

# Julia Liszkowska

---

## Determinanty poparcia społecznego dla polskiego członkostwa w Unii Europejskiej i wprowadzenia w Polsce euro a znaczenie kampanii informacyjnej dotyczącej wspólnej waluty

---

Preferencje Polityczne : postawy, identyfikacje, zachowania 3, 251-271

---

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

**Julia Liszkowska**

**DETERMINANTY POPARCIA SPOŁECZNEGO  
DLA POLSKIEGO CZŁONKOSTWA  
W UNII EUROPEJSKIEJ  
I WPROWADZENIA W POLSCE EURO  
A ZNACZENIE KAMPANII INFORMACYJNEJ  
DOTYCZĄCEJ WSPÓLNEJ WALUTY**

Od lat już badacze procesów integracji europejskiej zgadzają się, iż jednym z podstawowych czynników koniecznych dla realizacji założeń wspólnej polityki pieniężnej oraz pogłębiania integracji [Eichenberg, Dalton 1993: 507-534; Gabel 1998: 333-354; Anderson, Kaltenhalter 2001: 139-170] jest silne poparcie społeczne dla tych procesów. Zgadzają się z tym także unijni praktycy – w Deklaracji z Laeken z grudnia 2001 r. w sprawie przyszłości Unii Europejskiej, przedstawiciele państw członkowskich zamieścili postanowienie, iż: „Wewnątrz Unii musi dojść do przybliżenia instytucji europejskich obywatelom UE, którzy niewątpliwie popierają szeroko zakrojone cele Wspólnoty, ale nie zawsze widzą związek między tymi celami a działaniami Unii na co dzień” [*Spotkanie* 2001]. Umocnienie korzyści osiąganym z zacieśniania procesu integracyjnego w wysokim stopniu zależne jest od świadomości obywateli krajów członkowskich i ich gotowości do ponoszenia kosztów, które mogą wiązać się z dalszym zbliżeniem międzynarodowym.

Przez całe dekady, począwszy od początku funkcjonowania Wspólnot Europejskich, zainteresowanie opinii publicznej samymi procesami integracyjnymi było znikome – przede wszystkim w związku z początkowo zerowym udziałem obywateli w zachodzących procesach. Nic więc dziwnego, że rozpowszechniło się przekonanie o istnieniu swoistego „porozumienia społecznego” (permissive consensus) między obywatelami a decydentami (elitą polityczną) co do integracji europejskiej. Politycy podejmowali decyzje w sprawach europejskich bez zwracania uwagi na ich możliwy odbiór społeczny, kierując się tym właśnie przekonaniem [np. Eichenberg, Dalton, 1993; Kritzinger, 2003].

Wyniki referendum krajowych na tematy związane z integracją europejską z lat 70. i 80. wskazywały na rosnące zaangażowanie społeczeństwa w proces integracji i wyrażaną otwarcie potrzebę formalnego uczestnictwa obywateli [*Raport na temat* 2009: 79]. Z czasem, w konfrontacji z praktycznymi trudnościami w osiągnięciu politycznej zgody w sprawach europejskich, teoria „porozumienia społecznego” przerodziła się w teorię „sprzeciwu społecznego”

(constraining dissensus) [Domm 2004; Brinegar, Jolly 2005; Hooghe, Marks 2007]. Stąd lata 90. bogate były w publikacje, w których socjologowie integracji bronili tezy, że opinia publiczna ogranicza wręcz proces integracji europejskiej [Raport na temat... 2009: 81].

Teoria ta znalazła częściowe potwierdzenie w praktyce podczas referendów w Danii (2000) i Szwecji (2003), w których obywatele sprzeciwili się wprowadzeniu w tych krajach waluty europejskiej [Erlandsson 2002]. W tym samym okresie także socjologowie zaczęli podkreślać znaczenie społecznego uświadomienia korzyści i poinformowania obywateli w procesie integracji europejskiej [Raport na temat... 2009: 79-85].

W Polsce mieliśmy okazję być świadkami dobrze przeprowadzonej kampanii informacyjnej na temat konsekwencji wstąpienia Polski do Unii i obserwować rosnące poparcie obywateli dla tego procesu, równoległe z wzrastającym poziomem ich świadomości przed i po przeprowadzonym referendum. Jeszcze w 2002 roku zdecydowana większość badanych Polaków (76%) zgadzała się ze stwierdzeniem, że „większość ludzi tak naprawdę nie wie dlaczego Polska powinna wstąpić do Unii Europejskiej”, podczas gdy jesienią 2004 roku większość (53%) oceniła już, że zna powody dla których nasz kraj stał się członkiem Unii [Polska w Unii... 2005:11].

Okres trwania w Polsce tzw. „efektu unijnego (czy też szoku post-akcesyjnego),” objawiającego się poczuciem dezorientacji, w następstwie konfrontacji nadmiernie rozbudzonych oczekiwań co do korzyści i lęków związanych z akcesją, i widocznego w spadku poziomu poparcia dla członkostwa był krótki – znacznie krótszy niż w Austrii czy Szwecji, i krótszy niż w pozostałych krajach wstępujących do Unii równocześnie z Polską [Tamże].

### ***Opinia publiczna o polskim członkostwie w UE***

Poziom poparcia spadał stopniowo w miesiącach po referendum, jednak w tygodniach bezpośrednio poprzedzających formalne przyjęcie do UE w maju 2004 roku, społeczne poparcie dla członkostwa wzrosło do poziomu notowanego w czasie referendum akcesyjnego [Polska w Unii... 2005: 11-20]. I tak w grudniu 2004 roku, 77% obywateli deklarowało swoje poparcie dla członkostwa – był to najwyższy poziom od czasu bezpośrednio poprzedzającego referendum. Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej uznane zostało przez Polaków jesienią 2004 roku – obok wolności słowa i swobody podróży zagranicznych, a po przystąpieniu Polski do NATO – za największy sukces III Rzeczypospolitej.

Poziom poparcia dla Polskiego członkostwa w Unii Europejskiej wzrasta systematycznie od momentu akcesji, wraz z podnoszącym się nadal – tym

razem bez sformalizowanej kampanii – poziomem poinformowania o funkcjach, zadaniach i procesach zachodzących w Unii oraz polskim w niej uczestnictwie. Jedyne ostatni okres przyniósł nieznaczne wahania na niekorzyść zwolenników integracji.

W marcu 2007 odnotowany poziom poparcia wśród Polaków wynosił już 86%, a do przeciwników członkostwa zaliczali się jedynie nieliczni (7%). W okresie trzech lat, od kwietnia 2004 – bezpośrednio przed naszą formalną akcesją – odsetek osób popierających członkostwo naszego kraju w tej organizacji wzrósł o 22 punkty. O tyle samo punktów zmniejszył się odsetek przeciwników obecności Polski w Unii Europejskiej [*Ocena skutków...* 2007: 2]. Po trzech miesiącach członkostwa Polski w Unii Europejskiej, czyli w sierpniu 2004 roku, przekonanie, że integracja przynosi naszemu krajowi więcej korzyści niż strat, wyrażało 39% badanych, pół roku po akcesji – 43%, rok po rozszerzeniu Unii – 46%, dwa lata od tego momentu – 54%, a po trzech latach członkostwa opinię taką podzielało prawie dwie trzecie Polaków (64%) [Tamże: 3].

Stale możemy obserwować różnice w poziomie poparcia dla integracji w elektoratach poszczególnych partii, jednak ogólnie obserwowany poziom poparcia dla członkostwa naszego kraju w Unii Europejskiej jest wysoki. W przytoczonych badaniach CBOS z 2007 roku, poziom poparcia wśród elektoratów PO, PiS, PSL i LiD oscylował zaledwie między 92 a 94% (92% PiS i PSL, 93% Lid, 94% PO), przy odpowiednio 3% przeciwników (i 3% niezdecydowanych) wśród wyborców PO, 1% przeciwników w elektoracie LiD (6% niezdecydowanych), 0% przeciwników – przy 8% niezdecydowanych wśród wyborców PSL i wreszcie 6% przeciwników (i 2% niezdecydowanych) w elektoracie PiS [Tamże: 3].

