

Anna Bielewicz-Dubiec

Akademia im. Jakuba z Paradyża w Gorzowie Wielkopolskim

„Jak nas widzą, tak nas piszą”, czyli fakty i opinie o Polakach i Niemcach na przykładzie współpracy Gimnazjum im. Władysława Jagiełły w Skwierzynie i Oberschule w Fredersdorf-Vogelsdorf

Streszczenie

Nadrzędnym celem przeprowadzonego badania było poznanie poglądów młodzieży polsko-niemieckiej na temat uprzedzeń i stereotypów oraz ich ewentualna zmiana „na lepsze” lub „na gorsze” pod wpływem współpracy między szkołami. Drugim celem miało być zbadanie poziomu wiedzy dotyczącej wybranych zagadnień związanych z kulturą, tradycją i obyczajami w Polsce i Niemczech, za pomocą 4 ankiet on-line, składających się z 22 pytań, 13 zamkniętych i 9 otwartych, dotyczących kilku obszarów związanych z postrzeganiem narodowościowym i poliglotyzmem. Pytania dla polskich i niemieckich uczniów były takie same.

Słowa kluczowe: stereotypy, uprzedzenia, opinie, poglądy, wymiany szkolne, ankieta, młodzież

Stereotypy i uprzedzenia

Nasz stosunek do innych osób nazywamy **postawą**. W psychologii uważa się, że postawa składa się z 3 elementów:

- 1) **poznawczego** (myśli, przekonania),
- 2) **afektywnego** (emocje),
- 3) **behawioralnego** (zachowanie).

Stereotypy są natomiast poznawczym komponentem postawy. Definiowane są jako generalizacje dotyczące grupy, gdzie wszystkim jej członkom przypisuje się te same cechy, niezależnie od rzeczywistego ich zróżnicowania. Stereotypy mogą dotyczyć narodu, przynależności etnicznej, rasowej, płci, seksu, wyglądu, stanu życiowego, religii, zawodu, hobby i właściwie niezliczonej ilości dziedzin życia¹.

¹ M. Popławski, *Polskie stereotypy i uprzedzenia. Stereotypy i postawy Polaków wobec siebie i sąsiednich*

Stereotypy są często trwale i tym samym trudne do zmienienia. Uogólnienie i uproszczenie to ich cechy, które sprawiają, że stereotyp jest często niezgodny z rzeczywistością. Poprzez dziedziczenie kulturowe przejmujemy stereotypy automatycznie i niekoniecznie jesteśmy w stanie je doświadczalnie zweryfikować. Mamy przeświadczenie, że są one prawdziwe.

Stereotypy mogą nam ułatwiać funkcjonowanie, ponieważ dają gotowe wzorce myślenia i zachowania. W pewny sposób porządkują nasz świat i oszczędzają nam „wysiłku poznawczego”. Przyjmowanie stereotypów grozi m.in. ograniczaniem naszych doświadczeń i rozwoju osobistego. Powodują one, że można nami łatwo manipulować, ponieważ nie sprawdzamy napływających do nas informacji, które mogą być krzywdzące dla innych. Kierując się nimi, możemy zacząć funkcjonować w nieprawdziwej rzeczywistości i usprawiedliwiać nasze zachowania.

Upředzenia są zjawiskiem szeroko rozpowszechnionym, obecnym we wszystkich społeczeństwach świata. Są one emocjonalnym komponentem postaw, czyli negatywną lub wrogą postawą wobec ludzi wyodrębnionych wyłącznie na podstawie przynależności grupowej².

Źródłem upředzeń są negatywne stereotypy dotyczące jednostek lub grup. Biorą się ze strachu przed obcym i nieznanym. Często powstają z niewiedzy i skłonności do dzielenia osób na grupy.

