

Щодо досвіду парламентських комунікацій у Республіці Фінляндія*

Метою цього дослідження є вивчення основних способів інформування громадськості про діяльність парламенту Республіки Фінляндія (далі – Фінляндія), шляхів забезпечення зворотного зв'язку, а також особливостей і каналів внутрішньої парламентської комунікації з метою пошуку напрямів підвищення якості здійснення ним своїх функцій.

1. Аналіз моделі (*Загальні принципи комунікації (опис наявності традицій, правил, політик тощо, які складають основу комунікаційної моделі)*).

Законодавчу владу Фінляндії представляє однопалатний парламент, відомий як Едускунта (у перекладі з фінської) або Ріксдаг (у перекладі зі шведської).

Метою парламентських комунікацій у Фінляндії є зміцнення демократії шляхом народовладдя, можливості впливу на прийняття рішень, роботи із громадянами. Комунікаційної стратегії парламенту Фінляндії в цілому немає¹, однак даний напрямок включено до Комунікаційної стратегії Канцелярії парламенту на 2021–2024 рр.² (далі – Стратегія). Зокрема, Комунікаційна стратегія проголошує зміцнення довіри людей до демократичних інституцій і їхньої віри в те, що вони мають достатньо повноважень, щоб впливати на події та досягати всіх своїх стратегічних цілей. Парламент Фінляндії всіляко сприяє відкритості та інтерактивності, розвитку послуг для депутатів, громадян і ЗМІ, покращує доступність до парламентської інформації.

Відповідно до Стратегії загальними принципами й цінностями комунікації визначено:

- відкритість;
- професійність;
- дух служіння;
- стійкість парламенту;
- режим безперервності діяльності парламенту;
- відкритість парламенту;
- компетентність парламенту.

¹ Запит ECPRD 5204. URL: <https://ecprd.secure.europarl.europa.eu/ecprd/private/request-details/741438> (питання запити: Чи розробив ваш парламент стратегію роботи з громадянами, якщо так, то яка вона? Які заходи в цілому ваш парламент організує для просування парламентської роботи? Чи розробив ваш парламент цифрову стратегію для просування своєї діяльності, якщо так, то яка вона? Чи проводяться у вашому парламенті культурні заходи, відкриті для суспільства, якщо так, то які? Якщо ваш парламент відкритий для відвідувань, якщо так, то скільки відвідувачів ви приймаєте протягом року і в якому форматі? Як працює ваша інтернет-система бронювання місць для відвідувачів? Чи є у вашому парламенті музей, якщо так, то не могли би ви описати його зміст? Чи є у вашому парламенті бібліотека, якщо так, то чи відкрита вона для широкого загалу? Які освітні ініціативи для учнів / студентів впровадив ваш парламент? Чи організовував ваш парламент заходи в різних регіонах вашої країни, щоб зробити роботу парламенту більш відомою для громадян? Чи сприяла політична ситуація здійсненню активних дій чи утриманню від здійснення певних дій?)

² Kanslian viestintästrategian vuosille 2021–2024. URL: https://www.eduskunta.fi/FI/tiedotteet/Documents/eduskunnan_viestintastrategia_2021_2024.pdf

Завданнями парламентської комунікаційної діяльності є:

- підвищення прозорості та інтерактивності;
- покращення доступності до парламентської інформації;
- підвищення відповідальності у стійкості діяльності парламенту;
- високоякісне надання парламентських послуг;
- покращення досвіду парламентської діяльності;
- підтримка освіченості суспільства у сфері парламентської демократії.

Парламентом Фінляндії в цьому напрямку організовуються традиційні заходи, що складають основу комунікації:

- забезпечення функціонування офіційного вебсайту парламенту, розміщення на вебсайті й у соціальних мережах поточної інформації про роботу парламенту;
- співпраця з каналами ЗМІ для висвітлення парламентських питань, у тому числі й трансляція відкритих пленарних засідань;
- забезпечення можливості організації екскурсії та віртуальних турів через Teams-додаток;
- забезпечення функціонування Молодіжного парламенту та офіційного сайту Молодіжного парламенту;
- забезпечення навчальними матеріалами для шкіл;
- організація презентаційних заходів, таких як День відкритих дверей у Парламенті, ярмарки тощо.

Аудиторією відповідно до Стратегії є:

- громадяни (особливо дорослі, які працюють із молоддю, такі як вчителі початкових і середніх шкіл та інші фахівці сфери освіти);
- ЗМІ (забезпечення національних і регіональних ЗМІ матеріалами поточного медіа-контенту, надання безпосередніх джерел інформації, робота з медіа-фрілансерами, міжнародними ЗМІ, новими медіа, лідерами громадської думки в медіа-просторі);
- депутати й депутатські групи;
- інші заінтересовані особи (уряд, урядові організації, органи влади та місцевого самоврядування, експертні групи тощо).

