**Abstrakty wybranych opracowań:**

E. Nowak, The news effect: shifting salience between media and policy agenda, [w:] B. Dobek- Ostrowska, J. Garlicki (red.), Political Communication in the Era of New Technologies, Peter Lang, Frankfurt am Main 2013, ss.215-234.

Contemporary media and political studies have produced a huge amount of books, articles and analyses about the influence media have upon politics, but there are still very few works devoted to these specific issues: which way, to what extent, and with what result can media coverage influence particular policies and political decision making. There are also very few studies that analyze these questions using empirical data. The proposed study combines the theoretical basis of agenda-setting theory, i.e. the interrelationships between media and policy agendas, with empirical detail using statistical and qualitative content analysis. The main assumption is grounded on the opinion that the previous model, in which media agenda generally follows policy agenda, is changing to reflect the growing role of media in making politics.   
  
Key words: policy agenda setting, media effect, television coverage

E. Nowak, Koncepcja primingu w studiach nad komunikowaniem politycznym (The Concept of Priming within Political Communication Studies),“Studia Medioznawcze“, Nr 2(49) 2012, ss. 117-132.

Contemporary media and political studies have produced a huge amount of books, articles and analyses about the influence media have upon politics, but there are still very few works devoted to these specific issues: which way, to what extent, and with what result can media coverage influence particular policies and political decision making. There are also very few studies that analyze these questions using empirical data. The proposed study combines the theoretical basis of agenda-setting theory, i.e. the interrelationships between media and policy agendas, with empirical detail using statistical and qualitative content analysis. The main assumption is grounded on the opinion that the previous model, in which media agenda generally follows policy agenda, is changing to reflect the growing role of media in making politics.   
  
Key words: policy agenda setting, media effect, television coverage

E. Nowak, Marketing polityczny jako dyscyplina naukowa, „Studia Politologiczne“, Vol. 24, Marketing polityczny i komunikowanie polityczne. Nowe zjawiska, nowe wyzwania, red. J. Garlicki, Elipsa, Warszawa 2012, ss. 37-57.

Celem opracowania jest podjęcie próby przedstawienia istoty marketingu politycznego jako dyscypliny naukowej, stopnia konsolidacji teorii naukowej w ramach tej dyscypliny, głównych kierunków badań oraz wskazanie jej znaczenia dla nauk o polityce. Potrzeba takiego opracowania jest związana z przede wszystkim z obecną w literaturze przedmiotu dyskusją na temat samodzielności tej dyscypliny, a nawet argumentami odmawiającymi jej statusu nauki, która opierałaby się na uogólnieniach teoretycznych o wysokim stopniu abstrakcji. Potoczne skojarzenia utrwalają bowiem pozycję marketingu politycznego jako dziedziny wiedzy i umiejętności praktycznych z zakresu prowadzenia kampanii wyborczych, natomiast nieliczne (zwłaszcza w języku polskim) opracowania teoretyczne nie rozstrzygają pozycji marketingu politycznego jako samodzielnej dyscypliny lub subdyscypliny . Wiele pytań pojawia się także w związku z metodologią badań stosowanych na tym polu, w szczególności biorąc pod uwagę cechę hetegeroniczności teoretyczno-metodologicznej przedmiotu. Ze względu na jego obszerność opracowanie jest tylko próbą uporządkowania podstaw teoretycznych, zawiera również propozycje metodologii badań, wskazując aktualne i przyszłe ich kierunki. Oprócz tego, uzasadnienie dla przygotowania choćby krótkiego studium na powyższy temat jest związane z brakiem opracowań w języku polskim, które w całości poświęcone byłyby poświęcone temu tematowi.

E. Nowak, Ustanawianie agendy  medialnej i politycznej. Interakcje i zależności „Zeszyty Prasoznawcze“, Nr 3-4 2011, ss. 54-70.

