

Marta Szymańska, Uniwersytet Szczeciński Wydział humanistyczny Instytut Psychologii Szczecin

e-mail: marta.tusiakowska@gmail.com

WSPÓŁCZESNY STEREOTYP NIEMIECKIEGO SĄSIADA I JEGO

UWARUNKOWANIA

Streszczenie

W związku z wieloletnią historią stosunków polsko-niemieckich funkcjonuje w obu tych krajach pewien stereotyp sąsiada, który wiąże się z cechami narodowymi. Głównym celem przeprowadzonego badania jest określenie współczesnego stereotypu Niemców wśród Polaków. Takie badania były wielokrotnie przeprowadzone, jednakże priorytetowym aspektem badań własnych jest zaobserwowanie zależności między postawą osób badanych wobec Unii Europejskiej a stereotypem Niemców. Związek między tymi zmiennymi nie został jeszcze opisany na gruncie badań psychologicznych. W badaniu własnym populację stanowiła stu pięćdziesięcioosobowa grupa mieszkańców Szczecina podzielona na trzy grupy wiekowe.

Do celów badawczych stworzono dwa osobne kwestionariusze. Jeden z nich mierzy ową postawę badanych wobec Unii Europejskiej. Drugi natomiast bada związek poszczególnych uwarunkowań ze stereotypem Niemców. Wyniki badań własnych są nieco zaskakujące, a badanie zawiera innowacyjne elementy. Z przeprowadzonych analiz wyłania się wniosek, iż współcześnie funkcjonuje pozytywny stereotyp Niemców. Jest to konsekwencją dziesięcioletniej obecności Polski w Unii Europejskiej, na co wskazują wyniki przeprowadzonego badania. Stereotyp Niemców jest silnie powiązany z postawą badanych wobec Unii Europejskiej, co stanowi pierwszy taki wniosek na gruncie polskich badań. Jak wynika z analizy i interpretacji wyników, głównymi determinantami wizerunku Niemców są: wiek, częstość odwiedzin niemieckiego kraju, liczba kontaktów społecznych z obywatelami Niemiec, negatywna postawa rodziny osoby badanej wobec zachodnich sąsiadów, jak również doświadczenie historyczne.

Słowa kluczowe: stereotypy narodowe, uprzedzenia , poglądy wobec Unii Europejskiej, relacje polsko-niemieckie, wzajemne postrzeganie Polaków i Niemców.

Шиманська Марта, факультет психології Щецинського гуманітарного університету

СУЧАСНИЙ СТЕРЕОТИП НІМЕЦЬКОГО СУСІДА І ЙОГО ДЕТЕРМІНАНТИ

Анотація

У зв'язку з багатолітньою історією польсько-німецьких взаємин в обох країнах функціонує деякий стереотип сусіда, який пов'язується з національними ознаками. Головною метою проведеного дослідження є визначення сучасного стереотипу німців серед поляків. Пріоритетним аспектом власного дослідження є спостереження залежності між положенням досліджуваних осіб по відношенню до Європейського союзу та стереотипом німців. Зв'язок між цими змінними не був ще описаний на ґрунті психологічних досліджень. Учасниками дослідження стали сто п'ятдесят мешканців міста Щецин, яких було поділено на три вікові групи. Для реалізації дослідних цілей створено два окремі запитальники. Один з них міряє положення досліджуваних по відношенню до Європейського союзу. Другий - зв'язок окремих обумовленостей із стереотипом німців. Результати власних досліджень вказують на те, що нині у польському суспільстві функціонує позитивний стереотип німців. Це є наслідком десятирічної присутності Польщі в Європейському союзі, на що вказують результати проведеного дослідження. Стереотип німців сильно пов'язаний з положенням досліджуваних по відношенню до Європейського союзу, на що вперше вказують результати, які проведено на ґрунті польських досліджень. Аналіз та інтерпретація результатів підтверджують, що головними обумовлюючими чинниками зображення німців є: вік, частота відвідувань німецької країни, число суспільних контактів з громадянами Німеччини, негативне відношення

особи яке склалося в сім'ї досліджуваного по відношенню до західних сусідів, як також історичний досвід.

