

## COMMUNICEREN OVER EUROPA: IS HET WERKELIJK ZO MOEILIJK?<sup>1</sup>

---

**Yolanda Onghena**  
*Senior onderzoeksten, CIDOB*

[yonghena@cidob.org](mailto:yonghena@cidob.org)

**Isabel Verdet Peris**  
*Assistent/onderzoeksten, CIDOB*

[isabel.verdet@gmail.com](mailto:isabel.verdet@gmail.com)

*Vertaald door Yolanda Onghena,  
Lotte Kamphuis en Nele Goutier.*

**D**e vraag hoe er over Europa wordt gecommuniceerd blijkt onvermijdelijk te leiden tot het ongrijpbaar begrip dat meestal “Europese identiteit” wordt genoemd. Als het echter gaat om het overwinnen van deze schijnbaar onoverkomelijke barrière en we even uit de “identiteitsdiscussie” stappen, blijken de hindernissen met betrekking tot communicatie waarmee Europa – en meer specifiek de EU – te kampen heeft een driedimensionale dimensie te hebben: hoe communiceert Europa vanuit Europese instellingen? Hoe wordt deze communicatie gezien door de burgers? En wat is de rol van de media als bemiddelaars, zoals zijn naam doet vermoeden, tussen instellingen en burgers?

De EU-instellingen worden van oudsher beschuldigd van een gebrek aan transparantie en zelfkritiek met betrekking tot communicatie. Dit is al zo sinds het begin van het Europese project, dat nooit erg overtuigend is geweest maar op zijn minst nuttig was. Niettemin, vragen burgers zich in tijden van crisis af wat het EU-lidmaatschap de moeite waard maakt, ondanks verschillen en moeilijkheden. De Europese communicatiestrategie heeft niet geholpen om deze situatie te veranderen – voor noch tijdens de crisis – omdat er een grote nalatigheid was in het verwijzen naar aspecten die verband hielden met de vitale belangen van de mensen. De communicatie van de EU draait hoofdzakelijk om officiële toespraken, waarin gevraagd wordt om meer politieke integratie. Dit soort communicatie staat dicht bij een propagandaboodschap dan bij effectieve communicatie die in staat zou zijn meer dan vijfhonderd miljoen mensen te bereiken over het hele continent. Daarom is de vraag: hoe kan eenrichtingsverkeer, dat te technisch en te weinig transparant is, aansluiting vinden bij de lokale realiteit van bijvoorbeeld een stadje van 3.000 inwoners in Zweden, Kroatië of Spanje?

Het is onnodig te vermelden dat de communicatie niet alleen bestaat uit het verzenden, maar ook uit het ontvangen van berichten. In het geval van Europa wordt deze bepaald door zowel oude als nieuwe stereotypen en vooroordelen die noord en zuid, oost en west, debiteuren en crediteuren, verdelen. Bovendien wordt de Europese Unie in vele lidstaten als de “ander” beschouwd. Dat wil zeggen, de manier waarop de EU heeft gereageerd op de crisis en de nadruk die wordt gelegd op uitvoeringsmaatregelen tegen de wil van het volk, leiden tot een beeld van de EU als een externe entiteit die

**1.** Dit artikel is het resultaat van een gezamenlijk werk naar aanleiding van een tweedaags symposium georganiseerd door CIDOB (Barcelona, december 2014) onder de titel: “Europe behind (mis)understandings. De studenten die deel uitmaakten van de werkgroep waren: Hanne Brønmo, Irene Dominioni, Ana Escaso Moreno, Simone Fissolo, Fatih Göksu, Nele Goutier, Lotte Kamphuis, Sofia Lottopersio, Paula Meliá García, Francisco Pérez Urena, Magda Skrzypek, Dániel Szabó and Yasmin Wolkow.

