

РОЗДІЛ III

Особливості

внутрішньополітичного розвитку

країн та регіонів світу

УДК 327:061.1ЄС

Є. Б. Тихомирова – доктор політичних наук,
професор, завідувач кафедри міжнародної інформації
Волинського національного університету
імені Лесі Українки

Вербальне та візуальне позиціонування зовнішніх проектів Європейського Союзу

*Роботу виконано на кафедрі міжнародної
інформації ВНУ ім. Лесі Українки*

Розглянуто різноманітні матеріали ЄС, що зможуть допомогти ефективно позиціонувати на основі вербальних і візуальних інструментів регіональну діяльність Європейського Союзу у внутрішньому й зовнішньому інформаційно-комунікаційному просторі. Проаналізовано важливі засоби привабливої подачі ЄС, що можуть використовуватись у практиці як міжнародних, так і національних ПР-структур. Автор пропонує використовувати досвід вербалізації та візуалізації іміджу в практиці ПР-діяльності українських політичних акторів.

Ключові слова: вербалізація, візуалізація, Європейський Союз, імідж, інформаційно-комунікаційний простір, паблік рилейшнз, регіональна політика ЄС.

Тихомирова Е. Б. Вербальное и визуальное позиционирование внешних проектов Европейского Союза. Рассмотрены разнообразные материалы ЕС, которые могут помочь эффективно позиционировать на основе вербальных и визуальных инструментов региональную деятельность Европейского Союза во внутреннем и внешнем информационно-коммуникационном пространстве. Проанализированы важные средства привлекательной подачи ЕС, которые могут использоваться в практике как международных, так и национальных ПР-структур. Автор предлагает использовать опыт вербаллизации и визуализации имиджа в практике ПР-деятельности украинских политических акторов.

Ключевые слова: вербаллизация, визуализация, Европейский Союз, имидж, информационно-коммуникационное пространство, паблик рилейшнз, региональная политика ЕС.

Tykhomyrova E. B. Verbal and Visual Positioning of the External Projects of the European Union. The article deals the various materials EU can help to effectively position on the basis of verbal and visual instruments of regional activities of the European Union's internal and external information and communication space. Analyzed important means of attractive feed the EU, which can be used in practice, both international and national PR agencies. The author proposes to use the experience of verbalization and visualization of the image in the practice of PR activities of Ukrainian political actors.

Key words: verbalization, visualization, the European Union, image, information and communications space, public relations, EU regional policy.

Постановка наукової проблеми та її значення. Розглядаючи інформаційно-комунікаційні аспекти діяльності ЄС дослідники найчастіше звертають увагу на зміст повідомлень і публікацій щодо Європейського Союзу. Проте не менш актуальним залишається й проблема дослідження практики та досвіду інформаційної підтримки програм і проектів, що реалізуються структурами Євросоюзу.

Вивчаючи джерела інформації про регіональні проекти ЄС, Євробарометр виявив, що основним джерелом інформації про регіональні проекти ЄС є засоби масової комунікації. Так, більшість (53 %)

респондентів основним джерелом інформації вважають телебачення, 32 % – місцеві або регіональні газети, 19 % сказали, що читали про проекти в національних газетах, 16 % – слухали радіопрограми, трохи більше 1 з 10 респондентів знаходили інформацію про співфінансування проектів ЄС в Інтернеті. І лише 4 % отримували інформацію з брошур ЄС [3].

Це свідчить, що вимоги до вербального й візуального оформлення інформації про ЄС стосуються не лише тих, хто працює в системі ЄС, а й достатньо широкої аудиторії журналістів пан'європейських, національних і регіональних ЗМІ, а також піарщиків, які мають на меті брати участь у формуванні привабливого іміджу Європейського Союзу.

Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми. Ця проблема фактично й досі не досліджувалась українськими науковцями. Зарубіжні автори вивчали її в контексті комунікаційної та ПР-проблематики.

