

зерно і підтримується іншими інтернет-користувачами, естонський прем'єр-міністр відсилає цю пропозицію зі своєю резолюцією у відповідне міністерство. На сьогодні болгари, завдяки новій IT-системі, котра об'єднує паспортний департамент із міністерством внутрішніх справ, поліцією та системою кримінального судочинства, можуть одержати паспорт протягом 5-10 хвилин. Зазвичай же ця процедура займає як мінімум кілька тижнів<sup>19</sup>.

Важливо, що електронне урядування вигідне не лише громадянам, але й самому урядові, державі, зокрема для підвищення ефективності організації діяльності та функціонування державних органів. Наприклад, у багатьох країнах засідання уряду відбуваються в онлайновому режимі. Пропозиції, зауваження висловлюються в електронній формі. У такому самому режимі відбувається голосування при прийнятті урядових рішень. Проекти урядових рішень також погоджуються та схвалюються в електронному режимі. Це безперечно, впливає на ефективність роботи уряду, усуваючи зайву бюрократизацію.

Таким чином, програма створення електронного уряду у багатьох країнах світу свідчить про те, що необхідно розвивати інформаційні технології як фактор ефективного управління державою і надання населенню якісних соціальних послуг. Адже основна мета електронного уряду спрямована на забезпечення громадян та організацій швидким і якісним доступом до державних послуг і сервісів, на підвищення ефективності функціонування державних органів шляхом широкого застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

<sup>1</sup> Андропова О., Николаев А. Электронное правительство в Европе и мире. [Електронний ресурс] / Режим доступу: – [http://www.ci.ru/inform22\\_01/p\\_0600](http://www.ci.ru/inform22_01/p_0600) ht

<sup>2</sup> Демкова М. Електронне урядування – запорука прозорості та ефективності влади. [Електронний ресурс] / Режим доступу: – <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2614>

<sup>3</sup> Дрожжинов В., Штрик А. Электронные правительства США и Канады. [Електронний ресурс] / Режим доступу: – <http://www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=72370>

<sup>4</sup> Приходько Л. Электронное правительство как развитие идей электронной демократии. [Електронний ресурс] / Л. Приходько. – Режим доступу: <http://www.dissert.h10.ru/artical/prihodkoL1.html>

<sup>5</sup> Станкевич Л.Т., Новоженина Н.О. Электронное правительство: теоретические модели и реальная практика. [Електронний ресурс] / Режим доступу: – <http://open-gov.ru/2010/10/04/e-gov-praktika/>

<sup>6</sup> Шубина Л.В. Электронное правительство в Канаде: задачи, финансирование, эффективность // Финансы. – 2006. – № 6. – С. 31-33.

<sup>7</sup> Станкевич Л.Т., Новоженина Н.О. Электронное правительство: теоретические модели и реальная практика. [Електронний ресурс] / Режим доступу: – <http://open-gov.ru/2010/10/04/e-gov-praktika/>

<sup>8</sup> Закон України N 537-V Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки від 9 січня 2007 року. [Електронний ресурс] / Режим доступу: – <http://www.president.gov.ua/documents/5656.html>

<sup>9</sup> Приходько Л. Электронное правительство как развитие идей электронной демократии. [Електронний ресурс] / Л. Приходько. – Режим доступу: <http://www.dissert.h10.ru/artical/prihodkoL1.html>

<sup>10</sup> Шубина Л.В. Электронное правительство в Канаде: задачи, финансирование, эффективность // Финансы. – 2006. – № 6. – С. 31.

<sup>11</sup> Шубина Л.В. Электронное правительство в Канаде: задачи, финансирование, эффективность // Финансы. – 2006. – № 6. – С. 32.

<sup>12</sup> Там само

<sup>13</sup> “Совершенствование функциональной деятельности органов казначейства Канады, системы электронного правительства и государственных закупок” [Електронний ресурс] / Режим доступу: – <http://www.gosbook.ru/node/26200> Guidelines on the Protection of Privacy and

<sup>14</sup> Дрожжинов В., Штрик А. Электронные правительства США и Канады. [Електронний ресурс] / Режим доступу: – <http://www.pcweek.ru/themes/detail.php?ID=72370>

<sup>15</sup> Там само

<sup>16</sup> Мобільний уряд Канади [Електронний ресурс] / Режим доступу: – [http://mgovservice.ru/project/?ELEMENT\\_I=9](http://mgovservice.ru/project/?ELEMENT_I=9)

<sup>17</sup> Демкова М. Електронне урядування – запорука прозорості та ефективності влади. [Електронний ресурс] / Режим доступу: – <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2614>

<sup>18</sup> Андропова О., Николаев А. Электронное правительство в Европе и мире [Електронний ресурс] / Режим доступу: – [http://www.ci.ru/inform22\\_01/p\\_0600](http://www.ci.ru/inform22_01/p_0600) ht

<sup>19</sup> Там само.

