

## **Jaka Polska w jakiej Europie?<sup>1</sup> – analiza telewizyjnych audycji referendalnych**

### **1. Wprowadzenie**

Kampanię poprzedzającą referendum w sprawie przystąpienia Polski do Unii Europejskiej można uznać za ostatni etap trwającej od ponad 10 lat publicznej debaty nad kierunkami polskiej polityki zagranicznej oraz miejscem i rolą naszego kraju w ukształtowanych na początku lat 90. nowych warunkach geopolitycznych. Problematyka europejska była przedmiotem dyskusji, rozważań i komentarzy zarówno polityków, jak i dziennikarzy oraz obywateli. Szczególne forum wymiany opinii stanowiły kolejne kampanie wyborcze poprzedzające wybory parlamentarne i prezydenckie. Specyfika kampanii wyborczej polega przede wszystkim na tym, iż wyraźnie określony zostaje czas jej trwania i, w konsekwencji, intensyfikacji ulegają zarówno forma (audycje, ogłoszenia, reklamy), jak i treść rozpowszechnianych wówczas przekazów (formułowanie wyrazistych argumentów, odwoływanie się do emocji, stosowanie retoryki konfrontacji). Już podczas pierwszej wolnej i bezpośredniej elekcji prezydenckiej w 1990 r. w wypowiedziach programowych większości kandydatów pojawił się postulat „powrotu do Europy” i - jednocześnie - świadomość szans oraz trudności z tym procesem związanych. Z czasem kwestia przyszłego członkostwa Polski w strukturach europejskich stanowiła coraz istotniejszy element przekazów programowych wszystkich podmiotów politycznych, a od 2000 r. stała się jednym z tych zagadnień, które różnicowały uczestników rynku wyborczego.

Przed zaplanowanym na 7 i 8 czerwca 2003 r. referendum akcesyjnym dyskusja unijna osiągnęła swoje apogeum. Działania podejmowane przez nadawców audycji wyborczych miały na celu „spowodowanie specyficznych i pożądaných skutków u relatywnie dużej liczby osób w określonym czasie w konsekwencji kompleksowych, zorganizowanych działań komunikacyjnych”<sup>2</sup>. Kampania referendalna była więc przykładem kampanii komunikacyjnej: posiadała konkretny, jasno sprecyzowany cel (zachęcenie obywateli do udziału w głosowaniu

---

<sup>1</sup> Taki sam tytuł nosiła jedna z części programu publicystycznego „Forum Wyborcze”, emitowanego przed wyborami prezydenckimi w 2000 r. w TVP1.

<sup>2</sup> B. Dobek – Ostrowska, Teoria komunikowania publicznego i politycznego. Wprowadzenie, Wrocław, 2001, s. 74.

i do poparcia określonej opcji w referendum), była skierowana do szerokiej publiczności (obywatele posiadający czynne prawo wyborcze), miała (prawnie) określone ramy czasowe oraz stanowiła zespół powiązanych ze sobą i zaplanowanych wcześniej czynności komunikacyjnych (obok emisji audycji w mediach elektronicznych na czynności te składały się m.in.: marsze, wiece, spotkania, konferencje, kursy i szkolenia oraz plakaty)<sup>3</sup>.

Biorąc pod uwagę cel kampanii referendalnej oraz podejmowane w jej ramach działania była ona przykładem *komunikowania prowokującego do określonych zachowań*, czyli kampanii odnoszącej się do informacji i perswazji jako środków psychologicznego oddziaływania. W znacznie mniejszym stopniu było to natomiast komunikowanie informacyjne (mające zwiększyć świadomość i wiedzę) i perswazyjne (wykształcającym nowe postawy lub zmieniającym dotychczas istniejące) – na tego typu działania w okresie bezpośrednio poprzedzającym dni głosowania było już zdecydowanie za późno (oba typy to komunikowanie długotrwałe, które powinny poprzedzać, a następnie uzupełniać działania reklamowo - promocyjne).

Celem niniejszej pracy jest prezentacja wyników analizy jakościowej audycji wyborczych przygotowanych i rozpowszechnianych przed referendum. Do badań wybranych zostało 60 audycji, które emitowane były w TVP1 i TVP3 (Poznań) – czyli 1 stacji ogólnopolskiej i 1 stacji regionalnej telewizji publicznej. W sumie w wybranych blokach audycji zaprezentowanych miało być 77 audycji, jednak 17 podmiotów nie dostarczyło swoich przekazów (alfabetyczna lista tych, które dostarczyły znajduje się w aneksie). Zdecydowana większość badanych audycji (42) przygotowana została przez zwolenników przystąpienia Polski do UE, apele o głosowanie na NIE zawierało 12 audycji, zaś 6 pozostałych nie zachęcało bezpośrednio do żadnej z opcji. Do tej ostatniej grupy należały audycje, których głównym celem było nakłanianie obywateli do udziału w referendum lub też promocja określonej instytucji, fundacji, organizacji czy też stowarzyszenia (np. Krajowy Związek Kierowców i Przewoźników Drogowych, Fundacja Rozwoju Przedsiębiorczości, czy też Fundacja Akademia Promocji).

Wśród wspomnianych wyżej trzech głównych typów grup wyróżnić można kilka bardziej szczegółowych postaw wobec polskiej integracji z UE. I tak, zwolenników członkostwa Polski w strukturach unijnych podzielić można na entuzjastów (tak!) i umiarkowanych reprezentantów opcji (tak, ale...). Natomiast wśród przeciwników wyodrębnić można było tych, którzy w swoich przekazach koncentrowali się na krytyce UE i

---

<sup>3</sup> Na podstawie: jak wyżej.

idei integracji z tą strukturą oraz tych, którzy w istocie opowiadali się przeciwko rządowi L. Millera, utożsamianego z dążeniem do włączenia Polski do UE.

Tym samym materiał badawczy stanowiły liczne i potencjalnie bardzo zróżnicowane pod względem zawartości przekazy. Jak pisali autorzy opracowań na temat parlamentarnych kampanii wyborczych, „gospodarowanie tego rodzaju dokumentacją jest zadaniem niewdzięcznym”<sup>4</sup>. Wynika to przede wszystkim z faktu, iż zawartość przekazów wyborczych jest często ogólnikowa, nierzadko banalna, a szereg z analizowanych tekstów charakteryzuje się brakiem logiki i tymi samymi, ciągle powtarzаныmi argumentami. Ponadto, zebranie i „oglądanie na raz całej serii nagrań z kampanii bardzo subiektywizuje samą sytuację odbioru, charakterystyczną przez „gęstość” informacji serwowanych co dzień w małych dozach, ale zarazem przez pominięcie tzw. szumów tła – bieżących informacji, społecznych reakcji na audycje, plotek, komentarzy, itd.”<sup>5</sup>.

Charakter badanego materiału, jakim są przekazy, odwołujące się w dużej mierze do emocji odbiorców, operujące często przekazem nie wprost, podporządkowane swej podstawowej funkcji – nakłaniania do udziału w referendum i wyboru określonej odpowiedzi, zdeterminował wybór typu analizy. „Jakościowe podejście stwarza większe możliwości subiektywnych rozstrzygnięć ze strony badacza, a w przypadku przekazów reklamowych subiektywna analiza bywa niekiedy jedyną dostępną. Metoda jakościowa służyć może także do badania intencji nadawcy danej treści”<sup>6</sup> – a zatem wybranej strategii lub taktyki jego działania”<sup>7</sup>.

