

Natalia Karpchuk
Lesia Ukrainka Eastern European National University
Karpchuk73@mail.ru

Комунікаційна політика Данії в контексті комунікаційної політики Європейського Союзу

Communication Policy of Denmark in the Context of the European Union Communication Policy

Streszczenie:

Polityka komunikacyjna obejmuje zestaw zasad i środków ukierunkowanych na obiektywne i bezstronne upowszechnienie informacji, ustanowienie przejrzystych stosunków między władzą a społeczeństwem obywatelskim i biznesem, przysłuchiwanie się potrzebom i wymaganiom obywateli, udział obywateli w procesie podejmowania ważnych decyzji. Unia Europejska opracowuje zasady i sposoby realizacji polityki komunikacyjnej poprzez szereg regulaminów. Państwa członkowskie na podstawie ustalonych zasad rozwijają przejrzyste stosunki między rządem i społecznością, licząc się z potrzebami i interesami swoich obywateli. Celem przeprowadzonego badania jest analiza konkretnych działań polityki komunikacyjnej Danii jako kraju, który zajmuje pierwsze miejsce wśród krajów członkowskich UE w zakresie poziomu umiejętności elektronicznych ludności. Badanie przeprowadzono na podstawie analizy aktów prawnych i stron internetowych.

Słowa kluczowe: polityka komunikacyjna, kompetencje cyfrowe, proces konsultacji, e-zarządzanie, polityka językowa, polityki medialna

Summary: Communication policy covers the set of principles and measures directed at objective and unprejudiced dissemination of information, establishment of transparent relations between the authority and civil society and business, listening to citizens' needs and requirements, involving citizens in the decision-making process. The European Union elaborates the principles and directions of the communication policy implementation in a number of normative documents. The EU member-states take the defined principles as the basis and develop transparent relations between the authority bodies and society, paying great attention to the needs and interests of their citizens. The aim of the article is to analyze the specific measures of Denmark's communication policy as the state that occupies the top ranking position according to the citizens' e-skills level. The research is grounded on the analyses of normative documents and sites.

Keywords: politics, communication policy, digital literacy, consultation process, e-governance, language policy, media

1. Концепт «комунікаційна політика»

Комунікаційна політика – невід’ємний елемент політичної системи суспільства, частина суспільно-політичної свідомості буття людини. Тому загалом, на відміну від інформаційної політики, вона стосується особливостей побудови і функціонування різноманітних засобів політичної інформації; розробки і вдосконалення знакової, символічної і 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 і діяльність суб’єктів політики, формування громадської думки, перебіг електоральних процесів, політичне управління суспільством.

Прикладне дослідження комунікації взагалі й комунікаційної політики зокрема розпочалося навколо дискусій, які ініціювалися ЮНЕСКО, а саме:

- ЮНЕСКО зосередила свою увагу на ролі комунікації у розвитку ще з часу свого заснування у 1946 р. (це відображено у ст. 1.2 Конституції ЮНЕСКО²⁶);
- 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 у країнах в процесі їх економічного та соціального розвитку²⁷;
- у 1962 р. ЮНЕСКО замовила публікацію дослідження В. Шрамма *Засоби масової інформації та національний розвиток: роль інформації у країнах, що розвиваються*²⁸, у якому науковець запропонував логічне обґрунтування використання ЗМІ у ході формування нації;
- у 1969 р. на зустрічі експертів з масової комунікації та суспільства представлено обґрунтоване, систематизоване дослідження процесів масової комунікації у країнах, що розвиваються (аналіз медіа організацій, власності та фінансової підтримки, етика прийняття рішень у виробництві

²⁶ Статут Організації Об’єднаних Націй з питань освіти, науки і культури, http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_014; [accessed: 10.09.2014].

²⁷ *Freedom of Information*, in: *Resolutions adopted by the General Assembly at its 13th session*, http://www.un.org/depts/dhl/resguide/r13_en.shtml; [accessed: 10.09.2014].

²⁸ W. Schramm, *Mass media and national development: the role of information in the developing countries*, Stanford 1964, Stanford University Press, <http://unesdoc.unesco.org/images/0008/000872/087299eb.pdf>; [accessed: 10.09.2014].