Celem opracowania jest ustalenie do jakiego stopnia oraz w jaki sposób agenda medialna wpływa na agendę polityczną, w analizowanym przypadku agendę rządową. Przedmiotem szczególnego zainteresowania jest przeniesienie ważności kwestii pomiędzy agendą medialną a polityczną/rządową, które to zagadnienie jest rozpatrywane w obrębie pierwszego poziomu teorii agenda-setting (tradycyjna agenda-setting; basic agenda-setting), a także określenie warunków, w których media informacyjne (agenda medialna) wpływają bezpośrednio lub pośrednio na przebieg wydarzeń w świecie rzeczywistym oraz podejmowanie decyzji politycznych/rządowych. Do analizy tych ostatnich związków pomiędzy agendą medialną a polityczną zastosowano narzędzia w ramach koncepcji CNN effect. Co prawda koncepcja CNN effect jest głównie wykorzystywana do analizy przypadków wpływu mediów na decyzje w stosunkach międzynarodowych, jednakże ustalenia przez nią wypracowane mają walor na tyle uniwersalny, że podjęto próbę ich wykorzystania w obrębie polityki krajowej. Integracja wspomnianych koncepcji została zrealizowana z wykorzystaniem metody analizy treści w odniesieniu do telewizyjnych programów informacyjnych oraz oficjalnych dokumentów – sprawozdań z posiedzeń rządu. Zastosowano również wtórną analizę istniejących danych statystycznych, jako czynnika reprezentującego agendę wydarzeń świata rzeczywistego, kontrolującego faktyczny wpływ agendy medialnej na polityczną (rządową).

E. Nowak, Media Coverage as Foreign Policy Intervention Factor: The CNN-effect Concept, [w:] Communication in the Millenium. 9th International Symposium, red. E. Yüksel, Anadolu University, Anadolu 2011, ss. 237-252.

The CNN effect concept is settled in the area of media effect studies and is especially connected with the topic of political decision making in international relationships. These days, the CNN effect concept has the status of an assumption which has not been ultimately confirmed. The lively academic debate on the degree of media influence on making politics remains current today and based on the assumptions, that the media have an impact on public opinion and power of shaping policies. That public opinion, which is informed and stimulated by the media, has significant influence when policy goals are being considered (Louw 2007). A more critical view is presented by P. Robinson, who claims that generally the media follow politicians and their policy making, but there are some meaningful exceptions when media coverage exert pressures on political elites to force them to make   certain decisions. The proposed study combines the theoretical basis within the agenda setting theory, as regards  the interrelationships between the media and policy agenda and empirical seeking using the methodology, covering case studies. The main assumption grounds  on the opinion that previous model of relationship between media agenda and policy agenda, in which media agenda generally follows the policy agenda, is changing, so that the media has a growing role  in making politics. The detailed hypothesis which is going to be proved in the study implies that media coverage should be considered as an intervention factor within the political decision-making environment.

E. Nowak, The Interrelationship between Media and Political Agenda, [w:] Communication in the Millenium. 8th International Symposium, red. E. Yüksel, Anadolu University, Anadolu 2010, ss. 19-30.

The goal of this study is to establish to what extent and in what way  
the media agenda influences the political (policy) agenda. The object of a particular interest is the shifting salience between the media and the political agenda (the first level of agenda setting) and defining circumstances in which the media agenda influences political decisions – especially governmental - decisions. The theoretical basis of the study is the agenda-setting theory – the elements of the first level of the theory, that is the shifting salience of objects between the media and the political agenda, and the elements of the fifth level of the theory – the consequences of the shifting salience between the media and the political agenda concerning political life and decisions. The concept of “the CNN-effect” will be used as a theoretical explanation model as well. The empirical basis will be three-month media coverage - the most important TV news programmes in Poland (TVP1, TVN and Polsat) and also the most influential Polish dailies and the reports of Polish government meetings from the same period. The comparison of the content (quantitative and qualitative content analysis) of these two types of  resources, using data from so-called real-world agenda as a control factor, enable us to make a conclusion about the media agenda and the political (policy) agenda interrelationships, especially to indicate the agenda of greater potential influence.

E. Nowak, Europeizacja politycznej sfery publicznej w państwach Unii Europejskiej, [w:] Europeizacja. Mechanizmy, wymiary, efekty, red. A. Pacześniak, R. Riedel, Wydawnictwo Adam Marszałek, Oslo-Toruń-Wrocław 2010, ss. 179-194.   
  