Badanie

Nadrzędnym celem przeprowadzonego badania było poznanie poglądów młodzieży polsko-niemieckiej na temat upředzeń i stereotypów oraz ich ewentualna zmiana „na lepsze” lub „na gorsze” pod wpływem współpracy między szkołami. Drugim celem miało być zbadanie poziomu wiedzy dotyczącej wybranych zagadnień związanych z kulturą, tradycją i obyczajami w Polsce i Niemczech.

Ze względu na brak wcześniejszych analiz tego obszaru działalności oświatowej, badanie nie umożliwiałoby zweryfikowania upřednio sformułowanych hipotez. Główny zatem cel był poznawczy i umożliwiał dalsze szczegółowe ukierunkowanie poszukiwań badawczych w tym zakresie.

nacji, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania, Wrocław 2002, s. 89

² M. Popławski, *Polskie stereotypy i upředzenia...*, op. cit., s. 97

Zgodnie z sokratejską zasadą *scio me nihil scire* (dosł. „wiem, że nic nie wiem”), można stwierdzić, że badanie umożliwiło poznanie obszarów, o których wiadomo jeszcze niewiele. Pozwala to na stawianie dodatkowych pytań badawczych, które pozwolą na lepsze zrozumienie uzyskanych wyników.

Cele szczegółowe niniejszej ankiety koncentrowały się na następujących aspektach:

- 1) poznanie subiektywnej opinii,
- 2) porównanie postrzegania sąsiada w dwóch grupach badawczych,
- 3) wpływ współpracy na zmianę uprzedzeń / stereotypów,
- 4) określenie stanu wiedzy.

Metodologia badania

Założono, iż trzeba zbadać 4 populacje:

- 1) Polaków – uczestników wymiany,
- 2) Niemców – uczestników wymiany,
- 3) Polaków nieuczestniczących w wymianie,
- 4) Niemców nieuczestniczących w wymianie.

Badanie zostało przeprowadzone w lutym 2017 r. wśród uczniów i absolwentów Gimnazjum im. Władysława Jagiełły w Skwierzynie oraz Oberschule w Fredersdorf-Vogelsdorf. Populacja badawcza obejmowała uczestników polsko-niemieckiej wymiany szkolnej i „nieuczestniczących”, ale również uczniów ww. szkół.

Współpracę między szkołami rozpoczęto w listopadzie 2012 r. Każdego roku odbywają się dwa spotkania młodzieży, jedno w Niemczech i jedno w Polsce. Kilkudniowe spotkania zakładają integrację uczestników wymiany, przełamanie istniejących stereotypów, zrozumienie różnic międzynarodowych, doskonalenie umiejętności posługiwania się językiem niemieckim w autentycznych sytuacjach oraz poznanie kultury, obyczajów i tradycji obu krajów.

Współpracujące szkoły znajdują się na terenach przygranicznych, w województwie lubuskim i Brandenburgii, w miastach o zbliżonej liczbie mieszkańców. W obu placówkach uczy się po ok. 250 uczniów. Są to szkoły miejskie, do których uczęszczają uczniowie z całej gminy.

Po 5 latach współpracy między szkołami należało przeprowadzić ewaluację podejmowanych działań. Badanie zostało zaprojektowane w postaci ankiety

on-line uzupełnianej samodzielnie przez respondentów. Obecni uczniowie szkół wypełniali ankiety na lekcjach informatyki, natomiast do uczestników wymiany – absolwentów – rozesłano link za pomocą portalu społecznościowego. Ankieta składała się z 22 pytań, 13 zamkniętych i 9 otwartych, dotyczących kilku obszarów związanych z postrzeganiem narodowościowym i poliglotyzmem. Pytania były takie same dla polskich i niemieckich uczniów.

Respondenci

W badaniu wzięło udział 102 uczniów polskich i 63 uczniów niemieckich w wieku od 12 do 18 lat. Wśród polskich respondentów uczestników wymiany przeważała płeć żeńska (76%), natomiast wśród niemieckich męska (72%). Wśród ankietowanych nieuczestniczących płeć rozkładała się po równo.