Do badań nad zawartością przekazów referendalnych wykorzystano model G. Gerbnera, wyróżniający cztery podstawowe płaszczyzny (formy prezentacji), które dotyczą: istnienia, priorytetów, wartości oraz relacji zjawisk przedstawianych w symbolicznym świecie przekazów masowych<sup>8</sup>. I tak, wymiar istnienia dotyczy kwestii obecności różnych zagadnień w środkach masowego komunikowania (w tym przypadku w audycjach, reklamach i materiałach wyborczych), częstotliwości oraz proporcji ich występowania. Perspektywa ta mierzy uwagę, jaką darzone są poszczególne teksty, tematy, wątki, postacie. Wymiar priorytetów odpowiada natomiast na pytania, co jest ważne i jaki nacisk kładzie się na

---

<sup>4</sup> E. Pietrzyk – Zieniewicz, A. Zieniewicz, Systemy pominięć. Sytuacje dialogu i style dyskursu propagandowego głównych orientacji politycznych (w:) Jak Polak z Polakiem.... Kampania wyborcza do Sejmu i Senatu RP w 1993 r. Autoprezentacje. Regionalne uwarunkowania postaw wyborczych. Dyskurs. Analizy, Ciechanów 1998, s. 45 – 46.

<sup>5</sup> Jak wyżej.

<sup>6</sup> I. Desperak, Stereotypy ról kobiet w reklamie telewizyjnej i praktyce na rynku pracy, „Acta Universitatis Lodzensis, Folia Sociologica” 2001, nr 29, s. 23.

<sup>7</sup> E. Wnuk – Lipiński, Metody analizy treści w socjologii amerykańskiej, Warszawa 1967, s. 20.

<sup>8</sup> G. Gerbner, Cultural Indicator: The Third Voice, New York, 1973. Za: T. Goban – Klas, Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Warszawa – Kraków 1999, s. 194.

poszczególne zagadnienia, tematy, wątki tematyczne w analizowanym materiale. Z kolei wymiar wartości zajmuje się pytaniami, co jest słuszne lub niesłuszne i jakie tendencje przypisać można przedstawionym problemom, mierzy ukierunkowanie i tendencyjność nadawaną różnym wątkom i zagadnieniom. I wreszcie, wymiar relacji opisuje strukturę przekazów w kategoriach zależności przyczynowych, logicznych, bliskości czasowej, przestrzennej (co jest z czym i jak powiązane).

Dzięki zastosowaniu omówionego wyżej schematu do badań audycji referendalnych możliwe stało się, po pierwsze, ukazanie kwestii szczegółowych poruszanych w przekazach, po drugie zaś, wskazanie głównych wątków i zagadnień kluczowych dla danego podmiotu. Ponadto, określony został zbiór wartości, do których odwoływali się poszczególni nadawcy audycji i które łączyli z takimi pojęciami jak: Polska, Unia Europejska, integracja i członkostwo w UE. W dalszej części pracy kolejno omówione zostaną takie zagadnienia jak: obraz aktualnej sytuacji Polski i wizja UE oraz Polski w ramach struktur unijnych, sposób definiowania reprezentantów przeciwnej opcji, a także zastosowana argumentacja zarówno na rzecz udziału w referendum, jak i głosowania za lub przeciw. Pracę zamykać będzie analiza formy przekazów, czyli technicznych instrumentów służących oddziaływaniu na odbiorców.

## **2. Obraz Polski**

Punktem wyjścia, zarówno dla zwolenników, jak i przeciwników polskiego członkostwa w UE, była próba określenia, czym jest Polska - stworzenie obrazu kraju i jego mieszkańców. Czyniono to głównie poprzez odwoływanie się do wartości, wydarzeń historycznych (z dawnej i bliższej historii Polski), cech narodu (charakteru narodowego) oraz elementów przyrody i kultury ludowej, jak również symboliki narodowej i państwowej. W wymiarze istnienia przekazy przedstawicieli obu opcji były do siebie bardzo zbliżone. I tak, do najczęściej przywoływanych przez zwolenników integracji wartości należały: siła (*silna Polska*), niepodległość, wolność i demokracja (*Polska wolna, demokratyczna*), wspólnota i przywiązanie do Ojczyzny (*polskie korzenie, nasza jest czerwień, nasza biel*) oraz poczucie przynależności do poszczególnych regionów (*mała Ojczyzna, mieszkańcy Wielkopolski, mieszkańcy tej ziemi rozumieją znaczenie słów: naród, ojczyzna, patriotyzm*). Często przywoływanym symbolem Polski była flaga oraz orzeł w złotej koronie. Z kolei przeciwnicy integracji odwoływali się do takich wartości jak: ziemia, wiara (religia katolicka. ksiądz, Jan Paweł II), niepodległość oraz podmiotowość narodowa (naród - najważniejszy podmiot), a także podkreślali dumę i godność Polaków jako elementy ich charakteru narodowego.

O ile w przypadku zwolenników integracji przywoływanie wartości bliskich Polakom miało służyć podkreśleniu siły i otwartości naszego kraju, o tyle przeciwnicy odnosili je do konieczności walki z innymi, obrony i ochrony Polski przed wpływami z zewnątrz. Tendencję tę potwierdza sposób odwoływania się do wydarzeń historycznych. W audycjach referendalnych zwolenników integracji znaleźć można szereg nawiązań do wydarzeń z powojennej historii Polski: „Solidarność”, łańcuch serc, flaga polska i transparenty, Lech Wałęsa, pomniki, rocznice, strajki w Gdańsku, protesty, armatki wodne, pałki, konfrontacja z milicją, stan wojenny, wielki wysiłek całego narodu, miliony uściśniętych rąk. Obrazom tym towarzyszył następujący przekaz: *trudna przeszłość, czasy kiedy byliśmy bez szans, zniewoleni, zależni, ograniczeni już minęła – została wywalczona niepodległość oraz prawo do decydowania o sobie i daje to nadzieję na przyszłość*. A zatem negatywne zdarzenia z przeszłości stanowiły podstawę do tego, by z jednej strony ukazać reakcję dużej części społeczeństwa (*walka, współpraca, solidarność*), z drugiej zaś, by sformułować optymistyczną wizję przyszłości kraju i narodu polskiego.

Przeciwnicy integracji nierzadko wykorzystywali te same wydarzenia, jednak wyprowadzali z nich całkowicie odmienne wnioski (np. słowa Prymasa Tysiąclecia: „Non possumus” teraz wykorzystywano jako komentarz wobec pomysłu integracji). Ponadto, w ich przekazach znaleźć można więcej odwołań do wcześniejszych doświadczeń: „Bogurodzica”, „Rota”, 1918 r. – powstanie niepodległej Polski. Wszystkie przytoczone przykłady przywoływały skojarzenia z sytuacją, kiedy Polska była zniewolona (zabory), musiała walczyć o prawo do istnienia i zachowania narodowości. Wspomniane symbole jednoznacznie wskazywały przy tym, iż inne państwa i narody zawsze stanowiły dla Polski wyłącznie źródło nieszczęść.

Przedstawiciele obu opcji w swoich przekazach kształtowali całkowicie odmienny obraz obecnej sytuacji kraju. Zwolennicy integracji budowali go w oparciu o charakterystykę ludzi: ich cele, zainteresowania, potrzeby i cechy. Z kolei przeciwnicy integracji, budując wizję aktualnej sytuacji Polski przywoływali przede wszystkim problemy społeczne, gospodarcze i polityczne. I tak, audycje referendalne mające zachęcić do udzielenia odpowiedzi TAK na pytanie o członkostwo Polski w UE, ukazywały ludzi młodych, którzy razem ze starszymi zdobywali wiedzę o Unii, uśmiechnięte dzieci, młodych ludzi o różnych zainteresowaniach i zawodach (lekarz, specjalistka w zakresie turystyki, anglistka), znajdujących się na różnych etapach życia (absolwentka szkoły wyższej, matka), ludzi wykształconych, ludzi mających marzenia i plany na przyszłość (budowanie dróg, sztuka, podróżowanie, sport, zajmowanie się zwierzętami).

