



ZUSAMMENFASSUNG

Das Bild Europas in ausgewählten regionalen Fernsehsendern
Eine vergleichende Studie zur Europabildung anhand der Analyse des *Mitteldeutschen Rundfunks*, *France 3 Nord-Pas-de-Calais* und *Picardie*

Die vorliegende Arbeit stellt in einem ersten Teil die Komplexität des Begriffs Europa dar, das sowohl als geographisches als auch als kulturelles und politisches Konzept zu verstehen ist. Dabei werden besonders die Beziehungen zwischen der EU und den Regionen berücksichtigt. Der *espace public*, verstanden als Öffentlichkeit wird als Grundvoraussetzung für kommunikatives Handeln innerhalb der EU thematisiert. Dabei zeigt sich, dass die europäische Kommunikation noch defizitär ist, nun aber nationale Öffentlichkeiten europäisch gefärbt werden.

Der zweite Teil der Arbeit widmet sich den EU-Regelungen im audiovisuellen Markt und der EU als medialem Objekt. Verschiedene Versuche, europäische Medien zu schaffen, sowohl in der Presse als auch in Rundfunk und Internet, werden diskutiert. Öffentlich-rechtliche Medienprogramme als Bildungsträger, insbesondere zu EU-Themen, werden in einem weiteren Schritt durch einen Vergleich zwischen dem zentralisierten französischen Mediensystem und dem regionalen öffentlich-rechtlichen deutschen System vorgestellt.

Im dritten Teil wird dank einer dreiteiligen deutsch-französischen Methodik festgestellt, dass der *Mitteldeutsche Rundfunk* und *France 3 Nord-Pas-de-Calais* sowie *France 3 Picardie* Ähnlichkeiten aufzeigen: beide erfinden eine landkartliche Darstellung der Region und tragen zu einer regionalen Identität bei. Europäische Fenster auf den nahliegenden Nachbarn werden dadurch geöffnet. Beide Sender zeigen die Intention, Europa positiv zu präsentieren und nutzen das Europäische, um über das Regionale und das Nationale zu reflektieren.