



Polski Instytut Spraw Międzynarodowych
Biuro Analiz

BIULETYN

nr 25 (129) • 30 kwietnia 2003 r. • © PIISM

nr egz. PIISM 20

Redakcja: Krzysztof Balon, Sławomir Dębski (redaktor naczelny), Dorota Dołęgowska (redaktor techniczny),
Maciej Krzysztofowicz, Urszula Kurczewska, Wiesława Łach (sekretarz Redakcji), Rafał Morawiec

Kampanie przedreferendalne na Malcie, w Słowenii i na Węgrzech – wnioski dla Polski

Katarzyna Sochacka, Adriana Żelazo

W maju 2004 r. do Unii Europejskiej mają przystąpić nowe państwa, które w dniu 16 kwietnia 2003 r. podpisały Traktat Akcesyjny. We wszystkich tych państwach, poza Cyprzem, przeprowadzono, bądź planowane jest przeprowadzenie, referendum, w którym społeczeństwa wypowiedzą się na temat członkostwa w UE. Dotąd odbyły się referenda na Malcie, w Słowenii i na Węgrzech, następne przeprowadzone zostaną na Litwie (11 maja), Słowacji (16, 17 maja), w Polsce (7, 8 czerwca), Republice Czeskiej (w czerwcu), oraz na Łotwie i w Estonii (we wrześniu).

Referendum na **Malcie** (9 marca 2003 r.) w sprawie przystąpienia do Unii Europejskiej zakończyło się zwycięstwem zwolenników wejścia do UE. Za członkostwem opowiedziało się 53,65% uprawnionych do głosowania. Badania opinii publicznej z lutego wskazywały na poparcie integracji z UE blisko 52% obywateli.

Frekwencja wyniosła 91%, podczas gdy w wyborach parlamentarnych zwykle bierze udział ponad 95% obywateli. Kampanię przedreferendalną zdominowały spory między partiami politycznymi, które chciały wykorzystać referendum, jako element przyszłej kampanii wyborczej do parlamentu. Spory te spowodowały znaczny wzrost liczby przeciwników integracji do 46,35% ogółu głosujących, podczas gdy sondaże przed referendum wskazywały na 20%. Przeprowadzone referendum nie jest wiążące, tylko doradcze, a decyzja o członkostwie należy do parlamentu i rządu.

Przystąpienie Malty do UE poparli głównie ludzie młodzi, dobrze sytuowani i wykształceni oraz osoby starsze. Nie przekonały ich argumenty opozycji, że Malta utraci suwerenność i neutralność, zostaną zalegalizowane rozwody, a także, że rynek pracy zostanie zdominowany przez imigrantów. Kościół katolicki popiera przystąpienie Malty do UE, jednak nie brał udziału w kampanii.

Charakterystyczna dla kampanii była duża mobilizacja zwolenników Unii. Nawet obywatele Malty, którzy na stałe przebywają poza jej granicami przyjeżdżali, aby zagłosować. Dzięki trwającej od kilku lat kampanii, Maltańczycy byli dobrze poinformowani o integracji.

Blisko 90% obywateli **Słowenii** opowiedziało się w referendum za członkostwem ich państwa w UE. Referendum w sprawie przystąpienia do UE oraz NATO odbyło się 23 marca 2003 r., przy frekwencji 60,4%.

Zapoczątkowana w 1997 r. kampania miała charakter informacyjny, a nie promocyjny. Zamiast ogłoszeń i billboardów wybrano telewizyjne dyskusje, wykłady, publikację ulotek informacyjnych oraz artykułów w prasie regionalnej. Celem tych działań było zachęcenie do udziału w debacie publicznej na temat UE i samodzielnego poszukiwania informacji na temat integracji europejskiej. Rząd zdecydował się na taką formę kampanii, między innymi dlatego, że większość Słoweńców od dawna opowiadała się za członkostwem w UE. Poparcie od kilku lat nie spadło poniżej 65%, w przeddzień referendum wzrosło nawet do 85%. Słowenia już obecnie jest silnie związana gospodarczo z UE, a wejście do Unii postrzegane jest przez społeczeństwo jako ostateczne odcięcie się od państw byłej Jugosławii.

Ponadto integracja z UE popierana jest przez niemal wszystkie partie polityczne, w tym także opozycję. Przy realizacji kampanii brały udział również organizacje pozarządowe i media. Wśród działań informacyjnych wymienić można m.in. uruchomienie „eurotelefonu”, zorganizowanie „eurobusu”, który jest rodzajem mobilnej biblioteki i biura informacji o UE, a który dociera do najdalszych zakątków kraju.