Ponadto, podkreślano, iż dzisiejsza młodzież – nowe pokolenie już wybrało swoją przyszłość: w szkołach odbywają się spotkania europejskie, istnieją kluby europejskie, trwa wymiana młodzieży z różnych krajów europejskich, działa program „Młodzież”, dzięki któremu udaje się odciągnąć młodzież od alkoholu i narkotyków oraz realizować ideę integracji także ludzi zdrowych z niepełnosprawnymi, a także podejmowane są takie działania jak: wspólne wycieczki, programy kulturalne, akcje na rzecz ochrony środowiska, czy też konkursy wiedzy o UE (np. „Nasza Europa”). Polacy byli przy tym prezentowani jako ludzie ambitni, którzy nie boją się rywalizacji na rynku europejskim, do nowych wyzwań podchodzą bez lęku, bez obaw i potrafią wykorzystać każdą pomoc. Ponadto, podkreślano, że są to ludzie bez kompleksów, gotowi do walki, którym uda się obronić polską kulturę i zachować tożsamość. Tymi, którzy z całą pewnością poradzą sobie w Unii są w szczególności młodzi Polacy, których wyróżnia: wigor, zapał, dynamizm, spontaniczność, otwartość i uczuciowość oraz aktywność i zaangażowanie (młodzi ludzie w koszulkach z logo partii politycznych: Prawa i Sprawiedliwości, Platformy Obywatelskiej, SLD).

Kolejnym elementem budującym obraz Polski jako przyszłego członka UE były bogactwa, które wniesie nasz kraj do zjednoczonej Europy (*Polska ma co ofiarować, nie wchodzimy tam z pustymi rękoma*): nasza tradycja, chrześcijaństwo, silna kultura, tożsamość, możliwości gospodarcze, dziedzictwo duchowe, kultura, dziedzictwo wartości, poezja, proza, malarstwo, rzeźba, kultura ludowa, receptury, doskonała kuchnia, wyśmienite produkty polskich rolników, ekologiczne i zdrowe. Dodatkowym walorem Polski jest jej wieś, która ukazywana była poprzez: krajobrazy, muzykę F. Chopina, pola, łąki, obraz listonosza na rowerze, sołtysa, rolnika, wiejskich chat oraz starszego człowieka, psa, bociana i zieloną, świeżą trawę. W wizji Polski kreowanej przez zwolenników integracji znajdowały się również elementy bezpośrednio związane z Unią Europejską. Wskazywano m.in., iż już widoczne są korzyści zbliżenia Polski do UE: Internet w małej gminie, centrum komputerów, kanalizacja gminy, środki strukturalne, program SAPARD, Collegium Europejskie w Gnieźnie.

Natomiast dla przeciwników idei integracji Polska to przede wszystkim kraj paradoksów: *miliony złotych wydawane są na propagandę unijną z pieniędzy publicznych, podczas brak środków na małe wiejskie szkoły; w Konstytucji naród ustanowił zasadę bezpłatnej nauki w szkołach wyższych a milion studentów studiów zaocznych musi płacić za naukę, uczelnie żądają wielotysięcznych lichwiarskich opłat, kto się sprzeciwi temu uczelnianemu reżimowi zostaje z uczelni wyrzucony, jawne łamanie Konstytucji – organy konstytucyjne dają na to przyzwolenie; hipokryzja – z czym do UE?* Społeczeństwo polskie

ukazane zostało jako składające się z ludzi w różnym wieku (młodzież, studenci, ludzie starsi, emeryci) których łączy to, iż są biedni, bez środków do życia (*60% ludzi żyje na progu ubóstwa*), co wykorzystywane było do odrzucania argumentów zwolenników integracji: *naiwnością jest sądzić, że polska młodzież będzie studiować za granicą – stać na to będzie tylko rządząca oligarchię.*

Na obraz Polski w przekazach przeciwników integracji składają się także protesty poszczególnych grup zawodowych (obrazy ze strajków w Ożarowie, strajków głodowych pielęgniarek, protestów górników, którzy mówią: „wegetacja”, krzyczą „dajcie żyć” i niosą transparenty z hasłem: „Pracy i Chleba”). Pesymistycznej wizji dopełniają materiały ukazujące płonące domy oraz policję rozpraszającą protesty. W ten sposób wytworzone zostało wrażenie, że Polaków dotykają wszelkie nieszczęścia i że zmiany ustrojowe nie tylko nie poprawiły sytuacji obywateli, ale jeszcze ją pogorszyły. Stąd też kolejnym wątkiem występującym w audycjach referendalnych podmiotów nie godzących się na przystąpienie Polski do struktur unijnych jest ostra krytyka rządu, zarówno w zakresie polityki wewnętrznej, jak i zagranicznej: *Polska jest fatalnie zarządzana, negocjatorzy nie spełnili oczekiwań narodu polskiego, niewiarygodna elita rządząca.*

Sporo uwagi poświęcano przy tym postulatami rozliczeniowym oraz kreowaniu wizji idealnej sytuacji. W audycjach znaleźć można m.in. następujące deklaracje: *Chcemy: państwa polskiego, którego Polacy są gospodarzami, własności polskiej w polskich rękach, polskiego chleba na polskim stole, pracy dla każdego Polaka, który chce pracować, dachu nad głową dla tych, których pozbawiono domu, godziwych warunków życia dla każdej rodziny, surowych kar dla tych, którzy wyprzedają polskie dobra i oddają rządy Polską w ręce obcych stolic. W odczuciu zwolenników opcji „Nie dla UE” sytuacja nie jest jednak krytyczna, dopóki polskie rodziny stać na chleb (a co nie będzie pewne w przypadku przystąpienia Polski do UE). Tym, co Polsce jest w tej chwili bardzo potrzebne jest także: praca i poświęcenie dla Ojczyzny (*bogactwo narodu bierze się z ciężkiej pracy, nikt nam nic nie da za darmo*), wysiłek całego narodu (*trzeba się wziąć w garść*) oraz dobre prawo (*bez tego zawsze będziemy na szarym końcu*).*

Tym, co łączyło zwolenników i przeciwników idei przystąpienia Polski do UE było przekonanie, że nasz kraj jest częścią Europy, ale, podobnie jak we wcześniej omówionych przypadkach, przekonanie to prowadziło do odmiennych wniosków. Zwolennicy integracji argumentowali: *Polak to Europejczyk, jestem Europejczykiem – to oczywiste* (a zatem członkostwo w UE to naturalny następny krok, który należy wykonać). Z kolei przeciwnicy

głosili, że *Polska od dawna jest w Europie, Polska = Europa*, więc *nie musimy tego udowadniać wstępując do UE*.

### **3. Wizja Unii Europejskiej i Polski po uzyskaniu członkostwa**

O ile w części poświęconej wizji Polski w przekazach zwolenników i przeciwników znaleźć można było elementy wspólne (w wymiarze istnienia i priorytetów), o tyle obraz Unii Europejskiej i przewidywania dotyczące przyszłej sytuacji Polski w ramach struktur europejskich były całkowicie rozbieżne. Przedstawiciele obu opcji różniło przede wszystkim postrzeganie i definiowanie Unii Europejskiej i, w konsekwencji, ocena skutków przystąpienia Polski do niej.