Водночас зараз цьому методичному питанню структури ЄС приділяють багато уваги. І вивчати такі публікації потрібно точно так, як і документи й аналітичні матеріали, що стосуються Європейського Союзу, що й стало метою нашого дослідження

Джерельною базою нашого дослідження стали різноманітні документи, розроблені спеціально для підвищення ефективності вербальної та візуальної презентації регіональної політики ЄС:

– по-перше, **загальні керівництва** для підготовки й вербальної та візуальної презентації програм і проектів Європейського Союзу, зокрема:

- Регламент ЄС № 1159/2000 «Інформування та пропаганда заходів, які будуть застосовані під час реалізації проектів, що фінансуються Європейським фондом регіонального розвитку» (EU Regulation No. 1159/2000 on «Information and Publicity measures to be implemented when carrying out ERDF-funded projects» [9];

- «Комунікаційне керівництво для проектів» («Communication Guidelines for Projects») [6];

- «Керівництво щодо комунікації та візуальної презентації зовнішніх проектів Європейського Союзу» («Communication and visibility manual for European Union external actions») [4];

- «Оцінка візуальної презентації зовнішніх проектів Європейського Союзу» («Evaluation of Visibility of EU external action») [11];

- «Візуальна ідентичність Ради Європи. Практичне керівництво» («Visual identity of the Council of Europe. A practical guide») [16];

– по-друге, **керівництва для конкретних програм і проектів**, що враховують їхню специфіку та особливості впровадження в конкретному регіоні, зокрема:

- «Поради щодо засобів комунікації для менеджерів проектів. Програма сусідства Литви, Польщі й Калінінградської області Російської Федерації» [2];

- «Комунікація і візуальна презентація Kolarctic ENPI CBC – керівництво для проектів» («Communication and visibility of Kolarctic ENPI CBC – guidelines for projects») [5];

- «Презентація візуальної ідентичності спільної програми “Басейн Чорного моря 2007–2013”» («Black Sea Basin 2007–2013 Joint Operational Programme Visual Identity Manual») [17];

– по-третє, **керівництва** для програм і проектів, розрахованих **на конкретні країни**, зокрема:

- «Доповнення до Керівництва щодо візуальної презентації зовнішньополітичної діяльності Європейського Союзу в Туреччині в рамках Децентралізованого впровадження систем» («Complement to the Communication and Visibility Manual for European Union External Actions – EU-funded Projects in Turkey under the Decentralised Implementation System») [8];

– по-четверте, **керівництва** для програм і проектів, що реалізуються в рамках спільних проектів ЄС з **Організацією Об'єднаних Націй**, зокрема:

- «Керівництво щодо візуальної презентації спільних проектів ЄС-ООН» («Joint Visibility Guidelines For EC-UN Actions in the Field») [13];

– по-п'яте, **розробки суто методичного характеру**, здійснені для тренінгів і науково-практичних семінарів, спрямованих на підвищення кваліфікації представників структур ЄС, окремих національних установ і представників громадянського суспільства, наприклад:

- «Як написати чітко» («How to write clearly») [12];

- «Преса та суспільна інформація. ENTRI. Європейська нова навчальна ініціатива громадянського управління в кризових ситуаціях» («Press & public information. ENTRI. Europe's New Training Initiative for Civilian Crisis Management») [14];

- «Проект Керівництва щодо комунікації в рамках проекту програми INTERREG IVC» («Project Communication Guide. INTERREG IVC Programme») [15].

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Особливе місце серед зазначених документів займає Регламент ЄС № 1159/2000 «Інформування та пропаганда заходів, які будуть застосовані під час реалізації проектів, що фінансуються Європейським фондом регіонального розвитку». Саме тут уперше сформульовано вимоги до вербального й візуального оформлення інформаційних і комунікаційних матеріалів ЄС.

У Регламенті зазначено, що брошури, листівки, буклети, інформаційні бюлетені, листівки мають містити на титульному аркуші чітку вказівку участі Європейського Союзу та відповідного фонду у відповідній програмі чи проекті. Для кращого сприйняття інформації рекомендовано розміщувати символи ЄС – графічне зображення прапора та національні чи регіональні емблеми – на одному рівні. Графічні зображення ЄС пропонувалося завантажувати з офіційного сайту ЄС [1], зараз – зі сторінки «Welcome to the style guide!» оновленого сайту [18]. Аналогічні правила вимагалося застосовувати й до інформації, поширюваної за допомогою електронних засобів та аудіовізуальних матеріалів (презентацій, CD-ROM і т. ін.).

Регламент не вимагав застосування конкретних логотипів проекту, але рекомендував їх використовувати, щоб покращити комунікації, пов'язані з проектом та його діяльністю.

