

Europa in/en de media

Een zoektocht naar de rol van de media in het creëren van een Europese identiteit

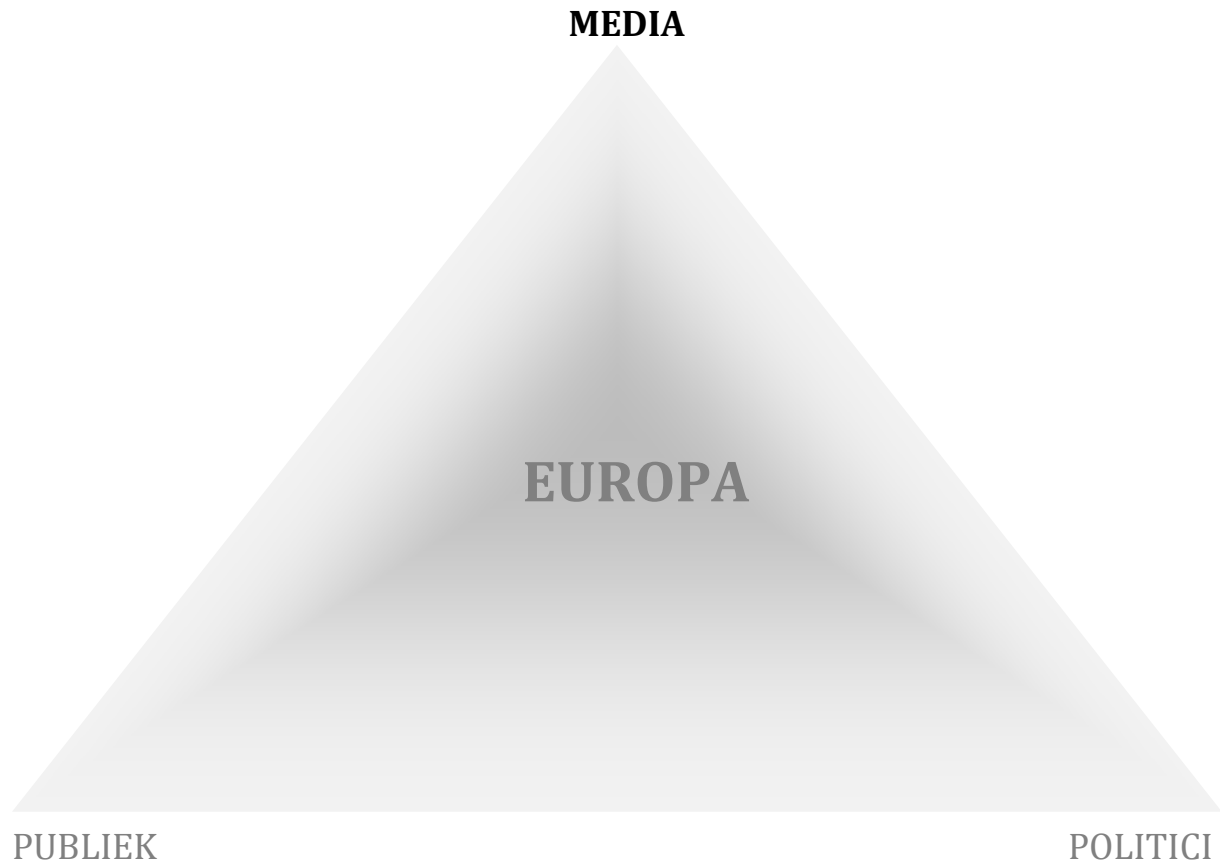


Table of Contents

Table of Contents	1
Inleiding	2
Deel 1 - De media ten opzichte van de Europese bevolking en politici	5
Deel 2 - De media en belangrijke Europese gebeurtenissen	7
Deel 3 - De media en een Europese identiteit	10
Deel 4 - Conclusie	14
Geraadpleegde literatuur	16

Inleiding

Sinds de oprichting van de Europese Gemeenschap voor Kolen en Staal in 1951 door zes Europese landen is er een hoop veranderd op het Europese continent. Bijna zestig jaar later heeft Europa een heuse gedaanteverwisseling ondergaan. Van een kleine Europese Gemeenschap is Europa uitgegroeid tot een ‘volwassen’ Unie met 27 lidstaten.

