

POSTAWA I OCZEKIWANIA OBYWATELI POLSKICH WOBEC DZIAŁAŃ PODEJMOWANYCH PRZEZ PRZEDSTAWICIELI UNII EUROPEJSKIEJ. ANALIZA BADAŃ ANKIETOWYCH

MONIKA ŁUKASIK-DUSZYŃSKA

Akademia Sztuk Pięknych im. E. Gepperta we Wrocławiu

ABSTRACT

Polish Citizens' Attitude and Expectations towards the European Union Communication Strategy. Analysis of Surveys

The publication shows attempts of activation of the European Union citizens on the Internet. It also summarizes the activities of EU representatives related to the development and implementation of the EU communication strategy on the Internet. At the same time it indicates the effects of these actions – the involvement of EU citizens in the debate on the functioning of the European Union. The Author tries to answer the question why this engagement is low. She analyzes the results of the survey conducted at the end of 2014, about the readiness of the Polish citizens to communicate and express their needs.

Keywords: European Union, communication strategy, Polish citizens, expectations, public opinion poll

✉ Adres do korespondencji: Akademia Sztuk Pięknych im. E. Gepperta we Wrocławiu, Plac Polski 3/4, 50-156 Wrocław; m.lukasik@asp.wroc.pl

Politycy, media oraz obywatele tworzą w systemie demokratycznym sieć połączoną przepływem informacji. To, w jaki sposób, ile i jakie wiadomości przepływają istniejącymi kanałami, wpływa na relacje między wymienionymi stronami. Z jednej strony bowiem decydenci potrzebują poparcia wyborców i wykorzystują do tego istniejące środki przekazywania informacji. Z drugiej strony, społeczeństwa potrzebują odpowiedzialnych polityków, którzy będą sprawnie zarządzać państwem lub organizacją międzynarodową, na przykład Unią Europejską (UE).

Informacje udostępniane na stronach internetowych, a zwłaszcza na portalach społecznościowych, mogą się przyczyniać do rozwoju debaty między politykami a obywatelami na temat polityki, funkcjonowania Unii, jej przyszłości i kierunku, jaki powinna obrać. Internet stwarza ogromne możliwości. Dzięki niemu komunikowanie może zachodzić nie tylko pomiędzy decydentami a społeczeństwami państw członkowskich. Może dochodzić także do kontaktu interpersonalnego między pojedynczym politykiem a obywatelem Unii. Ponadto przepływ komunikatów nie musi następować tylko z góry do dołu drabiny społecznej, ale także odwrotnie – od obywateli do elit i pracowników instytucji politycznych. Informacje mogą być przekazywane za pomocą różnych form wypowiedzi, chatów na żywo, komentarzy umieszczanych pod udostępnianymi wiadomościami. Dzięki temu społeczeństwa mają szansę wyrazić swoją opinię na dany temat. Internet daje również szansę przeprowadzania szerokich konsultacji, dzięki którym politycy mogą śledzić nastroje społeczne i reakcje na różnego rodzaju pomysły, jakie powstają w głowach przedstawicieli poszczególnych instytucji unijnych (Dobek-Ostrowska 2009, s. 18–19).

Próby aktywizacji obywateli w sieci

Według przeprowadzanych sondaży, chociażby przez Eurobarometr, głównym narzędziem zdobywania wiadomości na temat funkcjonowania Unii Europejskiej nadal jest telewizja. Jednakże z roku na rok rośnie liczba osób, które korzystają z sieci jako źródła informacji i śledzą komunikaty podawane im przez przedstawicieli instytucji publicznych. Internet zaczyna być tym medium, które aktywizuje ludzi do wyrażania np. protestu. Dzięki nowoczesnej technologii dyskusje mogą toczyć zainteresowane osoby przebywające w różnych miejscach i o różnym czasie. Oczywiście – z jednej strony muszą one mieć łatwy, tani i szybki dostęp do internetu. Z drugiej strony, powinny chcieć korzystać z sieci, mieć nawyki i umiejętności poszukiwania informacji oraz być świadome możliwości, jakie daje im komunikowanie sieciowe (Dobek-Ostrowska 2009, s. 92).