Referendum na Węgrzech jest wiążące, gdy co najmniej 25% uprawnionych opowie się za jedną z opcji. Przystąpienie do Unii 12 kwietnia 2003 r. poparło 38% wszystkich uprawnionych – warunek ten został więc spełniony. Za przystąpieniem opowiedziało się 83,76 % głosujących, przy frekwencji 45,56%, czyli o wiele niższej, niż oczekiwano. Według danych z sondażu przeprowadzonego tuż przed referendum, 64% Węgrów wyrażało wolę opowiedzenia się za integracją, a 16% było przeciwno. Przewidywana frekwencja miała wynieść 60–70%.

Kampania była podzielona na dwa etapy: informacyjny i motywujący, z których ten drugi trwał przez ostatnie sześć tygodni przed referendum. Rząd posługiwał się w kampanii przede wszystkim argumentami ekonomicznymi, powoływano się najczęściej na przyspieszenie tempa wzrostu gospodarczego. Uruchomiono także telefoniczną linię informacyjną, czynną tylko do dnia referendum. Własny telefon informacyjny uruchomiło również MSZ, z którego będzie można korzystać aż do momentu przystąpienia Węgier do UE. Kampanię koordynowała powołana przez rząd Fundacja Łączności z Europą.

Wszyscy Węgrzy otrzymali pocztą od organizatorów kampanii listy dotyczące integracji ich państwa z UE, w których zapytano o zagadnienia budzące ich największe obawy. Osoby, które odesłały powyższe kwestionariusze otrzymały broszury informacyjne o ważnych dla nich kwestiach.

W kampanię zaangażowano osobistości świata kultury i sportu, przygotowane zostały plakaty, programy telewizyjne i radiowe namawiające do poparcia akcesji. Plakaty i telewizyjne reklamy koncentrowały się przede wszystkim na obalaniu mitów dotyczących Unii, a także na podkreślaniu, że za UE są wszyscy, niezależnie od poglądów politycznych. Partie popierające przystąpienie do UE porozumiały się i prowadziły w czasie trwania kampanii rządowej wspólne działania np. występując razem na wiecach. Poparcie wyraziły też kościół katolicki i związki zawodowe. Sprzeciw zgłaszały skrajne ugrupowania nacjonalistyczne.

Kampanię ocenia się jako zbyt krótką. Przy wyborze daty rozpoczęcia kampanii nie uwzględniono dużego spadku poparcia dla integracji, które miało miejsce po szczycie Rady Europejskiej w Kopenhadze w grudniu 2002 r. Węgrzy ocenili wtedy, że warunki przystąpienia do UE innych państw, np. Polski są o wiele korzystniejsze niż w przypadku Węgier.

Wnioski dla Polski. Należy pamiętać o specyfice społeczeństwa i okolicznościach przeprowadzanej kampanii. Charakter kampanii powinien uwzględniać szczególne potrzeby danego społeczeństwa, odpowiadać jego nastrojom i oczekiwaniom. Pomimo tego, warto zwrócić uwagę na wnioski wynikające z zaprezentowanych powyżej kampanii.

Słoweńcom odpowiadała kampania czysto informacyjna, bo większość z nich była już przekonana do integracji. Więcej emocji i kontrowersji budziło członkostwo w

NATO. Istotną wydaje się też tradycja referendum i poziom uczestnictwa społeczeństwa w głosowaniach. Słoweńcy często biorą udział w referendach, na Węgrzech z kolei nie ma długiej tradycji przeprowadzania referendum, frekwencja w wyborach jest natomiast zazwyczaj wysoka.

W kampanii niewłaściwe wydaje się koncentrowanie na wybranych, ogólnych zagadnieniach, lepiej, gdy jest ona wszechstronna i szczegółowa, a ilość oraz dobór informacji odpowiada oczekiwaniom społeczeństwa. Na Węgrzech skupienie się na zagadnieniach ekonomicznych oraz brak informacji źródłowych pochodzących z traktatów (np. warunki członkostwa) spowodowały zniechęcenie i negatywną ocenę kampanii przez jej adresatów. Społeczeństwo zainteresowane było konkretnymi kwestiami, takimi jak możliwość podjęcia pracy czy poziom cen.

Niska frekwencja w referendum na Węgrzech – to przede wszystkim skutek dobrze widocznej, lecz uproszczonej kampanii. Ponadto informacje, jakie dostarczono, nie były wystarczające, płytka argumentacja nie odpowiadała potrzebom osób zainteresowanych szczegółami na temat integracji europejskiej.