***Ключові слова:** національні стереотипи, упередження, погляди по відношенню до Європейського союзу, польсько-німецькі відносини, взаємне сприймання поляків і німців.*

MODERN STEREOTYPE OF THE GERMAN NEIGHBOR AND ITS DETERMINANTS

Summary

In connection with a long history of Polish-German relations in both countries there functions the stereotype of the neighbor which is associated with the national characteristics. The main objective of the study is to define the modern stereotype of the Germans among the Poles. Such studies have been repeatedly applied, but their priority aspect is to observe the relationship between the attitude of the respondents towards the European Union and the stereotype of the Germans. The relationship between these variables has not been described yet on the basis of psychological research.

In this study population comprised a group of one hundred fifty residents of Szczecin divided into three age groups.

For the purposes of the research two separate questionnaires were created. The first one measures the attitude of the respondents towards the European Union. The second one explores the relationship between individual determinants and the stereotype of the Germans.

The results of the study are quite surprising and include innovative features. The results show that today there exists a positive stereotype of the Germans. This is a consequence of Polish presence in the European Union for ten years, which is reflected in the study. The stereotype of the Germans is strongly related to the attitude of the respondents towards the European Union, which is the first such a conclusion based on Polish research. As far as the analysis and interpretation of the results are concerned, the main determinants of the image of the Germans are: age,

frequency of visits to Germany, the number of social contacts with the Germans, a negative attitude of the family of the person tested towards western neighbors, as well as historical experience.

Key words: *national stereotypes, prejudices, views about the European Union, Polish-German relations, mutual perception of Germans and Poles.*

Wstęp

W każdej grupie narodowej funkcjonują stereotypy odnoszące się zarówno do własnego narodu, jak i do kraju obcego. Są one elementem obowiązującego systemu wartości, przekonań, religii, kultury oraz indywidualnych predyspozycji członków poszczególnych grup społecznych. Stereotypy wzmacniają poczucie lokalnej, bądź ogólnopolskiej więzi i są istotnym czynnikiem identyfikacji narodowej. Ważnym aspektem wydają się być uwarunkowania tworzące owy stereotyp narodowy.

Zdecydowano się zbadać zależności między wymienionymi wyżej zmiennymi ze względu na fakt, iż relacje polsko-niemieckie są bardzo istotne dla funkcjonowania obu krajów, a tym samym przyczyniają się do lepszej integracji i współpracy europejskiej.

Ważnymi aspektami są cele badań własnych. Pierwszym z nich jest uzyskanie odpowiedzi na pytanie jaki jest stereotyp Niemców wśród Polaków. Natomiast drugim celem jest zdobycie wiedzy na temat uwarunkowań tegoż stereotypu.

Dotychczasowe badania wskazują (jako ostatni, najnowszy raport z badań Instytutu Allensbach 2011 r.), iż Polacy wciąż kojarzą Niemców z okrutnymi wydarzeniami II wojny światowej, latami okupacji, obozami koncentracyjnymi. Raporty z badań w 2001 i 2006 r. również przedstawiają niekorzystny wizerunek Niemców w oczach Polaków.

Znaleźć można wiele badań omawiających wzajemne postrzeganie Polski i Niemiec w kontekście Unii Europejskiej, ocenę polityki Niemiec prowadzoną w UE, a także opis postawy obywateli Polski wobec UE. Natomiast nie zostały jeszcze

przeprowadzone badania dotyczące korelacji postawy Polaków wobec Unii Europejskiej ze stereotypem Niemców.

Z raportu M. Fałkowskiego wynika, iż najwięcej osób młodych charakteryzuje się pozytywną postawą wobec Niemców, a postawa negatywna wobec zachodnich sąsiadów przeważa u osób w najstarszym przedziale wiekowym (Fałkowski, 2001).

W kwestii liczby kontaktów społecznych z obywatelami Niemiec, wyraźne słabnięcie uprzedzeń Polaków do Niemców, obserwowane po upadku komunizmu na początku lat dziewięćdziesiątych częściowo można przypisać zwiększeniu liczby kontaktów z zachodnimi sąsiadami (Strzeszewski, 1999). Znany psycholog Bogdan Wojciszke wyraźnie wskazuje, iż kontakt, pod pewnymi warunkami, pomaga w redukcji stereotypów i uprzedzeń (Wojciszke, 2002).