Rok 2008 przyniósł stabilizację w deklarowanym poziomie poparcia obywateli dla polskiej obecności w Unii – do zwolenników obecności naszego kraju w UE zaliczało się wtedy 88% Polaków, a do przeciwników zaledwie 7% – wzrost poparcia wyniósł więc 2 punkty procentowe rok do roku, przy utrzymaniu się liczby przeciwników na poziomie 7%. Większe różnice zauważalne były jednak w deklarowanej postawie co do polskiego członkostwa w elektoratach poszczególnych partii – wyborcy SLD popierali je w 100%<sup>1</sup>, wyborcy PO w 98% (przy 2% przeciwników), PiS w 85% przy 11% przeciwników oraz 4% niezdecydowanych i wreszcie 90% zwolenników w elektoracie PSL, oraz odpowiednio 6% i 3% przeciwników i zwolenników<sup>2</sup> [*Bilans czterech lat...* 2008: 4].

---

<sup>1</sup> W związku z niewielką liczbą respondentów deklarujących się jako wyborcy SLD w tym badaniu, dane te powinny być traktowane ostrożnie.

<sup>2</sup> W związku z niewielką liczbą respondentów deklarujących się jako wyborcy PSL w tym badaniu, dane te powinny być traktowane ostrożnie.

---

Rok 2009 przyniósł niewielkie wahnięcia na niekorzyść – w kwietniu 2009 do zwolenników obecności naszego kraju w Unii Europejskiej zaliczało się 85% ogółu ankietowanych osób, a 9% było jej przeciwnych. Pozytywny stosunek do członkostwa Polski w UE dominował we wszystkich uwzględnionych w analizach grupach społeczno-demograficznych, a poparcie dla członkostwa Polski w UE wyrażała ponownie zdecydowana większość zadeklarowanych wyborców wszystkich głównych partii politycznych, jednak z utrzymującą się powiększoną różnicą między elektoratami w porównaniu z okresem do roku 2007: 97% wyborców PO (2% przeciwników, 1% niezdecydowanych), 95% elektoratu SLD (5% niezdecydowanych), 81% zwolenników wśród popierających PiS przy 16% przeciwnych i 3% niezdecydowanych i wreszcie 87% „za” wśród elektoratu PSL, przy 9% przeciw i 4% niezdecydowanych<sup>3</sup> [*Bilans pięciu lat... 2009*: 2]. Ponowne badanie przeprowadzone w kilka miesięcy później osiągnęło bardzo zbliżone wyniki – 85% ogółu ankietowanych w lipcu 2009 było zwolennikami członkostwa Polski w UE, a co dziesiąty (10%) określał się jako jej przeciwnik [*Dylematy... 2009*: 2]. Kwiecień 2010 przyniósł bardzo niewielkie zmiany w poziomie poparcia – zwolennikami obecności Polski w Unii było 86% ogółu ankietowanych, a tylko co jedenasty (9%) określał się jako jej przeciwnik [*Sześć lat... 2010*: 3].

Także w maju 2011 poparcie dla członkostwa Polski w Unii Europejskiej utrzymywało się na stabilnie wysokim poziomie (nieznacznie jednak niższym rok do roku). W sondażu z tego okresu więcej niż cztery piąte respondentów (83%) popierało integrację, a co dziewiąty (11%) uważał się za jej przeciwnika [*Siedem lat... 2011*: 2].

Przeprowadzone przez nas w okresie po wyborach parlamentarnych 2011 roku badania własne wskazują na podobny procentowy rozkład poparcia w poszczególnych elektoratach. I tak, wśród wyborców PO, 3,1% uważa członkostwo Polski w UE za negatywne (zdecydowanie złe lub złe), nie ma zdania 7,5%, natomiast 89,4% ocenia je pozytywnie (jako raczej dobre lub zdecydowanie dobre). Wyborcy PSL w 7,1% uważają je za złe lub raczej złe, z 10,7% niemających zdania, i wreszcie 82,2% elektoratu wyrażających opinię pozytywną o różnym natężeniu. Wyborcy PiS są tu wyraźnie bardziej krytyczni – 22,3% z nich ocenia obecność naszego kraju w UE negatywnie (raczej lub zdecydowanie), nie ma zdania aż 21,7% – pozostawiając zaledwie 56% opinii pozytywnych. Jest to najgorszy wynik odnotowany wśród wszystkich przytoczonych dotąd badań. Wyniki uzyskane przez nas wśród elektoratu Ruchu Palikota – 20,9% oceniających członkostwo ogólnie negatywnie, z 11,3% niemających zdania oraz 67,8% zwolenników są również bardziej krytyczne niż średnia wyników z lat poprzednich.

<sup>3</sup> W związku z niewielką liczbą respondentów deklarujących się jako wyborcy PSL w tym badaniu, dane te powinny być traktowane ostrożnie

Także elektorat SLD był pod koniec 2011 roku bardziej krytyczny – 73,2% głosujących na SLD oceniło członkostwo pozytywnie (w różnych stopniu), 12,9% nie miało zdania, zaś 9,9% oceniało je jako zdecydowanie lub raczej złe.

Aż 30,8% elektoratu partii spoza głównego nurtu uznało udział Polski w UE za negatywny, dodatkowo 7,7% wstrzymało się, 61,5% wyraziło się o nim pozytywnie. Zwolennicy partii pozostających poza głównym nurtem są więc ogólnie bardziej eurosceptyczni (39 osób spośród ankietowanych 1099 określiło się jako zwolennicy innych partii).

Aż 25,5% z ankietowanych przez nas osób nie brało udziału w wyborach do parlamentu – 10,3% z nich oceniło polskie członkostwo negatywnie, 20,3% nie miało zdania, zaś 69,4% uznało je za raczej lub zdecydowanie pozytywne. Ogółem 11,9% osób biorących udział w ankiecie określiło skutki naszego członkostwa negatywnie, 14% nie miało zdania, natomiast 74,1% oceniło je jako zdecydowanie lub raczej dobre.

Tabela 1. Rozkład ilościowy i procentowy odpowiedzi na pytanie „Jakie według Pan/Pani jest członkostwo Polski w Unii Europejskiej?” w poszczególnych elektoratach oraz wśród niegłosujących w wyborach parlamentarnych 2011 roku.

	zdecydowanie złe		raczej złe		nie mam zdania		raczej dobre		zdecydowanie dobre		razem	
	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent
Platforma Obywatelska	0	0,0	11	3,1	27	7,5	169	47,1	152	42,3	359	100
Polskie Stronnictwo Ludowe	0	0,0	4	7,1	6	10,7	36	64,3	10	17,9	56	100
Prawo i Sprawiedliwość	11	6,6	26	15,7	36	21,7	76	45,8	17	10,2	166	100
Ruch Palikota	4	3,5	20	17,4	13	11,3	53	46,1	25	21,7	115	100
Sojusz Lewicy Demokratycznej	1	1,4	6	8,6	9	12,9	34	48,6	20	28,6	70	100
Inne	4	10,3	8	20,5	3	7,7	17	43,6	7	17,9	39	100
Nie pamiętam	5	38,5	2	15,4	3	23,1	2	15,4	1	7,7	13	100
Nie głosowałem	8	2,8	21	7,5	57	20,3	142	50,5	53	18,9	281	100

Dokonałiśmy także analizy poziomu poparcia dla udziału Polski w strukturach unijnych wedle ideologicznych poglądów politycznych ankietowanych,

a nie wedle ich deklaracji przynależności do elektoratów poszczególnych partii. I tak 8,6% osób o poglądach lewicowych oceniało nasze członkostwo źle, 9,4% nie miało zdania, natomiast 82% uznało je za pozytywne. Spośród osób o poglądach centrystycznych, 7,4% uważało członkostwo za złe, 9,2% nie miało zdania, a 83,3% wyraziło się o nim pozytywnie. Zdecydowanie bardziej krytyczni byli – podobnie jak przy identyfikacji elektoratów popierających konkretne partie – wyborcy o ogólnie prawicowych poglądach: 18,5% oceniło naszą obecność w UE jako złą, 12,8% nie miało w tej sprawie zdania, a 68,7% uznało ją za ogólnie dobrą. Spośród osób, które nie potrafią określić się na skali ideologicznych poglądów politycznych, 10,8% oceniło członkostwo źle, 24,2% nie miało zdania, a 65,1% oceniło je zdecydowanie lub raczej dobrze.