УДК: 323.2; 32.019.5

© Сергій Федонюк (Луцьк)

## ПІДВИЩЕННЯ ЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА У PR-КОМУНІКАЦІЇ ІНСТИТУЦІЙ ЄС

*Визначено тенденції до використання можливостей соціальних медіа у системі інформаційної взаємодії офіційних інституцій Європейського Союзу та громадськості. Проаналізовано чинники підвищення зацікавленості установ ЄС у безпосередній комунікації з громадянами за допомогою соціальних медіа. Показано позицію*

ЄС щодо ролі соціальних медіа у суспільному житті та безпеки віртуальних соціальних мереж. Показано особливості розвитку віртуальних соціальних мереж та блогів як засобу політичної комунікації в ЄС.

**Ключові слова:** соціальні мережі, блоги, Інтернет, Європейський Союз, політика

Федонюк С.

#### Повышение значения социальных медиа в PR-коммуникации институций ЕС

*Определены тенденции к использованию возможностей социальных медиа в системе информационного взаимодействия официальных институций Европейского Союза и общественности. Проанализированы факторы повышения заинтересованности учреждений ЕС в непосредственной коммуникации с гражданами посредством социальных медиа. Показано позицию ЕС относительно роли социальных медиа в общественной жизни и безопасности виртуальных социальных сетей. Показаны особенности развития виртуальных социальных сетей и блогов как средства политической коммуникации в ЕС.*

**Ключевые слова:** социальные сети, блоги, Интернет, Европейский Союз, политика.

Fedoniuk S.

#### Increasing the Value of Social Media in Pr-Communication of EU Institutions

*The author defined trend towards social media use in the system of information exchange between official EU institutions and the public; analyzed the factors increasing the interest of EU institutions in direct communication with citizens through social media, displayed the EU position on the role of social media in public life and security of virtual social networks. The features of virtual social networking and blogging as a means of political communication in the EU are shown.*

**Keywords:** social networks, blogs, Internet, European Union policy

Однією з ознак сучасного медіа-простору є стрімкий розвиток соціальних медіа за інтересами в мережі Інтернет. Соціальні медіа дефініюються як група інтернет-додатків, які ґрунтуються на ідеологічних і технологічних основах Web 2.0, що дозволяє створення й обмін контентом (Андреас Каплан і Майкл Хенляйн<sup>1</sup>).

Як інтернет-сервіс, соціальні медіа є платформою, за допомогою якої користувачі можуть підтримувати контакти між собою та формувати угруповання за специфічними інтересами. Інформаційні сервіси такого виду забезпечують користувачів всіма можливими шляхами для взаємодії один з одним - відео, чати, зображення, музика, щоденники та ін.

Актуальність соціальних медіа проявляється у дедалі ширшому використанні їх можливостей як засобу залучення інформаційних, інтелектуальних, фінансових ресурсів у економіці, політиці, регіональному та локальному розвитку тощо, а також політичної PR-комунікації.

Сьогодні соціальні медіа набувають чинності політичної сили, що продемонстровано на прикладі громадських протестних акцій політичного характеру протягом останніх років і які на якісно новому рівні розгорнулися на початку 2011 р. в країнах арабського світу.

Політична сила соціальних медіа вже стала предметом дослідження, наприклад у статті Клая Шірки<sup>2</sup>. Можна говорити про розвиток феномену «соціальної влади», яка, згідно з позицією М. Брауера та Р. Бурі, розвивається тоді, коли особа або організація встановлюють себе в якості «експертів» у певній сфері чи районі, тим самим ставши чинником впливу в цій області або районі<sup>3</sup>.

Досліджуються також перспективи практичного використання соціальних мереж, що формуються в умовах сучасних комунікаційних можливостей (Мюллер-Портман, 2006<sup>4</sup>; Уотс, 2004<sup>5</sup>; Джексон, 2003<sup>6</sup> та ін.).

Проте феномен демократії участі у постаті новітніх форм взаємодії громадськості й влади, що актуалізується у практиці європейського управління протягом останніх років, поки що не розкритий.

Метою цієї статті є визначення новітніх тенденцій у політичній комунікації з громадськістю в ЄС на основі технологій соціальних медіа. Завдання – аналіз причин та напрямів використання соціальних мереж та блогів як медіаторів у PR-комунікації інституцій ЄС.