Przyczyny związku między częstością odwiedzin niemieckiego kraju a stereotypem Niemców są podobne jak źródła korelacji między kontaktami społecznymi z obywatelami Niemiec a postawą wobec zachodnich sąsiadów. Jak wynika z danych GUS w roku 2004 liczba wizyt Polaków i Niemców (przekraczanie granicy polsko-niemieckiej) wyniosła ok.44 mln razy, tym samym Polacy przypisali Niemcom nieco więcej pozytywnych cech, niż w poprzednich badaniach (Fałkowski, 2006).

W kwestii zależności między postawą rodziny osoby badanej wobec zachodnich sąsiadów a stereotypem Niemców znaleźć można teorie naukowe wskazujące na związek poglądów rodziców z późniejszymi uprzedzeniami ich dzieci. Na ową zależność wskazują koncepcje Zygmunta Freuda, Johna Whitinga (Ziemska, 1980). Również Allport twierdzi, że rodzice stanowią pierwsze źródło informacji o otaczającym świecie, a przekazywana przez nich wiedza o doświadczeniach z konkretnymi grupami, wywiera silny wpływ na dzieci (Allport, za: Nelson, 2003).

Bazując na literaturze oraz wynikach badań przeprowadzonych na przestrzeni lat, zauważyć można związek między doświadczeniem historycznym a stereotypem Niemców. W wynikach badania przeprowadzonego przez Instytut Spraw Publicznych w 2000 r. aż 34% osób badanych wskazywało na skojarzenia odnoszące się do

historii stosunków polsko-niemieckich (Fałkowski, 2001). Podobny wynik uzyskano 5 lat później (Fałkowski, 2006).

Na podstawie powyższych badań założono hipotezy stwierdzające istnienie negatywnego stereotypu Niemców wśród Polaków oraz zależność dodatnią między stereotypem Niemców a postawą badanych wobec Unii Europejskiej. Postawiono także hipotezy dotyczące związku między stereotypem Niemców a częstością odwiedzin niemieckiego kraju, liczbą kontaktów społecznych z obywatelami Niemiec, negatywną postawą rodziny osób badanych wobec Niemców, jak i doświadczeniem historycznym. Przypuszczono również, że wiek różnicuje stereotyp Niemców wśród osób badanych. W przeprowadzonych badaniach nie potwierdziła się hipoteza pierwsza, natomiast pozostałe zostały potwierdzone. Szczegółowe omówienie wyników i wniosków znajduje się w dalszej części artykułu.

Metoda

W badaniu własnym posłużono się ankietami, której kwestionariusze są jednym z podstawowych narzędzi badań psychologicznych. Według M. Łobockiego, kwestionariusz ankiety to arkusz z wydrukowanymi na nim pytaniami i miejscami na zaznaczenie lub wpisanie odpowiedzi, spośród których osoby wybierają te, które uważają za prawdziwe. Jest to narzędzie badawcze służące realizacji wybranej techniki badań do technicznego gromadzenia danych z badań (Łobocki, 2007).

Na potrzeby badań własnych stworzono dwa kwestionariusze mające charakter anonimowy. Jeden z nich dotyczy postawy wobec Niemców, a drugi mierzy postawę wobec Unii Europejskiej.

1. Kwestionariusz własnego autorstwa badający stereotyp Niemców i jego uwarunkowania.

Na wstępie kwestionariusza znajduje się metryczka, w której osoba badana zaznacza przedział wiekowy, w którym się znajduje. Następnie zamieszczonych jest trzydzieści twierdzeń stworzonych na podstawie kilku zmiennych niezależnych oraz

zmiennej zależnej mierzonych w badaniu. Zmienną zależną jest stereotyp Niemców. Zmiennymi niezależnymi są tu: częstość odwiedzin niemieckiego kraju, liczba kontaktów społecznych z obywatelami Niemiec, postawa rodziny osoby badanej wobec Niemców, doświadczenie historyczne. Każda zmienna obejmuje sześć twierdzeń. Osoba badana ma możliwość wyboru jednej z trzech odpowiedzi (TAK, NIE WIEM, NIE) poprzez zakreślenie kółkiem odpowiedzi, z którą najbardziej się zgadza.