медіа, система цінностей комунікаторів та їх роль у суспільстві, реальні та можливі цілі ЗМІ)²⁹;

- у 1971 р. у полі зору ЮНЕСКО такі питання: хто керує та контролює ЗМІ, чийм інтересам вони служать, які ресурси використовують, яка природа їх 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 планування³⁰;
- 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 у 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 латентними, не повністю узгодженими і не чітко артикульованими»³¹.

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 у процеси розвитку і охоплює ЗМІ, телекомунікації, ІКТ, організовану міжособистісну комунікацію та усі 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 колеги вважають, що комунікаційна політика стосується основних / керівних принципів з питань власності, поширення та використання комунікаційних ресурсів; визначає роль комунікації в суспільстві, стосунки між мас медіа, урядом та бізнесом; забезпечує рамки, в межах яких

²⁹ *The Right to Communicate: the Status Report*, in: *Reports and Papers on Mass Communication*, <http://unesdoc.unesco.org/images/0005/000503/050335eo.pdf>; [accessed: 10.09.2014].

³⁰ A. Hancock, *Communication Planning for Development*, France, UNESCO, 1981, p. 198.

³¹ M.A. Rodrigues Dias, J.A. R. Lee, K. Nordenstreng, O.A. Wiio, *National communication Policy Councils. Principles and Experiences*, 1979, <http://unesdoc.unesco.org/images/0003/000370/037074eo.pdf>; [accessed: 02.08.2014].

згадані структури можуть трансформуватися, щоб підтримувати цілі побудови справедливого та гуманістичного суспільства³².

Світовий банк пропонує таке визначення комунікації: «процес, який полегшує розподіл знань для досягнення позитивних змін у сфері розвитку. Це – ефективне поширення інформації та професійна організація діалогу зі стейкхолдерами»³³.

Світовий конгрес з комунікації для розвитку визначає комунікацію як «соціальний процес, який заснований на діалозі з використанням широкої різноманітності засобів та методів. Це пошук змін на рівні слухання, формування довіри, поширення знань та навичок, розбудова політик, обговорення та навчання для сталих та усвідомлених змін»³⁴.

Міністерство закордонних справ Данії тлумачить комунікацію як «розвиток вільних, відкритих та плюралістичних мас медіа, які створюють комунікаційні структури для демократичного діалогу між учасниками комунікаційного процесу; розвиток комунікаційних процесів, які створюють контекст та шлях спрямування діалогу»³⁵.

Запропоновані визначення наголошують на діяльнісному, прикладному аспекті комунікації, тому вважаємо, що, попри використання терміну, у їх полі зору саме розуміння комунікаційної політики.

Ще у 1980 р. Доповідь Ш. МакБрайда *Багато голосів. Один світ* звертала увагу на важливості комунікаційних політик: «Стратегії розвитку повинні поєднувати комунікаційні політики як невід’ємну частину у визначенні потреб та у створенні і 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

³² F. A. Braid, R. R. Tuazon, N. O. Gamolo, *A Reader on Information and Communication Technology*, Manila, 2007: Asian Institute of Journalism and Communication (AIJC) and United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) National Commission of the Philippines, <http://ww2.aijc.com.ph/PCCF/mediamuseum/who'who/whos'who-comm-ed-braid.htm>; [accessed: 10.09.2014].

³³ *World Congress on Communication for Development website*, <http://go.worldbank.org/WR87Z58FK0>; [accessed: 12.07.2014].

³⁴ *The Rome Consensus: Communication for Development - A Major Pillar for Development and Change*, in: *World Congress on Communication for Development*, 2006, <http://topics.developmentgateway.org/ict/rc/filedownload.do~itemId=1079207>; [accessed: 12.07.2014].

³⁵ *Guiding Note on Indicators for Communication for Development. 2005*, Denmark: Danida – summary on-line: <http://www.comminet.com/evaluations/eval2007/evaluations-400.html>; [accessed: 12.07.2014].