Przedstawiciele agend Unii Europejskiej również dostrzegli ogromne możliwości, jakie daje sieć. W internecie możemy znaleźć strony internetowe na temat polityki, instytucji, funkcjonowania czy życia w Unii Europejskiej. Największy portal to Europa.eu. Większość deputowanych Parlamentu Europejskiego ma swojego fanpage'a na Facebooku lub prowadzi konto na Twitterze. Komisarze

z Komisji Europejskiej również nie pozostają w tej kwestii bierni. Prowadzenie fanpage'a, konta na Twitterze czy bloga wypełnia część życia większości przedstawicieli instytucji unijnych.

W związku z tym w głównych dokumentach, jakie sporządzano po 2000 roku w Komisji Europejskiej czy Parlamencie Europejskim, zwracano uwagę na fakt, iż polityka unijna powinna być bardziej otwarta i łatwiejsza do zrozumienia. Dodawano, iż przedstawiciele unijni powinni się kontaktować z obywatelami i należy umożliwić im wypowiedzanie się oraz publiczną wymianę poglądów we wszystkich dziedzinach działania Unii Europejskiej. Opracowano strategię na rzecz poprawy komunikowania w Europie, w której internet obok telewizji miał odgrywać istotną rolę (Komisja Europejska 2001, s. 4; 2005a, s. 4; 2005b, s. 11; 2007a, s. 4; 2007b, s. 2).

Niemniej jednak Parlament Europejski w 2010 roku zwrócił uwagę na fakt, że mimo iż strony internetowe oferują ogromne zasoby informacji, nie przekłada się to na zaangażowanie Europejczyków w integrację. Również wraz z upływem kolejnych lat notowany jest coraz większy spadek frekwencji w wyborach do tej instytucji. Do tego dochodzi brak poparcia obywateli wyrażany przez głosowanie w referendum w sprawie przyjęcia bądź odrzucenia kolejnych traktatów opracowywanych przez przedstawicieli unijnych (Parlament Europejski 2010; Komisja Kultury i Edukacji 2010).

Relacje komunikacyjne w internecie a unijna strategia komunikowania

Wydaje się zatem, iż dalsze funkcjonowanie Unii Europejskiej uzależnione jest nie tylko od jakości przekazywanych komunikatów między obywatelami UE, mediami a politykami i przedstawicielami unijnych instytucji, ale także od możliwości – narzędzi wykorzystywanych do komunikowania się za pośrednictwem wybranych stron i portali społecznościowych w internecie, na przykład wspomnianego publicznego portalu unijnego Europa.eu czy portali społecznościowych. Analiza wybranych stron internetowych pokazuje, że przedstawiciele agend unijnych umieszczają komunikaty o swoich działaniach głównie na forum Parlamentu Europejskiego, Rady Unii Europejskiej czy Komisji Europejskiej¹. Najczęściej są to suche dane, zaś sami politycy nie są zainteresowani, co sądzą internauci na temat komunikatów przez nich zamieszczanych, ani nie prowokują żadnych dyskusji. Nie wspominają też o rozpoczynających się konsultacjach społecznych. Elementy komunikowania publicznego, które widoczne są na publicznych stronach instytucji unijnych, ograniczają się głównie do informowania i wyjaśniania podejmowanych decyzji, pracy instytucji, reguł postępowania, nowych przepisów i zasad działania. Przyjmowana strategia komunikowania się z Europejczykami przypo-

¹ Obszernie przedstawiona przeze mnie w publikacji pt. Unia Europejska a obywatele (2015), wydanej przez Wydawnictwo Naukowe Katedra.

mina bardziej dziedzinę *public relations*, czyli promowania swojego wizerunku, niż działania ukierunkowane na wzmocnienie obywatelskiej partycypacji.