Як населення користується соціальними мережами (тенденції та тренди, підкріплені аналітикою щодо медіа споживання у країні, загальний медіа ландшафт та уподобання населення, які корелюють із комунікаціями парламенту).

Статистичне управління Фінляндії у своїх щорічних дослідженнях³ опублікувало дані про використання фінами соціальних мереж, що складає, зокрема, серед громадян – 70 % та серед компаній (юридичних осіб, в яких працює щонайменше десять осіб) – 81 %. За даними Статистичного управління, у Фінляндії найпопулярнішою соціальною мережею є Facebook, ним користуються 58 % фінів. 50 % – використовують WhatsApp, а третім за популярністю соціальним сервісом є Instagram⁴. Відповідні статистичні

³ Соціальні мережі у Фінляндії 2023. LM Someco. URL: <https://lmsomeco.fi/blogi/sosiaalinen-media-suomessa/>

⁴ Найпопулярніші соціальні медіа у 2021 році. Суві Ліндстрем. Соціальні мережі. URL: <https://www.itewiki.fi/blog/2021/07/suosituimmat-sosiaaliset-mediat-vuonna-2021/>

дослідження не враховують сферу державного управління чи адміністрування, однак у Звіті про онлайн-спілкування муніципалітетів Асоціацією муніципалітетів зазначено⁵, що найпоширенішими у використанні є: Facebook – 99 %; Instagram – 93 %; Youtube – 83 %; LinkedIn – 56 %; Twitter – 52 %; TikTok – 14 %. На офіційному сайті Едускунти містяться гіперпосилання для користувачів соціальних мереж на сторінки парламенту у Facebook, Flickr, Instagram, Twitter, Youtube.

Канали комунікації (дослідження, на які канали комунікації опираються, модель парламентських комунікацій, які гравці включені до розповсюдження інформації тощо).

На офіційному вебсайті Едускунти⁶ розділ «Контактна інформація» розміщений угорі та у вкладенні «Адміністрація парламенту», де вказано контактний телефон (парламентський перемикач), поштову адресу, телефон екстреного зв'язку для ЗМІ, електронні адреси, вхідні під'їзди, через які можна потрапити до парламенту (із мапою), а також контактні дані Офісу парламентського омбудсмена, Інституту зовнішньої політики, Національної аудиторської служби, Центру прав людини. Також у вкладенні «Адміністрація парламенту» розміщено розділ «Комунікація парламенту», де є вся контактна інформація для спілкування з парламентом щодо його діяльності. Комунікація відбувається шляхом надання інформації через електронну пошту або телефоном безпосередньо черговим комунікаційним експертом (у тому числі під час пленарного засідання), експертами із комунікацій, координаторами зв'язку, фахівцями та консультантами, відповідальними за спілкування з парламентом. Формами комунікації є громадські звернення, онлайн-комунікації, тематичні комунікації. Окремі вкладення «Для ЗМІ» та «Акредитації» розміщено для організації візитів ЗМІ, їх акредитації, інформування про обмежувальні й безпекові заходи та правила перебування на території парламентської будівлі.

У вкладенні «Мережеві трансляції» на сайті парламенту у відкритому доступі розміщені відео пленарних засідань та засідань комітетів парламенту. Діяльність парламенту також може транслюватися та висвітлюватися на каналах суспільного теле- й радіомовлення через Yleisradio Oy, що має переважне становище в національному інформаційному просторі мовлення та належить державі на 99,98 % (Yleisradio Oy фінансується з надходжень від податку на мовлення). До Yleisradio Oy входять три телевізійні канали, шість радіоканалів, мобільний додаток та інтернет-сервіси. Yle TV1 (або Ykkönen) – один із трьох каналів, на якому транслюються новини, актуальний публічно-інформаційний контент, що складає 27 % глядацьких запитів (станом на 2021 р.). До зони покриття державної мережі з новинним і суспільно-публічним контентом входять – Yle Radio 1 (9 % слухачів), Yle Radio Suomi (32 % слухачів), Yle Puhe (2 % слухачів). Як зазначалося, на офіційному сайті Едускунти розміщено посилання на акаунти парламенту в Twitter (EdariFi), Facebook (сторінка парламентської бібліотеки – Eduskunnan Kirjasto), YouTube (Eduskunnan

⁵ Опитування муніципалітетів щодо онлайн-спілкування та використання соціальних мереж у 2022 році. URL: <https://www.kuntaliitto.fi/tiedotteet/2022/twitterin-kaytto-vahenee-kunnissa-tiktokin-kaytto-kasvussa>

⁶ Офіційний сайт парламенту Фінляндії. URL: <https://www.eduskunta.fi/FI/kansanedustajat/Sivut/default.aspx>

Kirjasto), на Flickr (Eduskunnan Kirjasto), однак із невеликою – декількатисячною аудиторією підписників. Діяльність парламенту також частково транслюється й на урядовому YouTube-каналі Valtioneuvosto⁷, який містить тематичні підканали, і підтримується департаментом урядового зв'язку та відділом комунікацій. Певні рішення Едескунти можуть висвітлюватися в медіа просторі й тв-каналами інших країн ЄС.

