



KOMMUNIKATIONSPOLITIKEN

Behovet av god kommunikation har sin rättsliga grund i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna, som garanterar alla medborgares rätt till information om EU-frågor. EU-institutionerna har utvecklat flera verktyg och tjänster för att hålla kontakt med och informera allmänheten. Det europeiska medborgarinitiativet lanserades formellt 2012 och innebär att medborgarna kan vara mer direkt involverade i utformningen av ny lagstiftning och i EU-frågor.

RÄTTSLIG GRUND

Fördragen innehåller inget särskilt kapitel eller någon särskild artikel om kommunikationspolitik. Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna, som blev bindande genom Lissabonfördraget, har dock samma rättsliga status som EU-fördragen. Den utgör en gemensam grund för alla EU-institutionerna när de i sin kommunikation med allmänheten ska koppla ihop EU:s framsteg med dess grundläggande värderingar^[1]. De relevanta artiklarna i stadgan är bland annat artikel 11 (yttrandefrihet och informationsfrihet, mediernas frihet och mångfald), artikel 41 (rätten att bli hörd och rätten till tillgång till de akter som rör en själv), artikel 42 (rätten till tillgång till EU-institutionernas handlingar) och artikel 44 (rätten att göra framställningar). Eftersom det inte finns någon separat rättslig grund i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (EUF-fördraget) för kommunikationspolitik måste åtgärder på EU-nivå hänvisa till artikel 352 i EUF-fördraget^[2].

MÅL

Det är EU:s ansvar att informera EU:s medborgare och andra berörda om sina beslut och sin verksamhet. EU-institutionerna har specialutbildad personal och en särskild budget som garanterar att informationen om EU är lättillgänglig och på ett språk som medborgarna förstår. De kommunikationsverktyg som används är bland annat webbplatser, konton på sociala medier, besöksstrukturer, sambandskontor och lokalkontor i alla EU-länder samt särskilda medietjänster. Om medborgarna inte får svar på sina frågor med hjälp av dessa kanaler finns det också kontaktpunkter (t.ex. [Europa direkt](#) och [Ask EP](#)) som medborgarna kan skriva eller ringa till för att få svar.

Om EU:s medborgare har tillgång till tydlig information är det lättare för dem att utöva sin rätt att delta i unionens demokratiska liv där besluten är tänkta att fattas så öppet och så

[1]Se [EUT C 83, 30.3.2010, s. 389](#).

[2]Se konsoliderad version av fördraget om Europeiska unionens funktionssätt ([EUT C 115, 9.5.2008, s. 199](#)).



nära medborgarna som möjligt, i enlighet med principerna om mångfald, deltagande, öppenhet och insyn.

Kommissionen har sedan 2005 publicerat många politiska dokument om kommunikation, vilka visar betydelsen av denna politik som bygger på följande tre principer:

- Lyssna på medborgarna och ta hänsyn till deras åsikter och farhågor.
- Förklara hur EU:s politik påverkar medborgarnas vardag.
- Nå ut till människor lokalt genom att kommunicera med dem på nationell eller lokal nivå, via de medier de använder mest.

Under Junckerkommissionen har kommissionens generaldirektorat för kommunikation blivit en tjänst för ordförandeskapet som arbetar med att uppfylla följande övergripande mål: "Medborgarna upplever att EU försöker att förbättra deras liv och engagerar sig i EU. De känner att man tar hänsyn till deras farhågor i den europeiska beslutsprocessen och de känner till sina rättigheter i EU."

Inför valet till Europaparlamentet i maj 2019 drev EU-institutionerna en särskild informationskampanj för att informera medborgarna om valet och om varför både valet och deras röster har betydelse.

RESULTAT

A. Viktiga initiativ (ett urval):

- [Programmet Ett Europa för medborgarna](#) (se även nedan).
- Samarbete för kommunikation om Europa (se även nedan).
- Kommunikation om Europa via internet och om medborgarengagemang.
- Debattera EU – ett forum på nätet där allmänheten kan framföra sina synpunkter till beslutsfattarna.
- Göra webbplatsen Europa till en gemensam kontaktpunkt för alla EU-institutioner och all EU-information.
- Kommunikation om Europa genom audiovisuella medier, t.ex. European radio network (<http://www.euranet.eu>), och ökad medierapportering om EU-frågor via nya och befintliga audiovisuella plattformar.
- Minska kommunikationsklyftan mellan EU och dess medborgare genom effektivt samarbete och partnerskap.