I tak, zwolennicy integracji ukazywali Unię Europejską z jednej strony jako: miejsce, w którym zapadają decyzje o współczesnym świecie, organizację, która o Europie decyduje, z drugiej zaś jako wspólnotę krajów europejskich i rodzinę europejską. W przekazach łączono zatem argumenty racjonalne (konieczność istnienia na arenie międzynarodowej, uczestniczenia w procesie podejmowania decyzji, dbania o interesy naszego kraju) z emocjonalnymi, przywołującymi obraz jedności i współpracy i bezpieczeństwa. Wzmocnieniu tego drugiego wątku służyły wypowiedzi przyrównujące Europę do domu (*nasz dom*) oraz matki (*Europa to matka, która ma dużo dzieci, stara, umęczona - część dzieci się zjednoczyła – pracują, uczą się i bawią razem – dlaczego my mamy zabrać zabawki i siedzieć samemu w kącie?*). Kolejnym sposobem definiowania Unii było stosowanie metafory szkoły wzoru lub modelu i prezentowanie integracji jako doskonałej okazji do wykorzystania dorobku i doświadczeń państw, które od dziesięcioleci ze sobą współpracują, osiągając w ten sposób korzystne rezultaty. Integracja określana była także jako: *sluszna idea, zmiana, adaptacja, szansa oraz piękna perspektywa dla przyszłych pokoleń*. Sposób definiowania UE zdeterminowany był także często specyfiką podmiotu będącego nadawcą przekazu (audycji referendalnej): „Zieloni” nazywali Unię *Wielkim Parkiem Narodowym*, a Unia Pracy sformułowała triadę: *Europa – Unia – Praca*.

Natomiast w przekazach przeciwników *UE to przeciwieństwo Polski* i jej główny wróg, zaś członkostwo w strukturach europejskich prezentowane było jako *równia pochyła* dla naszego kraju oraz oddanie części suwerenności w ręce organizacji międzynarodowych – a w konsekwencji, *obce rządy nad Polakami i obce stolice*. Definiując UE, nierzadko przywoływano ZSRR i tym samym wykorzystywano skojarzenia z powojenną sytuacją Polski: *wielka internacjonalna, równa, socjalistyczna rodzina (eurotowarzysze, euro bolszewickie studio), tak zwana Unia Europejska to w zasadzie Związek Radziecki bis*.



Zdaniem przedstawicieli tej opcji, UE charakteryzują takie cechy jak: materializm, nieprzestrzeganie praw człowieka i narodów, rozkład małżeństwa, upadek rodziny, deprawacja dzieci i młodzieży oraz walka z Dekalogiem. Ponadto, zgodnie z audycjami przeciwników UE, mieszkańcy krajów wchodzących w skład Unii *akceptują eutanazję, dzieciobójstwo (UE mówi życiu NIE) oraz wykluczają naukę Kościoła Katolickiego jako niepotrzebny bagaż sumienia.*

Sposób definiowania UE i samej idei integracji determinował dobór argumentów na rzecz danej opcji. W przekazach zwolenników polskiego członkostwa w UE ukazane zostały przede wszystkim korzyści, jakie nasz kraj osiągnie dzięki integracji. Wyróżnić można przy tym kilka głównych obszarów (dziedzin, sfer), w których te korzyści będą szczególnie widoczne. I tak, na integracji z UE zyskać ma przede wszystkim gospodarka kraju oraz poszczególne podmioty gospodarcze. Obok ogólnych zapowiedzi: *większego, szybszego lub przyspieszonego rozwoju, osiągnięcia wyższego szczebla ekonomicznego*, pojawiały się także obietnice dotyczące węższych sektorów gospodarki. Jako pozytywne skutki integracji wskazywano: nowe inwestycje, rozwój eksportu i transportu, nowe miejsca pracy, rozwój sektora średnich i małych przedsiębiorstw oraz dostęp do urzędzeń naukowych, badawczych, do nowych technologii, a także zbyt towarów (poszerzenie grupy nabywców polskich towarów). Podkreślano przy tym bezpośrednie korzyści finansowe, jakie osiąga już teraz Polska (wsparcie, fundusze przedakcesyjne). Wyjaśniano, iż co prawda z członkostwem wiąże się konieczność płacenia składek, ale *już w pierwszym roku członkostwa Polska dostanie dwa razy więcej niż sama wpłaci.* Z kolei wskazywane przez przeciwników przystąpienia do UE koszty integracji prezentowano jako *mit – to są koszty modernizacji, czy Polska będzie w UE czy też nie trzeba będzie je ponieść.*

Podmioty związane z określonymi środowiskami w swoich przekazach odnosiły się do jeszcze bardziej szczegółowych zagadnień i problemów. Najwyraźniej widoczne było to w audycjach referendalnych Polskiego Stronnictwa Ludowego, które starało się zachęcić do poparcia idei integracji swój elektorat – rolników i mieszkańców wsi. Stąd też, argumenty podawane przez lidera partii – Jarosława Kalinowskiego stanowiły odpowiedź na główne obawy tej grupy społecznej. Przekonywano m.in., że *polityka rolna w UE nie ma nic wspólnego z wolnym rynkiem, a handel produktami rolnymi nie ma nic wspólnego z wolną konkurencją* oraz że *to Polacy będą gospodarzami na polskiej ziemi.* Z kolei „Zieloni” i podmioty o charakterze lokalnym szczególną uwagę przywiązywały do faktu, iż z UE pochodzić będą fundusze na ochronę czystej wody, na ochronę środowiska.

Drugim obszarem, w którym, zdaniem zwolenników integracji, Polska zyska jest polityka, w szczególności stosunki międzynarodowe. Dzięki członkostwu w UE, Polska będzie *silnym, bezpiecznym i stabilnym* krajem. Nastąpi *wyraźne wzmocnienie pozycji Polski na arenie międzynarodowej – Polacy będą odtąd traktowani jako partnerzy w Brukseli, którzy biorą udział w pracach UE jako pełnoprawny członek i współdecydują o losach kontynentu*. Jednocześnie, podkreślano wagę istnienia Unii dla Polski: *struktura europejska jest gwarantem pokoju - jak długo będzie UE, tak długo nie będzie wojny w Polsce*. Z kolei przystąpienie Polski do struktur unijnych ukazane zostało jako *zakończenie podziału Europy na wschodnią i zachodnią, którego celem jest jedna zjednoczona Europa z Polską (Nie ma zjednoczonej Europy bez niepodległej Polski)*. Przywoływano przy tym wypowiedź byłego Prezydenta RP L. Wałęsy: „Polska jest na pewno geograficznym środkiem Europy – w koncepcji wojennej to bardzo niedobre położenie, ale w koncepcji współpracy najlepsze z możliwych”. Odtąd też ostatecznie zmieni się pozycja Polski – *teraz będzie po stronie narodów silnych, a nie słabych, bogatych a nie biednych, wolnych, a nie nękanym przez dyktatorów* (nastąpi więc swoiste przypieczętowanie procesu transformacji ustrojowej). Przystąpienie Polski do UE ukazywane było także jako *powrót do wspólnej rodziny państw i narodów europejskich, od której nasz kraj został oderwany w wyniku porządku jałtańskiego*. Dodatkowym efektem będzie podniesienie poziomu polskiej kultury politycznej.