Дещо пізніше здійснено видання керівництва щодо візуалізації діяльності Ради Європи, у якому вимагається в разі реалізації спільних проектів ЄС і РЄ, використовувати одночасно їхню символіку. Причому у випадку, коли участь Ради Європи у фінансуванні проекту 10 % і більше, використовують надпис «Фінансується Європейським Союзом і Радою Європи» (мал. 1). Якщо ж фінансується менше 10 % проекту, залишається тільки вказівка, що фінансування здійснюється ЄС [16].

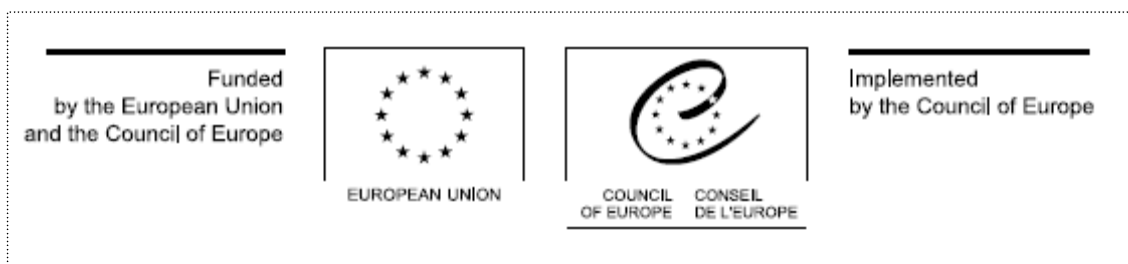


Рис. 1. Чорно-білі прапори ЄС та РЄ

Подібний, але більш ґрунтовний та обширний документ розроблено з метою підвищення поінформованості аудиторії про програми й проекти в країні чи регіоні, що фінансуються Європейським Союзом спільно з ООН. Він регламентує використання логотипу й інших засобів ідентифікації обох організацій, багато інших питань, пов'язаних із позиціонуванням як самих організацій, так і їхнього співробітництва та діяльності [13].

Основні вимоги щодо вербалізації й візуалізації інформації щодо регіональних проектів ЄС конкретизовано в інших документах, названих вище. Загальні рекомендації сформульовано в «Керівництві щодо комунікації і візуальної презентації зовнішніх проектів ЄС», яке пережило кілька видань. Останнє здійснено у 2010 р. [4], воно замінило видання 2005 р. [10].

Останнє видання доступне трьома мовами – французькою, англійською та іспанською. На сайті інформаційного центру ЄС Росії подано неофіційний російський переклад цього документа. Керівництво розроблено для забезпечення поінформованості загальних або специфічних аудиторій країн чи регіонів інформацією про проекти, що повністю або частково фінансуються Європейським Союзом, а також результати його діяльності.

У вступній частині документа зазначено, що термінологія, вживана тут, не стосується «комунікації в ім'я розвитку», котра визначається як «соціальний процес, заснований на діалозі з

використанням широкого діапазону засобів і методів. Вона також стосується пошуку можливих змін на різних рівнях, включаючи вислуховування, зміцнення довіри, передачу знань та навичок, вироблення політики, проведення обговорень і навчання для забезпечення довгострокових та змістовних змін. Вона не має відношення до сфери зв'язків із громадськістю або корпоративних комунікацій» [4].

Керівництво в основному охоплює питання дотримання вербальної й візуальної ідентичності ЄС. Тут викладено вимоги та керівні принципи щодо участі в брифінгах, написання матеріалів, проведення прес-конференцій, презентацій, розробки запрошень, пам'ятних знаків і всього того, що може бути використано для ідентифікації участі ЄС. Крім того, у ньому пропонуються засоби для розвитку динамічної стратегії комунікації, яка дасть змогу висвітлювати досягнення Європейського Союзу.

Серед засобів комунікації, які рекомендовано використовувати для вербального й візуального позиціонування політики ЄС, названо багато прийомів впливу та інформування. Ось деякі з них:

- **прес-релізи**, які, на думку авторів, можуть бути дуже корисним інструментом комунікаційної діяльності в різних ситуаціях. Вони мають обов'язково містити символіку (рис. 2) або згадування про ЄС (прапор, відзначення того, що фінансування надано ЄС, називаючи кількісні показники фінансування в євро та в національній валюті). Якщо на прес-конференції планується участь офіційної особи адміністрації ЄС, то прес-реліз повинен містити його ім'я й посаду. Має бути датовано та вказано, коли інформація може бути надрукована.