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 широкими консультаціями з усіма зацікавленими секторами, результатом чого стане визначення цілей та шляхів їх імплементації за участі організованих соціальних груп»³⁶.

З два роки до цього у 1978 р. група експертів, 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 цілей³⁷:

- створити у 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;
- сприяти співпраці та координації між різноманітними агенціями та організаціями публічного та приватного секторів, які задіяні в процеси 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.

Г. Бергенхольц пропонує загальне та специфічне тлумачення комунікаційної політики³⁸:

Загальна комунікаційна політика охоплює відповідний контроль внутрішньої та зовнішньої комунікації організації для того, щоб посилити функціональність організації, включаючи розвиток продукту та продаж.

³⁶ S. MacBride, *Many Voices, One World*. 1980, <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066eb.pdf>; [accessed: 10.09.2014].

³⁷ *The Right to Communicate: the Status Report*, in: *Reports and Papers on Mass Communication*, <http://unesdoc.unesco.org/images/0005/000503/050335eo.pdf>; [accessed: 10.09.2014].

³⁸ H. Bergenholtz, *Towards a definition of "communication policy", "language policy", and "language planning"*, "Stellenbosch Papers in Linguistics PLUS", 2006 vol. 34, p. 1-34, <http://sun025.sun.ac.za/portal/page/portal/Arts/Departments/linguistics/documents/SPIPLUS34-Bergenholtz.pdf>; [accessed: 10.09.2014].

Зазвичай комунікаційна політика бере до уваги цінності та ідей організації. Загальна комунікаційна політика є «мовно незалежною», створюється та використовується компаніями, організаціями та наднаціональною владою. 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 чи документів. Такі заборони охоплюють вимоги щодо загального чи обмеженого доступу чи використання специфічної інформації.

Вважаємо, що концепція Г. Бергенхольца більше стосується мовного аспекту комунікаційної політики, ніж її політичної ролі у демократичному суспільстві, що є полі зору цього дослідження.

Зважаючи на усе сказане вище під комунікаційною політикою будемо розуміти комплекс принципів та заходів, зорієнтованих на об'єктивне та неупереджене поширення інформації, встановлення прозорих стосунків між владою та громадянським суспільством і бізнесом, дослуховування до потреб та вимог громадян, залучення громадян до процесів прийняття важливих рішень.

2. Засади комунікаційної політики Європейського Союзу

Шлях ЄС до усвідомлення важливості комунікації, а не суто інформування, був тривалим. Результатом спроб та помилок стало прийняття

- у серпні 2004 р. Інформаційно-комунікаційної Стратегії, основою якої є децентралізація та делегування ініціативи, послідовність та гнучкість послань, партнерські угоди з державами-членами та багатофункціональний мультимедійний підхід;
- у липні 2005 р. Плану Дій Комісії з покращення комунікації в Європі, в основі якого – три принципи: слухання (громадяни ЄС мають бути не лише проінформовані, але й почуті), повідомлення інформації про те, як європейські політики впливають на повсякденне життя громадян та встановлення контактів на місцевому рівні (як канали комунікації використовуються місцеві форуми та деякі ЗМІ)³⁹;
- у жовтні 2005 р. Плану Д для демократії, діалогу та дебатів, мета якого – залучити громадян до широкомасштабних обговорень з питань

³⁹ *Action Plan to improve communicating Europe by the Commission*, http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/communication_com_en.pdf; [accessed: 12.07.2014].

Європейського Союзу, а саме: для чого він створений, куди рухається, що має робити⁴⁰;

- у лютому 2006 р. Білої книги з Європейської комунікаційної політики, у якій Європейська комісія пропонує фундаментально новий підхід: рішучий відхід від однієїсторонньої комунікації до посилення діалогу; від комунікації, зосередженої на інституціях, до комунікації, зосередженої на громадянах. Комунікація має стати політикою ЄС на службі громадян. Вона повинна базуватися на справжньому діалозі між людьми та політиками і на жвавих дискусіях між самими громадянами. Усі прошарки суспільства повинні мати право на чесну та повну інформацію про ЄС і бути впевненими, що їх погляди та переживання почуті інституціями ЄС⁴¹.