Pojawia się pytanie, czy brak zaangażowania się społeczeństw państw członkowskich w procesy decyzyjne wynika tylko z niewłaściwej realizacji strategii komunikowania przez przedstawicieli agend unijnych i ograniczania się do promowania wizerunku? Czy też z faktu, że Europejczycy nie czują po prostu potrzeby debatowania?

Badania ankietowe – charakterystyka respondentów

W badaniu wzięło udział 502 obywateli Polski. Ankiety zostały przeprowadzone telefonicznie między 27 października 2014 roku a 12 grudnia 2014 roku. Czas przeprowadzanego badania ostatecznie wynosił 5,5 minuty. Wywiad został zrealizowany na ogólnopolskiej próbie reprezentatywnej ze względu na płeć i wiek respondentów oraz wielkość miejscowości, którą zamieszkiwali respondenci. W zamierzeniu struktura próby miała odzwierciedlać strukturę populacji ze względu na wymienione wcześniej cechy.

W badanej próbie kobiety stanowiły nieznaczną większość, bo 52,3%, w stosunku do mężczyzn – 47,7%. Pod względem wiekowym najliczniejszą grupą, bo 33,4%, były osoby między 40. a 59. rokiem życia. Zaś najmniej liczną grupą – 11,6% – badani między 18. a 24. rokiem życia. Biorąc pod uwagę dane dotyczące miejsca zamieszkania, największa grupa pochodziła z małych miejscowości: wsi – 38,3% i miast poniżej 50 tysięcy mieszkańców – 24,1%. W doborze próby uwzględniono również wykształcenie i sytuację zawodową ankietowanych. W grupie badanych najwięcej osób było ze średnim wykształceniem, bo 37,3%. Najmniej liczną grupę stanowili ankietowani z najniższym wykształceniem – podstawowym lub gimnazjalnym – 14,5%. Specyfikę struktury ludności polskiej oddaje również forma zatrudnienia respondentów. Osoby, które pracują, ale nie we własnej firmie, reprezentowało 38,8% ankietowanych. Mniej liczni byli emeryci i renciści – stanowią 28,7%, a także bezrobotni – 12%. W grupie badanych osoby prowadzące własną działalność, studenci i niekwalifikujący się do żadnej z podanych wcześniej grup byli reprezentowani w najmniejszym stopniu. Szczegółową strukturę badanej grupy ze względu na płeć, wiek, wykształcenie, wielkość miejscowości i sytuację zawodową przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Rozkład respondentów w próbie według płci, wieku, wykształcenia, wielkości zamieszkałej miejscowości i sytuacji zawodowej

Struktura badanej grupy		Liczba	Ogółem
Płeć	kobieta	262	52,3%
	mężczyzna	240	47,7%
Struktura badanej grupy		Liczba	Ogółem
Wiek	od 18 do 24 lat	56	11,6%
	od 25 do 39 lat	148	29,5%
	od 40 do 59 lat	167	33,4%
	60 lat i więcej	128	25,6%
Struktura badanej grupy		Liczba	Ogółem
Wielkość miejscowości	miasto powyżej 200 tysięcy mieszkańców	106	21,2%
	miasto od 50 do 200 tysięcy mieszkańców	83	16,5%
	miasto do 50 tysięcy mieszkańców	121	24,1%
	wieś	192	38,3%
Struktura badanej grupy		Liczba	Ogółem
Wykształcenie	podstawowe lub gimnazjalne	73	14,5%
	zasadnicze zawodowe	115	22,8%
	średnie	187	37,3%
	wyższe	127	25,4%
Struktura badanej grupy		Liczba	Ogółem
Sytuacja zawodowa	prowadzę własną działalność gospodarczą rolną	48	9,5%
	pracuję, ale nie we własnej firmie	195	38,8%
	uczę się studiuję	39	7,7%
	nie pracuję	60	12,0%
	jestem na emeryturze rencie	144	28,7%
	inne (jakie?)	17	3,3%

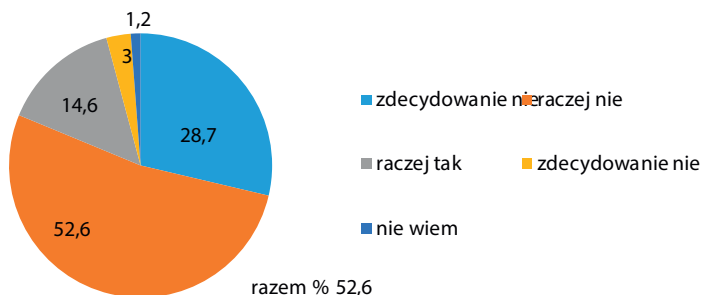
Źródło: opracowanie własne.

