

Obsah

Obsah	3
Úvod	7
1. Popis předvstupní situace v Rakousku, Švédsku a Finsku	8
1.1 Politický systém a postoje politických stran k evropské integraci	8
1.1.1 Švédsko	8
1.1.2 Finsko	17
1.1.3 Rakousko	21
1.2 Ekonomické vazby s ES	23
1.2.1 Švédsko	23
1.2.2 Finsko	26
1.2.3 Rakousko	29
2. Vyjednávání vstupních podmínek: pozice vyjednávajících zemí a EU	30
2.1 Podání oficiálních přihlášek do EU: proč, jak, kdy	30
2.1.1 Švédsko	30
2.1.2 Finsko	31
2.1.3 Rakousko	33
2.2 Pozice Rakouska, Švédska a Finska v klíčových oblastech citlivě vnímaných veřejností	34
2.2.1 Švédsko	34
2.2.2 Finsko	37
2.2.3 Rakousko	40
3. Referenda o členství v EU	42
3.1 Postoje veřejnosti k EU	42
3.1.1 Švédsko	42
3.1.2 Finsko	43
3.1.3 Rakousko	45
3.2 Komunikační strategie vlády a hlavní aktéři informační kampaně	46
3.2.1 Švédsko	46
3.2.2 Finsko	48
3.2.3 Rakousko	50

3.3	Argumenty zastánců a odpůrců členství	51
3.3.1	Švédsko	51
3.3.2	Finsko	55
3.3.3	Rakousko	56
3.4	Průběh a výsledky referend o členství v EU	59
3.4.1	Švédsko	59
3.4.2	Finsko	61
3.4.3	Rakousko	63
4.	Reakce občanů po vstupu do EU	64
4.1	Prvotní odezva a posuny ve veřejném mínění v roce 1995	64
4.1.1	Švédsko	64
4.1.2	Finsko	65
4.1.3	Rakousko	67
4.2	Změny v podpoře politických stran v důsledku „povstupního šoku“: národní a evropské volby	68
4.2.1	Švédsko	68
4.2.2	Finsko	71
4.2.3	Rakousko	73
4.3	Názory veřejnosti na EU v letech 1996 – 2000	79
4.3.1	Švédsko	79
4.3.2	Finsko	80
4.3.3	Rakousko	82
5.	Popis předvstupní situace v ČR	85
5.1	Charakteristika a hodnocení první fáze vztahů mezi ČR a EU (1989–1995)	85
5.2	Charakteristika a hodnocení druhé fáze (1996–2002)	87
5.3	EU v programatice českých politických stran	93
5.3.1	Stranická typologie	93
5.3.2	Případová studie: analýza evropského programu ODS a její pojetí národních zájmů	94
5.4	Analýza volebních programů českých politických stran v roce 1998: pohledy na EU	98

6. Komunikační strategie vlády ČR před vstupem (2000–2003)	104
6.1 Důvody realizace komunikační strategie	104
6.2 Komunikační strategie a média	105
6.2.1 Tisk	106
6.2.2 Rozhlas	107
6.2.3 Televize	108
6.2.4 Ostatní	109
6.3 Komunikační strategie a společenské skupiny	109
6.3.1 Senioři	109
6.3.2 Studenti a mladí lidé	110
6.3.3 Ženy	110
6.3.4 Malí a střední podnikatelé	110
6.3.5 Venkov a regiony	111
6.4 Komunikační strategie a občanská společnost	111
6.4.1 Neziskové a nevládní organizace	111
6.4.2 Zájmové skupiny	112
6.5 Komunikační strategie a zdroje informací	113
6.6 Celoplošná dimenze komunikační strategie	115
Závěr	117
Bibliografie	119