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, загальна мета якої – посилити зв'язок та взаємодію між діяльністю різних інституцій ЄС та держав-членів, щоб запропонувати громадянам кращий доступ та краще розуміння впливу політик ЄС на європейському, національному та місцевому рівнях. Зокрема 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 та брати участь в громадських дебатах з питань ЄС. Інституції ЄС сприяють багатомовності та культурному різноманіттю у здійсненні комунікації. Ефективна комунікація здійснюється лише за партнерського підходу інституцій ЄС та держав-членів. Кожна інституція ЄС та держава-член несуть індивідуальну відповідальність за свою комунікаційну стратегію та пріоритети.

Ключовими напрямками реалізації комунікаційної політики ЄС є електронне врядування, медіа політика та політика мультимедіа.

⁴⁰ *Plan D for Democracy, Dialogue and Debate*,

http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/decisionmaking_process/a30000_en.htm; [accessed: 10.09.2014].

⁴¹ *White Paper on a European Communication Policy*,

http://europa.eu/documents/comm/white_papers/pdf/com2006_35_en.pdf; [accessed: 10.09.2014].

3. Напрями комунікаційної політики Данії

Європейський Союз розробляє загальні напрями своїх політик, а держави-члени вносять відповідні зміни чи доповнення до своєї нормативно-правової бази, розвивають пріоритетні напрями, акцентовані Союзом. Держави-члени не мають спеціально розроблених комунікаційних політик, зафіксованих в окремому документі. Однак вони досить активно розробляють згадані вище напрями комунікаційної політики. Однією з таких держав є Данія.

У 2010 р. на замовлення Європейської комісії незалежна консалтингова фірма Emaprigo провела дослідження оцінки національних політик у сфері ІКТ та цифрових навичок громадян усіх країн (27 у той час) ЄС⁴². Перша і найвища категорія Група А включає країни з дуже високим рівнем цифрової грамотності та електронних навичок робочої сили: Швеція, Фінляндія та Данія. У цих країнах цифрова грамотність є результатом успішних політик, започаткованих у минулому, та системи освіти та тренінгів. Єдиний визначений недолік – потреба у висококваліфікованих ІТ спеціалістах у промисловості.

У січні 2010 р. уряду Данії запропоновано 40 рекомендацій, як зробити країну високошвидкісним суспільством. Для досягнення такої амбітної мети уряд планує інвестиції в технології для створення нових шляхів роботи та організаційної структури до 2015 р. (проекти для соціальної сфери та охорони здоров'я). Данці надають перевагу Інтернету у пошуку інформації про товари та послуги, здійснюють он-лайн покупки та завантажують ігри. 100% підприємств та 75 % громадян користуються послугами е-урядування.

Завдяки невеликому розміру країни, де «всі знають усіх» традиційною особливістю Данії вважається консультаційний процес (офіційний та неофіційний) з ключовими стейкхолдерами та урядом. Консультації базуються на політичній культурі пошуку консенсусу між коаліційними партіями та прийняття компромісу. Останніми роками 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 зорієнтований, перш за все, на іноземців, бо надає велику кількість пізнавальної та необхідної інформації про політичний устрій держави, особливості географічного розташування та клімату, стиль життя, традиції, практичну інформацію (про освіту, пошук роботи, ви-

⁴² T. Husing, W. B. Korte, *Evaluation of the Implementation of the Communication of the European Commission E-Skills for the 21 century*, 2010,

http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/ict/files/reports/eskills21_final_report_en; [accessed: 10.09.2014].

значні місця, які варто відвідати), пропонує перехід на сайти міністерств тощо. Сайт ілюстрований величезною кількістю фотографій та відео матеріалів. Блогери діляться своїми порадами проживання в Данії. Сайт пропонується англійською, німецькою, іспанською, французькою, португальською, російською, китайською та арабською⁴³. Сайт пропонує також вихід на сторінки уряду Данії, у якому однак не має спеціального підрозділу з політик ЄС.

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 коментарі⁴⁴.

