на один із ключових елементів усієї політики ЄС, а консолідування ринку та залучення приватного капіталу для розширення інформаційної інфраструктури в Європі – важливою метою.

Ця стратегія, оформлена у відомій “Доповіді Бангеманна”, закликала до захоплення лідерських позицій на ринку інформації задля встановлення правил у всьому світі [2, с. 233].

Реалізація ідеї інформаційного суспільства полягала в оптимальному використанні новітніх інформаційно-комунікаційних технологій для євроінтеграції, в розробці правової бази для вільної конкуренції універсальних інформаційних продуктів і послуг, створенні європейської інформаційної супермагістралі тощо. Курс на побудову інформаційного суспільства все більше вимагав від ЄС не лише відкритості і прозорості політики, а й встановлення тісних контактів між громадянами й установами Спільноти, що, власне, вилилось у створення однієї з перших комунікаційних програм – PRINCE (1995). Закладений в її основу принцип взаємодії Єврокомісії, Європарламенту і Ради ЄС, співпраці з національними урядами вперше засвідчив прагнення ЄС до інтеграції комунікаційних завдань [4, с. 257].

IV етап (2000–2004 рр.). Від 2000 р. Єврокомісія робить спроби створити єдину комунікаційну стратегію в комплексі з професіоналізацією комунікації. Основний акцент в еволюції комунікації переміщується на дорадчу участь громадян у різних сферах життя. Ця стратегія, сформульована у “Білій книзі Європейської комісії з управління”, мала за мету боротися з нестачею адаптованої інформації через передання, прийом та обмін політичною інформацією.

У 2002 р. комунікаційну концепцію уточнено і деталізовано в “Комунікаційно-інформаційній стратегії”, яка поставила за мету контроль та управління іміджем ЄС. Головний принцип стратегії полягає у децентралізації і заснований на тому, що комунікація повинна бути адаптована до потреб національних аудиторій, а це краще досягається співпрацею представництв Єврокомісії та інформаційних офісів Європарламенту, національних інститутів, ніж централізованою установою з Брюсселю. Це призвело до більш широкого визначення місії представництв, які, зокрема, включали й зв’язки з громадськістю [6]. Однак ці представництва виявилися неготовими до таких трансформацій, оскільки різка зміна їхніх завдань не передбачала зміну засобів.

Паралельно зі зміною комунікаційної стратегії публічної комунікації ЄС спрямував увагу на сектор електронних комунікацій. Повідомлення, що згодом було прийняте за гасло “Електронна Європа – інформаційне суспільство для всіх”, становило частину “Лісабонської стратегії”, згідно з якою до 2010 р. економіка ЄС мала стати найбільш конкурентною і динамічною у світі [1, с. 94]. Електронізація, широке використання інтернету і новітніх засобів зв’язку на початку XXI ст. різко змінило хід комунікаційної діяльності. Вирішальною реформою на цьому етапі стала реструктуризація Єврокомісії та перехід комунікаційної політики до обов’язків комісара М. Вальстрьом, котра прагнула закріпити за собою звання пріоритетної, замінити одностороннє низхідне інформування інтерактивною комунікацією з акцентом на потребу громадськості [6].

V етап (2005–2006 рр.). Хоч ЄС застосував новий підхід і представив конкретні пропозиції щодо підвищення відкритості, прозорості, підзвітності та участі громадян Європи у прийнятті рішень, його успіх у комунікаціях, як і раніше, був обмеженим. Комунікаційна прогалина в період п’ятого розширення співпала із загальним станом зростаючої кризи в ЄС. Великою проблемою постала здатність Євросоюзу належно поглинути 10 нових держав-членів, що відбулося в 2004 р. З іншого боку, загальну втому від розширення ЄС варто розглядати також як результат недостатньої, невдалої і часто упередженої комунікації в старих країнах-членах стосовно розширення [7]. Негативні підсумки голосування за проект Конституції ЄС в 2005 р. стали істотним каталізатором поновлення принципів, процедури і змісту взаємин керівних органів Євросоюзу та його громадян. Криза, яка паралізувала можливості прийняття єдиної конституції, була наслідком неефективної комунікаційної стратегії.

Модернізація комунікаційних сервісів була втілена у “Плані дій щодо покращення комунікації з Європою” (2005): не лише інформувати, а й слухати громадян, беручи до уваги їх думки; комунікувати у зрозумілій формі стосовно того, як політика ЄС впливає на повсякденне життя людей; виходити на локальний простір шляхом адаптації повідомлень, каналів і месенджерів до національної і місцевої аудиторії та їх проблем [5].