B. Programmet Ett Europa för medborgarna

Med anledning av att en öppnare dialog med det civila samhället hade efterlysts både vid rådets möte i Tammerfors (1999) och i Nice (2000) tog Europeiska rådet initiativ till unionens första åtgärdsprogram för att främja ett aktivt europeiskt medborgarskap i januari 2004 (rådets beslut 2004/100/EG). I kölvattnet av det misslyckade projektet med ett konstitutionsfördrag, ersattes åtgärdsprogrammet för ett aktivt europeiskt medborgarskap av programmet Ett Europa för medborgarna. Programmet inrättades genom Europaparlamentets och rådets beslut nr 1904/2006/



EG för åren 2007–2013 med en total finansieringsram på 215 miljoner euro^[3]. På basis av den rekommendation som följde efter programmets halvtidsöversyn 2010 föreslog kommissionen formellt i december 2011 att programmet Ett Europa för medborgarna skulle förlängas inom ramen för den kommande fleråriga budgetramen 2014–2020^[4] – dock i en något omarbetad form. Att stärka hågkomsten och förbättra möjligheterna till medborgarengagemang på EU-nivå^[5] beskrevs som de viktigaste målen, och det nya programmet antogs formellt av rådet den 14 april 2014 (rådets förordning (EU) nr 390/2014)^[6]. Dess budget uppgår till 185,5 miljoner euro, vilket innebär en minskning i förhållande till det föregående programmet såväl som till kommissionens ursprungliga förslag. Ett Europa för medborgarna 2014–2020 erbjuder stöd på följande två temaområden: 1) europeisk hågkomst, med fokus på den historiska utvecklingen av det europeiska projektet, och 2) demokratisk delaktighet och medborgarengagemang, i syfte att öka medborgarnas förståelse för EU:s politik och särskilt att garantera det civila samhällets aktiva medverkan i den europeiska beslutsprocessen. Halvtidsutvärderingen av programmet Ett Europa för medborgarna 2014–2020 fokuserar på dess allmänt positiva roll när det gäller att uppmuntra medborgardeltagande och demokratiskt engagemang^[7].

Den 30 maj 2018 offentliggjorde kommissionen sitt förslag till förordning om inrättande av programmet Rättigheter och värderingar (2021–2027), vars segment Medborgarnas engagemang och deltagande ska ersätta det nuvarande programmet Ett Europa för medborgarna, med en budget på 233 miljoner euro. Den 6 mars 2019 nådde Europaparlamentet och rådet en [preliminär överenskommelse](#) om programmet, som nu formellt måste godkännas av både parlamentet och rådet.

C. Samarbete för kommunikation om Europa

Europaparlamentet, rådet och kommissionen enades för första gången 2009 om institutionernas kommunikationsprioriteringar genom den gemensamma förklaringen om Samarbete för kommunikation om Europa^[8], som undertecknades i december 2008. De fyra prioriteringar som valdes ut var valet till Europaparlamentet, energi och klimatförändringar, tjugooårsjubileet av den demokratiska omvälvningen i Central- och Östeuropa samt upprätthållande av tillväxt, sysselsättning och solidaritet, med en särskild koppling till Europeiska året för kreativitet och innovation. Målet med detta dokument var att ”förbättra konsekvensen i och samverkans effekterna mellan den verksamhet som bedrivs av dels EU-institutionerna, dels medlemsstaterna, så att medborgarna får bättre kännedom om och insikt i EU-politikens konsekvenser för hela EU, men också nationellt och lokalt”^[9].

D. Europeiska medborgarinitiativet

I och med att det europeiska medborgarinitiativet infördes i Lissabonfördraget den 1 april 2012 har EU:s medborgare fått större möjligheter att göra sin röst hörd genom att ge dem rätt att vända sig direkt till kommissionen och begära nya politiska

[3]Se [EUT L 378, 27.12.2006, s. 32](#).

[4]Se [COM\(2011\)0884](#).

[5]Ibid., s. 3.

[6]Se [EUT L 115, 17.4.2014, s. 3](#).

[7]Se [COM\(2018\)0170](#).

[8]Se [COM\(2007\)0569](#).

[9]Ibid., s. 4.



initiativ. Det är meningen att ge demokratin i Europa en ny dimension, komplettera de rättigheter som följer av unionsmedborgarskapet och öka den allmänna debatten om EU-politiken, vilket kommer att bidra till att skapa ett verkligt europeiskt offentligt rum. Förhoppningen är att medborgarinitiativet framför allt ska öka medborgarnas och det organiserade civila samhällets deltagande i utformningen av EU:s politik. I enlighet med fördraget antog Europaparlamentet och rådet 2011, efter ett förslag från kommissionen, en förordning som slår fast de bestämmelser och förfaranden som styr det nya instrumentet^[10]. Det europeiska medborgarinitiativet gör att en miljon invånare, från minst en fjärdedel av medlemsstaterna, kan be kommissionen att lägga fram lagstiftningsförslag på områden som omfattas av kommissionens behörighet. Organisatörer av ett medborgarinitiativ, en medborgarkommitté bestående av minst sju EU-medborgare som är bosatta i minst sju olika medlemsstater, har ett år på sig att samla in de stödförklaringar som krävs och vars antal måste kontrolleras av de behöriga myndigheterna i respektive medlemsstat^[11].