Metodologia badawcza

Ankieta składała się z pytań zamkniętych, dzięki którym chciałam poznać stosunek respondentów do instytucji unijnych, prawa unijnego i kwestii dofinansowania z Unii Europejskiej. Dzięki zadanim pytaniom można poznać nie tylko to, czy badani posiadają wiedzę o UE, ale także o konkretnych aspektach działalności przedstawicieli agend unijnych i poziomie tej wiedzy. Dodatkowo można dociękać, czy osoby, które zadeklarowały posiadanie wiedzy o danym aspekcie, korzystają z posiadanych informacji w życiu codziennym. W ankiecie znalazły się również dwa pytania związane z chęcią komunikowania się z pracownikami agend UE w celu przedstawiania swoich oczekiwań, czyli pytania, czy badani czują potrzebę przedstawiania swoich potrzeb pracownikom instytucji unijnych i w jaki sposób chcieliby się kontaktować z przedstawicielami Unii Europejskiej, aby im swoje oczekiwania zaprezentować. Całość zamykało jedno pytanie otwarte dotyczące oczekiwań ankietowanych wobec Unii Europejskiej.

Zaangażowanie a udział w debacie

Strategia komunikowania przyjęta przez agendy unijne miała zwiększyć procent i udział społeczeństw państw członkowskich UE w debacie na temat przyszłości i funkcjonowania Unii Europejskiej. W praktyce poziom tych relacji komunikacyjnych jest niewielki. Wynika nie tylko z zaniedbań ze strony elit politycznych, ale także z braku chęci ze strony samych obywateli, w tym przypadku polskich. Potrzebę komunikowania się z pracownikami instytucji Unii Europejskiej wyraziło bowiem tylko 18% respondentów (14,6% – „raczej tak”, 3,0% – „zdecydowanie tak”). Większość z nich, bo aż 81,3%, nie czuła takiej potrzeby. Odpowiedź „zdecydowanie nie” wybrało 28,7%, natomiast „raczej nie” aż 52,6% badanych. Tę przytłaczającą liczbę powiększa 1,2% osób, które powiedziały „nie wiem”. Szczegółowe dane przedstawia wykres 1 oraz tabela 2.



Wykres 1. Odpowiedzi na pytanie: Czy czuje Pan/Pani potrzebę komunikowania się, przedstawiania swoich potrzeb pracownikom instytucji UE?

Źródło: opracowanie własne.

Jeżeli przyjrzymy się wynikom badania pod kątem płci, to więcej mężczyzn (19%) niż kobiet (16,4%) deklarowało chęć przedstawiania swoich potrzeb i oczekiwania. Natomiast nieco więcej kobiet (82,3%) niż mężczyzn (80,0%) nie było chętnych do kontaktowania się z agendami unijnymi. Ciekawe są również wyniki analizowane pod kątem wieku respondentów. W tym przypadku najczęściej, bo aż 99,4% (51,6% – „zdecydowanie nie”, 47,8% – „raczej nie”) osób młodych (między 18. a 24. rokiem życia) nie wyrażało chęci angażowania się w dyskusję. Również w zdecydowanej większości na „nie” nastawione są pozostałe grupy. Aż 79,3% osób urodzonych między 40. a 59. rokiem życia (26,0% – „zdecydowanie nie”, 53,3% – „raczej nie”), także osoby między 25. a 39. rokiem życia – 79,2% (17,9% – „zdecydowanie nie”, 61,3% – „raczej nie”) i osoby powyżej 60. roku życia – 77,8% (34,2 proc – „zdecydowanie nie”, 43,6% – „raczej nie”). Jak widać, między starszymi wiekowo grupami różnice procentowe są niewielkie, a i zainteresowanie utrzymywaniem kontaktów większe niż w grupie najmłodszej. Największy odsetek osób deklarujących potrzebę kontaktów z UE odnotowano w grupie najstarszej, czyli powyżej 60 lat – 22,2% (17,9% – „raczej tak”, 4,3% – „zdecydowanie tak”). Porównanie wyników między grupami wiekowymi i pod kątem płci przedstawia tabela 2.