Tabela 2. Rozkład ilościowy i procentowy odpowiedzi na pytanie „Jakie według Pan/Pani jest członkostwo Polski w Unii Europejskiej?” w kontekście ideologicznych poglądów politycznych.

	zdecydowanie złe		raczej złe		nie mam zdania		raczej dobre		zdecydowanie dobre		razem	
	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent	ilość	procent
Lewica	4	1,5	19	7,1	25	9,4	130	48,7	89	33,3	267	100
Centrum	6	2,6	11	4,8	21	9,2	107	46,9	83	36,4	228	100
Prawica	13	3,9	49	14,6	43	12,8	156	46,6	74	22,1	335	100
Nie wiem/ nie potrafię określić	10	3,7	19	7,1	65	24,2	136	50,6	39	14,5	269	100

Zauważyć należy, iż znacznie większy odsetek osób niż w badaniach przeprowadzanych przez CBOS nie umiało określić, czy oceniają polskie członkostwo w UE dobrze czy źle. Jednocześnie zapytaliśmy ankietowanych o to, czy podczas podejmowania decyzji o tym, na jaką partię będą głosować, biorą pod uwagę stosunek partii do polskiego członkostwa w UE. 27,6% osób uważa stosunek partii do tego faktu za niemający dużego znaczenia, 14,4% nie ma zdania na ten temat, a tylko 58% uważa ten element programu partyjnego za ważny.

Pomimo spadku poparcia w przytoczonych powyżej wynikach zebranych przez nas ankiet, w porównaniu z wcześniejszymi sondażami CBOS, wedle przeprowadzonej później ankiety CBOS [*Polacy o pakcie...* 2012: 3] z lutego 2012 roku w dalszym ciągu do zwolenników obecności naszego kraju w UE zaliczało się 81% dorosłych Polaków, a co ósmy (12%) był jej przeciwnikiem. W elektoratach partyjnych przynależność Polski do UE najpowszechniej popierali zwolenn-

nicy PO i SLD (po 97%), a rzadziej niż przeciętnie sympatycy PiS (71%), wśród których co piąty był przeciwny członkostwu. Wyniki te wydają się znacząco różnić od tych uzyskanych przez nas w ankiecie okołowyborczej, jednak ostatni sondaż TNS OBOP, przeprowadzony w styczniu 2012 pokazuje wyniki bliższe tym zebranych przez nas niż sondażowi CBOS: 56% badanych uznało w nim członkostwo Polski w UE za coś dobrego, 11% za coś złego, a dla 29% nie było ono ani czymś dobrym, ani złym; 4% nie miało zdania [*Prawie ¼...*].

Wahania w poziomie poparcia społecznego dla polskiego członkostwa w UE nie są jednak znaczne – istnieje szeroki konsensus społeczny, potwierdzający ogólnie pozytywny wpływ naszej akcesji do Unii na życie w kraju. Jak pokazano wyżej, istnieją pewne determinanty – np. poglądy polityczne, poparcie dla konkretnej partii, wiek – które wpływają na to, jak obywatele budują swoje opinie na temat integracji europejskiej szerzej, i konkretnych elementów ją budujących – np. opinii o przyjęciu euro. W literaturze istnieją trzy główne kierunki interpretacji tego zjawiska [Hooghe, Marks 2005: 5]:

1. Ekonomiczny. W tej interpretacji, głównym czynnikiem wpływającym na opinię obywateli o integracji są dane ekonomiczne, wykonywana jest analiza korzyści i kosztów wynikających z integracji [Brinegar, Jolly 2005: 155-180]. Rolę przy podejmowaniu decyzji odgrywają tak czynniki makroekonomiczne oddziałujące na całą ekonomię danego kraju, jak i indywidualne determinanty kształtujące osobistą sytuację ekonomiczną [Hooghe, Marks, 2005: 3-4] – takie jak zawód czy poziom dochodu. I tak np. w połowie 2010 roku, jako zwolennicy wstąpienia Polski do UE określali się ankietowani pracujący jako kadra kierownicza i specjaliści wyższego szczebla (96%), średni personel, w tym technicy oraz robotnicy wykwalifikowani (po 93%). Nasz udział w strukturach UE był w mniejszym stopniu popierany przez osoby z wykształceniem podstawowym (zadowolenie z tego wyraża 73% z nich), badanych mających 65 lat i więcej (74%), praktykujących religijnie kilka razy w tygodniu (75%), rencistów (76%), rolników (78%), emerytów (79%) oraz respondentów niezadowolonych z sytuacji materialnej swoich gospodarstw domowych (79%) [*Sześć lat...* 2010: 3].
2. Psychologiczny. Podkreśla istnienie zależności między stosunkiem obywatela do Unii Europejskiej i wspólnej waluty euro a poczuciem tożsamości narodowej czy więzi kulturowej z krajem [Hooghe, Marks 2004: 415-420]. Z utratą tożsamości kulturowej kojarzą członkostwo Polski w UE głównie osoby, które uważają, że członkostwo w strukturach unijnych to coś złego (30%), a także badani mający negatywny wizerunek UE (25%) [*Raport krajowy...* 2008: 36].



3. Polityczny. Odwołuje się przede wszystkim do politycznych preferencji partyjnych obywateli i ich ideologicznych poglądów politycznych [Kritzinger 2003]. Na podstawie tak wyników badań zewnętrznych, jak i przeprowadzonej przez nas ankiety, można wskazać iż interpretacja znajduje pewne odzwierciedlenie w realiach polskich. W połowie 2010 roku, podobnie jak w latach poprzednich, pozytywnie o obecności Polski we Wspólnocie wypowiadali się niemal wszyscy ewentualni wyborcy PO (97% za, 2% przeciw i 1% niezdecydowanych) i więcej niż cztery piąte elektoratu SLD (85%, przy 11% przeciw i 4% niezdecydowanych). Relatywnie najmniej zwolenników integracji rekrutowało się spośród potencjalnych wyborców PiS (78%), z których co szósty (17%) był jej przeciwny, przy 5% niemających zdania. W porównaniu z badaniami z lat ubiegłych można było zauważyć ostrzejszą krytykę członkostwa wśród wyborców PiS oraz SLD (w związku z małą liczebnością elektoratu SLD w poprzednich badaniach, być może dopiero dane z roku 2011 odzwierciedlają rzeczywisty rozkład poparcia wśród zwolenników tej partii) – związaną być może nawarstwieniem się problemów kryzysu globalnego, wewnętrznego kryzysu europejskiego oraz sytuacji w kraju [Siedem lat... 2011: 2].

Poznanie i zrozumienie przyczyn leżących u podstaw pozytywnego lub negatywnego stosunku jednostki do integracji oraz zbliżającego się przyjęcia w Polsce euro jest wyjątkowo ważne w przypadku nowych państw członkowskich UE, które, podobnie jak Polska, są prawnie zobowiązane do przyjęcia w pewnym momencie wspólnej waluty, zgodnie z art. 4 traktatu akcesyjnego [Raport na temat... 2009: 88]. Dlatego też rosnący opór społeczny w Polsce skierowany przeciwko przyjęciu waluty euro winien być traktowany bardzo poważnie. Poparcie dla wprowadzenia w Polsce euro systematycznie spada, w ostatnich miesiącach spadek ten jest wyjątkowo znaczący.