EUROPAPARLAMENTETS ROLL

Lissabonfördragets ikraftträdande har haft stor betydelse för EU-institutionernas arbete, med större fokus på att leverera resultat till EU-medborgarna genom effektivare och mer demokratiska beslutsprocesser. Ändringsfördraget har framför allt gett parlamentet större möjligheter att påverka Europas utveckling. Eftersom parlamentet är det direktvalda representativa organet för EU:s medborgare är det naturligtvis parlamentets ansvar att tala om vad EU handlar om och att uttrycka liksom agera utifrån medborgarnas intressen.

Europaparlamentet är Europas medborgarhus. I sina betänkanden har parlamentet lagt fram flera detaljerade förslag om hur kontakten mellan EU och medborgarna kan förbättras. I en resolution som antogs i september 2010 föreslog parlamentet till exempel konkreta åtgärder för att få EU:s medborgare att bli mer engagerade i diskussioner om europeiska frågor^[12]. Här beskrev parlamentet hur kommunikation kan få igång, stimulera och föra EU-debatten framåt. Parlamentet betonade att regeringar, politiska partier, universitet, radio och tv i allmänhetens tjänst samt EU-institutionerna själva måste kommunicera bättre för att skapa ett europeiskt offentligt rum för diskussioner.

På parlamentets webbplats finns det mängder med information och dokument på EU:s samtliga 24 officiella språk, och parlamentet är mycket aktivt på sociala medier. De viktigaste opinionsbildarna är medierna. Parlamentet ger medier faktauppgifter, verktyg och resurser för att de ska kunna bevaka parlamentets verksamhet, och mediebevakningen övervakas och felaktiga uppgifter om parlamentet motbevisas. Medborgarna är dessutom välkomna att besöka kammaren i Strasbourg och Bryssel samt [Parlamentarium](#) – Parlamentets besökscentrum – och [Europeiska historiens hus](#), som båda ligger i Bryssel. Parlamentet har minst ett sambandskontor i varje medlemsstat, varav en del också har besökscentrum. Sambandskontorens roll är att

[10]Se [EUT L 65, 11.3.2011, s. 1](#).

[11]För ytterligare information om det europeiska medborgarinitiativet och för en översikt över öppna och stängda initiativ, se <http://ec.europa.eu/citizens-initiative/public/welcome?lg=sv>

[12][EUT C 308 E, 20.10.2011](#), s. 55.



hjälpa medborgarna att förstå vad Europaparlamentet är, vad det gör och vad det står för. Detta gör de genom ett strategiskt samarbete med medborgare, intressegrupper och medier.

Fler och fler EU-medborgare börjar känna en tillhörighet till EU, vilket är positivt efter flera år med en uttalad motvilja mot EU som har med de senaste ekonomiska och politiska kriserna att göra. Denna känsla av tillhörighet till EU varierar dock och det behövs bättre kommunikationsstrategier och kommunikationspolitik på EU-nivå. Att vara aktiv i utvecklingen av sådana strategier och en sådan politik är inte endast en av parlamentets skyldigheter gentemot de EU-medborgare som det faktiskt representerar, utan ligger också i parlamentets eget intresse.

Precis som tidigare år har parlamentet hållit medborgarna informerade om valet 2019 och dess betydelse för Europas framtid. Den institutionella kommunikationsplanen var opartisk och genomfördes till stöd för de politiska partiernas och kandidaternas enskilda kampanjer. Eftersom den var opartisk fokuserade den på vad EU och parlamentet hade uppnått och inte på vad de borde uppnå. Inom ramen för parlamentets valkampanj 2019 lanserades en plattform – denhargangenrostarjag.eu – på 24 språk. Den var ett stöd för de över 150 000 frivilliga i alla medlemsstater, som hade åtagit sig att få fler att engagera sig i valet till Europaparlamentet och uppmuntrade så många som möjligt att rösta. Dessutom fungerar parlamentets sambandskontor i alla medlemsstater som informationsknutpunkter och de är anpassade efter de lokala behoven.

Katarzyna Anna Iskra
05/2019