Уряд Данії займаю проактивну позицію щодо доступності 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 видаються міністерствами, урядовими органами, 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.dk*⁴⁵. 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 у Данії, отримати зразки документів⁴⁶. Громадський портал *Borger.dk* (існує з 2007 р.) забезпечує легкий доступ до сектору публічної інформації, допомагає розв'язати питання, пов'язані з наданням послуг⁴⁷ (зорієнтований суто на місцевих жителів і надає інформацію лише данською, на відміну від згаданих вище порталів, які пропонують також англійський варіант).

Стратегія електронного врядування на 2011-2015 рр. визначає такі ініціативи уряду Данії: ефективна цифрова комунікація з громадянами, цифрові технології

⁴³ *denmark.dk*, on-line: <http://denmark.dk/en/quick-facts/>; [accessed: 10.09.2014].

⁴⁴ *Høringsportalen*, on-line: www.borger.dk/forside/lovgivning/hoeringsportale; [accessed: 10.09.2014].

⁴⁵ *Transparency through consultation and communication*, <http://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/44912510.pdf>; [accessed: 10.09.2014].

⁴⁶ *Virk.dk*, <http://english.virk.dk/home.html>; [accessed: 10.09.2014].

⁴⁷ *Borger.dk*, <https://www.borger.dk/Sider/default.aspx>; [accessed: 10.09.2014].

для бізнесу (цифрова пошта для усіх компаній, доступ до даних компаній через бізнес портал, доступні дані для громадськості тощо), ІТ в школах, цифрова комунікація з пацієнтами, ІТ для реалізації соціальних ініціатив, ІТ підтримка пошуку роботи, цифрові університети, спільна платформа для ефективного управління довкіллям тощо⁴⁸.

Уряд визнає нагальну потребу більш ефективної комунікації між громадянами та владою. Цифрові канали комунікації повинні не просто стати альтернативою традиційним паперовим повідомленням, вони повинні їх замінити. Як результат, усі громадяни мають використовувати Інтернет будь-де для задоволення своїх інформаційних та комунікаційних потреб. Тим, хто необізнаний з цифровими каналами комунікації, буде надаватися допомога; особлива увага приділяється людям з обмеженими фізичними можливостями. Передбачається, що найпізніше до кінця 2014 р. усі громадяни матимуть власні цифрові скриньки, в 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.

Ефективну комунікаційну політику проводить також Міністерство закордонних справ Данії, яке кожних три роки вдосконалює та коректує свої плани з комунікації. Так, у комунікаційній політиці МЗС Данії на 2010-2013 рр. йдеться про 4 стратегічні пріоритети:

- проактивна прес активність, що стосується зовнішньої комунікації: активність преси залежить від відкритості, доступності, відповіді на запитання та готовності надавати інформацію. МЗС Данії сьогодні вважається привабливою організацією для журналістів завдяки своїй відкритості та транспарентності;
- посилений діалог через соціальні медіа, які дають змогу МЗС вступати в прямий діалог з цільовими групами;
- живі картинки як ключовий засіб: загалом уся комунікація МЗС є текстовою, використання живих картинок полегшує сприйняття та додає довіри, бо слугує наочним доказом написаного;

⁴⁸ *E-Government Strategy 2011-2015*,

http://www.digst.dk/~media/Files/Digitaliseringsstrategi/Engelsk_strategi_tilgaengelig.pdf; [accessed: 10.09.2014].

- посилена корпоративна комунікація сприяє більшому задоволенню від роботи, посиленню якості виконання завдань та оперативності діяльності. Веб-сайт МЗС та Інтранет є основними каналами комунікації⁴⁹.

Офіційною мовою Данії є данська, якою розмовляє 80 % населення; серед 10 % населення, що розмовляє мовами меншин, офіційно визнаною є лише німецька. Законодавство закріплює офіційний статус за фарерською та гренландською мовами на Фарерських островах та у Гренландії.

У 1987 р. Данія ратифікувала Конвенцію скандинавської мови, яка оберігає право громадян Скандинавських країн використовувати свої мови у спілкуванні з владою у цих країнах. Згідно з Конвенцією громадяни Скандинавських країн мають право звертатися до громадських інституцій будь-якої Скандинавської країни своєю рідною мовою.