Zarówno europeizacja jak europejska sfera publiczna (ESP) należą do takich pojęć, co do których nauka odnosi się dzisiaj dopiero w fazie tworzenia podstaw teoretycznych i operacjonalizacji definicji umożliwiających podjęcie pogłębionych badań empirycznych. Jednocześnie sfera publiczna w Europie – jest takim obszarem funkcjonowania Wspólnot Europejskich, gdzie europeizacja jest warunkiem sine qua non jej zaistnienia – bez europeizacji nie ma europejskiej sfery publicznej, ale czy możliwa jest europeizacja bez funkcjonującej – wspólnotowej sfery publicznej, a jeśli tak to do czego taka sfera jest faktycznie potrzebna? Proponowane opracowanie, chociaż nie formułuje jednoznacznych odpowiedzi na przedstawione wyżej kwestie, proponuje spojrzenie na problemy pojawiające się na styku dyscyplin – studiów europejskich i komunikowania politycznego, w kontekście omawianych procesów europeizacji.

Korelacje pomiędzy europeizacją a Europejską Sferą Publiczną (dalej ESP) można obserwować biorąc pod uwagę sposoby realizacji strategii europeizacji poprzez różne mechanizmy, np. adaptację, konkurencję lub komunikację. O ile adaptacja zakłada głównie dostosowanie się do ustalonych standardów, konkurencja uwalnia indywidualne możliwości aktorów (np. liberalizacja rynków medialnych), choć w ramach niezbędnych reguł, to nurt komunikacyjny kładzie nacisk na wymianę wartości i informacji oraz na budowanie relacji wspólnotowych.

Mechanizm komunikacyjny w europeizacji zdaje się mógłby najlepiej odpowiadać ‘duchowi’ sfery publicznej, jednakże również mechanizmy konkurencji i adaptacji odgrywają w ramach tych procesów istotną, a nawet kluczową rolę. Poniżej przedstawione zostanie pojęcie ESP, a także formy (początki) jej funkcjonowania  w kontekście przedstawionych mechanizmów europeizacji, przy czym szczególny nacisk położony został na medialny wymiar ESP, ze względu na centralną funkcję, którą aktualnie spełniają media w ramach analizowanej sfery.

E. Nowak, R. E. Bernacka, R. Riedel, Die politische Integration der Polen im Ausland am Beispiel der Integration von Polen in Osterreich, “Jahrbuch des Wissenschaftlichen Zentrums der Polnischen Akademie der Wissenschaften in Wien", Band 3: 2010-2012, ss. 59-92.

Im angenommenen theoretischen Modell wurde die Integration der Polen in Österreich als ein aus drei Komponenten bestehendes Phänomen der politischen Kultur betrachtet. Die Komponenten der politischen Kultur -Erkenntniskomponente, emotionell-bewertende Komponente,  behavioristische Komponente - werden durch äußere Faktoren, die mit der Aufenthaltsdauer verbunden sind, und durch innere Faktoren, zu denen z. B. soziale Identität gehört, beeinflusst. Darüber hinaus setzte das Modell voraus, dass zwischen diesen Komponenten Wechselbeziehungen bestehen können.  
Aus den durchgeführten Analysen geht hervor, dass die politische Kultur der Polen in Österreich passiv ist. Die Polen in Österreich beteiligen sich wenig am politischen Leben, die Komponenten der politischen Kultur weisen im Grunde keine Abhängigkeit voneinander auf. Die Integration von Polen in die politische Kultur Österreichs ist also nicht von integralem Charakter und basiert auf isolierten Elementen, von denen die behavioristische Komponente die wichtigste Rolle spielt. Bei einem allgemein niedrigen Niveau der politischen Partizipation vollzieht sich die Integration der Polen durch das Verhalten. Davon zeugt die bestehende, wenngleich durchschnittliche Beziehung zwischen der Aufenthaltsdauer und der Teilnahme an Parlamentswahlen in Österreich, was auch direkt durch das erhobene größere Vertrauen und die höhere Bewertung der Demokratie sowie der Regierungstätigkeit in Österreich als in Polen bedingt sein kann. Je länger sich die Polen also in Österreich aufhalten, desto stärker ändert sich ihr sozial-politische Verhalten. Die Erkenntnis- und emotionell-bewertende Komponenten der politischen Kultur verändern sich langsam. Bei den Befragten werden die sichtbarsten Elemente  transformiert. Es kommt zur inneren Anpassung.   
Die Bedeutung der sozialen Identität als Grundvariable, die einen wesentlichen Einfluss auf die Komponenten der politischen Kultur ausübt, wurde positiv bestätigt. Überraschend ist das Fehlen der Differenzierung der Identität in Abhängigkeit von der Aufenthaltsperiode, obwohl die im FGI ermittelten Informationen auf eine solche Beziehung schließen lassen. Identität als psychologischer Faktor spielt bei den Befragten eine wichtige Rolle im Hinblick auf ihre Integration. Es sollte betont werden, dass die Identität der Polen in Österreich, trotz des Fehlens einer eindeutigen Orientierung in Richtung einer bestimmten Art der Identität,  auch nicht die Identität des Ansiedlungslandes ist. „Die Kraft des Polentums“ ist durchschnittlich, wobei unter dem Begriff „Kraft des Polentums“ die polnische Identität zu verstehen ist – Identifikation mit Polen, Zugehörigkeitsgefühl zur polnischen Gemeinschaft im kulturellen, wirtschaftlichen, politischen und sozialen Umfeld des Ansiedlungslandes.  
Einerseits kann die erhobene durchschnittliche Identifizierung mit dem Polentum ein Faktor sein, der die Integration verlangsamt, andererseits spiegelt die Situation der Polen in Österreich die Auswirkungen transkultureller Prozesse wider. Unterschiede zwischen Generationen sind bemerkbar, deren Ursachen nicht durch die Aufenthaltsdauer sind, sondern durch den kulturellen Wandel bedingt sind. Unter den Polen, die sich in Österreich länger aufhalten, kann eine hybride Identität festgestellt werden, die fest im Polentum verwurzelt ist, was schrittweise mit der Festigung der Identität mit den österreichischen Identitätskomponenten in Einklang gebracht wird.