Pytania zamknięte

Pytania zamknięte miały charakter obligatoryjny wielokrotnego wyboru z możliwością zaznaczenia jednej lub więcej odpowiedzi.

Respondenci uczestnicy w 100% byli za granicą. Wśród nieuczestniczących w wymianie 13% Polaków i 9% Niemców jeszcze nie była za granicą.

Jedno z pytań dotyczyło kraju, w którym ankietowany już był. Wśród Polaków 100% uczestników i 82% nieuczestniczących było już w Niemczech. Inaczej przedstawia się sytuacja wśród Niemców. 64% uczestników było już w Polsce. Tu nasuwa się myśl, dlaczego po 5 latach współpracy między szkołami nie wszyscy uczestnicy byli w Polsce. Wy tłumaczyć można to tym, iż jest wielu nowych uczniów, którzy dopiero w maju pojadą z rewizytą do Polski (badanie zostało przeprowadzone w lutym). Spośród nieuczestniczących tylko 50% już było w Polsce. Polacy częściej jeżdżą do Niemiec niż odwrotnie, mimo że odległość obu miast, w których przeprowadzono badanie, do granicy polsko-niemieckiej jest podobna. Nasuwa się tu następujący wniosek: Niemcy są bardziej atrakcyjnym krajem dla Polaków niż Polska dla Niemców.

Kolejne pytanie wielokrotnego wyboru, z możliwością zaznaczenia kilku odpowiedzi, dotyczyło języka obcego, którym władają respondenci. Polscy uczniowie określili, iż potrafią posługiwać się dwoma językami obcymi, w tym dla 88% i 62% był to język niemiecki. Wśród uczniów niemieckich większość włada

tylko jednym językiem obcym – angielskim. 11% niemieckich uczniów nieuczestniczących w wymianie zaznaczyło, iż umie posługiwać się językiem polskim. Na podstawie tego pytania można zweryfikować powyższy wniosek. Niemcy nie bywają tak często w Polsce jak Polacy w Niemczech, ponieważ Niemcy obawiają się ewentualnej bariery językowej.

W następnym pytaniu wielokrotnego wyboru, z możliwością zaznaczenia tylko jednej odpowiedzi, ankietowani mieli się odnieść do poziomu wiedzy na temat Polski/Polaków lub Niemiec/Niemców. Ewidentnie wyższy był odsetek odpowiedzi „bardzo dużo” lub „dużo” wśród uczestników wymiany: 49% Polaków i 22% Niemców. Swoją poziom wiedzy jako „mały” określiła większość uczestników i nieuczestniczących w wymianie: polska młodzież 41% uczestników, a 46% nieuczestniczących; niemiecka młodzież 33% uczestników, a 36% nieuczestniczących. Niepokojący jest 20% (Polacy) i 18% (Niemcy) odsetek nieuczestniczących w wymianie, którzy zaznaczyli, że niczego nie wiedzą na temat swojego sąsiada.