Головною причиною підвищення інтересу до залучення громадськості у процес управління в ЄС є зниження громадської підтримки політики Європейського Союзу, особливо в аспекті останнього розширення та скептичне ставлення до ролі громадян у формуванні політики Союзу, що втілюється як у розчаруванні в ЄС у цілому<sup>7</sup>, так і зменшенні довіри до європейських інституцій зокрема (рис. 1) що пов'язують з феноменом «демократичного дефіциту ЄС»<sup>8</sup>.

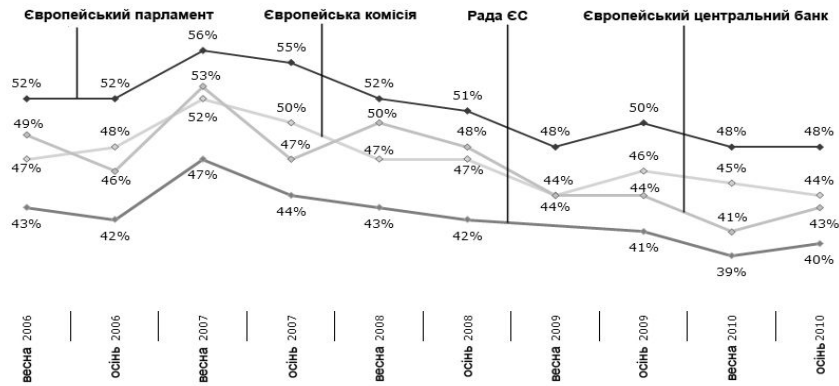


Рис. 1. Зниження рівня довіри до інституцій ЄС<sup>9</sup>

Наявність проблеми “демократичного дефіциту”, спричиненого недоступністю інституцій ЄС для звичайних громадян<sup>10</sup> відображає труднощі, пов'язані зі спробою розвитку демократії на наднаціональному рівні, поза рамками національної держави. У результаті намічається розрив між консенсусом політичних еліт ЄС з приводу доцільності розвитку інтеграції і скепсисом населення щодо загальноєвропейських інститутів, що є серйозною перешкодою для подальшої еволюції Європейського Союзу<sup>11</sup>.

Результати кількох соціологічних опитувань, проведених в останні роки, продемонстрували втрату інтересу до виборів у Європейський парламент<sup>12</sup>, а отже Євросоюзу загрожує втрата зв'язку зі своїми громадянами.

Сьогодні, коли засоби масової інформації залишаються, по суті, національними, актуалізується потреба загальноєвропейських систем публічної комунікації як для підтримки контакту інституцій ЄС із громадянами, так і для громадських обговорень важливих для європейського суспільства тем, як-от конституційні дебати в 2005 р. чи дебати щодо Лісабонського договору.

Безперечно, загальноєвропейську аудиторію і європейський зміст мають такі ЗМІ як Євроньюз, ВВС, інформаційні портали на зразок веб-порталу Європа (europa.eu) та ін. Проте досі загальноєвропейська PR-комунікація залишається переважно односторонньою. Європейські чиновники, зокрема євродепутати, втрачають інформаційний контакт з громадськістю.

Виходом із ситуації є розширення сфери демократії участі, зокрема на базі інтерактивних інформаційно-комунікаційних технологій, де найбільш динамічно розвивається сектор віртуальних соціальних медіа – веб-сайтів або сервісів, які дозволяють користувачам взаємодіяти, співпрацювати, спілкуватися, ділитися інформацією чи брати участь у будь-якій іншій соціальній активності (блоги, вікі, соціальні мережі, подкасти та ін.<sup>13</sup>).

У 2010 р. частка інтернет-користувачів, які є учасниками чат-сайтів, блогів та віртуальних соціальних мереж у межах ЄС-27 досягла 80 % серед осіб у віці 16-24 роки, 42 % серед осіб віком 25-54 роки та 18% – серед осіб у віці 55-74 роки. Частка цієї форми спілкування особливо висока для всіх вікових груп у Польщі, Португалії та Литві. Європейці стають все більш налаштованими на щоденне використання соціальних мереж і надалі витратять набагато більше часу на взаємодію з соціальними медіа<sup>14</sup>.

Найбільш популярними з-поміж соціальних медіа серед користувачів Інтернет стали соціальні мережі. Значення соціальних мереж як засобу політичної комунікації підтверджується їх динамікою та характером цільової аудиторії: у 2008 р. в Європі налічувалося 41,7 млн регулярних користувачів соціальних мереж, а до кінця 2012 р. їх кількість зросте до 107 400 000, причому у 15-річному віці 84% європейських підлітків використовують Інтернет переважно як засіб спілкування через чати, миттєві повідомлення і сайти соціальних мереж<sup>15</sup>. У середньому, європейські користувачі провели 3 години за місяць на сайтах соціальних мереж<sup>16</sup>. Європейці використовують їх, щоб ділитися своїм особистим і професійним досвідом, підтримувати зв'язок з сім'єю та друзями, і організувати громадське життя.