2. Kwestionariusz własnego autorstwa mierzący postawę badanych wobec Unii Europejskiej.

Kwestionariusz bada jedną zmienną niezależną – postawę osoby badanej wobec Unii Europejskiej. Kwestionariusz składa się z 12 twierdzeń obejmujących następujące obszary: współpraca gospodarczą między państwami członkowskimi, wpływ przynależności Polski do Unii Europejskiej na polski rynek pracy i żywności oraz rozwój gospodarczy, spójność ekonomiczna z innymi państwami członkowskimi, poziom życia obywateli po wprowadzeniu w przyszłości waluty Euro, wpływ presji konkurencyjnej ze strony gospodarki państw członkowskich na polską gospodarkę. Osoba badana ma możliwość wyboru jednej z trzech odpowiedzi (TAK, NIE WIEM, NIE) poprzez zakreślenie kółkiem odpowiedzi, z którą najbardziej się zgadza.

Wyniki

W tej części artykułu przedstawiona zostanie analiza statystyczna poszczególnych hipotez.

Hipoteza pierwsza stwierdzająca istnienie negatywnego stereotypu Niemców wśród Polaków, nie znalazła potwierdzenia w badaniu własnym. Poniżej przedstawiono tabelę wskazującą na weryfikację postawionej hipotezy.

Tabela 1. *Częstość stopnia nasilenia stereotypu Niemców.* Źródło: opracowanie własne.

	Częstość	Procent	Procent ważnych	Procent skumulowany
Negatywny	41	27,3	27,3	27,3
Umiarkowany	32	21,3	21,3	48,7
Pozytywny	77	51,3	51,3	100,0
Ogółem	150	100,0	100,0	

Najczęstszym stopniem nasilenia w zmiennej stereotyp Niemców jest postawa pozytywna wobec zachodniego sąsiada. Taki wynik uzyskało, aż 77 osób (tj. 51,3%). W związku z tym, że najwięcej respondentów charakteryzuje się postawą pozytywną wobec Niemców, tym samym badana hipoteza się nie potwierdziła.

Hipoteza druga wskazywała na zależność dodatnią między stereotypem Niemców a postawą osób badanych wobec Unii Europejskiej. Krokiem pierwszym było zbadanie częstości stopnia nasilenia postawy badanych wobec UE. Poniżej znajduje się tabela określająca ową częstość.

Tabela 2. *Częstość stopnia nasilenia postawy wobec Unii Europejskiej.* Źródło: opracowanie własne.

	Częstość	Procent	Procent ważnych	Procent skumulowany
Negatywna	67	44,7	44,7	44,7
Umiarkowana	11	7,3	7,3	52,0
Pozytywna	72	48,0	48,0	100,0
Ogółem	150	100,0	100,0	

Najczęstszym stopniem nasilenia w zmiennej postawa wobec Unii Europejskiej jest postawa pozytywna. Taki wynik uzyskały, aż 72 osoby (tj. 48%).

W celu zbadania związku między zmiennymi postawa osoby badanej wobec Unii Europejskiej oraz stereotyp Niemców, obliczono współczynnik korelacji Pearsona. Wynik okazał się być istotny statystycznie ($p < 0,05$). Współczynnik korelacji wyniósł 0,535 ($r = 0,54$), czyli istnieje silna korelacja między wyszczególnionymi zmiennymi. Korelacja jest dodatnia, co oznacza, że wysokim wartościom w zmiennej stereotyp Niemców towarzyszą wysokie wyniki w zmiennej postawa wobec Unii Europejskiej i na odwrót. Zatem przyjęto badaną hipotezę.

Kolejna hipoteza zakładała, iż wiek różnicuje stereotyp Niemców wśród osób badanych. W celu jej rozstrzygnięcia zastosowano tabelę krzyżową, przedstawioną poniżej, między wyszczególnionymi zmiennymi.