Tabela 2. Zestawienie procentowe wyników badania pod kątem płci i wieku respondentów

%, N = 502	zdecydowanie nie	raczej nie	raczej tak	zdecydowanie tak	nie wiem
PLEĆ					
kobieta	28,8	53,5	15,2	1,2	1,4
mężczyzna	28,5	51,5	14	5,0	1,0
WIEK					
18–24	51,6	47,8	0,6	0	0
25–39	17,9	61,3	15,8	4,2	0,8
40–59	26,0	53,3	15,9	1,9	2,8
60 lat i więcej	34,2	43,6	17,9	4,3	0
PRACA					
własna działalność	22,1	42,6	29,5	5,8	0
pracuję	22,4	60,6	13,3	2,4	1,4
uczę się	56,7	42,5	0,9	0	0
nie pracuję	20,0	61,0	15,2	1,5	2,2
emerytura	34,6	47,5	14,1	3,9	0
OGÓLEM	28,7	52,6	14,6	3	1,2

Źródło: opracowanie własne.

Zbadano również zależność między sytuacją zawodową respondentów a ich gotowością do wyrażania swoich potrzeb wobec UE. Największa liczba osób, które pozytywnie odpowiedziały na analizowane pytanie, rekrutuje się z grupy prowadzących własną działalność gospodarczą – 35,3% (29,5% – „raczej tak”, 5,8% – „zdecydowanie tak”). Jednak i tak większość z nich – 64,7% – nastawiona była na „nie” (22,1% – „zdecydowanie nie”, 42,6% – „raczej nie”). Natomiast, co wydaje się niepokojące, największy odsetek osób – aż 99,2% – niezainteresowanych komunikowaniem się z przedstawicielami unijnymi odnotowano w grupie osób deklarujących status „uczących się”. Większość z nich – 56,7% – była nastawiona „zdecydowanie na nie”, 42,5% na „raczej nie”. Tylko niecały procent – 0,9% – uczących się zadeklarował „raczej tak”. Nikt nie odpowiedział: „zdecydowanie tak”. Warto podkreślić, iż osoby prowadzące własną działalność, uczące się i będące na emeryturze/rencie wybrały jedną z opcji związaną z „tak” lub „nie”. Nikt z tych grup nie odpowiedział „nie wiem”. Porównanie wyników pod kątem sytuacji zawodowej przedstawia tabela 2.

Relacje komunikacyjne a oczekiwania obywateli polskich

Według przeprowadzonych badań większość ankietowanych, aż 81,3%, nie czuła potrzeby komunikowania się z przedstawicielami agend unijnych, aby przedstawić im swoje oczekiwania – co oczywiście nie oznacza, że respondenci takich nie mieli. Jak już wcześniej wspomniałam, ostatnie pytanie dotyczyło oczekiwań wobec Unii Europejskiej. Badane osoby mogły wymienić maksymalnie dwie kwestie. Dlatego też wyniki nie będą się sumować równo do 100.