Gedurende de lange, soms turbulente, jaren waarin de Unie tot stand is gekomen zijn er vele verdragen gesloten waardoor de nationale staten meer en meer met elkaar verbonden raakten. Het meest zichtbare voorbeeld voor de burgers is het Schengen Verdrag. Dit Verdrag maakt vrij verkeer van personen en goederen binnen Europa mogelijk. Door de openstelling van de binnengrenzen in Europa zijn de lijnen tussen de buurlanden langzaam aan het vervagen. Er blijven echter duidelijke verschillen bestaan tussen de lidstaten. We voelen ons verbonden met onze Europese buren, maar hebben geen geschiedenis samen. Vaak kennen we wel ergens een Belg of een Engelsman, eten we Spaanse tapas en gaan we op vakantie naar Griekenland. Toch hebben we vaak geen duidelijk beeld van datgene wat ons echte Europeanen maakt. Een Europese identiteit is ver te zoeken. Voor één Europese identiteit zijn er nog teveel verschillen tussen de lidstaten. Vooral op politiek en militair gebied is het waarschijnlijk ondenkbaar dat ooit alle Europese landen dezelfde richting op kijken.

Iedere lidstaat heeft met zijn eigen unieke geschiedenis en achtergrond andere belangen. Om te zorgen dat de lidstaten en de burgers niet alleen voor het nationale belang kiezen maar ook voor het Europese belang is het belangrijk om een gezamenlijke identiteit te creëren. De media kunnen hierin een belangrijke rol spelen.

Probleemstelling en centrale vraagstelling

Europa leidt aan een aandachtstekort als het om media-aandacht gaat. De media is één van de voornaamste informatiebronnen voor de Europese bevolking als het om Europa gaat. Echter maakt de media hier onvoldoende gebruik van. Nog te weinig van wat er in Europa gebeurt is terug te zien, te lezen of te horen in het dagelijkse nieuws. Dit heeft een grote afstand tussen zowel de Europese politici evenals de burgers de media tot gevolg. Er is geen of nauwelijks berichtgeving vanuit de media over ‘Brussel’. Goede resultaten zouden moeten leiden tot positieve media-aandacht. Kunnen we daaruit dan concluderen dat er in Europa geen goede resultaten worden behaald? Of hebben de media alleen oog voor datgene dat op nationaal niveau gebeurt?

En ook Europese politici staan niet te juichen om de pers in hun nest toe te laten. Veel speelt zich achter gesloten deuren af. Uit desinteresse voor de burgers of hebben ze iets te verbergen in ‘Brussel’?

Daarnaast lijkt ook de Europese bevolking zich afzijdig te houden van Europa. Europese burgers voelen zich eerder Portugees of Zweed dan 'Europeaan'. Europa staat vaak ver weg van het dagelijkse leven van de gemiddelde burger. Om in de toekomst meer samenhang te creëren tussen de lidstaten in Europa is het belangrijk om vanuit één Europese gedachte te denken. Gebeurtenissen uit het verleden zoals de 'nee' tegen de Grondwet en de opkomst percentages bij de Europese verkiezingen maken dit maar al te duidelijk. Deze gebeurtenissen zijn Europa niet in de koude kleren gaan zitten. Één van de voornaamste redenen die door de bevolking gegeven is om niet of tegen de Grondwet te stemmen was dat de informatievoorziening slecht zou zijn geweest (*Europese Tijden*, Tabel 1.5, pag.- 18). De media weerleggen dit en vinden dat zij genoeg aan informatie hebben verstrekt, maar dat dit niet is opgepikt. Europese politici daar en tegen lijken het allang best te vinden dat er zo weinig mediabemoeienis is.

We komen tot een probleemstelling:

Er is een grote kloof in Europa tussen de media, politici en het publiek. Er zou een wisselwerking moeten zijn tussen de drie actoren om een gezamenlijke 'Europese' identiteit te kunnen creëren. Het creëren van een 'Europese' identiteit is onmisbaar in het belang van de toekomst van Europa. Het vergroot de interesse in Europa en is een belangrijke factor in het nemen van besluiten op Europees niveau. De media zouden hierin een belangrijke rol kunnen vervullen, maar lijken weinig interesse in Europa te hebben.