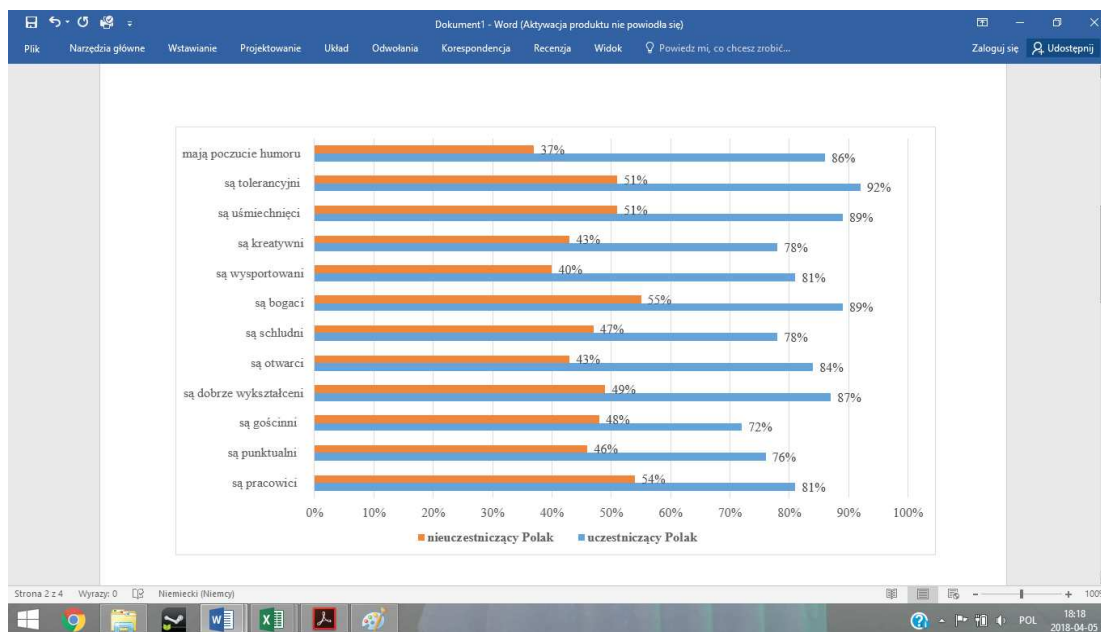
Podsumowując otrzymane wyniki, można stwierdzić, że polsko-niemieccy uczestnicy wymiany posiadają większą wiedzę niż nieuczestniczący. Z pewnością polsko-niemieckie spotkania pozostawiły pozytywny ślad w świadomości młodzieży. Niewiedzę niemieckich uczniów można uzasadnić tym, iż Niemcy nie uczą się języka polskiego w szkole. Bliskość granicy i duży odsetek Polaków żyjących w Niemczech dają do myślenia, dlaczego Niemcy tak mało wiedzą o Polakach.

Zadając pytanie: „Czy znasz osobiście Niemca / Polaka?” chciano sprawdzić, czy istnieje zależność między postrzeganiem siebie nawzajem. Tylko 86% polskich uczestników i 67% niemieckich odpowiedziało „tak”. Ponieważ ankietowani co najmniej raz uczestniczyli w spotkaniach młodzieży oczekiwano tu 100% odpowiedzi na „tak”. Możliwe, że słowo „osobiście” zadecydowało o odmiennym wyniku.

Wśród polskich uczniów nieuczestniczących w wymianie 69% zna osobiście Niemca, lecz tylko 9% niemieckich nieuczestniczących zna osobiście Polaka.

Chcąc określić wzajemne relacje, zadano pytanie: „Lubisz Niemców/Polaków?”. Istniała możliwość udzielenia odpowiedzi „tak”, „nie” lub „nie wiem”. 70% ankietowanych polskich uczestników wymiany uznało, iż lubią Niemców. Podobny odsetek Niemców (61%) stwierdził, że lubi Polaków. Wśród nieuczestniczących Polaków tylko 28% respondentów wyraziło sympatię do Niemców, prawie połowa (45%) niemieckich uczniów, którzy nie biorą udziału w wymianie, uważa, że lubi Polaków. To pytanie uwidacznia wpływ spotkań młodzieży na poprawę wzajemnych relacji.