Характер контенту в каналах комунікацій (які комунікаційні повідомлення використовуються найчастіше або в якій конфігурації – інформаційні, просвітницькі тощо).

Пленарне засідання парламенту є центральною частиною законодавчої роботи й поточних політичних питань і дебатів. Зазвичай на офіційному сайті парламенту у вкладенні «Пленарне засідання» у межах комунікаційного контенту анонсуються наступне і найближчі пленарні засідання (порядок денний, презентації, доповіді), загальні відомості про них, протоколи та опитування.

Сайт парламенту Фінляндії містить не лише інформацію про парламентські заходи, слухання та дебати, питання й законопроекти, національне законодавство та норми Європейського Союзу, а також навчальні матеріали, екскурсії, парламентську бібліотеку, огляди щодо суспільства, політики та історії, соціальних проблем. Основними освітніми ініціативами є дистанційне ознайомлення учнів та студентів із загальним законодавством та графіком роботи парламенту. Наразі розробляється парламентська онлайн-гра, де учні та студенти отримують реальну уяву про те, як працює парламент і створюється законодавство. Функціонує також відкрита для відвідування парламентська бібліотека.

Про парламентську роботу суспільству стає також відомо через відвідання регіонів парламентськими комітетами, проведення таких заходів, як ярмарки із власними стендами. Крім того, медіа-канали соціальних мереж через гіперпосилання на сторінці парламентської бібліотеки (Eduskunnan Kirjasto) пропонують підписатися на новинний та громадсько-публічний контент із великою кількістю постійних оглядачів та широким колом тематичних пропозицій із життя країни.

Отже, офіційний вебсайт парламенту Фінляндії є центральним каналом цифрової стратегії комунікації, який підтримується фінською, шведською та англійською мовами, містить самостійні тематичні блоки (парламентська робота та парламентські документи; парламентський контент, орієнтований на молодь та школи, засоби масової інформації; бібліотечні матеріали тощо). Крім того, парламентські акаунти в соціальних мережах (Facebook, Twitter, Instagram) відіграють дедалі важливішу роль в охопленні широкої аудиторії громадян.

2. Генеза складових частин та кращі практики

Опис хронологічного розвитку комунікаційної моделі парламентських комунікацій

⁷ Урядовий YouTube-канал Valtioneuvosto. URL: <https://www.youtube.com/@ValtioneuvostoStatsradet/about>

Як зазначалося, з метою просування відкритості та інтерактивності парламенту, покращення доступу до парламентської інформації, розвитку послуг для депутатів, громадян і засобів масової інформації, підтримання освіченості у сфері демократії Канцелярським комітетом фінського парламенту була прийнята Комунікаційна стратегія Канцелярії парламенту на 2021–2024 рр. Ця Стратегія розроблялася на основі концепції «Разом до кращої демократії» і мала на меті значно підвищити прозорість у мінливому комунікаційному середовищі, адже комунікація парламенту із суспільством перебуває в постійному еволюційному русі та залежить від розвитку нових технологій. Як зазначається у Стратегії, Канцелярія парламенту є виробником комунікаційного контенту, адже повідомлення Канцелярії є офіційними повідомленнями вищого законодавчого органу Фінляндії для всього суспільства.

Протидія дезінформації та Стратегічні комунікації (які практики роботи із населенням щодо протидії дезінформації з будь-яких джерел (зовнішніх та внутрішніх) використовують у комунікаціях парламенту; які практики системної роботи із цільовими аудиторіями та стейкхолдерами використовує комунікаційна стратегія парламенту, яка практика їх впровадження, механізми та ключові партнери)

Едускунта має напіввідкриту аудиторію, оскільки участі в обговоренні якогось суспільно важливого питання передуює обов'язкова реєстрація на сайті. Зокрема, Загальним регламентом про захист персональних даних (GDPR) (Regulation (EU) 2016/679), що набрав чинності 25.05.2018, запроваджена обов'язкова наявність фахівця з питань захисту даних (*data protection officer, DPO*) для державних органів ЄС, чия основна діяльність стосується регуляторного чи систематичного опрацювання персональних даних.