Використання соціальних мереж як середовища комунікації продовжує зростати у Європі стрімкими темпами, хоча, з середини 2010 р. починають проявлятися вже певні ознаки насичення ринку в країнах із найбільшим рівнем використання Інтернет, наприклад у Великобританії<sup>17</sup>.

Із 282 700 000 європейських інтернет-користувачів у віці 15 років і старші, які зайшли в режимі онлайн через домашній або службовий комп'ютер, у грудні 2008 р., 211 млн. (або 74,6%) відвідали сайт соціальної мережі<sup>18</sup>.

Комісар ЄС із інформаційного суспільства та ЗМІ Вівіан Редінг у своїй промові на Форумі безпечного Інтернету 26 вересня 2008 р., в першому публічному виступі на тему соціальних мереж, підтвердила інтерес органів Союзу до цього питання<sup>19</sup>. Зазначений форум, як щорічна конференція з питань безпечного Інтернету, проводиться з 2004 р. У 2008 р. його присвячено тематиці соціальних мереж. Форум був відкритий для зацікавлених неурядових організацій, урядів, правоохоронних органів, організацій дитинства й політиків, учених, представників промисловості, в тому числі інтернет-провайдерів, операторів мобільного зв'язку, представників сайтів соціальних мереж, розробників програмного забезпечення, об'єднавши близько 300 учасників з Європи, США, Бразилії та Австралії.

З метою підготовки Форуму, Європейська Комісія в червні 2008 р. розпочала консультації з громадськістю з відповідної тематики, щоб одержати думки всіх зацікавлених сторін. Результати консультацій з громадськістю були опубліковані он-лайн<sup>20</sup>.

У вказаному вище спічі пані Редінг наголошено, що через відкриту суть соціальних мереж і той факт, що вони забезпечують розвиток культурного розмаїття й підвищення інтерактивності, ці сайти можуть слугувати різним аудиторіям за мінімальних фінансових зусиль і забезпечити нові економічні можливості для європейської промисловості. Маркетинг, реклама, індустрія мобільної комунікації, людські ресурси, розваги – це лише кілька секторів господарства, які вже зазнали стимулюючого впливу під впливом соціальних мереж.

Сайти соціальних мереж сприяють перетворенню людей на активних користувачів нових технологій і дають їм можливість брати активну участь у їхньому соціальному середовищі, пропонуючи можливості для створення нового контенту творчого характеру. Найочевидніше мережі впливають на розвиток і характер соціальних контактів користувачів Інтернет.

У зв'язку з інтенсивним розвитком соціальних контактів, особливо за участю дітей, актуалізувалося питання щодо конфіденційності даних і захисту неповнолітніх.

Ці проблеми було піднято під час громадських консультацій, а офіційні установи ЄС, такі як ENISA (Європейське агентство безпеки мереж та інформації) закликали створити відповідні норми для регулювання діяльності сайтів соціальних мереж з метою захисту користувачів від загроз безпеці<sup>21</sup>.

Розробка законодавства у цьому напрямі в основному пов'язана з директивою Європейського союзу про захист даних 1995 р.<sup>22</sup>, згідно з якою, серед інших правил, забороняється збір особистої інформації без дозволу споживачів, перегляд роботодавцям приватної електронної пошти працівників, і не дозволяється компаніям ділитися особистою інформацією про користувачів без їх дозволу.

Європейська комісія, після консультацій з провідними операторами соціальних мереж (MySpace, Facebook, YouTube, Bebo, Hyves, StudiVZ, Skyrock та ін.), дослідниками й дитячими благодійними організаціями, висловила позицію щодо саморегулювання соціальних мереж за посередництва Комісії. Мета полягає в прийнятті соціальними мережами добровільних керівних принципів щодо використання їх можливостей дітьми. Комісія діє в якості посередника для об'єднання всіх учасників ринку послуг соціальних мереж та інших сторін, зацікавлених у дитячій Інтернет-безпеці. При цьому Комісія спирається на досвід успішного упровадження ініціативи в щодо безпечного використання мобільних телефонів підлітками й дітьми<sup>23</sup>.