De onderstaande vragen staan centraal in deze studie:

- Waardoor wordt de relatie met de media ten opzichte de Europese bevolking en politici gekenmerkt?
- Waarom wordt er aan Europese gebeurtenissen zoals de Europese verkiezingen niet of nauwelijks aandacht geschonken door de media?
- Waarom is een Europese identiteit zo belangrijk en de rol van de media hierin.

Opbouw van de studie

Er zal aan de hand van de verkregen informatie onderzocht worden op welke wijze de media een rol spelen in het creëren van een Europese identiteit. De studie is opgebouwd uit vier delen.

In deel 1 wordt ingegaan op de relatie van de media met Europese politici en het publiek. Ook zal onderzocht worden waardoor deze relatie gekenmerkt wordt.

In deel 2 wordt er gezocht naar de reden waarom Europa zo weinig in het nieuws is. Waarom wordt er aan belangrijke 'happenings' zoals de Europese verkiezingen minder aandacht geschonken dan aan nationale verkiezingen?

Deel 3 behandelt het gebrek aan een Europese identiteit en hoe de media de omslag zouden kunnen maken.

Het laatste deel ten slotte bevat de conclusie.

Deel 1 – De media ten opzichte van de Europese bevolking en politici

Informatievoorziening media Europa

Dé Europese media bestaan niet. Elk Europees land heeft zijn eigen media met een andere aanpak als het om Europa gaat. Daarnaast heeft elke lidstaat een andere relatie met Europa wat leidt tot een verschil in media-aandacht voor het onderwerp. In een aantal landen berichten de media dagelijks over Europa terwijl hier in andere landen geen of nauwelijks sprake van is. In bepaalde landen berichten de media soms zelfs alleen voor of tijdens grote ‘happenings’ over Europa. Een onderzoek uit 2004 uitgevoerd door het Centraal Planbureau en Sociaal Cultureel Planbureau maakt duidelijk dat in Nederland en Frankrijk achtereenvolgens 54% en 47% van de bevolking de hoeveelheid berichtgeving over de Europese Unie in de nationale media in het algemeen te weinig vindt (*Europese Tijden*, 2006, Tabel 1.3, pag.16).

Bovendien heeft de wijze waarop de media het Europese nieuws weergeven een cruciale rol. In Spanje vindt 41% van de bevolking de berichtgeving over de Europese Unie in de nationale media te positief. Slechts 7% van de Spanjaarden vindt de berichtgeving over Europa negatief en 38% vindt dit neutraal. In Nederland en Frankrijk vindt bijna de helft van de ondervraagden (47% en 42%) de berichtgeving over Europa door nationale media neutraal (*Europese Tijden*, 2006, Tabel 1.3, pag.16).

Dit in grote tegenstelling tot Groot-Brittannië waar de media Europa vooral op een negatieve manier benaderen. Van Groot-Brittannië is bekend dat zij sceptisch tegenover Europa te staan en ook de Britse media lijken niet veel positiever. Dit kan gevolgen hebben voor de relatie met Europa. De hoeveelheid media-aandacht en de manier van berichtgeving over Europa kan van grote invloed zijn op de wijze waarop er tegen Europa wordt aangekeken.

Wisselwerking media, politici en het publiek

De Europese bevolking en Europese politici zijn afhankelijk van de media als het om de informatievoorziening over Europa gaat. Europese media spelen een belangrijke rol bij de verwerving en verwerking van informatie uit Europa. Om reden dat voor vele Europeanen 'Europa' zo ver weg staat is het belangrijk dat de media voldoende informatie verschaft over het reilen en zeilen binnen Europa. Via onder andere televisie, radio en kranten kunnen de media de bevolking op een snelle manier informeren. Aangezien de media vaak de belangrijkste informatievoorziening zijn, zijn velen afhankelijk van de wil van de media in hoeverre deze informatie beschikbaar stellen.

