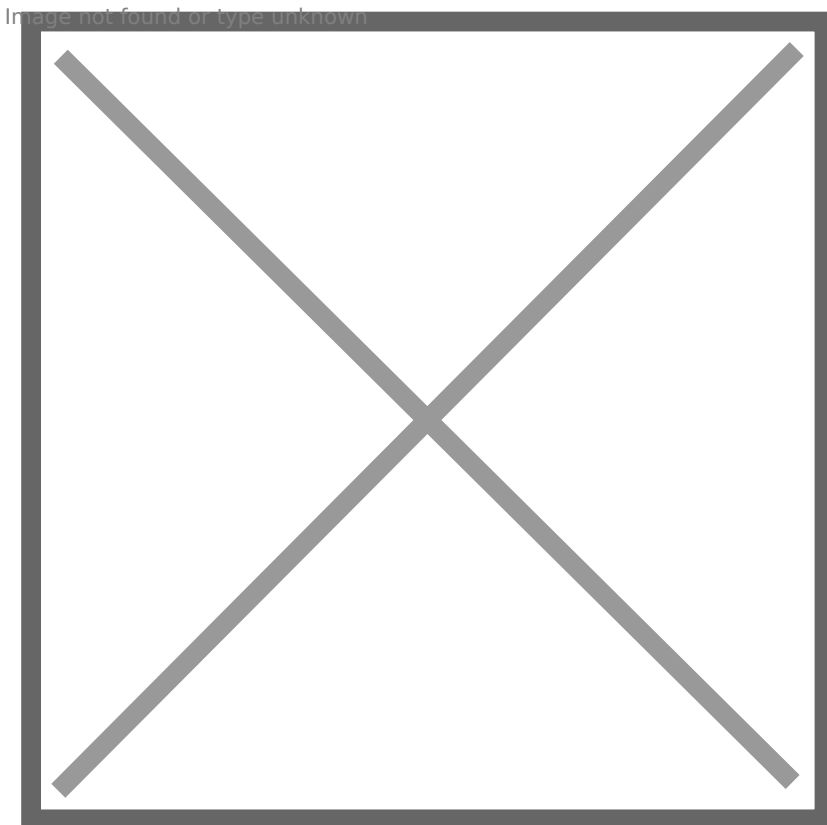


Manipulacja sondażami poparcia dla BMD w Czechach

#Strategia i polityka 11 września 2007

Według badań amerykańskiej Opinion Research Corporation (ORC) przeprowadzonych w dniach 14-23.08.2007 na próbie 1009 Czechów, 51% z nich jest przeciwnych zainstalowaniu na terytorium Czech stacji radarowej amerykańskiego systemu obrony antyrakietowej. Za opowiedziało się 38%. Wyniki badań przeprowadzonych na zamówienie organizacji popierającej ideę obrony przeciwrakietowej - Missile Defense Advocacy Alliance - opublikowano 10 września w Waszyngtonie.