У лютому 2008 р. Європейська комісія також запропонувала програму для підвищення рівня безпеки дітей в інтерактивному середовищі на період 2009–2013 рр.<sup>24</sup>. Програма враховує нові розробки як у галузі мобільного контенту, так і сайти соціальних мереж. Принципи безпечних соціальних мереж ЄС, які подано як саморегульовану угоду, що включає в себе керівні принципи щодо використання соціальних мереж дітьми, прийнято в лютому 2009 р.<sup>25</sup>. Ці принципи прийняли більше як 20 провідних операторів соціальних мереж<sup>26</sup>. У рамках Дня безпечного Інтернету 2010 у Страсбурзі Європейська комісія представила результати незалежної оцінки ходу реалізації угоди щодо принципів безпеки соціальних мереж, відмітивши ефективність підходу саморегуляції<sup>27</sup>.

В офіційних джерелах ЄС соціальні мережі класифікують за цільовим призначенням контенту<sup>28</sup>:

- Соціальні мережі загального призначення (Skyrock, Bebo, Netlog, Hyves, StudiVZ.de, Piczo, Zap.lu, MSN, Giovani.it, Arto.dk, Yahoo, One.lt, Grono, Tuenti, Aha.bg);
- Контент-платформи, де користувачі можуть переглянути або завантажити контент, такий як відео або фотографії (Youtube, Dailymotion, Flickr);
- Бізнес-мережі (LinkedIn, Ecademy);
- Дитячі мережі (Club Penguin, Barbiegirls.com);
- Мікро-блоги (Twitter);

– Віртуальні середовища (Second Life, Habbo Hotel).

Можливості соціальних мереж як засобу підвищення рівня громадської активності вже використовуються Європейською комісією. Як відмітила у своїй промові “Соціальні мережі в Європі: успіхи та проблеми” єврокомісар Вівієн Редінг, соціальні мережі можуть бути корисні для громадських і професійних організацій та суспільства в цілому, їх сайти призводять до виникнення нових економічних можливостей для європейської промисловості, їх відкритість, гнучкість культурне розмаїття та високий рівень інтерактивності, а також той факт, що вони можуть обслуговувати декілька різних аудиторій, перетворює їх в середовище для бізнесу та інновацій, яке не можна ігнорувати<sup>29</sup>. Про значення соціальних медіа говорить те, що світові бренди перейшли від звичайного присутності в соціальних мережах, до більш активного використання цього виду медіа. Серед 100 найбільших компаній зі списку Fortune Global 500 25% використовують по чотири соціальні медіаканали: Facebook, Twitter, YouTube і корпоративні блоги. А 84% брендів користуються принаймні однією з цих платформ<sup>30</sup>.

На сайті Європейської комісії відмічено переваги соціальних мереж<sup>31</sup>:

- більш тісна взаємодія користувачів: члени соціальної мережі можуть створювати та спільно використовувати контент (інформацію, відео, фотографії, поради), організувати за допомогою мережі Інтернет своє соціальне і політичне життя, відпочинок чи ділові плани;
- безперервне створення нових інструментів: створення соціальної мережі не вимагає великих інвестицій і порівняно нескладне для компаній на ринку. Чим більша конкуренція, тим більше компаній почали залучати користувачів за допомогою нових і цікавих послуг;
- нові способи ведення бізнесу: соціальні мережі є ефективним інструментом у формуванні попиту й стимулюванні збуту, даючи змогу застосовувати нові методи маркетингової PR-комунікації;
- забезпечення зручного способу міжособистісної комунікації: спілкування з однокласниками, друзями, підтримка зв'язку з родичами, обговорення спільних тем у групах за інтересами незалежно від відстані.

В останні кілька місяців ми стали свідками значного збільшення присутності європейських уповноважених на різних соціальних мережах.

На прикладі Інтернет-медійної активності колишнього уповноваженого з питань конкуренції Нелі Крус, яка, ставши нинішнім єврокомісаром у справах цифрового порядку денного, активно упроваджує принцип активного включення громадян та інституцій ЄС у простір віртуальної комунікації засобами Інтернет та під керівництвом якої розроблено прийнятий 26 серпня 2010 р. “Цифровий порядок денний для Європи”<sup>32</sup>, можна проілюструвати типовий сучасний підхід євровичовників до організації PR-комунікацій. Серед інструментів PR-комунікації Нелі Крус – акаунт на Twitter та сторінка на Facebook. Для розміщення в мережі фотографій вона використовує Flickr, а для подачі відео – канали YouTube і Dailymotion. Крім потужних міжнародних мереж використовуються також і європейські – голландська Nuyes і бельгійська Netlog. Соціальні мережі використовуються для розміщення оперативних повідомлень політичного змісту. Вже протягом декількох хвилин після події команда єврокомісара забезпечує розміщення фото, відео й текстовий контент на сайтах для публічного доступу й ознайомлення. Також сама пані Крус дописує на соціальні мережі з власного мобільного телефону, коментуючи поточні події.