Zoals eerder vermeld is de hoeveelheid en kwaliteit van de berichtgeving over Europa van groot belang. 'Hoewel de politieke macht van de Europese Unie sinds het eind van de vorige eeuw duidelijk is toegenomen, heeft dit niet geleid tot meer aandacht voor de EU vanuit de media. Integendeel, tussen eind jaren '90 en 2004 is de aandacht van de media voor Europa in de Nederlandse, Britse en Franse pers zelfs afgenomen' (Noije, van. L., LovaNo Press, Amsterdam 2007). Er lijkt dus geen verband te bestaan tussen de hoeveelheid macht van de politiek en de berichtgeving hierover. Wel kunnen de media bepaalde punten op de politieke agenda zetten. Het komt regelmatig voor dat Europese politici door toedoen van de media onder druk worden gezet en hun beleid herzien. Hierin zien we wel een dat 'Naarmate de berichtgeving meer Europees getint is, neemt de invloed van de media op de politieke agenda toe' (Noije, van. L., LovaNo Press, Amsterdam 2007).

Waar we een duidelijk verband kunnen onderscheiden is de relatie tussen de media en de bevolking. De media hebben gewicht in de bepaling van de publieke opinie en bovendien kunnen zij doorslaggevend zijn in de stemming onder burgers. In deel 2 gaan we in op de informatievoorziening vanuit de media rondom de Europese Verkiezingen en hoe dit de opkomstpercentages kan beïnvloeden.

Naar aanleiding van het vorige kunnen we concluderen dat de media als het ware gezien kunnen worden als hét doorgeefluik tussen Europese politici en de Europese bevolking. Niettemin zouden de media zonder de politiek en de burgers weinig hebben om over te berichten. We kunnen een duidelijke wisselwerking onderscheiden tussen de media, politici en het publiek.

Deel 2 – De media en belangrijke Europese gebeurtenissen

De wisselwerking tussen de media in Europa, politici en de Europese bevolking is heel duidelijk merkbaar rondom belangrijke Europese thema's. Deze 'happenings' maken voor de drie partijen nog eens goed zichtbaar hoe afhankelijk zij van elkaar zijn en hoeveel invloed zij op elkaar hebben. In dit essay belichten we één van de belangrijke 'happenings' in Europa, de Europese Verkiezingen.

De nationale en Europese verkiezingen

Van 4 tot en met 7 juni 2009 worden er voor de 7^e keer sinds 1979 Europese verkiezingen gehouden. Tijdens deze verkiezingen kunnen alle¹ Europese burgers van de 27 lidstaten nieuwe leden kiezen voor het Europese Parlement. Zij worden gekozen voor vijf jaar en spelen een actieve rol bij de opstelling van wetten die van invloed zijn op het dagelijkse leven van alle Europese burgers. Daarnaast kan het direct kiezen van de Europese parlementsleden van invloed zijn op de Europese besluitvorming. Voor iedere burger in Europa zijn de Europese verkiezingen een uitgelaten kans om zijn of haar stem te laten horen over Europa. Er zijn maar weinig burgers in Europa die daadwerkelijk van dit stemrecht gebruik maken. Dit is duidelijk te zien aan de lage opkomst bij voorgaande Europese verkiezingen.

Het gemiddelde opkomstpercentage van de 25 lidstaten die in 2004 deelnamen aan de Europese verkiezingen lag op 47,8 %. Met respectievelijk 90% en 91%² was de opkomst in Luxemburg en België veruit het hoogst. Ondanks het oog op het gegeven dat in beide landen een stemplicht geldt zijn deze hoge aantallen uitermate hoog.

De opkomstpercentages in Luxemburg en België staan in schril contrast met het aantal stemmers in landen als Polen en Slowakije. De opkomst in deze vrij nieuwe lidstaten betrof een schamele 21% en 17%³. Aangezien nog eens 15 landen te maken hadden met een opkomst van minder dan 50 %, kunnen we aannemen dat er over het algemeen genomen vrij weinig tot geen animo is voor Europese verkiezingen.