Brak oczekiwań wyraziło łącznie 18,9% ankietowanych. Na to pytanie nie umiało, bądź nie chciało odpowiedzieć 10,7%. Co wydaje się istotne, więcej kobiet (20,6%) zadeklarowało brak potrzeby komunikowania się. Jeżeli weźmiemy pod uwagę wiek respondentów, to aż 24,3% osób między 18. a 24. rokiem życia nie wyraziło takich potrzeb. Podobny procent takich osób – 24,2% – odnotowano w grupie osób z wykształceniem podstawowym i gimnazjalnym. Zaś w przypadku osób uczących się tylko 18,1% nie miało oczekiwań w badanym zakresie, większą grupę stanowią osoby niepracujące – 22,6%. Analiza wyników pod kątem miejsca zamieszkania pokazuje, że brak oczekiwań wyraziło 21,2% osób mieszkających na wsi.

Czego zatem oczekiwano? Najczęściej (20,6%) powtarzała się odpowiedź związana z poprawą sytuacji ekonomicznej i dorównaniem do poziomu gospodarczego krajów starej Europy. Kolejne poruszane kwestie dotyczyły:

- pomocy w prowadzeniu własnej działalności gospodarczej / rozwoju rynku pracy – 17,3%,
- pomocy przy podnoszeniu kwalifikacji zawodowych – 7,5%,
- ułatwień procedur dofinansowania – 6,5%,
- solidarności między państwami członkowskimi – 6,5%,

- poprawy sytuacji ludzi młodych – 5,9%,
- ograniczenia biurokracji / ujednoczenia przepisów – 5,9%,
- zwiększenia dofinansowania na rolnictwo – 4,2%,
- poprawy jakości infrastruktury i ochrony zdrowia – 7,0%,
- wsparcia dla osób starszych i niepełnosprawnych – 3,0%,
- bezpieczeństwa – 2,3%,
- dofinansowania regionów – 1,7%,
- braku ingerencji w sprawy światopoglądowe – 1,1%,
- ochrony środowiska – 1,0%,
- wystąpienia Polski z UE – 0,5%

Większość osób oczekuje zatem pomocy, głównie finansowej, a także związanej z rozwojem gospodarczym kraju; dorównania do poziomu tak zwanej starej Europy. Chciałyby także wsparcia przez stwarzanie dodatkowych miejsc pracy, organizowanie szkoleń, staży, podnoszenie zarobków. Zdaniem ankietowanych Unia Europejska powinna dbać o bezpieczeństwo i ujednoczyć politykę zagraniczną. Wśród respondentów pojawiali się również zwolennicy wystąpienia Polski z UE oraz rozwiązania samej Unii. Jest to jednak niewielki procent w porównaniu do całości. Należy podkreślić, iż wyniki te nie odbiegają od wyników badań przeprowadzanych przez Eurobarometr. W 2012 roku aż 68% Polaków oczekiwało przede wszystkim poprawy sytuacji gospodarczej, tworzenia nowych miejsc pracy (Eurobarometr 78, Polska 2012, s. 5).

Podsumowanie

Częściowa analiza zebranych danych wyraźnie pokazuje, iż obywatele polscy nie są zainteresowani komunikowaniem się i angażowaniem w działania unijne. Co jednak nie oznacza, że nie mają względem Unii Europejskiej żadnych oczekiwań. Warto się zastanowić, czy podobnie jest w innych państwach członkowskich. Czy podobny procent Europejczyków nie odczuwa potrzeby komunikowania się z przedstawicielami agend unijnych? Jeżeli porównamy chociażby frekwencję w wyborach do Parlamentu Europejskiego w 2014 roku, to Polska znajdowała się pod koniec listy – z 22,7% uczestnictwa zajmując czwarte miejsce od końca. Za nią była tylko Słowenia – 21%, Czechy – 19,5% i Słowacja – 13%. Istnieje zatem nadzieja, że w pozostałych państwach więcej osób wyraziłoby chęć zaangażowania się w działalność unijną. Natomiast interesujące mogłoby się okazać porównanie omówionych danych z wynikami podobnych badań, przeprowadzonych w kolejnych latach. Czy zmieniłby się procent osób, które wyraziłyby chęć komunikowania się z instytucjami unijnymi i jakie byłyby oczekiwania obywateli w wyniku pojawienia się kryzysu imigracyjnego?