Окрім Нелі Крус використовують власні службові сторінки на Facebook також комісари Янез Поточнік, Мішель Барньє, Януш Левандовські, Марія Даманакі, Крісталіна Георгієва і Дачан Чолош. У соціальних мережах мають свої сторінки генеральні директорати Комісії (Зовнішніх справ, Економічних і фінансових питань, Розвитку, Охорони здоров'я та споживачів), Європейське патентне відомство, ряд агентств і служб, а також представництв ЄС.

У 2010 році Європейським бюро з відбору персоналу (EPSO) запроваджено нову процедуру для вибору постійного персоналу для установ ЄС. Із запуском сервісу “AD5 конкуренція” розпочато активне просування кар'єрної служби ЄС на Facebook і Twitter. Головною метою було наближення кар'єрного сервісу до молодшої аудиторії і покращення доступу для кандидатів по всій Європі. На початок 2011 р. лише англійською версією сервісу на Facebook вже скористалися 14506 людей<sup>33</sup>.

Проте найбільш результативним, очевидно, було упровадження представництва в соціальних медіа Європейського парламенту. Створення сторінок у найпопулярніших соціальних мережах у період підготовки до виборів 2009 р. було зумовлено прогнозованим суттєвим зменшенням участі громадян у виборах, навіть у порівнянні з 45 % явки у 2004 р. На відміну від національних виборчих проектів у соціальних медіа Європарламент не мав жодної політичної мети окрім спроби підвищити активність виборців. Перші сторінки було утворено на MySpace – у квітні та Facebook – у травні 2009 р. Також утворено блог Європарламенту. Для консультацій щодо підготовки нового формату

комунікації з громадськістю було залучено експерта з Великобританії Пола Марсдена. Безпосередньо після завершення голосування розпочато обговорення результатів у контактному середовищі соціальних медіа на 8 платформах (у тому числі Facebook, MySpace, Bebo, OneNet) і 22 мовах (усіма офіційними мовами ЄС окрім ірландської).

Результатами реалізації програми комунікації через соціальні медіа стали 55 000 шанувальників Європарламенту на Facebook, з яких більшість репрезентували Італію, Німеччину, Францію, Іспанію, Польщу та Бельгію й відносно небагато – Великобританію. Всього веб-сайт Європарламенту з метою ознайомитися з результатами виборів відвідало 500 000 користувачів Інтернет, які перебували в он-лайн-контакті 2,5 – 3 хв. Третина цього трафіку пов'язано з переходом із сайтів соціальних мереж<sup>34</sup>.

Про значення соціальних медіа свідчить також частка соціальної медіа-комунікації у загальному бюджеті виборчої кампанії (2,5 млн із 18 млн).

Іншим важливим напрямом розвитку соціальної медіа-комунікації ЄС стали блоги, перші з яких з'явилися в офіційному медіа-просторі ЄС у період загострення економічної кризи 2008 р., коли суттєво актуалізувалося питання оперативності поточної інформації про ситуацію в ЄС. Одним з перших був блог уповноваженої Нелі Крус<sup>35</sup>. Те що зазначений блог створено на базі безкоштовного програмного забезпечення з відкритим кодом WordPress відображає один з базових принципів розвитку політики ЄС у сфері інформаційних технологій – надання переваги програмному забезпеченню типу Open Source (відкритого коду). Соціальні медіа стають необхідним засобом комунікації передусім для проактивних громадян, які отримують інформацію переважно в мережі Інтернет і цікавляться європейською проблематикою в аспекті її сприйняття контактними групами віртуальних спільнот.

Окрім згаданих вище блогів Європарламенту і Нелі Крус свої мережні щоденники ведуть уповноважені Андріс Пієбалгс, Сесілія Мальмстрьом, Крісталіна Георгієва. Функціонують також блоги представництв Комісії у країнах ЄС, Економічного і соціального комітету, Європейського агентства з безпеки та гігієни праці (OSHA).

Особливостями блогів європейської тематики є<sup>36</sup>:

– велика роль блогів загальної тематики (більша кількість і більша впливовість) на протигагу тематичним – на відміну від краще розвиненої блогосфери, наприклад, США, де основна кількість блогів охоплює тематичні області охорони здоров'я, фінансових послуг, технологій та енергії (що свідчить про відносно нижчий рівень розвитку європейської блогінг-культури);

– сьогодні, як інструменти європейської політичної комунікації з громадськістю, використовуються як незалежні, так і блоги, утворені у межах діяльності традиційних медійних організацій (наприклад BBC) і їх вплив є досить значним;

– для створення і підтримки блогів використовуються популярні блогінг-платформи, що робить блоги ЄС більш доступними для широкої громадськості.