Het lage aantal stemmers tijdens de Europese Verkiezingen toont aan dat in vergelijking met de nationale verkiezingen de Europese verkiezingen nauwelijks een rol spelen in het leven van de Europese burger. De achterliggende redenen daarvan zou gevonden kunnen worden in de hoeveelheid aandacht die de

¹ Alle burgers boven de 18 jaar die kiesgerechtigd zijn

² http://www.europarl.europa.eu/elections2004/ep-election/sites/en/results1306/turnout_ep/index.html

³ http://www.europarl.europa.eu/elections2004/ep-election/sites/en/results1306/turnout_ep/index.html

verschillende verkiezingen krijgen. Nationale verkiezingen ontvangen in de lidstaten beduidend meer aandacht dan de Europese verkiezingen. Aan Europese verkiezingen wordt erg weinig ruchtbaarheid gegeven. De Europese Verkiezingen kunnen daarom gezien worden als 'second-order elections'.

Verkiezingen die getypeerd kunnen worden als verkiezingen waarbij 'national elections with a immediate, arena-specific political significance is inferior compared to their indirect meaning to the main political arena, the national polity' (Schmitt, H., *Second-Order Elections to the European Parliament*, 2002) Vele Europese burgers weten vaak niet eens wanneer de Europese verkiezingen plaatsvinden. Menigeen weet vaak überhaupt niet eens dat er Europese verkiezingen worden gehouden.

Het is gebleken dat de media een grote rol spelen tijdens de verkiezingsstrijd. Één van de belangrijkste taken van de media tijdens de verkiezingen is het voorstellen van de kandidaten aan het publiek. De media kan een kandidaat positief of negatief neer te zetten. Zij hebben daarmee grote invloed op de verkiezingsuitslag. Echter geven de media om onverklaarbare reden weinig aandacht aan het voorstellen van Europese kandidaten aan het publiek in Europa. De kandidaten voor het Europees Parlement zijn onbekend bij het grote publiek en dit nodigt niet uit om te gaan stemmen voor de burgers. Met het oog op 'wat ga ik stemmen?' is het belangrijk dat de bevolking goed wordt geïnformeerd. Daar zien we nogmaals een belangrijke taak voor de media weggelegd.

Naast de media hebben politici evenals de burgers hun eigen verantwoording. De Europese politici zullen Europa aantrekkelijker voor de 'normale' burger moeten maken. Transparantie naar de burger toe is daarin noodzakelijk. 'Het Europa van morgen trekt zich niet terug in achterkamertjes, maar gaat de discussie aan en stelt zich bloot aan kritiek. Besluiten van de EU worden voor iedereen zichtbaar genomen' (Minbuza, *Nederland Europa*, 2006, pag.86-87). Zij zullen meer het land moeten intrekken om in contact te komen met de rest van de bevolking en niet slechts in hun eigen land. Europese politici zullen ook andere Europese landen moeten bezoeken en kenbaar moeten maken wie zij zijn en wat zijn in 'Europa' doen. Zij kunnen hiervoor gebruik maken van, de steeds terugkerende, media.

En ook de Europese burgers hebben de immorele verplichting om door de media beschikbare informatie te gebruiken. Het is belangrijk dat er initiatief komt vanuit de burger. Zij zullen zelf op zoek moeten gaan naar informatie. En nog belangrijker, interesse moeten tonen voor Europa. Want zolang de bevolking geen interesse toont voor Europa zullen ook politici en media niet harder gaan lopen.

Deel 3 – De media en een Europese identiteit

In Europa heerst een ware zoektocht naar een Europese identiteit. Nu de wereld door 'globalisering' kleiner aan het worden is en landen meer en meer met elkaar verbonden zijn ligt het voor de hand dat ook de Europese burgers zich meer met elkaar verbonden voelen. Echter, het tegenovergestelde is waar. Ondanks dat een toenemend aantal mensen zich naast de eigen nationale identiteit ook als Europeaan identificeert, zorgt het gebrek aan samenwerking tussen de media, politici en het publiek voor een ware identiteitscrisis in Europa.