Wil de Europese politiek echt begrijpelijk zijn voor het publiek, rekening houdend met het feit dat dit tegelijkertijd meer verantwoording vereist? Als het antwoord ja is, dan moeten de toekomstige Europese journalisten hun recht om naar behoren te worden geïnformeerd opeisen.

controleert in plaats van een project waarin de lidstaten en haar burgers zich een onderdeel van voelen.

Dit beeld wordt versterkt door de tendens om de positieve resultaten te nationaliseren. Daarmee wordt bedoeld dat nationale overheden zich het succes toeschrijven, ongeacht de rol van Brussel, terwijl mislukkingen aan Europa gewijd worden. Als gevolg hiervan overheerst er een imago van de EU als de “ander”, die destructieve bezuinigingsmaatregelen oplegt en over nationale soevereiniteit heen stapt.

Daartussen bewegen zich de media: tussen een inefficiënte communicatie van de EU-instellingen en haar burgers. Soms vechten ze tegen stereotypen en vooroordelen die ze dan tegelijkertijd – en steeds meer – versterken. Er wordt weliswaar getracht juiste informatie te geven, terwijl dat moet gebeuren in een context die bepaald wordt door enerzijds een opgevoerd werktempo en anderzijds een gebrek aan transparantie van de EU. In een dergelijke context is het moeilijk om de EU-gerelateerde inhoud aantrekkelijk te maken voor het grote publiek.

Met een bijna onbestaande Europese publieke opinie, zijn thema's met betrekking tot de EU vrij zelden “nieuws”. Om dit gebrek aan interesse te compenseren en de informatie aantrekkelijker te maken, hebben media de neiging om nieuws in een nationaal perspectief te plaatsen, wat op zijn beurt de fragmentatie binnen de EU versterkt. Alhoewel er verschillende pogingen zijn geweest om pan-Europese media op te richten, zijn deze er over het algemeen niet in geslaagd om een Europese publieke opinie te creëren. De trend is nu om transnationale media te bevorderen, die niet enkel de informatie behandelen vanuit verschillende perspectieven en standpunten maar deze ook delen en bespreken.

Dit is wat juist de valkuil van de communicatie in Europa lijkt te zijn. Enerzijds is er een burgergemeenschap die nauwelijks bewust is van haar recht op informatie, omdat de EU een verafgelegen en moeilijk te begrijpen realiteit is. Anderzijds lukt het de beleidsmakers en de media niet om een – volgens hen – belangeloos publiek te bereiken. Ondanks al deze moeilijkheden, is er ruimte voor hoop, in het bijzonder wanneer de mening van studenten journalistiek in ogenschouw wordt genomen. De nieuwe generatie heeft belangstelling voor Europa en voor de manier waarop Europees beleid tot stand komt en wordt uitgevoerd. Ook de manier waarop de EU wordt waargenomen door de burgers en hoe deze perceptie hen beïnvloedt, interesseert studenten. De toekomstige Europese journalisten, veelal geboren in een geconsolideerde EU, hebben vaak gereisd of gestudeerd in meerdere Europese landen en spreken meerdere Europese talen. Nog belangrijker is dat ze niet verankerd zijn in een verleden. Ze zijn zich bewust van de effecten die Europees beleid op hun dagelijks leven heeft. Ze weten dat de veranderingen om Europa begrijpelijk en nieuwswaardig te maken tijd vergen en ze zijn geduldig maar niet passief. Is het politiek, economisch en sociaal panorama van Europa zo complex dat het niet op een overtuigende manier kan worden overgebracht? De studenten geloven van niet. Dit leidt tot een andere vraag: wil de Europese politiek echt begrijpelijk zijn voor het publiek, rekening houdend met het feit dat dit tegelijkertijd meer verantwoording vereist? Als het antwoord ja is, dan moeten de toekomstige Europese journalisten hun recht om naar behoren te worden geïnformeerd opeisen. Ze zullen bereid moeten zijn om aandachtig te luisteren en hun rol als bemiddelaar tussen de Europese instellingen en het publiek op zich te nemen.