Die „Kraft des Polentums“  wird, wie in der vorliegenden Arbeit festgestellt wurde, mehr im privaten Umfeld als in der Öffentlichkeit zum Ausdruck gebracht. Es wird also unter den meisten Polen in Österreich eine Identität beobachtet, die zur Bipolarität neigt – die Gleichsetzung mit dem Polentum in der Privatsphäre; Anpassung an die österreichische Kultur in der Öffentlichkeit. Die junge Generation der Polen in Österreich ist durch die europäische Identität gekennzeichnet. Die europäische Identität ist zwar die Hauptidentität, daneben aber gibt es auch andere Identitäten, die bezeichnend für die junge Generation sind.  
Es sollte auch betont werden, dass heute eine neue kosmopolitische Identität des Menschen entsteht, indem sich der Mensch viele Kulturen gleichzeitig zu eigen macht und sie gut heißt. Man geht von der einpoligen nationalen Identität ab.  Die europäische Identität (auch europäische Staatsbürgerschaft) steht heute in keiner Konkurrenz zu nationalen Identitäten und erfüllt lediglich eine ergänzende Funktion. Ihr komplementärer Charakter bezieht sich sowohl auf die nationale als auch auf die kulturelle Dimension der Identität. Betrachtet man das Problem von einem ethnischen Gesichtspunkt aus, sollte festgestellt werden, dass die gleichzeitig bei einer Person auftretende polnische, österreichische oder europäische Identität in keinem Widerspruch zueinander steht. Betrachtet man in vergleichbarer Weise das Problem aus kultureller Perspektive, sollte festgestellt werden, dass das Zugehörigkeitsgefühl zu einer lokalen oder nationalen Gemeinschaft nicht in Widerspruch zum Zugehörigkeitsgefühl zu anderen Gemeinschaften stehen muss (z. B. europäische Gemeinschaft).