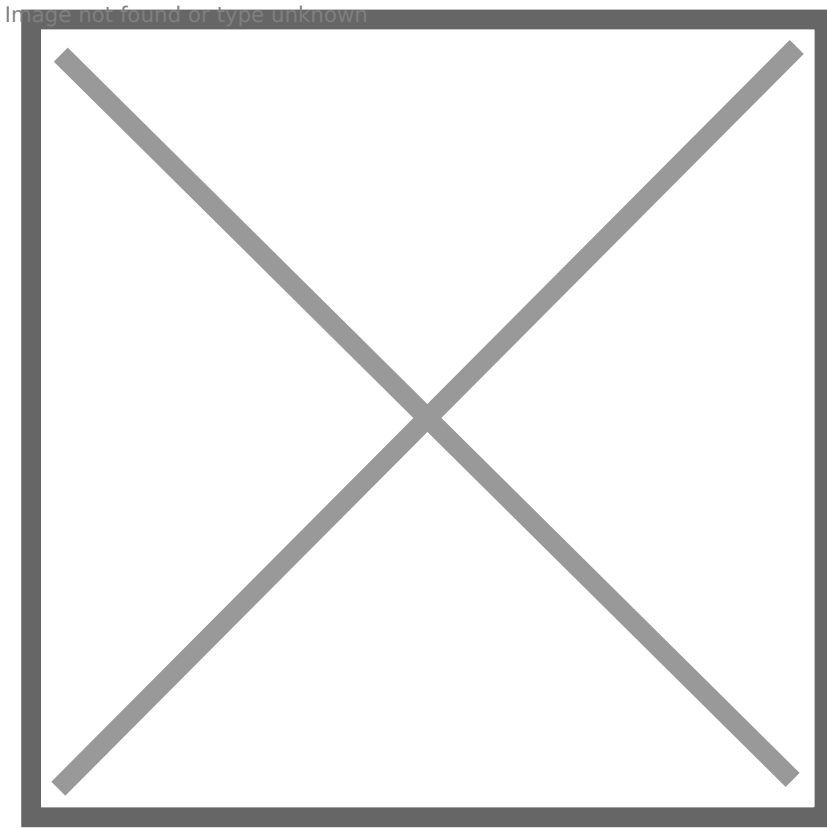
Badania ORC wskazują, że 57% Czechów uważa, iż amerykańska instalacja nie zwiększy bezpieczeństwa kraju. Przeciwnego zdania jest 30% obywateli Czech. Z kolei 73% zwolenników instalacji jest zdania, że zwiększy ona bezpieczeństwo Europy, a 61% uważa, że dzięki niej polepszą się stosunki z USA. 38% popierających budowę sądzi, że BMD (Ballistic Missile Defense) zapewni ochronę przed atakiem rakietowym ze strony Iranu,

a 24% liczy na ograniczenie wpływów rosyjskich w regionie.

Według ORC, 58% Czechów uważa, że rozmowy z USA należy prowadzić mimo sprzeciwu prezydenta Rosji, Władimira Putina. 30% optuje za przerwaniem rozmów, a 10% nie ma zdania w tej sprawie.

Wyniki amerykańskich zadań zostały ostro skrytykowane jako zmanipulowane. Według badań niezależnych ośrodków czeskich, przeciw instalacjom BMD jest 65-83% Czechów. Skąd ta różnica? Analiza zestawu ankietowanych przez ORC wskazuje, że nadreprezentowani są wśród nich zwolennicy Obywatelskiej Partii Demokratycznej (ODS) - partii proamerykańskiego prezydenta Vaclava Klause. Jest ich aż 25% (wśród zwolenników ODS aż 65% jest za tarczą, przeciw 28%). Zwolenników innych partii,

przeciwnych BMD, jest zdecydowanie mniej: CSSD - 11%, Zielonych - 4%, KSCM - 3%, KDU - 17%, co nijak ma się do rzeczywistego rozkładu preferencji politycznych. Wśród 1009 respondentów aż 49 kobiet zadeklarowało, że służyło w wojsku. Tymczasem na 10 mln Czechów w wojsku służyło dotąd jedynie 3000 kobiet!



Od stosunku do tarczy zależy popierany przez polityków sposób rozstrzygnięcia sprawy tarczy w Czechach. Przywódca Czeskiej Partii Socjaldemokratycznej (ČSSD) Jiri Parobek uważa, że sprawa powinna być rozstrzygnięta w narodowym referendum, zaś szef ODS, zaś zdaniem premiera Mirka Topolanka wystarczy, by decyzję w tej sprawie podjął parlament. Polski premier Jarosław Kaczyński uważa zaś, że

wystarczy decyzja rządu. Polski negocjator, proamerykański wiceminister spraw zagranicznych, szef zespołu negocjacyjnego, Witold Waszczykowski chce doprowadzić do podpisania odpowiedniej umowy na przełomie września i października, jeszcze przed ewentualną zamianą rządu po nadchodzących wyborach.