### ***Opinia publiczna o przyjęciu euro w Polsce***

Jeszcze w roku 2002 niemal dwie trzecie Polaków (64%) wyrażało zgodę na zastąpienie złotego europejskim pieniądzem. Po akcesji Polski do struktur unijnych poparcie dla przystąpienia naszego kraju do strefy euro wyraźnie jednak osłabło. W roku 2006 wciąż jeszcze więcej było zwolenników euro niż przeciwników; w latach 2007 – 2008 odsetki zwolenników i przeciwników przyjęcia tej waluty były zbliżone, stopniowo jednak liczba przeciwników wspólnej waluty rosła. Jak wynika z badań Eurobarometru [Introduction, 2008:22-48], w połowie 2008 roku 41% Polaków było zadowolonych z faktu, że euro zastąpi

złotego, natomiast 46% było przeciwnego zdania. Podobnie, zgodnie z badaniem Centrum Badania Opinii Społecznej z listopada 2008 r. za zastąpieniem złotego europejską walutą opowiadało się 47% badanych, a 45% było przeciw [Opinie o wprowadzeniu... 2008: 3].

W pierwszym kwartale 2009 roku, po przystąpieniu Słowacji do strefy euro i w okresie dyskusji nad możliwością i zasadnością szybkiego przyjęcia euro przez Polskę, poparcie dla wprowadzenia wspólnej waluty europejskiej zwiększyło się do 52%. Euro mogło być wówczas postrzegane jako pieniądź bardziej stabilny niż złoty i – w obliczu narastającego kryzysu gospodarczego na świecie – dający większe poczucie bezpieczeństwa ekonomicznego i finansowego. W marcu 2009 za przyjęciem europejskiej waluty opowiadała się nieco ponad połowa Polaków (53%), a prawie dwie piąte (38%) wyrażało sprzeciw w tej kwestii. Jak wspomniano wcześniej, stosunek do przyjęcia przez Polskę europejskiej waluty, podobnie jak poparcie dla członkostwa naszego kraju w unii, wiąże się z preferencjami partyjnymi – za przystąpieniem naszego kraju do strefy euro opowiadała się wtedy większość sympatyków PO i SLD. Podzieleni w opiniach byli zdeklarowani wyborcy PiS – niemal równie często wyrażający poparcie dla wprowadzenia euro, co sprzeciw, zaś przeciwnicy przyjęcia euro przeważali wśród sympatyków PSL [Stosunek do wprowadzenia... 2009: 3].

W maju tego samego roku, wedle TNS OBOP, 35% Polaków sądziło, że przyjęcie w Polsce euro będzie „czymś dobrym”; tyle samo obawiało się, że będzie „czymś złym”, w opinii 23% ankietowanych wspólna waluta nie byłaby ani czymś dobrym, ani złym – a 7% nie miało zdania na ten temat. Przekonanie, że Polska nie powinna wstępować do strefy euro było wyrażane relatywnie najczęściej przez respondentów w ogóle nieinteresujących się sprawami politycznymi (25%) [Biuletyn 2009: 2]. W badaniach Eurobarometru z maja, proporcja osób uważających wymianę waluty narodowej na euro za pozytywną do jej przeciwników wynosiła 52 do 36% [Introduction 2009: 21-53].

Niewiele później, w drugiej połowie 2009 roku, różnica między liczbą zwolenników i przeciwników wprowadzenia euro w kraju zmalała do 1 punktu procentowego (odpowiednio 45 i 44%). Poziom poparcia dla euro od grudnia 2009 nadal spadał, osiągając 38% w czerwcu 2010, przy 47% respondentów opowiadających się przeciw [Torój, Osińska 2011: 6]. Trend spadkowy zauważalny był także w okresie późniejszym. W sierpniu 2009, [Polacy coraz bardziej sceptyczni] 29% Polaków było zdania, że przyjęcie przez Polskę euro byłoby „czymś dobrym”, 36% uznało taką perspektywę za złą – 26% uważało, że przyjęcie wspólnej waluty byłoby „ani dobre, ani złe”, zaś 9% nie miało zdania na ten temat. Badanie Eurobarometru z września tego samego roku [Introduction 2009: 21-40] pokazało stosunek zwolenników do przeciwników

wprowadzenia euro w kraju jako 45% do 44%, co potwierdzone zostało w ankiecie z grudnia 2009 [*Monitor opinii* (1) 2010: 2] przeprowadzonej przez Ipsos Observer, gdzie tak liczba zwolenników jak przeciwników euro wyniosła 43%. Kwiecień 2010 zarejestrował już pewne skoki w poziomie poparcia – za przystąpieniem do strefy euro było 41% ankietowanych., 49% było przeciw, 10% nie miało w tej kwestii zdania [Waś-Smarczewska 2010]. Badania przeprowadzone przez Ipsos w czerwcu 2010 wskazały na dalszy spadek poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce – choć odsetek osób o negatywnym stosunku do wprowadzenia euro wyniósł 47%, odsetek zwolenników już jedynie 38% [*Monitor opinii* (2) 2010: 2].

Badania CBOS z czerwca 2010 wskazują już, iż 49% respondentów oceniało negatywnie perspektywę wejścia Polski do strefy euro. 41% badanych było przekonanych, że przyjęcie europejskiej waluty będzie korzystne, ponownie 10% ankietowanych nie miało na ten temat zdania [*Wprowadzenie* 2010: 2]. Identyczne wyniki uzyskano w badaniu eurobarometru z tego samego miesiąca [*Introduction* 2010: 27-32]. W kolejnych badaniach wykonanych przez Ipsos Observer na zlecenie Ministerstwo Finansów we wrześniu 2010 odsetek przeciwników euro wzrósł do 47%, zaś odsetek zwolenników wynosił 38% [*Rośnie liczba...*]. Sondaż OBOP z marca 2011 potwierdzał niżkową tendencję w poziomie poparcia [*Ponad połowa Polaków...*] – 51% ankietowanych Polaków uważało, że wejście Polski do strefy euro będzie niekorzystne, a tylko 17% społeczeństwa sądziło, że będzie to pozytywne. Nie tylko wzrósł więc odsetek postrzegających zamianę złotego na wspólną walutę jako niekorzystną, ale zmniejszył się jednocześnie odsetek zwolenników przyjęcia euro. (24% badanych uznało wprowadzenie euro za neutralne, kolejne 8% nie miało w tej kwestii opinii). Jeszcze gorsze wyniki zanotowano kwietniu 2011 – tylko 32% Polaków opowiedziało się wtedy za przyjęciem przez nasz kraj europejskiej waluty, a przeciwnego zdania było 60% badanych, przy 8% respondentów niemających zdania w tej kwestii [*Wprowadzenie* 2011: 2]. Tak skrajnie złe wyniki nie są jednak ewenementem obecnym tylko w badaniach CBOS z tego miesiąca – badania przeprowadzone przez Ipsos Observer we wrześniu 2011 wskazały na dalszy spadek poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce. Odsetek osób o negatywnym stosunku do wprowadzenia euro wzrósł do 53%, podczas gdy odsetek zwolenników spadł do 29% [*Monitor opinii* 2011: 2].

W sondażu TNS OBOP z grudnia 2011, o ewentualnym wprowadzeniu euro w Polsce negatywnie wypowiadało się aż 62% Polaków, zwolenników euro było zaledwie 12%, a neutralne stanowisko deklarowało 19% badanych [*Sondaż: Polacy murem*]. W ostatnich, lutowych badaniach CBOS [*Polacy o pakcie...* 2012: 2] już 60% Polaków było przeciwnych przystąpieniu naszego kraju do strefy euro, a tylko 32% badanych popierało przyjęcie tej waluty.

### ***Korelaty poparcia dla przyjęcia euro***

Skąd tak znaczący spadek poparcia dla euro – w porównaniu ze stosunkowo łagodnymi zmianami w poziomie poparcia dla członkostwa Polski w Unii ogółem? Jako determinanty poparcia obywateli dla idei zastąpienia waluty krajowej euro wymieniane są bardzo liczne czynniki [Torój, Osińska 2011: 8-15], jednak jako kluczowe (choć nie zawsze jednoznaczne) wymienia się przede wszystkim następujące:

**Wiek.** Choć uznawany jest za czynnik wpływający na postawy obywateli, jego ocena nie jest łatwa. Z wykonanych dotąd badań międzynarodowych nie wynika żaden konkretny wzór [Jonung, Vlachos 2007: 21], choć większość autorów sugeruje, iż osoby starsze, pamiętające pierwotne ideały stojące za procesem integracji, skłonne są do większego poparcia tak integracji jak euro. Jednak badacze zjawiska w Polsce sugerują tendencję przeciwną [Torój, Osińska 2011: 8] – w Polsce i innych nowych krajach członkowskich to osoby młodsze są bardziej skłonne do pozytywnego odbioru euro, tak z powodu obaw starszej generacji co do ekonomicznych skutków zmiany (historycznie przewalutowania w Polsce pociągały za sobą realne zubożenie portfela), nieznamości historycznych idei, na których budowano Unię Europejską, oraz niepokojów o nowo odzyskaną niepodległość i niezależność. W badaniach Trója i Osińskiej, jedną z najbardziej eurosceptycznych grup okazały się osoby starsze i emeryci.