Tabela 3. Tabela krzyżowa stereotyp_Niemca x wiek. Źródło: opracowanie własne.

	wiek			Ogółem
	18 - 35 lat	36 - 55 lat	56 - 80 lat	
Negatywna	7	12	22	41
stereotyp_Niemca Umiarkowana	11	9	12	32
Pozytywna	32	29	16	77
Ogółem	50	50	50	150

Wśród badanych w wieku 18 – 55 lat najczęściej pojawia się postawa pozytywna wobec Niemców. Natomiast w przedziale wiekowym 56 – 80 lat najwięcej respondentów charakteryzuje się negatywnym nastawieniem wobec niemieckiego sąsiada.

W celu rozstrzygnięcia problemu badawczego przeprowadzono test Shapiro-Wilka. Z racji, że rozkład zmiennej stereotyp Niemców we wszystkich przedziałach wiekowych okazał się nie być rozkładem normalnym, do oceny różnic zastosowano test nieparametryczny – test Kruskala-Wallisa. Wynik tego testu wskazał, że średnia

ranga wśród osób w wieku 18-35 wynosi 69,41 (M rang1=69,41), dla badanych w wieku 36-55 jest równa 62,73 (M rang 2=62,73) , natomiast średnia ranga wśród osób w wieku 56-80 wynosi 45,84 (M rang 3=45,84). Wnioskujemy więc, że najniższe wyniki w zmiennej stereotyp Niemców osiągnęły osoby z grupy wiekowej 56-80, wyższe wyniki w tejże zmiennej uzyskały osoby z przedziału wiekowego 36-55, natomiast najwyższe wyniki miały osoby z najmłodszej grupy wiekowej (18-35). Jest to różnica istotna statystycznie ($p < 0,05$). W związku z przeprowadzonymi testami przyjęto badaną hipotezę.

Kolejne cztery hipotezy zakładały istnienie zależności między stereotypem Niemców a liczbą kontaktów społecznych z obywatelami Niemiec, częstością odwiedzin niemieckiego kraju, postawą rodziny osób badanych wobec Niemców oraz doświadczeniem historycznym. Do rozstrzygnięcia tychże hipotez obliczono współczynniki korelacji Pearsona. Poniższa tabela przedstawia wynik korelacji dla poszczególnych zmiennych.

Tabela 4. *Współczynniki korelacji Pearsona dla poszczególnych zmiennych. Źródło: opracowanie własne.*

Współczynnik korelacji Pearsona		Zmienna zależna
		stereotyp Niemców
Zmienne niezależne	liczba kontaktów społecznych z obywatelami Niemiec	0, 223
	częstość odwiedzin niemieckiego kraju	0, 223
	negatywna postawa rodziny osoby badanej wobec Niemców	-0, 355
	doświadczenie historyczne	-0, 340

Wszystkie przedstawione wyżej wyniki okazały się być istotne statystycznie ($p < 0,05$). W zmiennych liczba kontaktów społecznych z obywatelami Niemiec oraz częstość odwiedzin niemieckiego kraju, korelacja jest dodatnia, co oznacza, że

wysokim wartościom w tychże zmiennych, towarzyszą wysokie wyniki w zmiennej stereotyp Niemców i na odwrót. Natomiast w zmiennych postawa rodziny osoby badanej wobec Niemców oraz doświadczenie historyczne korelacja jest ujemna, co oznacza, iż wysokim wartościom w tych dwóch zmiennych towarzyszą niskie wyniki w zmiennej stereotyp Niemców i na odwrót. Zatem przyjęto badane hipotezy.

Wnioski

Wyniki badań własnych wskazują, iż współcześnie istnieje pozytywny stereotyp Niemców wśród Polaków. Z danych obserwacyjnych wysnuć można wniosek, iż wielu Polaków ma obecnie częsty kontakt z obywatelami Niemiec, wyjeżdżając do pracy. Na przestrzeni dziesięciu lat liczba pracowników sezonowych w Niemczech wzrosła o ok. 20%, stacjonuje tam również znaczna część polskich lekarzy (Fałkowski, 2006). Wielu Polaków bierze udział w wymianach międzynarodowych, integrując się z zachodnimi sąsiadami i być może z tegoż względu osoby badane w większości przejawiają pozytywny stereotyp Niemców.