Czesi nie spodziewają się zakończenia negocjacji w tym roku. Aby zwiększyć poparcie dla tarczy rząd Republiki Czeskiej zatrudnił agencję PR AMI Communication. Ma ona wyjaśnić społeczeństwu powody rozmieszczenia jej elementów na terytorium Czech. Pełnomocnik rządu ds. tarczy Tomasz Klvana będzie dysponował budżetem wysokości ok. 500 000 Euro na kampanię informacyjną, a wynagrodzenie AMI Communication wyniesie ok. 65 000 Euro. Amerykański Boeing, który odpowiada za budowę europejskich elementów tarczy, otrzymał kontrakt na 5 mln USD na wstępne analizy dotyczące tarczy (patrz: Radar i jego ochrona), które w części mogą zostać wykorzystane na promocję przedsięwzięcia.



Badania ORC wskazują, że 57% Czechów uważa, iż amerykańska instalacja nie zwiększy bezpieczeństwa kraju. Przeciwnego zdania jest 30% obywateli Czech. Z kolei 73% zwolenników instalacji jest zdania, że zwiększy ona bezpieczeństwo Europy, a 61% uważa, że dzięki niej polepszą się stosunki z USA. 38% popierających budowę sądzi, że BMD (Ballistic Missile Defense) zapewni ochronę przed atakiem raketowym ze strony Iranu, a 24% liczy na ograniczenie wpływów rosyjskich w regionie.

Według ORC, 58% Czechów uważa, że rozmowy z USA należy prowadzić mimo sprzeciwu prezydenta Rosji, Władimira Putina. 30% optuje za przerwaniem rozmów, a 10% nie ma zdania w tej sprawie.

Wyniki amerykańskich zadań zostały ostro skrytykowane jako zmanipulowane. Według badań niezależnych ośrodków czeskich, przeciw instalacjom BMD jest 65-83% Czechów. Skąd ta różnica? Analiza zestawu ankietowanych przez ORC wskazuje, że nadreprezentowani są wśród nich zwolennicy Obywatelskiej Partii Demokratycznej (ODS) - partii proamerykańskiego prezydenta Vaclava Klause. Jest ich aż 25% (wśród zwolenników ODS aż 65% jest za tarczą, przeciw 28%). Zwolenników innych partii, przeciwnych BMD, jest zdecydowanie mniej: CSSD - 11%, Zielonych - 4%, KSCM - 3%, KDU - 17%, co nijak ma się do rzeczywistego rozkładu preferencji politycznych. Wśród 1009 respondentów aż 49 kobiet zadeklarowało, że służyło w wojsku. Tymczasem na 10 mln Czechów w wojsku służyło dotąd jedynie 3000 kobiet!



Od stosunku do tarczy zależy popierany przez polityków sposób rozstrzygnięcia sprawy tarczy w Czechach. Przywódca Czeskiej Partii Socjaldemokratycznej (ČSSD) Jiri Parobek uważa, że sprawa powinna być rozstrzygnięta w narodowym referendum, zaś szef ODS, zaś zdaniem premiera Mirka Topolanka wystarczy, by decyzję w tej sprawie podjął parlament. Polski premier Jarosław Kaczyński uważa zaś, że wystarczy decyzja rządu. Polski negocjator, proamerykański wiceminister spraw zagranicznych, szef zespołu negocjacyjnego, Witold Waszczykowski chce doprowadzić do podpisania odpowiedniej umowy na przełomie września i października, jeszcze przed ewentualną zmianą rządu po nadchodzących wyborach.

Czesi nie spodziewają się zakończenia negocjacji w tym roku. Aby zwiększyć poparcie dla tarczy rząd Republiki Czeskiej zatrudnił agencję PR AMI Communication. Ma ona wyjaśnić społeczeństwu powody rozmieszczenia jej elementów na terytorium Czech. Pełnomocnik rządu ds. tarczy Tomasz Klvana będzie dysponował budżetem wysokości ok. 500 000 Euro na kampanię informacyjną, a wynagrodzenie AMI Communication wyniesie ok. 65 000 Euro. Amerykański Boeing, który odpowiada za budowę europejskich elementów tarczy, otrzymał kontrakt na 5 mln USD na wstępne analizy dotyczące tarczy (patrz: Radar i jego ochrona), które w części mogą zostać wykorzystane na promocję przedsięwzięcia.