



Fundacja
Aleksandra Kwaśniewskiego
AMICUS EUROPÆ

Biuletyn OPINIE FAE
nr 5/2014

Beata JURKOWICZ

Polacy i Niemcy – wzajemne postrzeganie w UE



Dziesięcioletnie członkostwo Polski w Unii Europejskiej nie tylko zintensyfikowało kontakty pomiędzy Polakami i Niemcami, ale spowodowało też ewolucję wzajemnego wizerunku. Jubileusze integracji państwa polskiego ze strukturami euroatlantyckimi są doskonałą okazją do przyjrzenia się w jaki sposób zmieniła się Polska, zrobienia bilansu zysków i strat, jak też wnikliwej analizy relacji naszego kraju z poszczególnymi członkami UE i NATO. Warto przy tym zwrócić uwagę nie tylko na twarde dane, ale i społeczne aspekty wzajemnych stosunków, które kształtowane są m.in. poprzez wizerunek. Oczywiście największe zmiany w tym obszarze dokonały się na linii Polska – Niemcy.

Na zmiany wizerunku Niemiec w społeczeństwie polskim, kształtowanego zresztą przez zimnowojenną retorykę, miało niewątpliwie wpływ zaangażowanie naszego zachodniego sąsiada na rzecz integracji Polski ze strukturami euroatlantyckimi. Członkostwo naszego kraju w Unii Europejskiej zaowocowało natomiast inwestycjami finansowanymi z pieniędzy unijnych. Tym samym Polska zaczęła prężnie się rozwijać i za zachodnią granicą przestała być kojarzona z brakiem infrastruktury drogowej, zacofanym rolnictwem, czy słabą jakością usług.

Konsekwencją polskiego członkostwa w UE jest również udział we wspólnym rynku europejskim i intensyfikacja współpracy gospodarczej pomiędzy obydwojoma krajami. Z danych Komisji Wschodniej Gospodarki Niemieckiej wynika, że tylko w roku 2013 wymiana handlowa Niemiec z Polską wynosiła 78 mld euro, co sprawia, że państwo polskie stało się najważniejszym partnerem Berlina w regionie. Natomiast z polskiej perspektywy Niemcy od lat są liderem analogicznego rankingu, wyprzedzając zdecydowanie pozostałe kraje. Również pod względem liczby i wartości bezpośrednich inwestycji zagranicznych w Polsce przedsiębiorstwa niemieckie plasują się na pierwszym miejscu. Należy przy tym podkreślić, że kontakty biznesowe pomiędzy partnerami polskimi i niemieckimi przyczyniają się nie tylko do wzrostu przychodów finansowych, ale i wzajemnego poznania. Co jednocześnie sprawia, iż określenie *Polnische Wirtschaft* nie jest już synonimem niegospodarności i skrajnego nieładu, a nabiera pozytywnego znaczenia. Wprawdzie zmiana



świadomości w niemieckim społeczeństwie następuje powoli i to głównie za sprawą licznych inwestycji infrastrukturalnych. Dużą rolę w pozytywnym postrzeganiu naszego kraju przez zachodnich sąsiadów odgrywają też dodatnie wskaźniki ekonomiczne Polski, co jest szczególnie istotne w ogarniętej kryzysem Europie.

Zresztą zawsze zmiany gospodarcze wyprzedzają przeobrażenia społeczne. Doskonale ilustrują to cykliczne badania realizowane przez Instytut Spraw Publicznych. I tak, z „Barometru Polska – Niemcy 2013” zaprezentowanego jesienią 2013 roku wynika, że skojarzenia, jakie Polacy mają najczęściej słysząc słowo „Niemcy”, wiążą się z historią. Aż 25 proc. Polaków postrzega Niemców przez pryzmat II wojny światowej, ale również zaborów, a więc krzywd, jakich doznał naród polski ze strony zachodniego sąsiada. Niemniej jednak poziom sympatii Polaków do Niemców regularnie rośnie, a spada poziom antypatii. W 2013 roku wynosił on 47 proc. (w 2000 roku – 38 proc.) i 16 proc. (w 2000 roku – 24 proc.)