Korzystne zmiany mają być także widoczne bezpośrednio dla społeczeństwa, w szczególności dla *dzieci, młodzieży, kolejnych pokoleń, młodych Polaków*. Stąd też do najważniejszych korzyści z faktu przynależności do Unii zaliczano: aktywne studiowanie za granicą, wyjazdy zagraniczne, praktyki, nawiązywanie przyjaźni, sprawdzenie swoich umiejętności, wymiany studenckie, poznawanie krajów, kultur, języków oraz podróżowanie bez ograniczeń. Podkreślano, iż brak granic umożliwi poszerzenie perspektywy, polepszenie bytu, znalezienie pracy, ruch, rozwój i tym samym stworzy szansę na lepsze, godziwe życie w Polsce, dobrobyt i bezpieczeństwo. Członkostwo w Unii było więc ukazywane przede wszystkim jako **przyszłość**: kraju i następnych pokoleń, nasze jutro oraz **szansa**: dla Polski, dla nas, dla naszych dzieci. Obiecywano przy tym także wymierne i terażniejsze efekty: perspektywę legalnej pracy za granicą w zawodzie, promocję kraju, regionu i miasta za granicą, wymianę kulturalną i sportową, rozwój klasy średniej oraz szansę na pracę i rozwój osób, które wykonują tzw. wolne zawody, dla artystów i ludzi kultury.

Duże nadzieje wiązano przy tym ze standardami prawnymi, które obowiązują w Unii oraz z wartościami tam uznawanymi. Zjednoczoną Europę utożsamiano z: lepszą jakością prawa stanowionego, budową nowoczesnych szkół oraz równością kobiet i mężczyzn,

demokracją, tolerancją, ochroną środowiska, tolerancją wobec mniejszości etnicznych, religijnych i seksualnych (*mniejszości są szanowane, nie są dyskryminowane, mniejszość jest wartością, słabych skutecznie chroni prawo*). I wreszcie, integracja Polski z Unią stanowić będzie źródło osobistej satysfakcji – sprzyjać będzie zbliżaniu ludzi (*obywatele Europy*), rozpowszechnianiu się zasady solidarności i współodpowiedzialności oraz umiejętności działania ponad podziałami w celu realizacji naszych wspólnych interesów. Przekonywano przy tym, iż *wszyscy mamy takie same problemy, więc chcemy mieć takie same szanse na to, by je rozwiązać, chcemy mieć taki sam wybór*.

Jednocześnie sporo uwagi poświęcono łagodzeniu obaw sceptyków dotyczących utraty tożsamości i narodowej odrębności. Unię prezentowano jako *barwny bukiet europejski*, łączący w sobie różne kultury i zapewniano, iż *uda się obronić polską kulturę, zachować tożsamość* oraz że mieszkańcy naszego kraju nie stracą *polских korzeni*. Reakcją na ksenofobiczne wypowiedzi przeciwników integracji były także deklaracje: *poradzimy sobie, młodzi Polacy poradzą sobie w Unii, nie, nie boję się, że inne kultury mogą naszą zdominować, nie boję się konfrontacji z Niemcami, Francuzami, to nasi koledzy, oni uszanują polską własność*. Zaznaczano przy tym, iż nie zaginie język polski – wręcz przeciwnie - *stanie się on kolejnym unijnym językiem urzędowym*. Umiarkowani zwolennicy członkostwa Polski w UE zaznaczali także, iż przynależność do struktur europejskich *to bardzo trudne zadanie do wykonania* oraz *wielkie narodowe wyzwanie – i to od nas, naszej siły i narodowej determinacji zależy nasze miejsce w Zjednoczonej Europie*. Przywoływano również argumentację negatywną - brak alternatywy (*innej szansy dla nas nie ma*). Opozycją dla członkostwa zdaniem zwolenników była *izolacja i radość wrogów*.

Z kolei przeciwnicy UE w swoich przekazach ukazywali wyłącznie negatywne konsekwencje członkostwa Polski w strukturach unijnych. Ich stanowisko wyrażało m.in. stwierdzenie: warunki proponowane przez UE są *dla nas nie do przyjęcia* oraz przekonanie, że katastrofalne efekty integracji będą szczególnie widoczne w następujących sferach: moralnej, społecznej i gospodarczej. Do tych pierwszych (*koszty i straty moralne*) zaliczano utratę tożsamości narodowej (*zniknięcie Polski z mapy Europy*), utratę korzeni (*wynarodowienie*) oraz zepsucie moralne (w szczególności dzieci i młodzieży). Ponadto, kreowano wizję przyszłości Polski, w której *młodzi ludzie wyjechali do pracy do innych krajów UE, a w Polsce zostali tylko ci, dla których w Unii nie ma miejsca: ludzie starsi, emeryci*. Wizji tej towarzyszyło dramatyczne pytanie o los Polaków – *kto będzie na nich płacił składki, skoro młodzi wyjadą i będą zarabiać za granicą?*

Drugim wątkiem poruszonym często w przekazach przeciwników integracji było bezrobocie. Zazwyczaj przekonywano, że wraz z przystąpieniem do UE liczba osób bez pracy wzrośnie, a sytuacja polskich bezrobotnych będzie dużo gorsza od tej, w której znajdują się obywatele krajów unijnych (*sytuacja bezrobotnych w Polsce i UE jest zgoła odmienna – tam jest lepsza sytuacja – nasz rząd nic nie zrobił, by zmienić sytuację – nie dla UE, nie dla rządu, bezrobotni Polacy będą w UE pariasami*). Często przywoływano także argument, iż od samego przystąpienia nie przybędzie miejsc pracy, przybędzie tylko darmozjadów, na których będziemy musieli pracować. Wielokrotnie powtarzano przy tym, że w UE Polacy zawsze będą obywatelami drugiej kategorii: poniżani przez inne narody i ich liderów politycznych: *J. Chirac obraża nas – zarzuca nam nieodpowiedzialność i brak dobrego wychowania - „Polska zmarnowała szansę by siedzieć cicho” – odbierają nam godność i obrażają nas*. Do głównych gospodarczych strat Polski, czy inaczej: *skutków, które na nas spadną* zaliczano natomiast : dramatyczny wzrost cen, zwłaszcza cen żywności, podstawowych produktów, takich jak chleb (ta sama kwota teraz w złotych, potem w Euro – czyli cztery razy więcej). Ponadto, straszono wprowadzeniem podatku katastrofalnego od nieruchomości, na który *nas nie stać* i utratą polskiej własności.

Jednocześnie podejmowano działania mające na celu zmniejszenie siły oddziaływania argumentów zwolenników integracji. Głoszono m.in., iż *wielomiesięczna agitacja rządowa - propaganda unijna jest zbyt piękna by mogła być prawdziwa*, że prawdziwość tezy rozpowszechnianej przez zwolenników o braku szans Polski bez UE i tezy o beznadziejności jest *wątpliwa*, że tak naprawdę tylko dzieci oligarchii rządzącej będą się uczyć za granicą – reszty społeczeństwa nie będzie na to stać.

Kolejnym wątkiem poruszonym w audycjach referendalnych przeciwników członkostwa Polski w UE było przywoływanie negatywnych doświadczeń z historii, wykorzystywanie stereotypów narodowych i tym samym wywoływanie lęków i uprzedzeń. Obok wspomnianego wcześniej zabiegu przyrównywania Unii do ZSRR, a polskiego członkostwa do zależności naszego kraju wobec Związku Radzieckiego, stosowano odniesienia do historycznych stosunków polsko – niemieckich: *Kanclerz Schroder przyrzeka Niemcom Ziemię Zachodnią; W konstytucji Niemiec jest punkt dotyczący granic z 1937 r.; Niemcy nie zrzekły się roszczeń majątkowych w stosunku do własności pozostawionej w Polsce*. Wykorzystywano również metafory nawiązujące do rozbiorów Polski w XVIII wieku: jedną z audycji rozpoczynał film animowany, w którym gwiazdy z flagi UE przylatują i siadają na konturze Polski, w efekcie czego Polska prawie znika z mapy Europy.

