

Marion Osinger

Akteur: EU- Kommission

Public Relations der europäischen Kommission an die EU- Bürger/innen im 21. Jahrhundert.

Im Zentrum der Bakkalaureatsarbeit steht die Frage nach der PR der europäischen Kommission an die Unionsbürger/innen.

Wie wird seitens der EU- Kommission versucht an die Bürger/innen zu kommunizieren? Welches PR- Konzept steckt hinter den Aktivitäten dieser Institution und können damit die erwarteten Effekte tatsächlich erzielt werden? Diese Fragen wurden im Zuge dieser wissenschaftlichen Arbeit gestellt.

Durch steigende Skepsis der europäischen Bevölkerung gegenüber dem Projekt der europäischen Integration, die in Form von negativen Referenden und schlechten Eurobarometer- Umfragen kundgetan wird, sieht die EU- Kommission verstärkten Handlungsbedarf im Bereich der Kommunikation mit den Unionsbürgern/innen. Dies manifestiert sich in der Gründung eines Kommissariats für „Interne Beziehungen und Kommunikationsstrategie“ im Jahr 2004 und der Einführung eines kommunikationsstrategischen Konzeptes. Im „Weißbuch über eine europäische Kommunikationspolitik“ (Europäische Kommission 2006) zeigt die EU- Kommission auf, wie die Kommunikationspolitik ihrerseits zukünftig aussehen soll.

Nach einer verständnisorientierten Heranführung an die Themenkreise „Legitimation“ und „politische Öffentlichkeitsarbeit“ wird im Kern obig genanntes Weißbuch inhaltlich analysiert. Auf Basis der Lasswell-Formel „Who says what to whom on which channel with what effect?“, die für diese Arbeit von der Autorin modifiziert wird, sollen die Fragen nach der EU- Kommission als Absender, den Botschaften, Empfängerzielgruppen, Verbreitungswegen und erwarteten Effekten, durch das neue Kommunikationskonzept der EU- Kommission beantwortet werden. Im Rahmen der Analysetätigkeiten konnten aussagekräftige Erkenntnisse erzielt werden, die für die PR- Forschung ebenso interessant sind, wie für die Politikwissenschaften und dem modernen Verständnis interdisziplinären Arbeitens genüge tun.