Bibliografia

- Dobek-Ostrowska B. (2009). Porozumienie czy konflikt? Politycy, media i obywatele w komunikowaniu politycznym. Warszawa–Bielsko-Biała: ParkEdukacja.
- Eurobarometr 78, Polska (2012). Opinia publiczna w Unii Europejskiej, Jesień, Raport Krajowy: Polska [http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb78/eb78_pl_pl_nat.pdf].
- Komisja Europejska (2001). European Governance, A White Paper. COM (2001) 428 final.
- Komisja Europejska (2005a). Plan D dla demokracji, dialogu i debaty. Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Komitetu Ekonomiczno-Społecznego oraz Komitetu Regionów – Wkład Komisji w okres refleksji i plany na przyszłość. Bruksela: COM (2005) 494 końcowy.
- Komisja Europejska (2005b). Action Plan to Improve Communicating Europe [http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/communication_com_en.pdf; 5.07.2010].
- Komisja Europejska (2007a). Partnerski proces komunikowania na temat Europy. Bruksela, COM (2007) 568 wersja ostateczna.
- Komisja Europejska (2007b). Communicating about Europe via the Internet. Engaging the Citizens. Bruksela, SEC (2007) 1742.
- Komisja Kultury i Edukacji (2010). Projekt sprawozdania w sprawie dziennikarstwa i nowych mediów – tworzenie sfery publicznej w Europie (2010/2015(INI)). Uzasadnienie. Sprawozdawca: Morten Løkkegaard. Parlament Europejski [<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+COMPARL+PE-439.380+01+DOC+PDF+V0//pl&language=pl>].
- Łukasik-Duszyńska M. (2011). Unia Europejska a obywatele – skuteczna czy nieskuteczna komunikacja. W: A. Adamus-Matuszyńska, R. Maćkowska (red.). Public Relations jako funkcja zarządzania organizacją (s. 312–326). Katowice.
- Łukasik-Duszyńska M. (2013a). ‘Communication gap’. The European Union’s Internet contacts with its citizens. W: A.S. Bidwell (red.). European Meetings. Social and Political Studies (s. 87–104). Frankfurt am Main–Wien.
- Łukasik-Duszyńska M. (2013b). Poprawni czy niepoprawni w komunikowaniu się, czyli wpisy i komentarze na profilach polskich eurodeputowanych na Facebooku. W: M. Graszewicz (red.). Teorie komunikacji i mediów, t. 6: Poprawność i stosowność w komunikacji (s. 123–140). Wrocław.
- Łukasik-Duszyńska, M. (2014). Studenci psychologii jako podmiot komunikowania w Unii Europejskiej. W: K. Stasiuk-Krajewska, M. Graszewicz (red.). Teorie komunikacji i mediów, t. 7: Od teorii do empirii (s. 329–342). Wrocław.
- Łukasik-Duszyńska, M. (2015). Unia Europejska a obywatele. Gdańsk: Wydawnictwo Naukowe Katedra.
- Parlament Europejski (2010). New media, new conversations, a new look UE? Information, Bruksela, 4.05.2010, [<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+IM-PRESS+20100430STO73839+0+DOC+PDF+V0//EN&language=EN>].

STRESZCZENIE

W publikacji Autorka przedstawia próby aktywizacji obywateli Unii Europejskiej w Internecie. Podsumowuje także działania przedstawicieli Unii Europejskiej związane z tworzeniem i realizacją unijnej strategii komunikowania w Internecie. Jednocześnie wskazuje na rezultaty tych działań, czyli zaangażowanie obywateli unijnych w debatę na temat funkcjonowania Unii Europejskiej. Próbuje odpowiedzieć na pytanie, dlaczego to zaangażowanie jest niewielkie i z czego ono może wynikać. Analizuje wyniki przeprowadzonej pod koniec 2014 roku ankiety na temat chęci komunikowania się i wyrażania swoich potrzeb przez obywateli polskich.

Słowa kluczowe: Unia Europejska, strategia komunikowania, obywatele polscy, oczekiwania, badania sondażowe