Przypuszczalną przyczyną pozytywnej postawy wobec Niemców jest również dziesięcioletnia współpraca polsko-niemiecka w ramach różnych projektów integracji europejskiej. Z raportu zatytułowanego "Dwadzieścia lat po podpisaniu polsko-niemieckiego traktatu o dobrym sąsiedztwie i przyjaznej współpracy" wynika, iż Polacy dostrzegają nieznaczną poprawę relacji polsko-niemieckich oraz lepiej oceniają te relacje. Jak wynika z raportu wzrosła również wzajemna sympatia obu krajów (Czachur, Gnauck, 2011).

Można przypuszczać, że zmiana stereotypu z negatywnego w kierunku pozytywnego, wynika także z braku własnych złych doświadczeń historycznych związanych z tym krajem. Coraz liczniejsza część społeczeństwa, zwłaszcza ludzie młodzi i osoby w wieku średnim nie pamiętają okupacji niemieckiej i okrucieństw związanych z II wojną światową, co przejawia się w bardziej pozytywnej postawie wobec zachodnich sąsiadów.

Innowacyjnym aspektem przeprowadzonego badania była analiza zależności poglądów badanych wobec Unii Europejskiej a stereotypem Niemców. Okazało się, że osoby deklarujące aprobującą postawę wobec UE mają pozytywny stereotyp zachodnich sąsiadów. Po wejściu naszego kraju do UE przeprowadzono badanie wśród Polaków pod kątem oceny polityki Niemiec w Unii Europejskiej. Okazało się, że aż 62 % respondentów zadeklarowało, iż Niemcy przyczyniają się do lepszej współpracy, natomiast zaledwie 16% uważało, że zachodni sąsiedzi zaostrzają spory i napięcia w Europie (Fałkowski, 2006).

Centrum Badania Opinii Społecznej po pięciu latach członkostwa Polski w Unii Europejskiej przeprowadziło kolejne badania. Wyniki wskazały, że poparcie respondentów dla członkostwa Polski w UE jest na bardzo wysokim poziomie. Zwolennikami było aż 85% ankietowanych, natomiast przeciwnicy stanowili zaledwie 9% respondentów (CBOS, 2009).

Z danych obserwacyjnych wynika, iż rzeczywiście osoby mające pozytywny stosunek wobec Niemców odznaczają się również aprobującą postawą wobec UE. Tę zależność można zauważyć chociażby u ludzi młodych, którzy korzystają z różnych projektów unijnych, poznają Niemców dzięki wymianom międzynarodowym itp. Takie osoby zazwyczaj mają pozytywną wizję UE i zauważają wiele korzyści płynących ze współpracy europejskiej. Natomiast ludzie starsi często negatywnie wypowiadają się o UE oraz mają negatywny wizerunek zachodniego sąsiada. Być może wynika to z faktu, iż w mniejszym stopniu korzystają z „otwartych granic”, niż osoby młode.

Odwołując się do literatury oraz wyników wcześniejszych badań przeprowadzonych przez Instytut Spraw Publicznych założyłam, iż wiek różnicuje poziom nasilenia stereotypu Niemców w grupie osób badanych. W badaniach z 2000 r. wśród osób powyżej 59 roku życia 54% wymieniło skojarzenia odwołujące się do historii, przede wszystkim do zbrodni związanych z II wojną światową. Natomiast wśród dwudziesto- i trzydziestolatków odpowiadało tak zaledwie 25% respondentów (Fałkowski, 2001). Podobny wynik uzyskałam w badaniu własnym. Najwięcej osób

młodych charakteryzowało się pozytywną postawą wobec Niemców, a nastawienie negatywne wobec zachodnich sąsiadów przeważało u osób w najstarszym przedziale wiekowym.

Psycholog społeczny Bogdan Wojciszke wyraźnie wskazuje, iż kontakt, pod pewnymi warunkami, pomaga w redukcji stereotypów i uprzedzeń. Po pierwsze, kontakt musi zaistnieć w warunkach współpracy i współzależności. Po drugie, zmniejszanie czy całkowita redukcja stereotypów wymaga kontaktu osób równych sobie pod kątem statusu społecznego. Ważne jest również, by kontakty międzygrupowe wspierane były przez różne instytucje (Wojciszke, 2002).