**Płeć.** Także płeć uznawana jest za znaczącą w procesie budowania opinii obywateli o walucie euro. Kobiety są ogólnie bardziej euro-sceptyczne niż mężczyźni [Jonung, Vlachos 2007: 21], co zdaniem badaczy tłumaczyć można ich zwyczajowo niższą skłonnością do podejmowania ryzyka. W empirycznych badaniach w Polsce [Torój, Osińska 2011: 24] płeć okazała się jednak czynnikiem mało znaczącym.

**Sytuacja ekonomiczna.** Czynnik ten łączy w sobie indywidualne cechy wyznaczające poziom kapitału ludzkiego danej osoby (np. edukacja) oraz rzeczywiście uzyskiwane dochody. Istnieje pozytywna korelacja między edukacją i dochodami oraz realnymi korzyściami, jakie dany obywatel może uzyskać dzięki pogłębiającej się integracji – stąd osoby o wyższych dochodach są zazwyczaj bardziej skłonne do popierania euro [Gabel 1998]. W badaniach CBOS z lutego 2012 wskazano podobny związek – im wyższe wykształcenie i deklarowane dochody per capita, tym większe poparcie dla przyjęcia wspólnej waluty. Wprowadzenie euro miało nadal więcej zwolenników (53%) niż przeciwników (45%) wśród osób z wykształceniem wyższym, a także badanych o miesięcznych dochodach per capita powyżej 1500 zł (odpowiednio 50% zwolenników i 44% przeciwników). W pozostałych grupach społeczno-demo-

graficznych liczba przeciwników wejścia Polski do strefy euro przewyższała liczbę zwolenników [*Polacy o pakcie...* 2012:3]. Także wcześniejsze badania TNS OBOP wykonane w warunkach polskich [Prawie połowa] podkreślały, że stosunek do euro idzie w parze z oceną własnej sytuacji materialnej. Im lepiej ankietowani ją postrzegają, tym bardziej optymistycznie nastawieni są do euro.

Zawód. Wykonywany zawód wpływa oczywiście na uzyskiwane dochody, zaś szanse jakie pogłębiona integracja i wprowadzenie euro oferują obywatelom są szczególnie zachęcające dla osób o wysokich kwalifikacjach – takich jak specjaliści, przedsiębiorcy czy osoby samozatrudnione [Jonung, Vlachos 2007: 72]. Są to właśnie grupy wyrażające powyżej średniej poparcie dla euro. Badania CBOS z lutego 2012 przedstawiają podobne wyniki – stosunek zwolenników wprowadzenia euro w Polsce do przeciwników wśród kadry kierowniczej i specjalistów wyniósł 56% do 38%, i był jednym z najkorzystniejszych.

Miejsce zamieszkania. Ponownie, osoby zamieszkujące miasta mają większe szanse na osobiste skorzystanie w wyniku wprowadzenia waluty euro – i tak np. w badaniach Jonunga i Conflitti [2008: 7], mieszkańcy miast i metropolii okazali się wyraźnie bardziej skłonni do popierania idei zastąpienia waluty krajowej przez euro niż mieszkańcy wsi.

Analiza korzyści i zagrożeń. Nie powinno dziwić, iż osoby, które oczekują, iż wprowadzenie euro przyniesie więcej korzyści niż strat skłaniają się do popierania takiej zmiany waluty. W czystym, racjonalistycznym ujęciu taka kalkulacja ekonomiczna nie zawsze ma oczywiście miejsce, jednak badania potwierdzają [Gabel 1998: 333–354; Torój, Osińska 2011: 30-46] intuicyjne przekonanie, iż egoistyczna ocena osobistych korzyści z wprowadzenia euro jest pozytywnie skorelowana z poparciem wyrażanym dla przyjęcia euro. Poparcie dla przystąpienia Polski do strefy euro jest powiązane z przeświadczeniem, że zmiana waluty będzie korzystna dla respondenta – np. w badaniu OBOP z lipca 2011, negatywnemu stosunkowi do przyjęcia euro towarzyszyły opinie o niekorzystnym jego wpływie na sytuację własnego gospodarstwa domowego (89% respondentów z tej grupy), na polską gospodarkę (72%). Akceptacja wprowadzenia euro silnie wiąże się też z przekonaniem, że na tym posunięciu skorzysta polska gospodarka, przedsiębiorcy, kredytobiorcy, osoby podróżujące za granicę [*Prawie połowa...*]. W Polsce innymi wskazywanymi korzyściami w kwietniu 2011 były lepsze warunki dla polskiego handlu zagranicznego, ułatwione podróżowanie i dokonywanie zakupów w innych państwach strefy euro oraz euro jako silniejsza i stabilniejsza waluta [*Wprowadzenie* 2011: 6]. Torój i Osińska [2011: 30-46] zwracają uwagę na wnioski Allama i Goerresa, że w przypadku gospodarek przejściowych respondenci przykładali większą

wagę do ogólnych korzyści z wprowadzenia euro dla kraju niż dla siebie osobście – jednak w empirycznych badaniach, m.in. tych przytoczonych powyżej, wnioski te zostały dla Polski zafałszowane.

Tożsamość narodowa. Społeczeństwo często postrzega euro jako zagrożenie dla swojej narodowej tożsamości (jest to element wymieniany jako składnik analizy korzyści i kosztów wprowadzenia euro), ten niepokój wpływa negatywnie na poziom poparcia dla przyjęcia wspólnej waluty. Badacze wskazują też, iż silne poczucie narodowej tożsamości ma znacząco negatywny wpływ na odsetek osób popierających zmianę waluty krajowej na euro [np. Anderson, Kaltenhalter 2001]. W przywołanych już wcześniej wynikach sondażu OBOP z lipca 2011 roku, negatywnemu stosunkowi do euro towarzyszyła także opinia o niekorzystnym wpływie wspólnej waluty na tożsamość narodową (61% z grupy wyrażającej tę opinię).

Preferencje partyjne i ideologiczne. Istnieje korelacja między preferencjami politycznymi obywateli (tak partyjnymi, jak ideologicznymi, jak wskazano już przytaczając wyniki badań własnych nad poparciem dla członkostwa Polski w euro), nie udało się jednak jak dotąd wskazać jasnego wzoru powiązań między poglądami pravicowymi czy lewicowymi a poparciem dla euro [Torój, Osińska 2011: 30-46], głównie w wyniku problemów definicyjnych co do tego, czym „lewica” i „prawica” są w różnych krajach. Badania empiryczne w Polsce wskazują, iż popieranie PO jest pozytywnie skorelowane z pozytywną oceną wprowadzenia euro w kraju – np. w lutym 2012 roku za przystąpieniem naszego kraju do strefy euro opowiadali się w większości jedynie sympatycy PO, a w pozostałych elektoratach przeważał sprzeciw wobec euro; szczególnie niechętni euro byli wyborcy PiS [*Polacy o pakcie 2012*: 4].

Poparcie dla rządu i zadowolenie ze stanu demokracji w kraju. Wedle badań europejskich, osoby bardziej zadowolone ze stanu demokracji w ich kraju deklarują bardziej pozytywną opinię na temat euro, podobny wpływ na opinie społeczne ma poziom zaufania do rządu i polityków. Także krajowe badania CBOS [*Wprowadzenie 2011*: 5] wskazują, że pozytywna ocena wprowadzenia euro w Polsce jest skorelowana ze stosunkiem do rządu, w tym głównie opinią o jego polityce gospodarczej i postrzeganiem ogólnej sytuacji w kraju.