В опублікованому компанією Waggener Edstrom звіті “Brussels Blogger Study 2010”<sup>37</sup> запропоновано рейтингову оцінку блогів європейської політичної тематики за індексом впливовості, де перші позиції зайняли блоги BBC – Gavin Hewitt's Europe, Brussels Blog, The Digger. Примітно, що у цьому переліку знаходяться блоги офіційних інституцій та осіб ЄС

Можемо стверджувати що роль блогів, як і загалом соціальних медіа в європейській PR-комунікації зростатиме й далі, а самі сайти соціальних медіа пропонуватимуть більш спеціалізовану й достовірну інформацію вищої якості усіма офіційними мовами ЄС.

Таким чином, відзначимо стрімке зростання значення соціальних медіа у політичній PR-комунікації ЄС. Сьогодні уряд та інституції ЄС працюють у напрямі виявлення і реалізації способів надання громадянам більших можливостей участі у політичному процесі, створення інструментів для забезпечення громадянам легкого доступу до інформації, яка стосується прийняття адміністративних рішень. Підвищення прозорості управління й участі громадськості у прийнятті рішень мають поліпшити якість законодавства і підвищити рівень згуртування європейського суспільства. Широке залучення соціальних медіа має на меті зменшення проблеми “дефіциту демократії” в ЄС.

В останні роки Європейський Союз та його держави-члени розгорнули широку діяльність для застосування дієвих механізмів та рішень щодо розширення і покращення участі громадян у політичному процесі Співтовариства, що вимагає подальшого дослідження.

<sup>1</sup> Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein (2010). “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media” // Business Horizons, Vol. 53, No. 1. (13 January 2010), pp. 59-68.

<sup>2</sup> Shirky Clay. The Political Power of Social Media // Foreign Affairs, January/February 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: / <http://www.foreignaffairs.com/articles/67038/clay-shirky/the-political-power-of-social-media>.