Wyraźne słabnięcie uprzedzeń Polaków do Niemców, obserwowane po upadku komunizmu na początku lat dziewięćdziesiątych częściowo można przypisać zwiększeniu liczby kontaktów z zachodnimi sąsiadami (Strzeszewski, 1999). Istotną kwestią wspomagającą rozwój stereotypu w stronę bardziej pozytywnego, jest współpraca polsko-niemiecka w ramach integracji europejskiej. Realizowanych jest wiele projektów umożliwiających nawiązywanie osobistych znajomości z mieszkańcami Niemiec. Dodatkowym czynnikiem, który z pewnością wpłynął na potwierdzenie hipotezy jest fakt, iż grupą badanych byli mieszkańcy Szczecina, miasta bezpośrednio graniczącego z Niemcami. Po wstąpieniu do Unii Europejskiej coraz więcej mieszkańców Szczecina jeździ na zakupy do Niemiec, posyła swoje dzieci do niemieckich szkół. Dzięki temu zaistniał częsty kontakt z niemieckimi sąsiadami.

Z danych obserwacyjnych wynika, iż wielu Polaków ma współcześnie częsty kontakt z obywatelami Niemiec, wyjeżdżając na zachód do pracy. Młodzi ludzie biorą udział w pracach sezonowych, natomiast polscy lekarze pracują tam na stałe (Fałkowski, 2006).

Źródła korelacji między częstością odwiedzin niemieckiego kraju a stereotypem Niemców są podobne jak przyczyny związku między kontaktami społecznymi z obywatelami Niemiec a postawą wobec zachodnich sąsiadów. Jak wynika z danych GUS w roku 2004 liczba wizyt Polaków i Niemców (przekraczanie

granicy polsko-niemieckiej) wyniosła ok.44 mln razy (tamże). Wzrost częstości odwiedzin zachodnich sąsiadów jest związany z przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej. Po 10 latach współpracy w ramach projektów związanych z integracją europejską, częstość kontaktów wzrasta z roku na rok. W Niemczech poszerza się rynek pracy dla Polaków, co stanowi dodatkowy argument wyjazdów obywateli Polski do Niemiec.

Kolejnym czynnikiem wpływającym na potwierdzenie hipotezy jest fakt, iż grupę badanych stanowili mieszkańcy Szczecina, którzy dzięki bezpośredniemu sąsiedztwu mają okazję częściej odwiedzać Niemcy niż mieszkańcy miast wschodu. Aczkolwiek jest to tylko przypuszczenie, które należałoby zbadać w przyszłości.

Wiele przeprowadzonych badań wskazuje na fakt, iż dzieci uczą się uprzedzeń i stereotypów na temat innych grup, narodów od swoich rodziców oraz członków rodziny. Allport twierdzi, że rodzice stanowią pierwsze źródło informacji o otaczającym świecie, a przekazywana przez nich wiedza o doświadczeniach z konkretnymi grupami, wywiera silny wpływ na dzieci (Allport, za: Nelson, 2003). Rohan i Zanna uważają, że otwarte wpajanie uprzedzeń wywiera silny wpływ na postawy międzygrupowe u dzieci, które w późniejszych latach wyrażają negatywne stereotypy i uczucia odnoszące się do tych grup. Stereotypów i uprzedzeń uczymy się również pośrednio od swoich rodziców. Żarty, subtelne zachowania międzygrupowe, negatywne etykiety używane przez członków rodziny wobec obcych, mogą w znaczący sposób wpływać na postawy, jakie ukształtują się u dzieci wobec tych grup (Rohan, Zanna, za: Nelson, 2003).

Z danych obserwacyjnych wynika, iż osoby pochodzące z rodzin, które bezpośrednio doznały cierpienia ze strony Niemców, znacznie gorzej wypowiadają się o zachodnich sąsiadach, niż ci, których rodzina nie została dotknięta krzywdą. Jak widać identyfikacja z rodzicami jest na tyle silna, że mimo pełnoletności i uniezależnienia się od rodziny trudno nam pozbyć się stereotypów i uprzedzeń wyniesionych z domu rodzinnego.