Для ознайомлення з діяльністю Едускунти передбачена можливість як фізичного, так і дистанційного відвідування парламенту через програму Teams. Усі відвідування бронюються через цифрову систему бронювання. Один заброньований слот відвідувача включає обов'язкову 15-хвилинну безпекову перевірку.

Останніми роками виникло багато чинників, що вплинули на кількість відвідувачів. У 2017 році ця кількість була суттєво обмежена ремонтом будівлі парламенту; у 2018 році у парламенті побувало 3000 груп із 59000 відвідувачів; у 2019 році по причині закриття парламенту на час парламентських виборів кількість відвідин знизилася до 1405 груп із 39600 відвідувачів; у 2020 році було встановлено епідемічні обмеження через COVID-19, тож парламент відвідали лише 308 груп із 8677 осіб; у 2021 році парламент було також зачинено для відвідування, однак діяла пропозиція щодо віддаленого відвідування.

У сфері протидії дезінформації парламентський нагляд за діяльністю цивільної та військової розвідки покладено на Комітет із нагляду за розвідкою, створений для виконання цього завдання відповідно до § 31 b Регламенту парламенту (40/2000). Комітет із нагляду за розвідкою має широкі права доступу до інформації. Відповідно до розділів 3 і 4 Закону про нагляд за розвідувальною діяльністю (121/2019) Комітет має право отримувати від органів влади та інших

державних службовців інформацію та звіти, необхідні для виконання своїх наглядових обов'язків.

Щодо заходів протидії дезінформації, слід зазначити, що будь-яка інформація щодо подій, які відбуваються в суспільстві, ретельно перевіряється органами влади. Однак, особливо в період передвиборних кампаній до парламенту⁸ та місцевих виборів політики досить часто націлюють інформацію про вибори на невеликі цільові аудиторії, зокрема звертаючись у соціальних мережах до малих місцевих спільнот за мовною чи релігійною ознакою з неперевіреними сумнівними твердженнями та заявами, що викликають хвилі обурення та резонанс у суспільстві. Тому фінські ЗМІ відслідковують суперечливу інформацію та пропонують провести відповідний факт-чек, і в окремих резонансних випадках, наприклад при розпалюванні міжнародної чи міжрелігійної ворожнечі, прокуратурою висувуються обвинувачення.

3. Моделювання

Парламент Фінляндії характеризує інтерактивний підхід у комунікаційному моделюванні через постійний зворотний зв'язок між парламентом і громадянами. Як зазначається в Додатку 3 Комунікаційної стратегії Канцелярії парламенту на 2021–2024 рр. користувачі контенту (тобто цільова аудиторія) із кожним роком стають все більш диференційованими. Інтернет і соціальні мережі утворили гібридний медіапростір, в якому працює операційна логіка поєднання нових і старих медіа для швидкої циркуляції медіаповідомлень. Водночас гібридний медіапростір диференціював не лише аудиторію, але й створив багатоголосність оцінок тієї чи іншої політичної події, оскільки все більше людей можуть розповсюджувати той чи інший контент на будь-яку цільову аудиторію. Подальший комунікаційний розвиток парламенту Фінляндії пов'язується із системним розвитком технологічних інструментів, які вже застосовуються у його комунікаційній діяльності, із використанням потенціалу соціальних мереж, нових інформаційних систем і заходів впливу на цільові аудиторії громадян.

4. Проміжний висновок

У Фінляндії комунікаційна складова роботи парламенту зафіксована у прийнятій Комунікаційній стратегії Канцелярії парламенту на 2021–2024 рр. Комунікаційна стратегія відіграє роль цільової «дорожньої карти» комунікаційного напрямку, адже комунікаційна функція сучасного парламенту передбачає стратегічне планування заходів і процесів, пов'язаних із його діяльністю. Стратегія є необхідним документом, що планує і спрямовує відповідну діяльність парламенту в цілому, його окремих структурних складових та членів, а не лише апарату (офісу) парламентської інституції. Ефективність результатів реалізації Стратегії досягатиметься здійсненням контролю через відповідну систему оцінювання, що забезпечить зворотній зв'язок каналів внутрішньої парламентської комунікації, підвищить якість здійснення парламентом його функцій.

⁸ Helsingin Sanomat. URL: <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000009484127.html>

**Цей документ підготовлений Дослідницькою службою Верховної Ради України як довідковий інформаційно-аналітичний матеріал. Інформація та позиції, викладені в документі, не є офіційною позицією Верховної Ради України, її органів або посадових осіб. Цей документ може бути цитований, відтворений та перекладений для некомерційних цілей за умови відповідного посилання на джерело.*

При підготовці матеріалів використано інформацію із бази ECPRD. Відповідні матеріали не призначені для користування у власних наукових дослідженнях.