- <sup>3</sup> Brauer Markus, Bourhis Richard Y. Social power // European Journal of Social Psychology. – Volume 36, Issue 4, July/August 2006. – P. 601–616.
- <sup>4</sup> Müller-Prothmann, Tobias (2006): Leveraging Knowledge Communication for Innovation. Framework, Methods and Applications of Social Network Analysis in Research and Development, Frankfurt a. M. et al.: Peter Lang, ISBN 0-8204-9889-0.
- <sup>5</sup> Watts, Duncan J. (2004). Six Degrees: The Science of a Connected Age. W. W. Norton & Company. ISBN 0393325423.
- <sup>6</sup> Jackson, Matthew O. (2003). "A Strategic Model of Social and Economic Networks". Journal of Economic Theory 71: 44–74.
- <sup>7</sup> European Commission, "EU Communication and the citizens decision makers", Eurobarometer analytical report, 189b, 2006. ; European Commission, "White paper on a European Communication Policy", COM(2006) 35, Brussels, 2006.
- <sup>8</sup> Follesdal, A and Hix, S. (2005) 'Why there is a democratic deficit in the EU' European Governance Papers (EUROGOV) No. C-05-02.
- <sup>9</sup> Eurobaromètre Standard 74 – Automne 2010. L'OPINION PUBLIQUE DANS L'UNION EUROPEENNE : Etude réalisée par TNS Opinion & Social à la demande de la Commission européenne – Direction générale Communication. – TNS Opinion & Social Avenue Herrmann Debroux, 40 1160 Bruxelles Belgique [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb74/eb74\\_publ\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb74/eb74_publ_fr.pdf).
- <sup>10</sup> Democratic Deficit [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://europa.eu/scadplus/glossary/democratic\\_deficit\\_en.htm](http://europa.eu/scadplus/glossary/democratic_deficit_en.htm).
- <sup>11</sup> Moravcsik A. In defence of the "democratic deficit": Reassessing the legitimacy of the European Union // Journal of Common Market Studies. Vol. 40. № 4. P. 603-634.
- <sup>12</sup> Eurobaromètre Standard 74 – Automne 2010..... – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/eb/eb74/eb74\\_publ\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb74/eb74_publ_fr.pdf).
- <sup>13</sup> Social media [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_media](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media).
- <sup>14</sup> Mitchell Mary, Callington Tim. Social Media Mapping in Europe: Continuing the trend of Facebook [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://edelmandigital.com/2010/11/22/social-media-mapping-in-europe-continuing-the-trend-of-facebook/>.
- <sup>15</sup> Facts & figures about social networking [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/information\\_society/activities/social\\_networking/facts/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/activities/social_networking/facts/index_en.htm).
- <sup>16</sup> Making the most of social networking [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/information\\_society/activities/social\\_networking/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/activities/social_networking/index_en.htm).
- <sup>17</sup> von Abrams Karin. Facebook Usage Still Rising in Europe, but UK Growth Slows [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.emarketer.tv/\(X\(1\)S\(4twcz2nigak5mc55jfiowa45\)\)/Article.aspx?R=1007888&AspxAutoDetectCookieSupport=1](http://www.emarketer.tv/(X(1)S(4twcz2nigak5mc55jfiowa45))/Article.aspx?R=1007888&AspxAutoDetectCookieSupport=1).
- <sup>18</sup> Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media" // Business Horizons, Vol. 53, No. 1. (13 January 2010), pp. 59-68.
- <sup>19</sup> Reding Viviane. Social Networking in Europe: success and challenges [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/08/465>.
- <sup>20</sup> Public Consultation on Age Verification, Cross Media Rating and Social Networking [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/information\\_society/activities/sip/policy/consultations/ageverif\\_sns/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/policy/consultations/ageverif_sns/index_en.htm).
- <sup>21</sup> Social Networking Sites // [http://www.enisa.europa.eu/media/key-documents/fact-sheets/SNS\\_May\\_2008-1.pdf](http://www.enisa.europa.eu/media/key-documents/fact-sheets/SNS_May_2008-1.pdf).
- <sup>22</sup> 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.
- <sup>23</sup> Mobile operators agree on how to safeguard children using mobile phones [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/139&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>.
- <sup>24</sup> An even safer internet for children [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/08/310&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>.
- <sup>25</sup> Safer Social Networking Principles for the EU [Електронний ресурс]. – Режим доступу: / [http://ec.europa.eu/information\\_society/activities/social\\_networking/docs/sn\\_principles.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/activities/social_networking/docs/sn_principles.pdf).
- <sup>26</sup> Там само.
- <sup>27</sup> Evaluation of the Implementation of the Safer Social Networking Principles for the EU Part I: General Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/information\\_society/activities/social\\_networking/docs/final\\_report/first\\_part.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/activities/social_networking/docs/final_report/first_part.pdf).
- <sup>28</sup> Facts & figures about social networking [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/information\\_society/activities/social\\_networking/facts/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/activities/social_networking/facts/index_en.htm).
- <sup>29</sup> Reding Viviane. Social Networking in Europe: success and challenges [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/08/465>.
- <sup>30</sup> 2011 Fortune Global 100 Social Media Study [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://bursonmarsteller.com/Innovation\\_and\\_insights/blogs\\_and\\_podcasts/BM\\_Blog/Lists/Posts/Post.aspx?ID=254](http://bursonmarsteller.com/Innovation_and_insights/blogs_and_podcasts/BM_Blog/Lists/Posts/Post.aspx?ID=254).
- <sup>31</sup> Advantages of social networking: create and share with the rest of the world! [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/information\\_society/activities/social\\_networking/opps\\_risks/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/activities/social_networking/opps_risks/index_en.htm).
- <sup>32</sup> Digital Agenda for Europe [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52010DC0245R\(01\):EN:NOT](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52010DC0245R(01):EN:NOT)
- <sup>33</sup> EPSO recruiting through social media [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://blogs.ec.europa.eu/waltzing\\_matilda/epso-recruiting-through-social-media/](http://blogs.ec.europa.eu/waltzing_matilda/epso-recruiting-through-social-media/).
- <sup>34</sup> The European Parliament's experience with social media – a post election reflection [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bentekalsnes.wordpress.com/2009/08/03/the-european-parliaments-experience-with-social-media-a-post-election-reflection/>.
- <sup>35</sup> Офіційний блог Нелі Крус [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blogs.ec.europa.eu/neelie-kroes/nga2011/>.
- <sup>36</sup> EPSO recruiting through social media [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://blogs.ec.europa.eu/waltzing\\_matilda/epso-recruiting-through-social-media/](http://blogs.ec.europa.eu/waltzing_matilda/epso-recruiting-through-social-media/).
- <sup>37</sup> The Influence Index. Political blogging and social media in Brussels [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.jonworth.eu/downloads/Influence-Index-Report.pdf](http://www.jonworth.eu/downloads/Influence-Index-Report.pdf).