Stosunek do Unii Europejskiej. Pozytywna opinia o UE i przynależności do niej przekłada się również na pozytywny odbiór idei wprowadzenia wspólnej waluty. Im lepiej oceniane przez obywateli jest członkostwo danego kraju w Unii, tym większe jest poparcie dla euro [Torój, Osińska 2011: 9]. Także nastawienie do przyjęcia w Polsce euro wiąże się ze stosunkiem do członkostwa w Unii Europejskiej – we wszystkich przytaczanych dotąd badaniach respondenci niechętni obecności Polski w UE sprzeciwiali się również zastąpieniu złotego wspólną europejską walutą. W przypadku zwolenników człon-

kostwa Polski we Wspólnocie sprawa nie jest już tak jednoznaczna – równie często popierają wprowadzenie euro, co odnoszą się do niego krytycznie.

Kryzys? Intuicyjnie wydaje się, że znacznie bardziej krytyczne nastawienie do członkostwa Polski w UE odnotowane w badaniach własnych i ostatnich badaniach instytucji sondażowych, a w szczególności wzrastający opór przed perspektywą przyjęcia w Polsce euro może być wynikiem trwającego kryzysu wewnątrz Unii. Jednak, co ciekawe, związek między stosunkiem do wprowadzenia europejskiej waluty a postrzeganiem sytuacji w strefie euro oraz trwającym kryzysem okazał się nieistotny statystycznie [*Wprowadzenie* 2011: 4]. Spadek poparcia dla euro nie może więc być złożony na barki trwającego kryzysu i wątpliwości, jakie budzi. Zapobieganie temu niepokojącemu z punktu widzenia rządu zjawisku jest więc możliwe – a kluczową kwestią w aktualnym okresie jest informacja, która pomoże społeczeństwu na pełny ogląd sytuacji, i przeprowadzenie rachunku strat i korzyści wynikających z euro. Prowadzi nas to do ostatniego przytaczanego czynnika warunkującego poparcie dla euro:

Obiektywna wiedza i subiektywne poczucie poinformowania o euro. Znaczącym elementem jest tutaj realna ekonomiczna wiedza respondentów, jak również wiedza o Unii Europejskiej oraz konkretna wiedza na temat warunków i wpływu przyjęcia euro jako waluty w danym kraju. Wyższy poziom wiedzy tak o Unii czy ekonomii ogólnie, jak i o unii gospodarczej i walutowej w szczególności są pozytywnie skorelowane z poparciem dla wprowadzenia euro [Vissol 1999]. Torój i Osińska [2011: 11] jednoznacznie wskazują także na tej podstawie, że kampania informacyjna jest kluczowym elementem podnoszenia poziomu akceptacji dla wprowadzenia euro w Polsce – jak twierdzą sami autorzy, opinia publiczna w tej kwestii jest zmienna, zależna od kontekstu ekonomicznego i politycznego, kampania może więc wywrzeć realny wpływ. Sugerują także jak najbardziej elastyczne formy kampanii, tak aby również jej przekaz zmieniał się wraz z warunkami zewnętrznymi i odzwierciedlał najbardziej aktualne obawy czy wątpliwości społeczeństwa.

Znaczenie kampanii informacyjnych jest w ostatnich latach szczególnie podkreślane. I tak na przykład raport NBP [*Raport na temat* 2009] wskazuje, że jednym z głównych zadań, które muszą wykonać władze państw kandydujących do Unii Gospodarczo-Walutowej jest właściwe poinformowanie obywateli o korzyściach i kosztach związanych z zastąpieniem waluty krajowej przez euro. Komisja Europejskiej w swoim końcowym komunikacie z sierpnia 2004 [*Komunikat* 2004] zawarła twierdzenie, iż „informowanie i komunikowanie na temat euro i UGW pozostaje najwyższym priorytetem, szczególnie w nowych państwach członkowskich, (...) a wprowadzenie euro musi zostać umocnione poprzez zwiększenie publicznego poparcia dla jednolitej waluty”. To rządy państw członkowskich rozważających przystąpienie do strefy euro

---

odpowiedzialne są za odpowiednie przygotowanie strategii komunikacyjnej i podwyższanie poziomu poinformowania społeczeństwa o możliwych skutkach takiego posunięcia. Opracowanie efektywnej i skutecznej strategii komunikacyjnej wymaga każdorazowo w państwach członkowskich przeprowadzenia wnikliwych badań na temat poziomu poinformowania obywateli o Unii Gospodarczej i Walutowej i walucie euro oraz identyfikacji czynników wpływających na pozytywne lub negatywne postrzeganie integracji [Anderson, Kaltenhalter 2001: 139-170].

### ***Poczucie poinformowania w kwestii wprowadzenia euro w Polsce***

Poziom poinformowania – tak subiektywna jego ocena, jak i obiektywna wiedza na temat określonych problemów – jak wskazano wyżej- jest jednym z ważniejszych czynników wskazywanych przez badaczy jako determinujące poparcie dla integracji europejskiej oraz przyjęcia euro.

Samoocena Polaków co do ich stopnia poinformowania o wspólnej europejskiej walucie nie ulegała zasadniczym zmianom w przeciągu ostatnich kilku lat. W maju 2008 r. 66% osób uczestniczących w badaniu deklarowało niedostateczny poziom wiedzy na temat euro lub jej brak. Jednak podobna sytuacja zauważalna była także w innych krajach członkowskich UE, gdzie średnio 59% społeczeństw oceniało w tym okresie, że nie jest dostatecznie poinformowane o euro [Introduction 2008: 22-30]. Wraz z rozwojem kampanii informacyjnej w krajach, które wprowadziły euro w ostatnich latach – Słowenia, Słowacja, Malta, Cypr – oceny społeczne dotyczące poziomu poinformowania stopniowo rosły, jednak w momencie wprowadzenia euro, przekraczając już odsetek 80% ankietowanych uznających się za dobrze poinformowanych [Raport o pełnym 2009]. W Polsce proces taki nie nastąpił.

W grudniu 2009 tylko co piąty badany Polak czuł się dobrze poinformowany nt. zagadnień związanych z euro i jego wprowadzeniem w Polsce, a trzy czwarte odczuwało braki informacyjne o różnym natężeniu w tym zakresie. Brak informacji jest także odpowiedzialny za wyraźnie rysujące się Polsce zjawisko – znacząca liczba badanych we wszystkich sondażach nie ma sprecyzowanej opinii na temat ogólnie pozytywnego czy negatywnego wpływu przyjęcia euro w Polsce. W tym okresie również aż 14% badanych nie miało w ogóle wyrobionej opinii w zakresie swego stosunku do wprowadzenia euro [Monitor opinii (1) 2010: 2]. W tym samym dokumencie, przygotowanym przez Ministerstwo Finansów możemy przeczytać, iż „głównym wnioskiem płynącym z analizy przedstawionych wyników badań, jest istnienie ogromnych potrzeb informacyjnych naszego społeczeństwa w zakresie tematyki związanej z euro i jego wprowadzeniem w Polsce.”