Z kolei 20 proc. Polaków postrzega Niemcy jako kraj dobrobytu, z dobrze rozwijającą się gospodarką, wysokim poziomem życia, wysoko rozwiniętą infrastrukturą, dobrymi drogami. Taki sam odsetek polskich respondentów słysząc „Niemcy” podaje słowo sąsiad. Równocześnie rośnie akceptacja Niemców w różnych rolach społecznych. Niemca jako współpracownika aprobuje 84 proc. badanych, sąsiada – 83 proc., podwładnego – 82 proc., szefa 76 proc., a radnego aż 72 proc. Polaków. Przy czym konieczność współpracy z Niemcami wskazuje 48 proc. ankietowanych, albowiem Polacy stoją na stanowisku, że państwo niemieckie jest najważniejszym polskim partnerem.

Także Niemcy traktują Polskę jak ważnego partnera – wynika ze wspólnego raportu Bertelsmanna i Instytutu Spraw Publicznych, zrealizowanego w 2013 roku. 59 proc. ankietowanych stoi na stanowisku, że Berlin powinien w kontaktach z Warszawą zabiegać o kooperację i kompromisy, a 70 proc. badanych chwali relacje niemiecko-polskie. Jest to wzrost o 24 punkty procentowe w porównaniu do 2008 roku, kiedy to tylko 46 proc. Niemców oceniało pozytywnie relacje między Warszawą a Berlinem.

Mimo, że w życiu społecznym akceptacja Polaków w Niemczech wyraźnie wzrosła, to dawny stereotyp Polaka-złodzieja wciąż istnieje, ale tylko wśród ok. 15 proc. respondentów, wynika z przytoczonego raportu. Taki wizerunek Polaków utrzymuje się zwłaszcza na



obszarach przygranicznych, gdzie odsetek kradzieży wciąż pozostaje bardzo wysoki. Niemniej jednak 79 proc. Niemców skłonnych byłoby zaakceptować Polaka jako kolege w pracy, 77 proc. jako sąsiada, 62 proc. jako obywatela swojego kraju, 57 proc. jako przyjaciela, 53 proc. jako szefa, a 49 proc. jako zięcia.

Spoleczny wzrost aprobaty Polaków przez Niemców jest efektem licznych kontaktów biznesowych pomiędzy partnerami z obu krajów oraz faktu, że *Polnische Wirtschaft* przestaje kojarzyć się z opóźnieniami rozwojowymi, a raczej z dynamiką gospodarczą. Poza tym mieszkający w Niemczech Polacy szybko się asymilują, w przeciwieństwie do obywateli tureckiego pochodzenia. Pozytywny obraz Polski kreują również polscy piłkarze grający obecnie w niemieckich klubach *Borussia Dortmund* i *Bayern Monachium*. Wielu kibiców zza Odry, mimo że niewiele wie o naszym kraju, to jednym tchem wymienia nazwiska: Błaszczykowski, Lewandowski i Piszczek. Ze względu na integrujący charakter piłki nożnej i masowy charakter tego sportu, jest to idealne narzędzie do tworzenia wizerunku, jak również zwalczania stereotypów.

W tym miejscu należy też zwrócić uwagę, że organizacja przez Polskę i Ukrainę Mistrzostw Europy w piłce nożnej w 2012 roku spowodowała nowe spojrzenie na nasz kraj. Rekordowa liczba kibiców, odwiedzających Polskę w tamtym okresie, zabrała ze sobą pozytywne emocje wynikające nie tylko z sukcesów piłkarskich drużyn, którym kibicowali. Polska bowiem zaprezentowała się jako miejsce atrakcyjne turystycznie. Niemniej jednak Niemcy, którzy nie mieli okazji poznać państwa polskiego z bliska, w dalszym ciągu oceniają je jako biedne, rolnicze, z bardzo niskimi temperaturami zimą. Natomiast Polaków postrzegają jako osoby religijne, co zresztą potwierdza raport Bertelsmanna. Wynika z niego, że 75 proc. niemieckich respondentów uważa, że jesteśmy religijnym narodem. Ponadto nasi zachodni sąsiedzi stoją na stanowisku, iż Polacy są przyjaźni (59 proc.), przedsiębiorczy (48 proc.) i pilni (43 proc.). Przy czym w kategoriach przyjazny i przedsiębiorczy wzrost pozytywnych opinii jest wręcz skokowy, odpowiednio o 33 proc. i 15 proc. Jest on spowodowany coraz liczniejszymi kontaktami Polaków i Niemców, zarówno na płaszczyźnie biznesowej, jak i prywatnej. Mimo wszystko w rankingu narodów, które cieszą się wśród Niemców sympatią, Polacy znacznie ustępują mieszkańcom krajów zachodnich. Tylko 28