Przeciwnicy przystąpienia naszego kraju do struktur unijnych wskazywali trzy alternatywy dla UE. Pierwszą z nich było budowanie silnego, niepodległego państwa polskiego, pozostającego w sojuszu militarnym i politycznym z USA. Dzięki takiemu rozwiązaniu, zdaniem jego zwolenników, *nikt nie będzie nas obrażał i nie będziemy musieli się bać*. Drugim rozwiązaniem miało być zachowanie obecnego stanu rzeczy oraz nie angażowanie się w przyszłości w żadne struktury i organizacje międzynarodowe. Trzecim, od lat postulowanym przez UPR i Janusza Korwin – Mikkego, było przystąpienie Polski do NAFTA. Organizacja ta, zadaniem UPR, ma - w porównaniu do UE - same zalety. NAFTA określana była jako organizacja bez biurokracji i wysokich kosztów, nie zapewniająca ciepłych posadek – stąd też nie stanowiąca przedmiotu zainteresowania polskich rządów. Tym samym w sposób mniej (sugestia) lub bardziej bezpośredni prezentowano Unię jako zbiurokratyzowaną, nieefektywną i kosztowną. Przeciwnicy członkostwa Polski w UE deklarowali przy tym, iż ich dążeniem w zakresie stosunków międzynarodowych nie jest izolacja naszego kraju, ale *współpraca z innymi narodami w poszanowaniu praw każdego narodu do wolności oraz uczciwa wymiana dóbr, a także pokój na świecie i pokojowe współistnienie narodów*.

#### **4. Definiowanie przeciwników – kampania negatywna**

Analiza audycji referendalnych pozwala także na udzielenie odpowiedzi na pytanie o charakter prowadzonej kampanii. Zarówno zwolennicy, jak i przeciwnicy polskiego członkostwa w UE w swoich przekazach dokonywali definiowania reprezentantów przeciwnej opcji. I tak, zwolennicy integracji prezentowali jej przeciwników jako: *małe elity nacjonalistyczne, ludzi, którzy nie widzą dalej niż czubek własnego nosa, ludzi bez rozsądku, wrogów*. Natomiast samych siebie prezentowali jako *ludzi otwartych, bez kompleksów i bez obaw, patrzących odważnie i optymistycznie w przyszłość, rozsądnych, potrafiących podejmować decyzje z myślą o przyszłych pokoleniach*.

Z kolei przeciwnicy integracji odnosząc się do jej zwolenników posługiwali się znacznie większą liczbą określeń. Generalnie, można je podzielić na dwie grupy: sformułowania odnoszące się bezpośrednio do kwestii członkostwa Polski w UE oraz wypowiedzi utożsamiające tę grupę z podmiotami politycznymi sprawującymi wówczas władzę: koalicją SLD – UP. Do pierwszej kategorii zaliczyć można takie sformułowania jak: *nadgorliwi zwolennicy integracji, eurobolszewicy, ci, którzy chcą oddać Ojczyznę obcym stolicom*. Do drugiej natomiast należały określenia: *komuniści, którzy przeszli metamorfozę: przedtem nawoływali do walki klasy robotniczej z kapitalizmem zachodnim, a teraz prowadzą nas do tego kapitalizmu, rząd fatalnie zarządzający krajem, niewiarygodna elita rządząca, niekompetentni negocjatorzy, oligarchia rządząca, lewica – totalitarny reżim*. Przeciwnicy integracji przestrzegali przy tym, iż jej zwolennicy zamierzają dokonać *cudu nad urną*. O sobie samych mówili natomiast jako o *obrońcach Ojczyzny, patriotach, ludziach uczciwych, wiernych tradycji*, znajdujących się w *opozycji* światopoglądowej, ideologicznej i politycznej wobec ówczesnie sprawujących władzę. Przedstawiali się także jako organizacje patriotyczno – niepodległościowe, które swoimi przekazami chcą obudzić wrażliwość społeczną.

Głównym zabiegiem dokonywanym przez przeciwników integracji było zatem stawianie znaku równości pomiędzy zwolennikami integracji a rządem oraz pomiędzy przeciwnikami integracji a opozycją. Tym samym próbowano wykorzystać społeczne niezadowolenie z sytuacji panującej w kraju oraz niski poziom poparcia dla rządu – głosowanie na NIE dla UE miało być więc wyrazem sprzeciwu wobec władzy SLD. Działania podejmowane przez przeciwników integracji ukierunkowane były przede wszystkim na dyskredytację rządu L. Millera. O grupie negocjatorów i członkach rządu uczestniczących w spotkaniach ze stroną UE mówiono, iż cechuje ich *służalczość* oraz *brak silnego kręgosłupa moralnego*. Krytykowano także sposób informowania społeczeństwa o przebiegu rozmów (*od rządu naród powinien otrzymać bilans korzyści i strat*) - tym samym wyrażano brak zaufania wobec ich intencji. Częste odwołania do opcji politycznej reprezentowanej przez rząd (lewica) i utożsamianie jej z metodami stosowanymi przez PZPR (*cud nad urną*) miało wywoływać wrażenie, że podobnie jak w poprzednim ustroju decyzje ważne dla kraju i społeczeństwa podejmowane są odgórnie, bez liczenia się ze zdaniem narodu.

Z powyższej charakterystyki wynika, że kampania przeciwników integracji miała charakter bardziej negatywny, niż ta która prowadzona była przez zwolenników UE. Podmioty nawołujące do sprzeciwu wobec polskiemu członkostwu w Unii znacznie więcej uwagi poświęcały dyskredytowaniu przedstawicieli drugiej opcji, przytaczaniu i podważaniu

wiarygodności ich argumentów. Z kolei zwolennicy integracji najwięcej uwagi poświęcali prezentacji swojego własnego stanowiska, rzadko przywołując argumenty przeciwników i jedynie sporadycznie odwołując się do nich.

## 5. Style argumentacji

Jak już wspomniano, podczas kampanii referendalnej podejmowano przede wszystkim działania mające na celu nakłonienie społeczeństwa do udziału w głosowaniu i wyrażenia swojej zgody lub niezgody na członkostwo Polski w UE. Stąd też przekazy formułowane w owym czasie i rozpowszechniane w telewizji konstruowane były według formuł charakterystycznych dla przekazów reklamowych. Zarówno zwolennicy, jak i przeciwnicy integracji w pierwszej kolejności starali się zainteresować społeczeństwo samym udziałem w referendum (były także i takie audycje, których był to jedyny cel). Także w tym zakresie komunikaty podmiotów reprezentujących poszczególne opcje istotnie się różniły.

I tak, zwolennicy członkostwa Polski w UE odwoływali się do indywidualizmu i podkreślali wagę pojedynczych decyzji: *liczy się każdy głos, każdy z nas jest najważniejszy, pokaż charakter*. Ponadto, starano się rozbudzić aktywność, chęć walki i włączenia się w grę o przyszłość. Wykorzystywano do tego apele: *wzywamy do udziału, idźmy* oraz nawoływano do przebudzenia się narodu, *by nie przegrać naszego jutra w Polsce i jutra Polski w UE (nie przegramy szansy)*. Podkreślano konieczność zdecydowanego działania w określonym momencie: *musimy zdążyć*.

