

AGNIESZKA SZYMAŃSKA



EUROPA DZIENNIKARZY

Dyplomacja mediów
i (post)narodowa Europa
w świetle wypowiedzi
niemieckich dziennikarzy prasowych

Zrealizowano ze środków
Narodowego Programu
Rozwoju Czytelnictwa

WYDAWNICTWO UNIwersYTETU JAGIELLOŃSKIEGO

SPIS TREŚCI

Wstęp	9
1. Kryzys Unii Europejskiej: kryzys ekonomiczny czy kryzys wartości? Pozycja współczesnych Niemiec w UE	19
2. Rola mediów w międzynarodowej komunikacji politycznej	39
2.1. Znaczenie mediów w debacie europejskiej	41
2.2. Zakres znaczeniowy terminu <i>dبلوماسية mediów</i>	57
2.3. Funkcje i modele działania mediów w zakresie polityki zagranicznej	61
3. (Post)narodowa Europa w opinii niemieckich dziennikarzy	87
3.1. Metodologia badań	87
3.2. Wyniki analizy wypowiedzi uzyskanych w wywiadach z niemieckimi dziennikarzami	100
3.2.1. Wypowiedzi dotyczące relacji mediów i polityki	100
3.2.1.1. Zakres ról i zadań społecznych mediów w ogóle	101
3.2.1.2. Znaczenie relacji nieformalnych	106
3.2.1.3. Prognozy odnośnie do kształtu przyszłych relacji mediów i polityki	107
3.2.2. Wypowiedzi dotyczące zjawiska <i>dبلوماسية mediów</i>	107
3.2.2.1. Europejska sfera publiczna	108
3.2.2.2. Wpływ mediów na powstanie tożsamości europejskiej i europejskiej hierarchii wartości	113
3.2.2.3. Wpływ mediów na proces integracji europejskiej	119
3.2.2.4. Wpływ mediów na proces stabilizacji/destabilizacji procesu europejskiej integracji	133
3.2.2.5. Wpływ mediów na polityków	143
3.2.2.6. Skutki przekazu mediów za granicą	151
3.2.2.7. Znaczenie mediów niemieckich w debacie europejskiej	159

3.2.2.8. Postulowana optyka prezentacji tematyki europejskiej.....	163
3.2.2.9. Bariery strukturalne na rynku mediów.....	167
3.2.3. Wypowiedzi dziennikarzy dotyczące Unii Europejskiej.....	170
3.2.3.1. Sposób pojmowania idei integracji	170
3.2.3.2. Ocena kondycji Unii Europejskiej.....	178
3.2.3.3. Opinie na temat twierdzeń Ulricha Becka	186
3.2.3.4. Prognozy dotyczące przyszłego kształtu Unii Europejskiej	194
3.2.3.5. Życzenia dotyczące przyszłego kształtu Unii Europejskiej	200
3.2.4. Wypowiedzi dziennikarzy dotyczące znaczenia Niemiec w Unii Europejskiej i przekazie mediów	204
3.2.4.1. Znaczenie Niemiec w Unii Europejskiej	204
3.2.4.2. Przywództwo niemieckie w mediach.....	214
3.2.5. Wypowiedzi dziennikarzy dotyczące sposobu prezentacji kwestii europejskich w przekazie mediów	221
3.2.5.1. Ocena jakości przekazu mediów na temat Unii Europejskiej	221
3.2.5.2. Atrakcyjność medialna tematu Grecji i Ukrainy.....	239
3.2.5.3. Europejska czy niemiecka? Percepcja własnej tożsamości.....	248
3.3. Wnioski z badań	252
Podsumowanie.....	263
Bibliografia	271
Aneks.....	299