Polacy mieli także konkretne oczekiwania co do kampanii informacyjnej dotyczącej euro – ich zdaniem powinna ona rozpocząć się przynajmniej na rok przed wprowadzeniem euro, zaś głównym rozważanym źródłem informacji były media i administracja rządowa i lokalna. W czerwcu 2010 [*Monitor opinii* (2) 2010: 2] oczekiwania respondentów co do kampanii i źródeł informacji nie uległy zmianie, Ministerstwo Finansów podkreślało też nadal istniejące duże potrzeby informacyjne polskiego społeczeństwa w zakresie tematyki związanej z euro i jego wprowadzeniem w Polsce – tylko co piąty badany czuł się wtedy dobrze poinformowany o euro, a prawie 70% Polaków odczuwało deficyt informacji. Badania CBOS z tego samego miesiąca podają podobne dane – 28% ankietowanych nie czuło się w ogóle zorientowanych w tej kwestii, 36% miało słabą orientację, zaś dobrze lub bardzo dobrze poinformowanych – we własnym odczuciu – było jedynie 16% badanych [*Wprowadzenie euro* 2010: 4]. Odnosząc się do korelatów poparcia dla wprowadzenia euro w Polsce oraz subiektywnego poczucia poinformowania, CBOS podkreślił, iż przeciwnicy przystąpienia Polski do strefy euro czują się gorzej poinformowani w kwestii wprowadzenia euro niż jego zwolennicy – ogółem 69% z tej grupy uznało swój poziom poinformowania za co najwyżej słaby. Sondaż wskazał na jeszcze jedno niepokojące zjawisko – ogółem ponad połowa zwolenników przystąpienia Polski do strefy euro (55%) stwierdziła, że w najlepszym razie słabo orientuje się w tej kwestii. Wedle analizy Torója i Osińskiej [2011], tak niski poziom poinformowania wymaga bardzo szerokiej kampanii informacyjnej, nakierowanej na zapewnienie społeczeństwu solidnej bazy wiedzy o euro – podniesienie poziomu poinformowania o nieznaczną tylko wartość jest czynnikiem uprawdopodobniającym opowiadanie się danej osoby przeciwko euro. Aktualnie więc Polska zaprzepaszcza szansę, jaką odpowiednie poinformowanie społeczeństwa daje dla wytworzenia się konsensusu społecznego dotyczącego wprowadzenia euro – aktualnie na opinię respondentów o przyjęciu euro wpływają inne czynniki niż poinformowanie, m.in. stosunek do członkostwa Polski w Unii Europejskiej i pogłębiania integracji europejskiej oraz zaufanie do polityki obecnego rządu [*Wprowadzenie* 2010: 5].

Kwiecień 2011 nie przyniósł dobrych wiadomości w zakresie opinii Polaków o ich wiedzy o euro – poczucie poinformowania zmalało rok do roku, 32% pytanych w ogóle nie czuło się zorientowanymi w tej kwestii, 35% określało swoją orientację jako słabą, a zaledwie 12% ankietowanych uznało swój poziom poinformowania za dobry [*Wprowadzenie* 2011: 4]. W ujęciu społeczno-demograficznym, za najgorzej poinformowanych w kwestii wspólnej waluty czuli się ludzie starsi, słabiej wykształceni oraz gorzej sytuowani – a więc grupy szczególnie skłonne do sceptycznego oglądu unii monetarnej. Połączony wpływ kilku korelatów czyni z tych grup właśnie osoby najbardziej przeciwnie przystąpieniu Polski do strefy euro. Z kolei młodszy respondenci, osoby z wyż-

szym wykształceniem oraz ankietowani stosunkowo dobrze sytuowani lepiej oceniają swój poziom poinformowania – jednak również w tych grupach ponad połowa respondentów uznała się za niedostatecznie poinformowanych. Także w tym sondażu, 72% przeciwników wprowadzenia w Polsce euro określiło stopień swego poinformowania w tej kwestii jako co najwyżej słaby – jednakże 55% zwolenników tego projektu również stwierdziło, że w najlepszym razie słabo orientuje się w tej kwestii. Jest oczywiste, że deficyt rzetelnej wiedzy na temat zasad przyjęcia wspólnej waluty i możliwych skutków może wywoływać poczucie niepewności i obawy, powodując dalsze obniżenie poparcia.

## ***Zakończenie***

Pomimo złudnie jasnej recepty na podniesienie zaufania do euro w Polsce poprzez działania informacyjne – recepty proponowanej tak przez Ministerstwo Finansów, NBP, jak i instytucje sondażowe i autorów niezależnych – w nieco ponad rok później diagnoza stawiana przez Ministerstwo Finansów była identyczna, podobnie jak wyniki przeprowadzonych badań. Potrzeby informacyjne zostały uznane za wciąż bardzo duże; blisko 70% respondentów uważało się za niewystarczająco poinformowanych, przy zaledwie 18% oceniających swoją wiedzę jako satysfakcjonującą. Preferencje społeczeństwa co do źródeł kampanii informacyjnej pozostały bez zmian. Ministerstwo podkreśliło jeszcze raz, iż stopień poinformowania badanych jest jedną z kluczowych zmiennych wyjaśniających poziom poparcia dla wprowadzenia euro, a jej wpływ jest jeszcze mocniejszy w okresie trwającego kryzysu w strefie euro [*Monitor opinii* 3/2011: 1]. Zaproponowano także konkretną zawartość kampanii informacyjnej – zdaniem analityków, istotną uwagę należałoby poświęcić kwestiom stabilności finansowej i makroekonomicznej gospodarki, w tym reformom strukturalnym, „których zaniechanie, oznaczające niedostateczne przygotowanie do przyjęcia euro (strategia integracji oparta w dużej mierze na dostosowaniach jednorazowych), uznaje się za bezpośrednią przyczynę kryzysu w Grecji”. Kolejnym kluczowym tematem winna być ochrona konsumentów w procesie wprowadzenia euro, gdyż najczęściej pojawiającą się w odpowiedziach respondentów obawą związaną z euro jest wzrost cen.

Konkretne przepisy jak dotąd nie zostały przekute na praktykę. Dyskusja o euro w Polsce bardzo rzadko jest merytoryczna, w natłoku informacji na temat rozszerzającego się na coraz to nowe kraje kryzysu, dyskusję zdominował po prostu strach zwykłych obywateli. I choć data wejścia Polski do strefy euro została przesunięta w czasie – zależnie od źródeł podawana data jest zmienna – dobrym posunięciem byłaby próba zapobieżenia dalszemu wzrostowi oporu Polaków przed euro. Choć zalecenia Komisji Europejskiej mówią o rozpoczę-

---

ciu kampanii na około 2 lata przez wprowadzeniem euro, w zaistniałej sytuacji, ze względu na niski poziom poinformowania polskiego społeczeństwa o euro i rosnącą liczbę przeciwników tego projektu, badacze proponują wcześniejsze rozpoczęcie kampanii w Polsce [Osińska 2009: 15].

Dzięki dokumentom programowym – począwszy od raportu Integracja Polski ze strefą euro: uwarunkowania członkostwa i strategia zarządzania procesem z 2005 roku, na dokumencie Rady Strategiczne Narodowego Planu Wprowadzenia Euro z 2010 kończąc – w zasadzie gotowe są dość szczegółowe plany i założenia kampanii informacyjnej w Polsce. Ma mieć ona charakter edukacyjny, nie perswazyjny i być podzielona na etapy, tak pod względem rodzaju treści, jak i intensywności przekazu. Kampania ma być elastyczna i odpowiadać na identyfikowane na bieżąco w sondażach potrzeby informacyjne społeczeństwa. Planowane jest także zdiagnozowanie poszczególnych grup adresatów kampanii oraz odpowiednie zróżnicowanie przekazu kierowanego do poszczególnych z nich. Badania opinii publicznej przeprowadzone w krajach wcześniej przyjmujących euro okazywały, że największe obawy związane z przyjęciem euro dotyczyły wzrostu cen towarów i usług oraz nieuczciwych praktyk cenowych, związanych z przeliczaniem cen [Analiza strategii 2011: 3]. Przytoczone powyżej wyniki badań przeprowadzonych w Polsce wskazują to samo źródło obaw społecznych – Ministerstwo Finansów sugeruje więc wykorzystanie doświadczeń i dobrych praktyk z analizowanych krajów w przygotowywaniu polskiej strategii komunikacyjnej.

Tak naprawdę do zrobienia pozostał już tylko jeden krok. Od 2009 roku Ministerstwo publikuje te same ostrzeżenia dotyczące braku wiedzy o mechanizmach przyjmowania euro w polskim społeczeństwie. Mamy rok 2012 i wszystko wskazuje na to, że kolejna publikacja ministerialna z cyklu Monitor Opinii Publicznej na temat euro będzie mogła cytować całe ustępy z poprzedniego wydania. Być może nadszedł czas, by wreszcie minister spraw zagranicznych i premier – jeśli już nie Przewodniczący Parlamentu Europejskiego – wypowiadając się o przyjęciu euro w Polsce mówili to samo. Byłby to dobry krok na drodze walki z niepewnością i wątpliwościami trapiącymi polskie społeczeństwo w związku z perspektywą wymiany złotego na euro.