У 2006 р. була ратифікована Декларація скандинавської мови, яка є спільним документом Північної ради. Згідно з цією декларацією усі національні мови та мови меншин повинні підтримуватися і захищатися; університети мають дотримуватися стратегії використання англійської паралельно з національними мовами; громадяни Скандинавських країн мають право вивчати рідну мову, мову міжнародного значення та іншу іноземну мову. Данія також (спів) фінансує вивчення данської закордоном. Конституція держави чи інший закон не регулюють використання данської чи інших мов. Не має також офіційного визнання мови глухонімих⁵⁰.

Мовна політика Данії не закріплена в жодному нормативному документі і слугує лише як рекомендація до використання. У 1955 р. створено відділ данської мови (*Dansk Sprognaevn*), який надає поради щодо використання мови, але навіть не робить спроб контролювати еволюцію мови. У травні 2000 р. Міністерство у справах культури провело конференцію, яка закінчилася обіцянкою розробити мовну політику. У 2008 р. Міністерство культури Данії представило доповідь (*Sprog til tiden*) з метою посилення позицій данської мови. Громадяни повинні відчувати радість та гордість, розмовляючи данською; для цього запропоновано такі 3 ініціативи:

- просилити використання данської вдома, в соціальній сфері та у школі;
- посилити данську в університетах;

⁴⁹ *Ministry of Foreign Affairs Communication Policy 2010 – 2013*, <http://um.dk/en/politics-and-diplomacy/>; [accessed: 10.09.2014].

⁵⁰ *Language rich Europe: Denmark*, on-line: <http://www.language-rich.eu/home/country-profiles/profiles-overview/denmark.html>; [accessed: 10.09.2014].

- з вересня 2010 р. на сайті <http://www.gangisproget.dk> розпочато кампанію для створення відчуття радості від використання данської⁵¹.

Європейська комісія просуває ідею багатомовного громадянства у мультилінгвальній Європі; мовна політика Данії зорієнтована лише на двомовність своїх громадян, приділяючи особливу увагу данській та англійській. Важливість англійської мови особливо наголошується, бо Данія прагне зробити свої університети привабливими для іноземних студентів і пропонує навчання англійською⁵².

Згідно з Актом про медіа від 2010 р. усі національні теле- і радіостанції зобов'язані транслювати свої міжнародні, місцеві та новинні програми данською. Організаційною структурою, яка відповідає за розроблення медійної політики для електронних медіа є Міністерство культури Данії. За друковані ЗМІ відповідає прем'єр-міністр, який на практиці має дуже обмежений вплив на медіа. Офіс прем'єр-міністра проводить регулярні неформальні зустрічі з представниками мас медіа в Комітеті контактів з пресою. Основним регулятивним органом для радіо та ТБ є Радіотелевізійний трибунал. Увесь процес збору інформації підпорядкований Акту про інформацію (Offentlighedsloven), який містить положення про відкритість та доступ до документів громадського курівництва⁵³.

У 2011 р. було представлено доповідь «Підтримка демократії – підтримка завтрашніх громадських медіа». Ключовими параметрами визначаються технології, розвиток ринку споживачів та зростання інтернаціоналізації. Мета доповіді – сприяти поширенню соціальної та культурної інформації, посилити демократичні обговорення у суспільстві, гарантувати різнобічність та різноманітність медіа Данії. Потужні медіа розглядаються як вагома підтримка демократичних цінностей і суспільства через незалежне виробництво та

⁵¹ Denmark: *Specific policy issues and recent debates*, <http://www.culturalpolicies.net/web/denmark.php?aid=425>; [accessed: 10.09.2014].

⁵² N. Davidsen-Nielsen, *Danish language policy in comparison with the language policy of the European Union*, on-line: <http://www.efnil.org/documents/conference-publications/riga-2007/Riga-14-Davidsen-Nielsen-Mother.pdf>; [accessed: 10.09.2014].

⁵³ *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*, <http://www.mediadem.eliamep.gr/wp-content/uploads/2010/05/Denmark.pdf>; [accessed: 10.09.2014].