Man kann sich auf die Suche nach Unterschieden und Ähnlichkeiten zwischen den Nationen konzentrieren, indem man die soziale Identität bezüglich des Inhalts analysiert. Laut R. Dubos  bringen gewisse einer Nation zugeschriebene Adjektive für diese Nation charakteristisches Verhalten zum Ausdruck, die für diese Nation kennzeichnend sind. Das Bild des Polens oder des Österreichers spiegelt die nationale Identität wider, die inhaltlich mit der sozialen Identität verflochten ist. Aus dem FGI geht hervor, dass zu positiven Charakterzügen der Polen folgende Charaktereigenschaften gehören: Spontanität, Leidenschaft und Fantasie im Handeln, Aufgeschlossenheit, Sinn für Humor, Patriotismus, Nationalstolz, Herzlichkeit, Gastfreundschaft, familiäre Beziehungen. Zu den negativen gehören: uneigennütziger Neid und Eifersucht, niedrige Integrationsbereitschaft (Treffen finden meist im Familienkreis statt). Zu den positiven Eigenschaften der Österreicher gehören: ‚deutsche‘ Ordnung, Kultur, Engagement und positive Einstellung zur Arbeit, Zuverlässigkeit, Genauigkeit, Toleranz, Aufgeschlossenheit, Hilfsbereitschaft und Fähigkeit, zu planen. Zu den negativen Eigenschaften der Österreicher gehören: Ernst, Nihilismus, der seine Ursache in der Ordnung hat; negative Einstellung zu Konkurrenz, Österreicher ziehen Ruhe um jeden Preis vor. Nach den Aussagen der befragten Personen haben Polen und Österreicher auch gemeinsame positive Eigenschaften, zu denen Zuverlässigkeit, Aufgeschlossenheit, Herzlichkeit, Mut, Hilfsbereitschaft und familiäre Werte gehören.  
Die ganzheitliche Reflexion über die eigenen Forschungsergebnisse verleitet zur Extrapolarität der Schlussfolgerungen. Große Mühe wurde darauf verwandt, um den tatsächlichen Stand der Integration der Polen in Österreich wiederzugeben. Es unterliegt keinem Zweifel, dass die Befragten eine repräsentative Stichprobe für die in Wien lebenden Polen darstellen.  Nichtsdestoweniger können die erreichten Resultate der Forschung nicht für alle in Österreich lebenden Polen gelten. Die durchgeführte Schlussfolgerung zeigt Trends, die auch für einen größeren Teil der polnischen Diaspora in Österreich relevant sein können. Es scheint also, dass die Forschungsergebnisse einen guten Ausgangspunkt für die weitere Erforschung der Veränderungen der Rahmenbedingungen der Integration der Polen in Österreich  darstellen. Dies ist eine wichtige Aufgabe - nicht nur hinsichtlich des Erkenntniswertes, sondern auch im gesellschaftlichen Sinne für die gegenwärtigen und kommenden Generationen, die nach dem für sie besten Lebensort in Europa suchen.

 E. Nowak, Podziały strukturalne i aksjologiczne polskiego elektoratu. Wybory parlamentarne w 2007 r., „Athenaeum“, Nr 19 2008, ss. 95-110.

Dwie ostatnie elekcje parlamentarne w 2005 i w 2007 r. ujawniły nowe podziały polityczne i społeczne wśród polskich wyborców. Po raz pierwszy w 2005 r. Polacy w przeważającej większości zagłosowali na formacje polityczne mieszczące się w nurcie postsolidarnościowym, marginalizując na mocy swoich decyzji ugrupowania lewicowe identyfikowane z nurtem postkomunistycznym. W 2007 r. tendencja ta uległa wzmocnieniu, ok. 3/4 obywateli poparło dwie duże partie wywodzące się z antykomunistycznej opozycji politycznej, a mieszczące się w centrum i po prawej stronie sceny politycznej. Mimo tej, wydawałoby się, ideologicznej wspólnoty preferencji podczas obydwu ostatnich kampanii wyborczych, ale także w 2-letnim okresie rządów sprawowanych przez koalicję stworzoną przez Prawo i Sprawiedliwość, ujawniły się bardzo ostre i głębokie podziały polityczne, które nie były wyłącznie rezultatem skutecznego pozycjonowania podmiotów na rynku politycznym i agresywnej komunikacji politycznej. Wydaje się zatem, że źródłem zasadniczych różnic pomiędzy wyborcami nie jest pozycja na osi podziałów lewica-prawica, skoro przytłaczające poparcie zdobywają partie deklarujące zakorzenienie prawicowe lub centrowe. Założenie to jednak staje się mniej oczywiste, kiedy bierzemy pod uwagę specyfikę polskich partii i rynku politycznego, które podobnie jak w innych państwach postkomunistycznych, ujawniają znaczące odmienności w stosunku do tradycyjnych podziałów socjopolitycznych charakterystycznych dla tradycyjnych zachodnich systemów partyjnych.