### ***Bibliografia:***

- Analiza strategii komunikacyjnych i przeprowadzonych na ich podstawie kampanii informacyjnych w państwach strefy euro (2011)*, Europracowania 7/2011, Warszawa: Ministerstwo Finansów.
- Anderson Ch.J., Kaltenhalter K.C. (2001), *European and their money: Explaining public support for the common European currency*, "European Journal of Political Research", 40 (6).
-

- Bilans czterech lat integracji Polski z Unią Europejską (2008)*, BS/66/2008, CBOS, Warszawa.
- Bilans pięciu lat członkostwa Polski w Unii Europejskiej (2009)*, BS/64/2009, CBOS, Warszawa.
- Biuletyn Ekonomiczny (2009)*, 20 (878), MSZ, Warszawa
- Brinegar A., Jolly S. (2005), *Location, Location, Location. National Contextual Factors and Public Support for European Integration*, "European Union Politics", 6 (2).
- Dom R. (2004), *Explaining Public Support for European Integration in Eight Member States: the Role of National Pride, European Identity, Nationalism and Xenophobia*, EUI Working Paper SPS: 2004/19.
- Dylematy związane z funkcjonowaniem Unii Europejskiej (2009)*, BS/105/2009, CBOS, Warszawa.
- Eichenberg R., Dalton R. (1993), *Europeans and the European Community: the dynamics of public support for European integration*, *International Organization*.
- Erlandsson M. (2002), *Economic Determinants of Public Opinion About Joining the EMU: The Case of Sweden*, Working Paper, Göteborg University.
- Gabel M. (1998), *Public Support for European Integration: An Empirical Test of Five Theories*, "The Journal of Politics", 60.
- Hooghe L., Marks G. (2004), *Does Identity or Economic Rationality Drive Public Opinion on European Integration?*, PS-Washington, 37.
- Hooghe L., Marks G. (2005), *Calculation, Community and Cues: Public Opinion on European Integration*, "European Union Politics", 6.
- Hooghe L., Marks G. (2007), *A Postfunctional Theory of European Integration: From permissive consensus to constraining dissensus*, "British Journal of Political Science", 30 (3), ss. 433–459.
- Integracja Polski ze strefą euro: uwarunkowania członkostwa i strategia zarządzania procesem (2005)*, Ministerstwo Finansów, Warszawa
- Introduction of the euro in the new Member States (2009)*, Analytical Report, Flash Eurobarometr 280, Komisja Europejska.
- Introduction of the euro in the New Member States (2010)*, Flash Eurobarometer, 296, Komisja Europejska.
- Introduction of the euro in the New Member State (2008)*, Flash Eurobarometer, 237, Komisja Europejska.
- Jonung L., Conflitti C. (2008), *Is the euro advantageous? Does it foster European feelings?*
- Europeans on the euro after five years*, "European Economy Economic Papers", 313.
-

- Jonung L., Vlachos J. (2007), *The euro – what’s in it for me? An Economic Analysis of the Swedish Euro Referendum of 2003*, "European Economy Economic Papers", 296.
- Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów w sprawie wdrożenia Strategii Informacyjnej i Komunikacyjnej na temat euro Unii Gospodarczej i Walutowej* (2004), Kom(2004) 552, Bruksela.
- Kritzinger S. (2003), *The Influence of the Nation-State on Individual Support for the European Union*, European Union Politics.
- Monitor opinii publicznej nt. euro w Polsce (1)* (2010), nr 1/2010, Warszawa, Ministerstwo Finansów
- Monitor opinii publicznej nt. euro w Polsce (2)* (2010), nr 2/2010, Warszawa, Ministerstwo Finansów
- Monitor opinii publicznej nt. euro w Polsce (2011)*, nr 3/2011, Warszawa, Ministerstwo Finansów
- Ocena skutków przystąpienia Polski do UE po trzech latach członkostwa* (2007), BS/70/2007, CBOS, Warszawa
- Osińska J. (2009), *Strategia komunikacyjna w procesie wprowadzania euro– wnioski dla Polski*, Europracowanie 1/2009, Warszawa, Ministerstwo Finansów.
- Polacy o pakcie fiskalnym i pogłębianiu integracji w Unii Europejskiej* (2012), BS/21/2012, CBOS, Warszawa.
- Polska w Unii Europejskiej – doświadczenia pierwszych miesięcy członkostwa* (2005), praca zbiorowa, UKIE, Warszawa
- Ramy Strategiczne Narodowego Planu Wprowadzenia Euro* (2010), Biuro Pełnomocnika Rządu ds. Wprowadzenia Euro przez Rzeczpospolitą Polską, Warszawa
- Raport krajowy: Polska. Opinia publiczna w Unii Europejskiej* (2008), Eurobarometr 70, Komisja Europejska
- Raport na temat pełnego uczestnictwa RP w trzecim etapie Unii Gospodarczej i Walutowej* (2009), praca zbiorowa, NBP, Warszawa
- Siedem lat obecności Polski w Unii Europejskiej* (2011), BS/52/2011, CBOS, Warszawa
- Spotkanie Rady Europejskiej w Laeken, 14-15 Grudnia 2001, Wnioski Prezydencji*
- Stosunek do wprowadzenia w Polsce euro* (2009), BS/50/2009, CBOS, Warszawa
- Sześć lat obecności Polski w Unii Europejskiej* (2010), BS/56/2010, CBOS, Warszawa
- Torój A., Osińska J. (2011), *Greek ricochet? What drove Poles’ attitudes to the euro in 2009-2010*, MF Working Paper Series, Warszawa, Ministerstwo Finansów
-

- Visser T. (red.) (1999), *The Euro: Consequences for the Consumer and the Citizen*, Kluwer Academic Publisher
- Wprowadzenie euro w Polsce – poparcie, skutki, poinformowanie (2010)*, BS/81/2010, CBOS, Warszawa
- Wprowadzenie euro w Polsce – akceptacja, skutki, uwarunkowania (2011)*, BS/37/2011, CBOS, Warszawa
- Polacy coraz bardziej sceptyczni w sprawie przyjęcia euro*, <http://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/polacy-coraz-bardziej-sceptyczni-w-sprawie-przyjecia-euro>. (6.02.2012).
- Ponad połowa Polaków nie chce wejścia do strefy euro*, <http://www.polskatimes.pl/arttykul/381224,ponad-polowa-polakow-nie-chce-wejscia-do-strefy-euro,id,t.html> , (11.02.2012).
- Prawie ¼ Polaków nie słyszała o prezydencji Polski w Unii Europejskiej*, <http://www.euractiv.pl/prezydencja/arttykul/prawie-14-polakow-nie-syszaa-o-prezydencji-polski-w-unii-europejskiej-003343>, (7.02.2012).
- Prawie połowa Polaków nie chce euro*, <http://www.tvpparlament.pl/sondaze/prawie-polowa-polakow-nie-chce-euro/4840893> , (5.02.2012).
- Rośnie liczba przeciwników euro*, <http://www.ekonomia24.pl/arttyku-1/706205,533504-Rosnie-liczba-przeciwnikow-euro.html>, (4.02.2012).
- Sondaż: Polacy murem przeciw euro*, <http://m.newsweek.pl/wiadomosci-biznesowe,sondaz--polacy-murem-przeciw-euro,85940,1,1.html> , (12.02.2012).
- Szaniawski P., *Sondaż: Euro nie dla Polaków*, <http://m.newsweek.pl/wiadomosci-biznesowe,sondaz--euro-nie-dla-polakow,87794,1,1.html>, (2.02.2012).
- Waś-Smarczewska K., *CBOS: Polacy nie chcą euro*, <http://www.bankier.pl/wiadomosc/CBOS-Polacy-nie-chca-euro-2139228.html>, (5.02.2012).