Kolejnym zabiegiem stosowanym przez podmioty opowiadające się za opcją „Tak dla UE” było odwoływanie się do poczucia obywatelskiego obowiązku, odpowiedzialności za przyszłe losy kraju (*idźmy – dzieci nas rozliczą*) oraz do rozsądku (*rozsądne działanie*). Przekonywano przy tym,  *iż nic gorszego Polski nie spotka niż obojętność Polaków o jej przyszłość* i zachęcano, by w tak ważnym dla kraju momencie *nie stać z boku*. Ponadto, argumentowano, że udział w referendum to *manifest* wolności i suwerenności narodu polskiego: *aby Polacy sami wybrali swoją przyszłość, my musimy decydować, los w naszych rękach i nie wolno pozwolić, aby tak jak kiedyś – w poprzednim ustroju decyzje za naród podejmował ktoś inny: nie pozwolić innym, aby decydowali o naszej przyszłości, ktoś inny za nas decydował – teraz nie dajmy się wyręczać parlamentarzystom*. Brak udziału w referendum byłby nie tylko *niewykorzystaniem szansy*, ale też przyczyniłby się do tego, że *wszystko zostanie po staremu*. Do młodych skierowany był z kolei argument, że jest to *decyzja tak samo ważna jak wybór kierunku studiów*.

Z kolei przeciwnicy *zachęcali* lub *nawoływali* do głosowania na NIE. Przekonywali przy tym, że *przeciwnicy powinni iść dopiero w niedzielę, by uniemożliwić dokonania cudu nad urną*. Udział w referendum miał być ich zdaniem wyrazem *sprzeciwu* oraz jednoznacznym wyrazem *odrzużenia narzuconych warunków*. Ponadto, oddanie głosu przeciw integracji miało się przyczynić do dymisji rządu i zmanifestowania niezgody na rządu lewicy (przytaczano przy tym wypowiedź premiera L. Millera, że rząd poda się do dymisji jeśli wynik referendum będzie negatywny).

Natomiast w przekazach podmiotów, które w kampanii główny nacisk kładły na aktywizowanie społeczeństwa podczas referendum, nie wskazując przy tym sposobu głosowania, argumentacja zbliżona była do tej, którą prezentowali zwolennicy. I tak, podkreślano, że udział w referendum będzie *realizacją prawa do decydowania o sobie*, które – jak przypominano – zostało wywalczone z trudem. Decyzja w sprawie polskiej akcesji do UE prezentowana była jako *być może najważniejsza decyzja w życiu politycznym*, więc *ważne, że jesteśmy i mamy zdanie, chcemy je głośno powiedzieć*. Młodzież występująca w tego typu audycjach wyborczych opowiadała z kolei o głosowaniach, jakie organizowano w szkołach średnich i podkreślała wysoką frekwencję apelując przy tym: *dorośli niech wezmą z nas przykład*.

Zachęcając obywateli polskich do oddania głosu na jedną z dwóch opcji wykorzystywano przede wszystkim argumentację emocjonalną. I tak, zwolennicy swoimi przekazami starali się wzbudzić w społeczeństwie nadzieję i optymizm co do przyszłej sytuacji wewnętrznej i międzynarodowej Polski. Komunikaty odwołujące się do emocji (wprawiające w dobry nastrój, przywołujące pozytywne skojarzenia, wzbudzające zaufanie i poczucie bezpieczeństwa) uzupełnione były często argumentami o charakterze racjonalnym. Rolę tę pełniły przede wszystkim wypowiedzi ekspertów, przedstawicieli placówek naukowych, czyli ludzi zajmujących się problematyką europejską lub działających na arenie międzynarodowej. Powoływano się przy tym na raporty, ekspertyzy, symulacje rozwoju gospodarczego oraz badania naukowe. Do głosowania na TAK zachęcali także politycy, osoby sprawujące wysokie urzędy w państwie oraz znani i lubiani ludzie ze świata rozrywki (aktorzy, piosenkarze) i kultury. Ponadto, przywoływano argument konieczności zmian, które nie będą możliwe bez członkostwa w Unii. I wreszcie, odwoływano się do „głosu zwykłych ludzi” – a audycjach referendalnych występowali: studenci, przedstawiciele różnych grup społecznych i zawodowych.

Z kolei przeciwnicy integracji w swoich przekazach wykorzystywali stereotypy narodowe oraz przywoływali wydarzenia i pojęcia budzące negatywne skojarzenia, lęk, a w



efekcie - niechęć i ksenofobię: Niemcy, Związek Radziecki, komuniści, zależność, wojna, głód, niewola, wynarodowienie, zabory, brak niepodległości i suwerenności, dzieciobójstwo, zepsucie, dominacja, itp. Dokonując zabiegu zestawiania pewnych pojęć (konstruowania diad i triad) różniących się nierzadko poziomem abstrakcyjności, kreowano katastroficzny obraz przyszłości Polski po jej wstąpieniu do UE. Do najpopularniejszych zestawień należały: ziemia = niepodległość, ziemia = suwerenność, polska własność ziemi = zachowanie tożsamości narodowej ( i tym samym: ich brak miał oznaczać wynarodowienie oraz znikanie Polski jako odrębnego kraju). Przeciwnicy Unii częściej niż jej zwolennicy stosowali także argumentację dwustronną, a z kolei rządziej przytaczali argumenty o charakterze racjonalnym (rzeczowe informacje), formułując jedynie przekazy pseudoracjonalne: wskazujące związki między określonymi przyczynami i skutkami. Najczęściej przywoływanym argumentem tego typu było stwierdzenie, że po wejściu Polski do UE wzrosną ceny towarów żywnościowych. Dodatkowo, zabiegiem charakterystycznym dla przeciwników integracji było odwoływanie się do tradycyjnych wartości (rodzina, religia, życie) i ostrzeganie, że są one zagrożone.

## 6. Forma przekazów

Co prawda nowoczesne kampanie komunikacyjne w Polsce nie mają jeszcze długiej tradycji, jednak dotychczasowe działania podmiotów na rynkach wyborczych pozwoliły na zdobycie pewnych doświadczeń w zakresie przygotowywania audycji przeznaczonych do emisji w telewizji. Tymczasem, podczas kampanii referendalnej szereg podmiotów wybrało statyczne formy prezentacji, skonstruowane na zasadzie „*talking heads*” (*gadających głów*). Schemat tego typu audycji był następujący: nagranie odbywało się w studio, za stołem siedziało dwóch mężczyzn, z których jeden pełnił rolę prezentera, drugi zaś eksperta lub autorytetu (przedstawiciel określonej organizacji lub instytucji). Tło stanowiła, w zależności od opcji, flaga polska lub połączone flagi polska i unijna. Treść przekazu była prezentowana w sposób statyczny (niezadko była wręcz odczytywana z kartki). Odmianą tej formy audycji były przemówienia do kamery w zmienionym otoczeniu (park, gabinet, sala lekcyjna). Drugą bardzo popularną formą audycji była tzw. reklama dawania świadectwa, w której występowali jako główni bohaterowie zwykli ludzie (nagrane wypowiedzi, pseudospontaniczne rozmowy na ulicy, goście w studiu, studenci na uczelni) lub też autorytety, bądź znane postaci ze świata polityki, nauki i kultury.