proc. niemieckich ankietowanych uznało Polaków za sympatycznych, co stawia nas przed Rosjanami (15 proc.), ale za Grekami (34 proc.) – wskazuje raport Bertelsmanna.

Jak pokazują przytoczone statystyki członkostwo Polski w Unii Europejskiej zaowocowało lepszym poznaniem się Polaków i Niemców. Systematycznie, aczkolwiek powoli zmienia się wzajemne postrzeganie obu narodów. Tendencji tej postanowili wyjść naprzeciw pomysłodawcy wspólnego projektu „Co słyhać sąsiedzie”, realizowanego przez trzy stacje telewizyjne: Deutsche Welle, TVP i MDR. Pod adresem www.sasiad.eu można porównać życie Polaków i Niemców w 25 lat po upadku komunizmu. Do udziału w przedsięwzięciu zostały zaproszone dwie rodziny z Polski i Niemiec, na przykładzie których pokazywane są podobieństwa i różnice obu narodów w podejściu do dnia codziennego. Inicjatorom projektu chodziło o rzeczywiste poznanie, aby Polacy i Niemcy przestali czerpać wiedzę o sobie ze stereotypów.

Wzajemnej poprawie wizerunku służą również wspólne projekty kulturalne. Zorganizowana w ramach programu kulturalnego polskiej prezydencji w UE wystawa w berlińskim Martin-Gropius-Bau „Obok. Polska – Niemcy. 1000 lat historii w sztuce” przyciągnęła rzesze zwiedzających.

Zmiany na lepsze dokonują się również dzięki ustanowionej w 1991 roku Polsko-Niemieckiej Współpracy Młodzieży (PNWM). Celem organizacji, powstałej na wzór niemiecko-francuskiego Jugendwerku, jest przelamywanie stereotypów i zbliżenie młodych ludzi po obu stronach Odry. Mimo że od początku zainteresowanie wymianą polsko-niemiecką jest większe w naszym kraju, to jednak wspólnie realizowane przedsięwzięcia zaowocowały bliższym poznaniem, a tym samym zmianami wzajemnego wizerunku. Zarówno młodzi Polacy, jak i Niemcy mogli zweryfikować swoje podejście kształtowane przez wielowiekowe uprzedzenia, trudną historię i brak bezpośrednich kontaktów. Z badania przeprowadzonego na zlecenie PNWM wynika, że polscy uczestnicy projektów finansowanych przez PNWM uważają, że historia nie ma wpływu na wzajemne postrzeganie, jednocześnie twierdzą, że stosunki dwustronne będą bardziej skoncentrowane na teraźniejszości i przyszłości. Ich niemieccy koledzy natomiast stoją na stanowisku, że należy pamiętać o niemieckiej winie, aczkolwiek sami nie czują się winni. Młodzi Niemcy częściej



zaliczają też Polskę do Europy Środkowej w przeciwieństwie do Polaków, którzy zaliczają nasz kraj do Europy Wschodniej. Ponadto postrzegają naszych rodaków jako osoby gościnne, i pozytywnie nastawione do Niemiec. Również Polacy zweryfikowali swoje podejście do zachodnich sąsiadów, twierdząc, że Niemcy są otwarci i wyluzowani, a nie zamknięci w sobie. Niemieccy uczestnicy polsko-niemieckich projektów młodzieżowych pozytywnie wyrażają się o polskiej gościnności.