- **прес-відвідування** – групові візити журналістів на об'єкти створюють додаткові можливості інформування, вони мають бути своєчасними й повинні фокусуватися на матеріальних досягненнях; там, де це доречно, групи журналістів можуть супроводжувати представники делегацій ЄС;

- **листівки, брошури та інформаційні бюлетені** можуть забезпечити основну фактичну інформацію й адресу (наприклад поштову адресу або веб-сайт), де можна знайти більш детальну інформацію; у брошурах можна докладніше викласти проблему; бюлетені відрізняються регулярністю та можуть бути опубліковані для інформування про хід дії (наприклад про проекти, програми навчання тощо);

- **Web-сайти** все частіше стають основною вимогою спілкування, тому що інформація тут розрахована на тривале життя й містить значний обсяг, зокрема на них можуть бути фотографії подій, інтерв'ю, матеріали для преси. Керівництво рекомендує узгоджувати дії щодо створення незалежного веб-сайту з представництвом ЄС або відповідальними посадовими особами в EuropeAid та містити посилання на відповідні сайти Комісії або веб-сайти місцевих делегації ЄС і Бюро зі співробітництва EuropeAid;



Рис. 2. Оформлення прес-релізу із символами ЄС

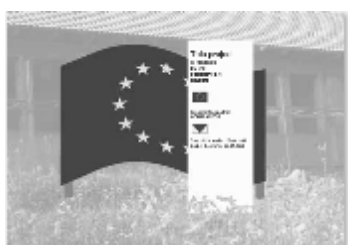


Рис. 3. Дисплейна панель із символікою ЄС



Рис. 4. Банер для позначення проекту, фінансованого ЄС

- **дисплейні панелі** (рис. 3), **пам'ятні таблички, банери** (рис. 4), реклама, фото- й аудіовізуальна продукція, публічні заходи та візити, інформаційна кампанія – віднесені авторами зазначеного документа до засобів ідентифікації, ефективного способу демонстрації

участі ЄС у тих чи інших проектах та створення атмосфери довіри, обміну знаннями й навичками, обговорення та навчання [4].

Керівництво передбачало не лише засоби візуалізації інформації про ЄС, але й планування комунікаційно-візуальних заходів з урахуванням етапу проекту (або проектного циклу) та цільової групи. Тут наведено матрицю, де зазначено типи засобів візуального й вербального подання, що відповідають різним етапам життєвого циклу проекту. Крім того, документ містить і рекомендації щодо підготовки інформаційних повідомлень. Останні конкретизуються в тих документах, що розроблялися для окремих країн, програм і проектів.

Вербальна ідентифікація Європейського Союзу має здійснюватися за допомогою рекомендованих у розглянутих документах формулах. У «Керівництві щодо комунікації і візуальної презентації зовнішніх проектів ЄС» пропонується низка текстових повідомлень, що має супроводжувати не лише інформаційні матеріали, а й продукцію, створювану в рамках програм і проектів. Наведемо кілька прикладів, що подані в зазначеному документі: «Найбільший світовий донор, який сприяє досягненню Цілей тисячоріччя» («The world's biggest donor at the service of the Millennium Goals»); «Більше, краще, швидше – Європа допомагає» («More, better, faster – Europe cares»); «ЄС і <партнер> – разом доставляємо більше необхідної допомоги» («The EU and <partner> delivering more and better aid together»); «Діалог партнерів» («Cooperation that Counts»); «ЄС виконує зобов'язання» («The EU delivers») [4].

У «Порадах щодо засобів комунікації для менеджерів проектів» Програми сусідства Литви, Польщі й Калінінградської області Російської Федерації подано певні рекомендації щодо вербального оформлення проекту. На інформаційному матеріалі та речах пропонується зображати логотипи ЄС і Програми сусідства й робити надпис на національній та англійській мовах про спільне фінансування із фондів ЄС або придбання товарів чи обладнання з допомогою ЄС (рис. 5).



Рис. 5. Маленькі чорно-білі наклейки на сувенірах і матеріалах, виготовлених у рамках проекту в Калінінградській області Росії [2]

У статтях, репортажах на радіо й телебаченні пропонується, зокрема, писати: «Проект фінансується ЄС», «Дана публікація видана за допомогою Європейського Союзу», «Зміст цієї публікації повністю залежить від <ім'я й прізвища автора/ назви проекту> й не обов'язково збігається з позицією Європейського Союзу» [2].