Zwolennicy integracji najczęściej wykorzystywali tzw. *formułę dobrego samopoczucia*, w której główną rolę odgrywał obraz i dźwięk. Przekazy te miały dynamiczny charakter, pogodnym, radosnym i kolorowym, często zmieniającym się obrazem

towarzyszyła wesoła muzyka (hymn UE poddawany był różnym modyfikacjom – śpiewany przez dzieci, odgrywany na instrumentach ludowych, płynne przechodzenie od hymnu Polski do hymnu UE). Z kolei przeciwnicy, jak już wspomniano, nierzadko formułowali reklamy *negatywne* – przywoływano w nich wypowiedzi liderów państw europejskich, zestawiano dane i wypowiedzi, komentowano argumenty zwolenników, kontrastowano obraz ze słowami. Audycję o charakterze *dokumentalnym* przygotował NSZZ „Solidarność” – wykorzystano w niej materiały archiwalne, głównie z lat 80., ukazujące walkę o suwerenność Polski i demokrację. Niektóre podmioty zaplanowały emisję kilku różnych audycji, z których każda poświęcona była innemu problemowi: sytuacji emerytów, cenom, kulturze, pracy (bezrobociu), itd.

Dobór formy prezentacji nierzadko zdeterminowany jest posiadanymi środkami finansowymi (najtańsze są audycje studyjne). Szereg przekazów była jednak nie tylko nieprofesjonalnie przygotowana, ale i nudna lub nielogiczna. Do najbardziej niezrozumiałych należała audycja Ligi Polskich Rodzin, w której liderzy partii przemawiają w sklepie, pełnym towarów (także pochodzenia zagranicznego). Pomiędzy półkami przechadzają się ludzie (niektórzy poważni, inni się uśmiechają), podczas gdy treść przekazu dotyczy wspomnianych już wcześniej wystąpień liderów Francji i Niemiec.

Stosunkowo rzadko wykorzystywano w audycjach elementy animacji oraz elementy humoru. Na tle pozostałych, w których dominował przekaz werbalny, wyróżniała się audycja Krajowego Stowarzyszenia Sołtysów, na której treść składały się przede wszystkim obrazy wsi polskiej z muzyką F. Chopina rozbrzmiewającą w tle.

## **7. Podsumowanie**

Audycje rozpowszechniane w publicznej telewizji były jedną z form kampanii referendalnej. Ich emisji towarzyszyły działania promocyjne o charakterze bezpośrednim oraz próby kreowania wydarzeń medialnych, podejmowane przez przedstawicieli obu opcji (pro- i antyunijnej). Oglądalność bloków audycji nie jest wysoka – rzadko bowiem przekracza 5%. Z uwagi jednak na fakt, jak wielką rolę podmioty polityczne przywiązują do wszelkich przekazów telewizyjnych, ich analiza stanowi potencjalne źródło wiedzy o poglądach poszczególnych organizacji politycznych i społecznych, a tym samym grup społecznych, które reprezentują. Analiza treści audycji zwraca uwagę na problem jej spójności z nastrojami społecznymi. Badania opinii publicznej od połowy lat 90. wskazywały na malejące poparcie dla idei integracji oraz wzrastający poziom obaw. Spadek ogólnego zaufania Polaków do UE wynikał głównie z faktu, iż integracja jawiła się im jako coś mglistego i abstrakcyjnego,

czego nie potrafili przełożyć na poziom doświadczenia osobistego. Istotny wpływ na postawy Polaków miał także wzrost obaw o sytuację poszczególnych sfer gospodarczych, w szczególności zaś o los gospodarstw rolnych, przedsiębiorstw państwowych i prywatnych. Nawet kwestia poziomu bezrobocia była z czasem coraz gorzej oceniana: o ile w latach 1994 – 1996 większość badanych uważała, że integracja przyczyni się do zmniejszenia liczby osób pozostających bez pracy, o tyle po 1996 r. większość sądziła, iż liczba ta wzrośnie<sup>9</sup>.

Podmioty uczestniczące w kampanii referendalnej zdawały się być świadome nastrojów panujących w społeczeństwie. Wskazuje na to fakt, iż zarówno zwolennicy, jak i przeciwnicy członkostwa Polski w UE w swoich przekazach poruszali przede wszystkim kilka głównych kwestii: pracy, własności, tożsamości narodowej. Najważniejszym celem entuzjastów integracji było przybliżenie tej idei poszczególnym grupom społecznym. Koronnym argumentem tej opcji, w sytuacji, gdy wszystkie inne zawodziły, było kształtowanie optymistycznej wizji przyszłości i obietnica poprawy sytuacji następnych pokoleń (odwoływano się więc do umiejętności odraczania gratyfikacji). Z kolei zadaniem, jakie stawiali sobie przeciwnicy integracji było wzmacnianie istniejących lęków i rozbudzanie nowych.

---

<sup>9</sup> B. Rogulska, Opinie o integracji Polski z Unią Europejską (w:) Nowa rzeczywistość. Oceny i opinie 1989 – 1999, pod red. K. Zagórskiego i M. Strzeszewskiego, Warszawa 2000, s. 213 – 230.

## **Aneks**

### **Alfabetyczna lista podmiotów, których audycje wyborcze zostały poddane analizie:**

Centrum Edukacji Europejskiej  
Centrum Europejskie NATOLIN  
Centrum Stosunków Międzynarodowych  
DGA – Doradztwo Gospodarcze  
Edukacja i Kultura Młodzież  
Europejskie Centrum Młodzieży i Rozwoju Demokracji Lokalnych”  
Fundacja „Głos”- Fundacja dla Zachowania Polskiego Dziedzictwa - Ruch Katolicko –  
Narodowy  
Fundacja Akademia Promocji  
Fundacja im. Józefa Ślisza  
Fundacja Nowy Staw  
Fundacja Rozwoju Przedsiębiorczości  
Fundacja Unia & Polska  
Karta Przyszłości - Blok Senat 2000  
Krajowa Partia Emerytów i Rencistów  
Krajowe Stowarzyszenie Sołtysów  
Krajowy Związek Kierowców i Przewoźników Drogowych  
Liga Polskich Rodzin  
Międzynarodowy Instytut Prawa i Mieszkalnictwa  
Młodzi Demokraci  
NSZZ „Solidarność”  
Partia Ludowo – Demokratyczna  
Platforma Obywatelska

Polska Fundacja Roberta Schumana  
Polska Izba Gospodarcza Importerów, Eksporterów i Kooperacji Samorządowych  
Polska Konfederacja Pracodawców Polskich  
Polska Rada Ruchu Europejskiego  
Polskie Stronnictwo Ludowe  
Prawo i Sprawiedliwość  
Projekt Europa  
Sojusz Lewicy Demokratycznej  
Sojusz Młodej Lewicy  
Stowarzyszenie „Kalisz XXI wiek”  
Stowarzyszenie „Nie dla Unii Europejskiej”  
Stowarzyszenie Centrum Współpracy z Zagranicą „Luboń bez granic”  
Stowarzyszenie Młodej Lewicy Demokratycznej  
Stowarzyszenie Młodych Wielkopolan  
Stowarzyszenie na Rzecz Europy Ojczyzn  
Stowarzyszenie Obrony Praw i Wolności Studentów SOS  
Stowarzyszenie Patriotyczne „Wola – Bemowo”  
Stowarzyszenie Polska Europa  
Stowarzyszenie Praworządny Sulechów  
Stowarzyszenie Pro – Europa  
Stowarzyszenie Projekt Europa  
Stronnictwo Demokratyczne  
Towarzystwo Kultury Narodowo – Religijnej im. Jana Pawła II  
Unia Pracy  
„Zieloni”  
Związek Młodzieży Wiejskiej  
Związek Nauczycielstwa Polskiego  
Związek Socjalistycznej Młodzieży Polskiej