поширення новин, інформації, яка заохочує пошук інформації та участь в громадських обговореннях⁵⁴.

У загальній комунікаційній політиці ЄС йдеться про те, що комісари країн ЄС повинні інформувати громадян своїх країн про переваги членства у Союзі та про політики Союзу. Данський політик Конні Хедегард (Connie Hedegaard Koksang) – комісар ЄС з питань клімату. Її сайт містить широкий перелік проголошених промов, написаних статей, роз'яснення специфіки діяльності, фото- та відео-звіти, можливість зробити запит. Основний акцент усіх матеріалів – вплив кліматичних змін на усі країни Союзу⁵⁵. Комісар має сторінки у Facebook та Twitter і саме тут вона більше орієнтована у своїх коментарях на національну данську аудиторію (як і усі комісари, які на рівні ЄС повинні абстрагуватися від своєї національної приналежності) і у спілкуванні використовує лише данську мову.

Біла книга з комунікаційної політики ЄС вказує, що національні парламенти повинні відповідати за громадську обізнаність про 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 Інформаційного центру ЄС у Парламенті Данії за адресою www.euo.dk⁵⁶. 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, у свою чергу, контролюють, щоб усі пропозиції ЄС відповідали принципу субсидіарності.

Постійне представництво Данії при ЄС має своєю основною метою гарантування захисту інтересів та політик Данії на теренах ЄС. Представництво надає аналіз та оцінку політик ЄС для Уряду Данії, а також діє як щоденний канал комунікації з інституціями ЄС⁵⁷.

⁵⁴ *Media pluralism and content diversity*, in: *Denmark: Specific policy issues and recent debates*, <http://www.culturalpolicies.net/web/denmark.php?aid=426>; [accessed: 10.09.2014].

⁵⁵ C. Hedegaard, *Member of the European Commission*, http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/hedegaard/index_en.htm; [accessed: 10.09.2014].

⁵⁶ *Welcome to the Danish Parliament, the Folketing*, on-line: <http://www.thedanishparliament.dk/>; [accessed: 10.09.2014].

⁵⁷ *Permanent Representation of Denmark to the European Union*, on-line: <http://eu.um.dk/en/>; [accessed: 04.09.2014].

4. Висновки

Проведене дослідження напрямів комунікаційної політики Данії дає змогу виділити взірцеві практики:

1. Офіційний веб-сайт Данії denmark.dk у доступній легкій формі надає велику кількість пізнавальної та необхідної інформації про державу, намагаючись дати відповідь на будь-яке запитання адресата, і, що важливо, пропонує перехід на сайти міністерств.
2. Створено веб-сайти, які орієнтовані на конкретну цільову аудиторію: сайт Retsinformation.dk забезпечує пошук законів, положень, які видаються міністерствами, урядовими органами, за винятком документів, які стосуються поточних парламентських обговорень; сайт Virksomheder.dk зорієнтований на бізнес та інформує підприємців з питань правил та реєстрації у Данії; громадський портал borger.dk забезпечує легкий доступ до сектору публічної інформації, допомагає розв'язати питання, пов'язані з наданням послуг.
3. Визнаючи нагальну потребу більш ефективної комунікації між громадянами та владою та прагнучи подолати цифровий розподіл, уряд приділяє особливу увагу людям з обмеженими фізичними можливостями.
4. Не маючи офіційно розробленої мовної політики, Данія зорієнтована лише на двомовність своїх громадян, приділяючи особливу увагу данській та англійській. Однак офіційний веб-сайт Данії denmark.dk пропонує усю інформацію 8 іноземними мовами.
5. В основі медіа політики Данії – розуміння, що потужні медіа є серйозною підтримкою демократичних цінностей і суспільства через незалежне виробництво та поширення новин, заохочення пошуку інформації та участі в громадських обговореннях.

Громадяни Данії мають можливість отримати інформацію про політики ЄС та їх вплив на своє життя завдяки діяльності Комітету з європейських справ, більшість засідань якого відкриті для громадськості, їх також можна переглядати через Інтернет на Парламентському сайті www.ft.dk та через телеканал Парламенту.