Steeds meer mensen lijken zich verloren te voelen in de huidige 'globalisering'. In een wereld waarin alles steeds meer op elkaar gaat lijken wordt de drang naar identificatie steeds sterker. Iedereen wil zich kunnen identificeren met verschillende aspecten uit het eigen leven en dan maakt het niet uit of dat op regionaal, nationaal of Europees niveau is. Identiteit wordt over het algemeen verkregen door familie, lokale en regionale gemeenschappen en de nationale staat. Vergaande globalisering zorgt ervoor dat dit alsmear moeilijker wordt. Als gevolg van de vergaande globalisering voelt een toenemend aantal mensen zich steeds sterker verbonden met het eigen land. De interesse in het nationale belang neemt in flinke mate toe terwijl er een groot gebrek aan interesse voor Europa ontstaat.

Dit gebrek lijkt te komen uit het feit dat Europa 'onzichtbaar' is voor de bevolking. De onzichtbaarheid van Europa leidt ertoe dat de burgers Europa niet in een hoog vaandel hebben staan. De Europese bevolking en politici staan mijlenver van elkaar verwijderd.

Er gaan geluiden op dat de media de 'schuldige' hieraan is. De media zou het publiek onvoldoende informeren. De media daar en tegen beweren dat zij zo weinig aandacht aan Europa besteden omdat het niet bij de burgers leeft (uitspraak Gert Jan ter Braak, Telegraaf, 2008). Zij vinden de interesse voor Europa vanuit de burgers onvoldoende en daarom is het niet interessant om over te schrijven. Het gebrek aan informatie lijkt het Europese gevoel geen goed te doen.

En ook van Europese politici kunnen we niet veel verwachten als het om het creëren van een Europese identiteit gaat. Hoewel nationale politici nog wel eens de nadruk op een Europese identiteit willen leggen, lijken Europese politici zich hier nauwelijks om te bekommeren. Zij houden zich met andere zaken bezig en geven geen of nauwelijks richting aan hun nationale achterban om een gemeenschappelijke identiteit te scheppen.

De onzekerheid en onvoorspelbaarheid van de toekomst heeft een grote invloed op het scheppen van deze gezamenlijke Europese identiteit. Uit het verleden kunnen we afleiden dat historische gebeurtenissen een grote invloed hebben op de wijze waarop wij ons 'Europeaan' voelen. Direct na de Tweede Wereldoorlog was de welwillendheid ten opzichte van een gezamenlijk Europa groot. Echter kunnen we zien dat diezelfde welwillendheid ten opzichte van Europa de afgelopen jaren is afgenomen. In een artikel over het besef van nationale identiteit in Nederland na het referendum in 2005 over een Europese Grondwet blijkt dat 'voortgaande integratie, angst wekt voor identiteitsverlies. Bij de gedachte aan de EU overheerst vrees dat Nederland in een uitbottend Europa ondersneeuwt' (van Renselaar, C. *Wat bindt Nederlanders aan Europa?*, 2007, pag.151) In hetzelfde artikel wordt Frits Bolkestein genoemd die 'een toenemende behoefte aan nationale identiteit naarmate de EU zich uitbreidt' signaleert onder de Nederlandse bevolking. 'Er zijn zelfs mensen die vinden dat Nederlanders pas goede Europeanen kunnen zijn, als zij zelf bewust hun eigen identiteit kennen' (van Renselaar, C. *Wat bindt Nederlanders aan Europa?*, 2007, pag.151) En laat bij die identiteit nou juist het probleem zitten.

Een Europese identiteit

Want wat is nou eigenlijk een Europese identiteit? Het is in ieder geval belangrijk om een paspoort te bezitten van één van de 27 lidstaten. Zonder nationaliteit van één van deze landen is het onmogelijk om Europeaan te zijn. Daarnaast is het belangrijk dat de Europese waarden als; eerbied voor de menselijke waardigheid, vrijheid, democratie, gelijkheid, de rechtsstaat en eerbiediging van de mensenrechten, grondbeginselen van de Europese Unie worden eerbiedigt. Ook zonder eerbiediging van deze beginselen lijkt het bijna onmogelijk om als Europeaan door het leven te gaan.

Wie aan bovenstaande voorwaarden voldoet heeft al de eerste stap gezet naar een Europese identiteit. Echter is dit nog lang niet genoeg om het daadwerkelijk een Europese identiteit te noemen. Een Europese nationaliteit bestaat dus niet. Het is namelijk niet mogelijk om een Europees paspoort te verkrijgen. Hieruit kunnen we opmaken dat een Europese identiteit niet iets tastbaars is en zelf moet worden ingebeeld.