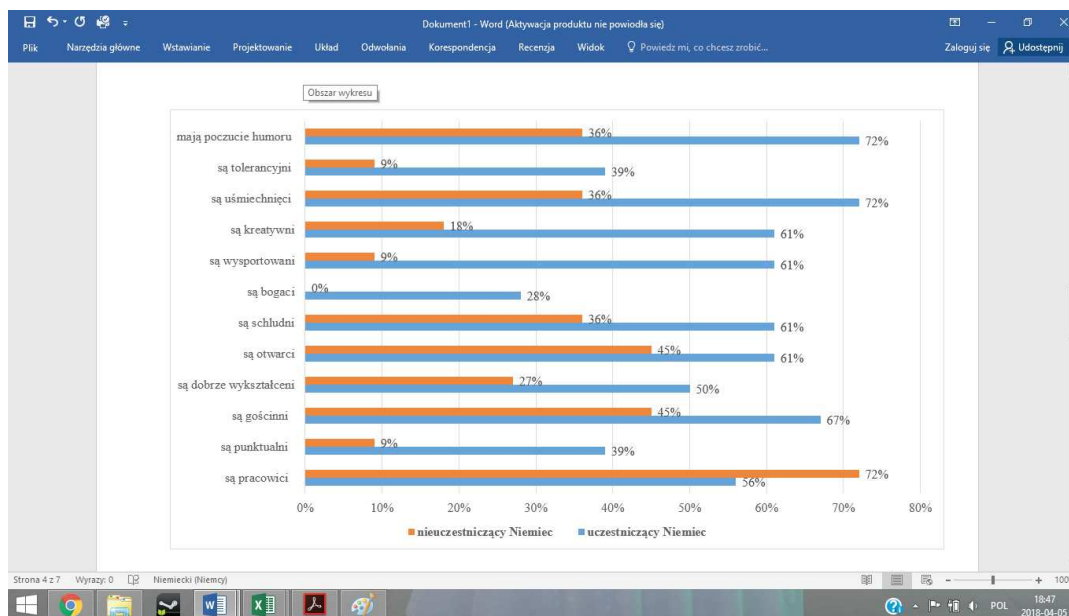
Kolejne pytanie wymagało określenia przez ankietowanych cech Niemca i Polaka. Było to obowiązkowe pytanie wielokrotnego wyboru. Poniższe wykresy przedstawiają procentowy odsetek udzielonych odpowiedzi na „tak”.



Rys. 1. Odpowiedzi udzielone przez polskich respondentów

Źródło: opracowanie własne.

Zgromadzony materiał ukazuje, że uczestnicy wymian pozytywniej postrzegają Niemców niż osoby, które w nich nie uczestniczą.



Rys. 2. Odpowiedzi udzielone przez niemieckich respondentów

Źródło: opracowanie własne.

Z powyższych danych wynika, że uczestnicy wymiany lepiej postrzegają Polaków niż uczniowie, którzy nie biorą w niej udziału. Wyjątek stanowi kwestia pracowitości Polaków.

Pytania otwarte

W ankiecie zadano 9 pytań otwartych nieobowiązkowych. Na pytania tego rodzaju odpowiedziało 70% polskich uczestników, z czego tylko 53% uczniów nieuczestniczących w wymianie. Większe dysproporcje widać wśród niemieckich respondentów, z których odpowiedzi udzieliło 51% uczestników i tylko 25% nieuczestniczących.

Polscy uczestnicy wymiany określali typowego Niemca jako: miłego (44%), pracowitego (20%), uśmiechniętego (16%), perfekcyjnego (8%), towarzyskiego (8%) oraz poważnego (4%) człowieka.

Nieuczestniczący podali następujące pozytywne cechy typowego Niemca: miły (27%), pracowity (4%), punktualny (9%), tolerancyjny (9%) i poważny (13%). Wymienili też, że typowy Niemiec jest wredny (27%) oraz zły (9%).

Analizując pytanie: „Wymień cechy charakteru typowego Niemca”, łatwo zauważyć, że uczestnicy wymienili same pozytywne cechy, w przeciwieństwie do nieuczestniczących.

Identyczne pytanie zadano niemieckiej młodzieży: „Wymień cechy charakteru typowego Polaka”. Wśród uczestników tylko 10% ankietowanych, którzy udzielili odpowiedzi, uważa, że Polacy kradną. Pozostałe odpowiedzi są pozytywne: mili (30%), gościnni (20%), otwarci (20%). A 20% twierdzi, że „są tacy jak Niemcy”, co należy zinterpretować jako odpowiedź pozytywną.