Rozpatrując wzajemny wizerunek Polaków i Niemców na przestrzeni ostatniego dziesięciolecia nie sposób też nie zauważyć, że nasi zachodni sąsiedzi są lepiej postrzegani w społeczeństwie polskim, aniżeli obywatele polscy za Odrą. Nie mniej jednak nie można bagatelizować pozytywnych zmian jakie zaszły w Niemczech, jeśli chodzi o skojarzenia związane z Polską i Polakami.

W tym miejscu warto również zwrócić uwagę na odbywający się w marcu br. III zjazd polonoznawców. Do Gießen przyjechało 270 osób zajmujących się badaniami nad Polską. Organizatorzy podkreślają, że młodzi niemieccy naukowcy coraz częściej w swoich badaniach odwołują się do kwestii polskich w różnych dyscyplinach. Często są to osoby, które nie posiadają polskich korzeni, a naszym krajem zainteresowali się prowadząc kwerendy na tematy nie związane z Polską, czy też impulsem były pobyty turystyczne. Potwierdza to, że należy utrzymywać zainteresowanie kwestiami polskimi na niemieckich uczelniach. Zwłaszcza, że sprzyja temu członkostwo Polski i Niemiec w Unii Europejskiej. Uczelnie mogą wspólnie prowadzić badania, występować o granty ze środków unijnych, a następnie rozpowszechniać wyniki prac po obu stronach Odry. Tego typu przedsięwzięcia w dłuższej perspektywie oddziałują na ogół społeczeństwa i kształtują pozytywny wizerunek partnerów. Nie można przy tym zapominać, że aktywność informacyjna poszczególnych państw ma wpływ na kształtowanie ich własnych wizerunków w oczach pozostałych.

*Tezy przedstawiane w serii „Biuletyn OPINIE” Fundacji Amicus Europae
nie zawsze odzwierciedlają jej oficjalne stanowisko !*



Kontakt

Fundacja Aleksandra Kwaśniewskiego „Amicus Europae”

Aleja Przyjaciół 8/5
00-565 Warszawa

Tel. +48 22 622 66 33

Tel. +48 22 622 66 03

Fax:+48 22 629 48 16

email: fundacja@fae.pl, www.fae.pl

Biuletyn OPINIE FAE nr 5/2014

Polacy i Niemcy – wzajemne postrzeganie w UE

Autor: Beata Jurkowicz

Absolwentka ISM UW, Podyplomowych Studiów Edytorskich w PAN oraz studiów podyplomowych Efektywna Komunikacja w Biznesie w WSZiP im. Heleny Chodkowskiej.

Obecnie kończy rozprawę doktorską w Instytucie Politologii UKSW na temat niemieckich dóbr kultury, pozostałych w Polsce po II wojnie światowej.



Nadrzędną misją **Fundacji AMICUS EUROPAE** jest popieranie integracji europejskiej, a także wspieranie procesów dialogu i pojednania, mających na celu rozwiązanie politycznych i regionalnych konfliktów w Europie.

Do najważniejszych celów Fundacji należą:

- Wspieranie wysiłków na rzecz budowy społeczeństwa obywatelskiego, państwa prawa i umocnienia wartości demokratycznych;
- Propagowanie dorobku politycznego i konstytucyjnego Rzeczypospolitej Polskiej;
- Propagowanie idei wspólnej Europy i upowszechnianie wiedzy o Unii Europejskiej;
- Rozwój Nowej Polityki Sąsiedztwa Unii Europejskiej, ze szczególnym uwzględnieniem Ukrainy i Białorusi;
- Wsparcie dla krajów aspirujących do członkostwa w organizacjach europejskich i euroatlantyckich;
- Promowanie współpracy ze Stanami Zjednoczonymi Ameryki, szczególnie w dziedzinie bezpieczeństwa międzynarodowego i rozwoju gospodarki światowej;
- Integracja mniejszości narodowych i religijnych w społeczności lokalne;
- Propagowanie wiedzy na temat wielonarodowej i kulturowej różnorodności oraz historii naszego kraju i regionu;
- Popularyzowanie idei olimpijskiej i sportu.