Ondanks dat er niet iets als een Europese nationaliteit bestaat voelt 58%⁴ van de Europeanen zich in meer of mindere mate echt Europeaan. Uit onderzoek, uitgevoerd door sociologen tussen 1996 en 2004, blijkt dat inwoners uit Europa die zich het meeste Europeaan voelen in Luxemburg wonen. Met 78% staan de

⁴ <http://www.volkskrant.nl/wetenschap/article360714.ece>

Luxemburgers op de eerste plaats gevolgd door de Italianen, Fransen en Spanjaarden. Op de laatste plaats staan de Britten met 40%. Zij voelen zich het minste Europeaan⁵.

Wellicht is het lage percentage Britten dat zich enigszins Europeaan voelt te wijten aan de manier van informatievoorziening door de Britse media. De informatie die er is over Europa is vaak niet in haar voordeel. De Britten lijken zich niet of nauwelijks te bekommeren om de rest van Europa en de sceptische houding van de Britse media versterkt dit negatieve imago. Uit het proefschrift 'Parlement steeds meer media-cratie naarmate Europa dichterbij komt' van L. van Noije, blijkt dat de verhouding van verwijzingen naar iemand op Europees niveau tegenover verwijzingen naar een Britse politicus in het Britse nieuws in Groot-Brittannië 10 tegen 8 is. Dit is in groot contrast met Nederland waar het nog geen één op drie betreft. Toch geeft 59% van de Nederlanders aan zich Europeaan te voelen. Daarmee staan zij op een gedeelde vijfde plaats samen met de Belgen⁶. Opmerkelijk is dat in Frankrijk het aantal verwijzingen naar een Franse politicus in het Franse nieuws zelfs bijna één op één is (Noije, van. L., LovaNo Press, Amsterdam 2007). Dit zou verband kunnen hebben met het Europeaan-zijn van de Fransen. Met een derde plaats voelen de Fransen zich in meer of mindere mate Europeaan blijkt uit onderzoek⁷.

Nochtans heeft Europa in 2005 door de Fransen en de Nederlanders Europa in 2005 een flinke deuk opgelopen. In beide landen heeft een meerderheid van de kiezers zich tegen de Europese Grondwet uitgesproken. In Frankrijk won het nee op zondag 29 mei 2005 met 54,9 procent, in Nederland kreeg het nee op 1 juni 2005 zelfs 61,5 procent⁸. Slechts 6% van de ja-stemmers in Frankrijk en 13% van de Nederlandse stemmers geeft aan dat de belangrijkste reden om ja te stemmen het gevoel van een Europese identiteit versterkt (Europese Tijden, 2006, Tabel 1.5, pag. 18).

De afkeuring van het Verdrag tot een Europese Grondwet in beide landen kan als een duidelijk statement worden gezien. Van Nederland is bekend 'Uit een daags, na de uitslag uitgevoerde Eurobarometer dat de tegenstem van één op de drie nee-stemmers was ingegeven door gebrek aan kennis en informatie over de Grondwet en de voordelen van samenwerking. Door dat gebrek aan informatie is de erelijst van de Europese samenwerking diep weggezakt in het collectieve geheugen van de Nederlanders' (van Renselaar, C. *Wat bindt Nederlanders aan Europa?*, 2007, pag.153). Dit toont zodoende aan dat zowel de hoeveelheid aandacht van de media evenals de toon van groot belang zijn voor betrokkenheid bij Europa, ofwel een Europese identiteit. We zien wederom een rol voor de media weggelegd.