VI етап (2007–2013 рр.). У жовтні 2007 р. у вкотре реформованій стратегії “Комунікація з Європою в партнерстві” Єврокомісія робить наголос на міцнішому та ефективнішому об’єднанні зусиль європейських інституцій і держав-членів задля поліпшення інформації на європейському, національному та місцевому рівнях [6]. В центрі уваги Спільноти – професійна підготовка фахівців (публічні виступи стали обов’язковим функціями для управлінців) і популяризація медіа-грамотності серед громадян. Крім того, ЄС озброюється ще двома інструментами: культурним надбанням та можливостями інтернету. Обіг європейських аудіовізуальних творів розглядався як спосіб збільшити міжкультурний діалог і поліпшити взаєморозуміння та знання європейської філософії, а інтернет – як можливість якомога ширшого залучення громадян через нові платформи доставки контенту.

Отже, тривалий час замість зосередження уваги на інтересах громадян і їхніх потребах ЄС та його країни-члени представляли ту інформацію, яку вони хотіли поширювати, а реалізація комунікаційних стратегій була недостатньою і нецілісною. Ситуація почала змінюватися насамперед під тиском економічних чинників, а згодом і політичних, внаслідок кризових моментів у спільноті. Пріоритетність комунікацій у поширенні філософії ЄС стала незаперечною.

Для України в цьому досвіді важливим є те, що відсутність належної та безперервної комунікації про ЄС може зумовити недостатній рівень підтримки інтеграції, а в подальшому – низьку явку виборців на референдумі стосовно вступу нашої держави в Євросоюз. З урахуванням багатого досвіду ЄС основні принципи комунікаційної політики серед українського населення повинні будуватися на: широкій співпраці зі ЗМІ на загальнодержавному і регіональному рівнях; розширенні прав і можливостей громадян у дискусіях щодо ЄС; врахуванні різноманітності аудиторій та адаптації повідомлень, каналів і месенджерів до їх інформаційних уподобань; використанні нових технологій і мас-медіа; збільшенні фінансування і залученні більшої кількості фахівців.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дахно І. Право Європейського Союзу : англо-українсько-російський глосарій / І. Дахно. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 234 с.
2. Ліпкан В. А. Інформаційна безпека України в умовах євроінтеграції : навч. посібник / В. А. Ліпкан, Ю. С. Максименко, В. М. Желіховський. – К. : КНТ, 2006. – 280 с.
3. Парфенюк В. М. Міжнародне співробітництво ЄС у сфері інформаційних та комунікаційних технологій / В. М. Парфенюк // Слов’янський вісник : зб наук. праць. – 2011. – Вип. 12. – С. 229–235.
4. Тихомирова Є. Б. Комунікаційна політика ЄС: Програма Prince / Є. Б. Тихомирова // Слов’янський вісник : зб наук. праць. – 2011. – Вип. 11. – С. 254–260.
5. Action plan to improve communicating Europe by the European Commission : SEC (2005) 985 final, 20 July 2005. [Electronic resource] – Access mode : http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/communication_com_en.pdf
6. Bergemann M., De Clerck-Sachsse J., Kurpas, S. Towards Communication? Evaluating the Activities of the European Commission in the field of Communication / M. Bergemann, J. De Clerck-Sachsse, S. Kurpas // CEPS Special Reports, 2006. – 30 p. [Electronic resource] – Access mode : <http://aei.pitt.edu/11756/1/1405.pdf>

7. Communicating Europe / K. Ott, F. Sbert Stiftung // Croatian Accession to the European Union. The challenges of Participation (Fourth Volume). – 2006. – 404 p. [Electronic resource] – Access mode : <http://www.amazon.com/Croatian-Accession-European-challenges-Participation/dp/9536047772>

8. Lodge J. Communicating Europe: political steps to facilitating a public sphere? / J. Lodge, K. Sarikakis // Communication, Mediation and Culture in the Making of Europe, Rome : II Mulino Publishers, 2011. – P. 13–40.

Татьяна Веремчук

**Эволюция коммуникационной политики Европейского Союза:
опыт для Украины**

В статье рассматриваются этапы становления коммуникационной политики Европейского Союза. Сформулированы рекомендации для Украины в решении коммуникационных задач в процессе европейской интеграции.

Ключевые слова: коммуникация, стратегия, Европейский Союз, программа.

Tatiana Veremchuk

**Evolution of European Union communication policy:
experience for Ukraine**

The paper examines the periods of the European Union communication policy and formulates recommendations for Ukraine related with communication problems in the process of European integration.

Keywords: communication, strategy, European Union, the program.