W wynikach badania przeprowadzonego przez Instytut Spraw Publicznych w 2000 r. aż 34 % osób badanych wskazywało na skojarzenia odnoszące się do historii stosunków polsko-niemieckich. Respondenci wymieniali tu wojnę, ucisk, zło, obozy koncentracyjne (Fałkowski, 2001). Podobny wynik uzyskano 5 lat później. Zaskakującym jest fakt, iż liczba osób badanych przejawiająca skojarzenia z Niemcami jako okupantem wzrosła o 2% mimo coraz większej integracji Polaków z Niemcami. Wymieniano tu głównie kwestie: II wojny światowej, faszyzmu, nazizmu, okupacji, robót przymusowych, obozów koncentracyjnych (Fałkowski, 2006).

W badaniu własnym istnieje umiarkowana korelacja między wyszczególnionymi zmiennymi i jest ona ujemna, co oznacza, iż osoby mające większą liczbę punktów w twierdzeniach dotyczących doświadczeń historycznych z Niemcami mają negatywną postawę wobec zachodniego sąsiada. Przyczyny takiej zależności wydają się być oczywiste. Osoby, które w sposób bezpośredni lub pośredni zostały dotknięte cierpieniem ze strony jakiejś grupy, stają się zdystansowane i negatywnie nastawione wobec swojego kata. Różnorodne doświadczenia historyczne wzmacniają stereotyp oraz uprzedzenia wobec Niemców.

Przeprowadzone badania mogą mieć zastosowanie praktyczne. Ważnym wydaje się edukacja Polaków dotycząca wiedzy na temat Niemców oraz Unii Europejskiej. Niewątpliwie zabieg ten wpłynąłby na przekształcanie postrzegania innych nacji. Istotnym wydaje się uświadomienie Polakom cech jakimi niezmiennie, od kilku lat posługują się przy opisie Niemców. Umożliwiłoby to zweryfikowanie prawdziwości przymiotów zachodniego sąsiada i ewentualną zmianę w postrzeganiu Niemców na jeszcze bardziej korzystną. Kolejnym wymiarem praktycznym badania powinno być dążenie do zmiany społecznych przekonań dotyczących Niemców u tych osób, które wykazują negatywną postawę wobec zachodniego sąsiada. Jest to możliwe poprzez propagowanie czasopism, lektur czy też przekazywanie w mass mediach codziennych informacji o wydarzeniach z Niemiec. Ważnym wydaje się również stawianie akcentu na coraz większą integrację polsko-niemiecką w ramach

projektów unijnych, czy też wycieczki zorientowane na poznawanie kultury sąsiedniego kraju.

Podsumowując, uważam, iż badania stereotypów narodowych, zwłaszcza sąsiednich państw, umożliwiają zdobycie szerokiej wiedzy na temat postaw wobec danej nacji. Wydaje się, iż jest to bardzo istotne z punktu widzenia integracji międzynarodowej i stawania się coraz bardziej świadomym obywatelem Europy.

Bibliografia

1. Centrum Badania Opinii Społecznej (2009), *Bilans pięciu lat członkostwa Polski w Unii Europejskiej*, Komunikat z badań, Warszawa
2. Czachur W., Gnauck G. (2011), *Poważny krok w kierunku normalności*, Biuletyn niemiecki, nr 18, s. 3
3. Fałkowski M. (2001), Niemcy w oczach Polaków, W: X. Dolińska, M. Fałkowski, *Polska-Niemcy wzajemny wizerunek w okresie rozszerzenia Unii Europejskiej*, Warszawa: Instytut Spraw Publicznych
4. Fałkowski M. (2006), *Polacy i Niemcy – wzajemny wizerunek po rozszerzeniu Unii Europejskiej*, Warszawa: Fundacja Instytut Spraw Publicznych
5. Łobocki M. (2007), *Metody i techniki badań pedagogicznych*, Kraków: Impuls
6. Nelson T. (2003), *Psychologia uprzedzeń*, Gdańsk: GWP
7. Strzeszewski M. (2000), Stosunek do innych narodów, W: K. Zagórski, M. Strzeszewski (red.), *Nowa rzeczywistość. Oceny i opinie 1989-1999*, Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Dialog
8. Wojciszke B. (2006), *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar
9. Ziemska M. (1980), *Rodzina i dziecko*, Warszawa: PWN

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International

Copyright (c) 2014 Marta Szymańska Шуманська Марта

Accepted: 27.05.2014

Reviewed: 11.06.2014

Published: 24.07.2014