Спеціальний розділ Керівництва стосується конкретних аспектів комунікації та візуального подання проектів, які реалізуються в рамках співпраці ЄС з ООН і Всесвітнім банком, із якими підписано спеціальні угоди щодо питань інформаційної взаємодії й візуального позиціонування. Відповідно до них основною метою діяльності з візуального подання є інформування громадськості про «позитивні результати партнерства», здійснений сторонами внесок, результати та вплив проекту.

Певне забезпечення інформаційно-комунікаційної діяльності в регіональних програмах здійснює також Комітет регіонів. Його Дирекція з комунікації й преси підготувала спеціальне трьохмовне

видання посібника «Communication tools for CoR members. 2010 Edition», що має допомогти у використанні інформаційно-комунікаційних інструментів. Тут описано, як зробити інформування більш ефективним [7].

Посібник побудовано за форматом: «питання–відповідь». Так, наприклад, якщо це стосується доповідача за певним проектом, йому дають пораду запросити до двох журналістів у Брюссель, коли питання буде обговорюватися на пленарному засіданні або засіданні комісії. У разі присутності представника телеканалу може бути запрошено третього журналіста. Якщо журналісти з регіону не в змозі прийняти запрошення, прес-служба надає їм відповідну інформацію про роботу доповідача в Комітеті регіонів.

Прес-служби Комітету працюють разом із представниками комунікаційних служб місцевих або регіональних владних структур, готуючи прес-релізи для місцевих або регіональних ЗМІ. Вони також можуть повідомити інформаційні агентства в Брюсселі про діяльність представника регіону в Комітеті й надають допомогу в організації прес-конференцій, якщо це необхідно. Вони також сприяють запрошенню комісара або депутата Європарламенту від відповідної країни та офіційних осіб від Європейської комісії.

Передбачена можливість забезпечення аудіовізуальними матеріалами ЗМІ, зокрема зйомка подій (інтерв'ю, прес-конференцій, ілюстрації, тощо) від імені місцевих / регіональних телевізійних станцій; технічна допомога журналістам при підготовці аудіовізуальних матеріалів (включаючи зйомки, освітлення, редагування або передачу кадрів через Інтернет); зйомки прес-конференції, тематичних відео або ін. європейського супутникового телебачення, так щоб їх можна було качати, усі європейські телевізійні станції.

Завершуючи аналіз проблем позиціонування регіональної політики ЄС на основі вербальних і візуальних інструментів, варто зазначити, що цей процес має місце не лише в зовнішньому, а й у внутрішньому інформаційно-комунікаційному просторі. Внутрішня комунікація включає в себе всі комунікації всередині проекту, які так само важливі, як зовнішні комунікації. ПР-діяльність, зокрема, виходить із того, що внутрішні комунікації – необхідна умова всіх зовнішніх комунікацій.

Зрозуміло, що вербальна й візуальна внутрішня комунікація значною мірою залежить від специфіки програми чи проекту, що реалізується. Для проекту INTERREG сформульовано **стратегію вирівнювання внутрішніх і зовнішніх комунікацій**. Вона спрямована на те, щоб усі партнери мали необхідну інформацію (те, що робиться, чому й коли, обов'язки, терміни та ін.); ідентифікували себе з основними цілями проекту; почували себе частиною проекту, знали свої обов'язки й завдання. Що стосується партнерських організацій, то вони мають знати також, що вони беруть участь у проекті, який дає певні результати, організація виграє від цих результатів, хто є контактною особою для проекту в організації. Тут передбачено кілька різних способів спілкування з людьми, котрі працюють у проекті (зокрема бюлетені, Інтранет, телефонна конференц-комунікація, зустрічі, поїздки в партнерські установи або регіони, подієві комунікації, Інтернет-зустрічі онлайн, загальний доступ до файлів, створення онлайн-груп, дошки оголошень, блоги тощо) [15].

У всіх проаналізованих документах ЄС зазначено необхідність оцінювання й моніторингу здійснених комунікацій, запропоновано показники, що можуть використовуватися програмами та проектами під час підготовки звітів. Передбачено, що показники мають бути простими, вимірними, прямого використання, якісними й кількісними, обов'язково визначати зворотний зв'язок за допомогою, зокрема, анкет, форм оцінки, мати можливість виміряти рівень досягнень, здійснювати кореляцію заходів і діяльності.