Nieuczestniczący w wymianie określają cechy charakteru typowego Polaka następująco: 40% twierdzi, że są otwarci, ale aż 40% uważa typowego Polaka za nachalnego. Wśród ankietowanych 20% uważa, że Polacy kradną.

Dość negatywny obraz Polaka przedstawia się z ankiet przeprowadzonych wśród nieuczestniczących w spotkaniach.

81% polskich uczestników udzieliło odpowiedzi na kolejne pytanie otwarte: „Wymień niemieckie imię”. Wśród udzielonych odpowiedzi znalazły się imiona niemieckich uczestników wymiany, takie jak: Paul, Caroline, Philip, Leon itd. Zauważalny jest tu wpływ współpracy między szkołami. Polscy nieuczestniczący udzielili odpowiedzi w 80%, ale wymienili imiona takie jak: Adolf, Helga i Hans. Trzeba tu

podkreślić, iż wymienione imiona bardzo rzadko występują wśród ankietowanych. Wpływ stereotypów jest znaczny wśród nieuczestniczących w wymianie.

„Wymień polskie imię” okazało się łatwym pytaniem dla niemieckich uczestników (72% udzielonych odpowiedzi), lecz pominięte zostało w 100% przez nieuczestniczących w wymianie, nawet 9% tych nieuczestniczących, którzy deklarowali wcześniej, że znają osobiście Polaka. Podobnie jak wśród Polaków, Niemcy wymieniali imiona polskich uczestników wymiany (Igor, Jakub, Paulina, Wioletta). Jedyne ortograficzna pisownia polska została zastąpiona fonetyczną (Matchey, Tomash, Tommec).

W kolejnym pytaniu młodzież miała wymienić polskie / niemieckie znaki towarowe. Polscy respondenci podawali nazwy samochodów, słodyczy oraz sieci sklepów handlowych. Polskim uczestnikom w 73%, a nieuczestniczącym w 60% były znane niemieckie znaki towarowe. Pytanie zostało pominięte przez niemieckich ankietowanych w 100%.

Zapytana o niemieckie osobowości polska młodzież udzieliła odpowiedzi na poziomie 60%. Wśród uczestników odpowiedzi dotyczyły kompozytorów (19%), piłkarzy (10%), pani kanclerz Angeli Merkel (40%) oraz Adolfa Hitlera (31%). Nieuczestniczący wymienili tylko dwie osoby: Hitlera (81%) i Merkel (19%).

Jeżeli się przyjrzymy odpowiedziom udzielonym przez Niemców (około 50%), to jedyną osobowością, którą zna niemiecka populacja badana, jest Robert Lewandowski (100% odpowiedzi). Nie potrafili wymienić postaci historycznej, kulturowo lub politycznie znaczącej dla Polski.

Następne pytanie dotyczyło potraw typowych dla obu krajów. Polscy respondenci, 62% (uczestnicy) i 52% (nieuczestniczący), wymienili potrawy dość typowe dla Niemców, takie jak: Bratwurst i Kartoffelsalat. Niemiecy uczestnicy udzielili odpowiedź na tym samym poziomie co polscy. Dla 50% ankietowanych uczestników z Polską kojarzy się Hot-dog. Wyjaśnić można to faktem, iż podczas wspólnych wycieczek młodzież korzysta z usług gastronomicznych stacji benzynowych, których w Niemczech nie ma. Ta odpowiedź ukazuje negatywny wpływ współpracy. Pozostałe odpowiedzi to: ryba (20%), flaki (20%) oraz sznycel (10%).