W sytuacji wyraźnego podziału na zwolenników i przeciwników integracji wśród przedstawicieli głównych sił politycznych tak, jak ma to miało miejsce na Malcie, korzystniej jest, gdy działania prowadzone w czasie kampanii skupiają się bardziej na promowaniu niż tylko na szczegółowym informowaniu o integracji, ponieważ argumentacja przeciwników z reguły odwołuje się głównie do emocji i odczuć.

Z doświadczenia Węgier wynika, że do deklarowanego w badaniach sondażowych udziału w referendum należy podchodzić bardzo ostrożnie i nie można traktować tego jako zapowiedź rzeczywistej frekwencji. Warto także zauważyć, że poziom uczestnictwa w życiu publicznym w społeczeństwie węgierskim jest wyższy niż w Polsce. W wyborach parlamentarnych średnio bierze udział około 60% uprawnionych, podczas gdy w Polsce poniżej 40%. Mało prawdopodobne wydaje się więc osiągnięcie w Polsce takiego wyniku jak na Węgrzech. Problematyka rolna praktycznie tam nie występuje, a w parlamencie nie ma tak dużej reprezentacji partii wyraźnie sprzeciwiającej się przystąpieniu do UE, jak ma to miejsce w przypadku LPR w Polsce.

Na Węgrzech Unia przedstawiana była poprzez korzyści poszczególnych obywateli. Ustalono, że dla ludzi ważne są takie kwestie jak emerytura czy bezpieczeństwo socjalne. UE prezentowana była jako „polisa ubezpieczeniowa”, czyli zabezpieczenie spokojnej przyszłości obywatelom. Wydaje się, że korzystniej byłoby więcej mówić, co członkostwo oznacza dla całego społeczeństwa oraz podkreślać znaczenie polityczne tej decyzji.

Należy też wyraźnie podkreślić, że zwłaszcza działania informacyjne czy też promocyjne nie mogą się skończyć wraz z przeprowadzonym referendum. Okres do akcesji należy wykorzystać, by jak najlepiej przygotować społeczeństwo do integracji. W dużej mierze od tego przygotowania będzie zależało, w jakim stopniu Polska skorzysta na członkostwie w UE.

OGŁOSZENIA

ЕВРОПА

ЖУРНАЛ ПОЛЬСКОГО ИНСТИТУТА МЕЖДУНАРОДНЫХ ДЕЛ

ISSN 1643-0360

ROSYJSKOJĘZYCZNY KWARTALNIK
POLSKIEGO INSTYTUTU SPRAW MIĘDZYNARODOWYCH
<http://www.pism.pl/evropa.html>

Publikowali w kwartalniku «Европа» (nr 1– 5)

Władysław Bartoszewski, Walentin Bażanow, Joseph E. Bigio, Jerzy W. Borejsza, Stefan Bratkowski, Joanna Chodor, Robert A. Denemark, Carlos Escudé, Jacek Foks, Bronisław Geremek, Walerij Gessen, Astanda Gitsba, Jakub Godzimirski, Artur Gradziuk, Wagif Gusejnow, Igor Guźwa, Hans-Henning Hahn, Władimir Kantor, Hans-Otto Kleinmann, Kirill Kobrin, Gernot Koehler, Adam Kola, Tadeusz Kopyś, Marek Kornat, Katarzyna Korzeniewska-Wołek, Małgorzata Kwiatkowska, Urszula Kurczewska, Walter Laquer, Andrzej de Lazari, Aleksandr Lipatow, Piotr Łossowski, Roman Maniekin, Walerij Mildon, Rafał Morawiec, Zdzisław Najder, Władimir Niewieżyn, Hans-Heinrich Nolte, Andrzej Nowak, Jakow Okuń, Andrzej Olechowski, John R. Oneal, Michaił Paszkow, Horst Pietschmann, Andriej Piontkowski, Anna Pochylczuk, Leonid Poliakov, Jakub Polit, Malcolm Rifkind, Lord Robertson of Port Ellen, Dariusz K. Rosati, Bruce Russett, Tim Sharman, Krzysztof Skubiszewski, Ryszard Stemplowski, Marek Styczyński, Wołodymyr Sudak, Aleksander Surdej, Wasilij Szczukin, Zachar Szybeko, Arno Tausch, Galin Tichanow, Jerzy Tomaszewski, Artiom Treskin, Ernest Wyciszkiewicz, Ełła Zadorożniuk, Patric Ziltener, Evert van der Zweerde