Висновки й перспективи подальших досліджень. Аналіз різних документів, що містять вимоги Європейського Союзу до вербальної й візуальної презентації його регіональної політики, свідчить про логічність, послідовність і системність упровадження принципів прозорості та відкритості в діяльності ЄС у регіональних проектах за допомогою різноманітних засобів комунікації з різними групами громадськості. Задіяні в практиці формування іміджу ЄС засоби його ідентифікації сприяють, на нашу думку, формуванню привабливого образу Союзу і його діяльності у внутрішніх та зовнішніх регіонах, а тому можуть використовуватись у практиці міжнародних, і національних структур. Доречно використовувати досвід вербалізації та візуалізації іміджу в практиці ПР-діяльності українських політичних акторів.

Предметом подальшого аналізу може стати більш ґрунтовне дослідження практики реалізації ЄС комунікації й візуальної презентації зовнішніх проєктів, що здійснюються як на північному, східному й південному напрямках, так і в межах зовнішньої регіональної політики ЄС.

Список використаної літератури

1. Графічні зображення ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://europa.eu.int/abc/symbols/emblem/graphics1_en.htm
2. Советы по средствам коммуникации для менеджеров проєктов. Программа соседства Литвы, Польши и Калининградской области Российской Федерации. Специальное электронное издание, № 2006/12, 06.06. 2006 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.interreg3a.org/interregu/images/stories/dokumentai/E-LETTER%2012-ru-INFORMATION%20AND%20PUBLICITY.pdf>
3. Citizens' awareness and perceptions of EU regional policy / Analytical report. Fieldwork: June 2010. Publication: October 2010 / [Electronic resource]. – Mode of access : http://ec.europa.eu/regional_policy/policy/object/index_en.htm
4. Communication and visibility manual for European Union External Actions. European Commission. 2010 / [Electronic resource]. – Mode of access : http://ec.europa.eu/europeaid/visibility/index_en.htm
5. Communication and visibility of Kolarctic ENPI CBC – guidelines for projects [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.kolarcticenpi.info/c/document_library/get_file?folderId=293005&name=DLFE-7408.pdf
6. Communication Guidelines for Projects. November, 2006. eTEN [Electronic resource]. – Mode of access : http://ec.europa.eu/information_society/activities/eten/library/how_to_participate/communication_guidelines_projects.pdf
7. Communication tools for CoR members. 2010 Edition / [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.cor.europa.eu/cor_cms/ui/ViewDocument.aspx?contentid=0d1e9b21-40e9-4a80-8b8f-e897a9c505ea
8. Complement to the Communication and Visibility Manual for European Union [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.avrupa.info.tr/Files/File/FUNDING/VisibilityGuidelines_Oct11_EN.pdf
9. EU Regulation No. 1159/2000 on «Information and Publicity measures to be implemented when carrying out ERDF-funded projects» [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.bsrinterreg.net/toimplement/_downloads/2004.07.02.Information_and_publicity_guidelines_for_projects.doc
10. EU Visibility Guidelines for External Actions. September 2005 [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.cfcu.gov.tr/files/Visibility_Guidelines.pdf
11. Evaluation of Visibility of EU external action. Terms of Reference [Electronic resource]. – Mode of access : www.box.com
12. How to Write Clearly / [Electronic resource]. – Mode of access : http://ec.europa.eu/translation/writing/clear_writing/how_to_write_clearly_en.pdf
13. Joint Visibility Guidelines For EC-UN Actions in the Field . United Nations-European Commission [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.undp.org/eu/documents/EC-UN%20Joint%20Visibility%20Guidelines.pdf>
14. Press & Public Information. ENTRI. Europe's New Training Initiative for Civilian Crisis Management [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.entriforccm.eu/certification/Press_Public_Information-concept.pdf
15. Project Communication Guide. INTERREG IVC Programme [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.interreg4c.eu/resources_Project_Communication_Guide.pdf
16. Visual identity of the Council of Europe. A practical guide. Nov. 2011 - V2 // Documents and Publications Production Department (SPDP) [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.coe.int/02/Logo/Pictures/COE UE/ID-VISU-COE-EN.pdf>
17. Visual Identity Manual of the Black Sea Basin Joint Operational Programme 2007 – 2013 [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.espa.gr/elibrary/VisualIdentityManual_BlackSea_24_03_2008_en.pdf
18. Welcome to the style guide! [Electronic resource]. – Mode of access : <http://publications.europa.eu/code/en/en-000100.htm>

Статтю подано до редколегії
29.1.2011 р.