Kolejne pytanie dotyczyło religii dominującej w obu państwach. Polscy respondenci udzielili w 70% (uczestnicy) i 43% (nieuczestniczący) odpowiedzi na pytanie. Zdaniem polskich uczestników, w Niemczech dominuje chrześcijaństwo (100% udzielonych odpowiedzi), zaś nieuczestniczący podali chrześcijaństwo (70%) i islam (30%). Niemiecy ankietowani udzieli w 44% (uczestnicy) i 27% (nieuczestniczący) odpowiedzi na pytanie. Wynika z tego, że tylko w małym stopniu wiedzą, jakiego wyznania są Polacy. Uczestnicy wymiany udzielili

następujących odpowiedzi: chrześcijaństwo (60%) oraz judaizm (40%). Nieuczestniczący, którzy udzieli odpowiedzi, w 100% podali chrześcijaństwo. Nasuwa się więc pytanie, dlaczego aż 40% ankietowanych uważa judaizm za najważniejszą religię w Polsce. Z pewnością wpływ na poziom wiedzy Niemców mają wycieczki do miejsc pamięci związanych z II wojną światową odbywające się podczas polsko-niemieckich spotkań, choć nie są inspirowane przez stronę niemiecką.

Sport był tematem następnego pytania „Jaka dyscyplina sportu kojarzy Ci się z Niemcami / Polakami?”, na które odpowiedziało 78% uczestników polskich i 55% uczniów, którzy nie uczestniczyli w wymianie. 90% ankietowanych określiło piłkę nożną, skoki narciarskie, Formułę 1 i biegi (po 5%). Wśród niemieckich respondentów wypowiedzieli się tylko uczestnicy (67%). Nieuczestniczący całkowicie pominęli pytanie. Niemcom kojarzy się Polska z piłką nożną (90%) oraz ze skokami narciarskimi (10%). Nieuczestniczący w ogóle nie odpowiedzieli na to pytanie.

Wracając do celu badań, który miał sprawdzić czy wymiana/spotkania młodzieży mogą wpłynąć na zmianę stereotypów/uprzedzeń na lepsze lub na gorsze, przytoczę przysłowie: „Czego Jaś się nie nauczył, tego Jan nie będzie umiał”. Przysłowie to mówi nam, że wiedza i umiejętności, również poglądy, które zdobywamy w dzieciństwie, pozostają nam na całe życie. Dlatego ważne jest, aby w młodym wieku wyrobić sobie odpowiednie sądy, które ukształtują nas na całe życie. Z badań wynika, iż lepszy obraz/wizerunek Polaków i Niemców ma młodzież uczestnicząca w spotkaniach.

Większy nacisk należy położyć na przekazywanie wiedzy o obu krajach. Podsumowując, można stwierdzić, iż Polacy więcej wiedzą o Niemcach niż Niemcy o Polakach. Uwarunkowane jest to z pewnością nauką języka niemieckiego i wiedzą przekazywaną o krajach niemieckojęzycznych w polskich szkołach. Tym bardziej trzeba podczas takich spotkań przekazywać Niemcom, jak najwięcej informacji o naszym kraju. Należy zatem kontynuować i propagować spotkania młodzieży polsko-niemieckiej.

Bibliografia

1. Koziewicz K., *Bigos i ciemne okulary. O stereotypach polskich i niemieckich*, www.polregio.eu.
2. Popławski M., *Polskie stereotypy i uprzedzenia. Stereotypy i postawy Polaków wobec siebie i sąsiednich nacji*, Wyd. Wyższej Szkoły Zarządzania, Wrocław 2002.
3. Szymański G., *Stereotypy dzielące Polaków i Niemców*, Wyd. Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, Rzeszów 2006.

„Fine feathers make fine birds” – facts and opinions about Poles and Germans based on cooperation between Gimnazjum im. Władysława Jagiełły in Skwierzyna and Oberschule in Fredersdorf-Vogelsdorf

Abstract

The main goal of the study was to get to know the views of Polish-German youth about prejudices and stereotypes and their probable change for better or worse under the influence of cooperation between the given schools. The second goal was to examine the level of knowledge about selected issues related to culture, tradition and customs in Poland and Germany. The questionnaire consisted of 22 questions including 13 closed and 9 open, covering several areas related to national perception and polyglotism. Both Polish and German students had the same questions. The study presents the results of a total of 4 on-line questionnaires.

Keywords: stereotypes, prejudices, opinions, beliefs, school exchange, questionnaire, youth