⁵ <http://www.volkskrant.nl/wetenschap/article360714.ece>

⁶ <http://www.volkskrant.nl/wetenschap/article360714.ece>

⁷ <http://www.volkskrant.nl/wetenschap/article360714.ece>

⁸ http://www.grondweteuropa.nl/9326000/1f/j4nvgjok6iwsea9_j9vvgjnazrhmix9/vhpfddl9yfxe?nctx=vgjndazgatu4

Deel 4 – Conclusie

Hiermee zijn we aan het eind van dit essay gekomen. Het essay behandelt de media in / en Europa. In deel 1 is gekeken naar de relatie tussen de Europese media en de Europese politici en publiek. Er is onderzocht waardoor deze relatie gekenmerkt wordt. We kunnen concluderen dat er een belangrijke wisselwerking is tussen de media, politici en het publiek. Zij zijn van elkaar afhankelijk en hebben elkaar in meer of mindere mate nodig als het om informatievoorziening gaat. De hoeveelheid en de manier waarop deze informatievoorziening plaatsvindt, heeft grote invloed op de drie partijen.

Daarom wordt in deel 2 wordt gekeken naar de reden waarom Europa zo weinig in het nieuws is. We hebben ondervonden dat ook hierin de wisselwerking tussen de drie partijen van groot belang is. De media moeten zorgen voor voldoende berichtgeving over Europa, maar het is bovendien onvermijdelijk dat er ook initiatief komt vanuit de burger. Zij zijn ook zelf verantwoordelijk om op zoek te gaan naar informatie. Om dit te vergemakkelijken zullen de Europese politici hun achterkamertjespolitiek achterwege moeten laten en meer openheid van zaken moeten stellen. Zij moeten evenzeer zichtbaarder worden naar de bevolking toe. We kunnen dit vooral waarnemen tijdens Europese gebeurtenissen zoals de Europese Verkiezingen. Door miscommunicatie verloopt de wisselwerking tussen de drie actoren niet zoals het zou moeten. In het belang van Europa en de drie partijen is het belangrijk dat deze wisselwerking beter gaat verlopen. Goede communicatie is hierin onvermijdelijk.

Deel 3 behandelt het gebrek aan een Europese identiteit en hoe de media de omslag zouden kunnen brengen. Duidelijk is dat een het Europeaan-zijn onmisbaar is voor een Europese identiteit. Een Europese identiteit kan de besluitvorming in Europa vergemakkelijken en de Europese burgers zullen dichterbij 'Europa' staan. Zij hebben de mogelijkheid om zowel de politici als burgers te informeren.

We kunnen stellen dat de Europese media, politici en het publiek samen zullen moeten werken in het creëren van een 'Europese identiteit'. Zij staan als doorgeefluik het dichtste bij alle partijen en kunnen het gehele proces beïnvloeden. Burgers moeten zich kunnen identificeren met 'Europa'. Daarom is het zo belangrijk om kenbaar te maken dat je als 'Europeaan' ook invloed kunt hebben in Europa door bijvoorbeeld te gaan stemmen tijdens de Europese Verkiezingen. En ook Europese politici zullen naar buiten toe moeten treden. Zij moeten Europa dichterbij de burger brengen en een transparant Europa creëren waarin iedereen geïnteresseerd in is en vooral trots op het Europeaan-zijn. Als afronding van deze zoektocht concluderen we dat het onontbeerlijk is dat de media hierin een cruciale rol spelen.

Geraadpleegde literatuur

Dekker, P. en Sjef Ederveen (eindredactie), *Europese Tijden: De publieke opinie over Europa & Arbeidstijden, vergeleken en verklaard: Europese Verkenning 3 Bijlage bij Staat van de Europese Unie*, Centraal Planbureau en Sociaal en Cultureel Planbureau, 2006

Nikolai, A., *Nederland Europa: Van droom naar daad*, Ministerie van Buitenlandse Zaken, mei 2006

Noije, L. van Proefschrift *The democratic deficit closer to home: agenda-building relations between parliament and the press, and the impact of European integration, in the United Kingdom, the Netherlands and France*, LovaNo Press, Amsterdam 2007

Ronse, F., *Wat denkt u echt over Europa?*, In: *Europabericht*, nr. 321, Brussel, december 2007 - januari 2008, pag. 16

Renselaar, C. van, *Wat bindt Nederlanders aan Europa?* In: *Internationale Spectator*, Jaargang 61, nr. 3, maart 2007, pag. 150-155

Schmitt, H., *First Draft Second-Order Elections to the European Parliament: Is E-Voting the Solution?*, Robert Schuman Centre for Advanced Studies, European University Institute, Mei 2002