

BAROMETR POLSKA-NIEMCY 2013

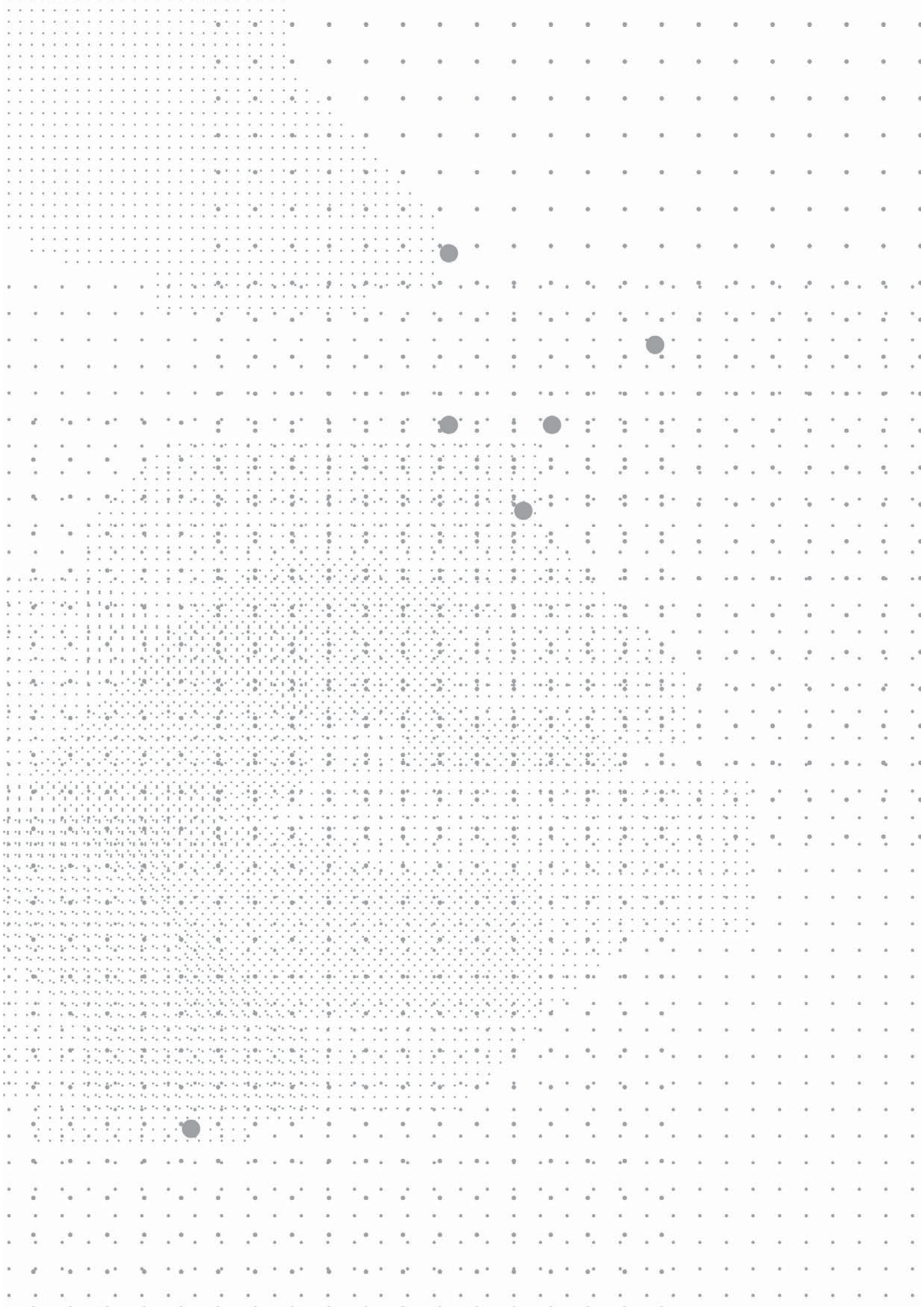
WIZERUNEK NIEMIEC I NIEMCÓW W POLSKIM SPOŁECZEŃSTWIE
PO DZIESIĘCIU LATACH WSPÓLNEGO CZŁONKOSTWA
W UNII EUROPEJSKIEJ

Agnieszka Łada



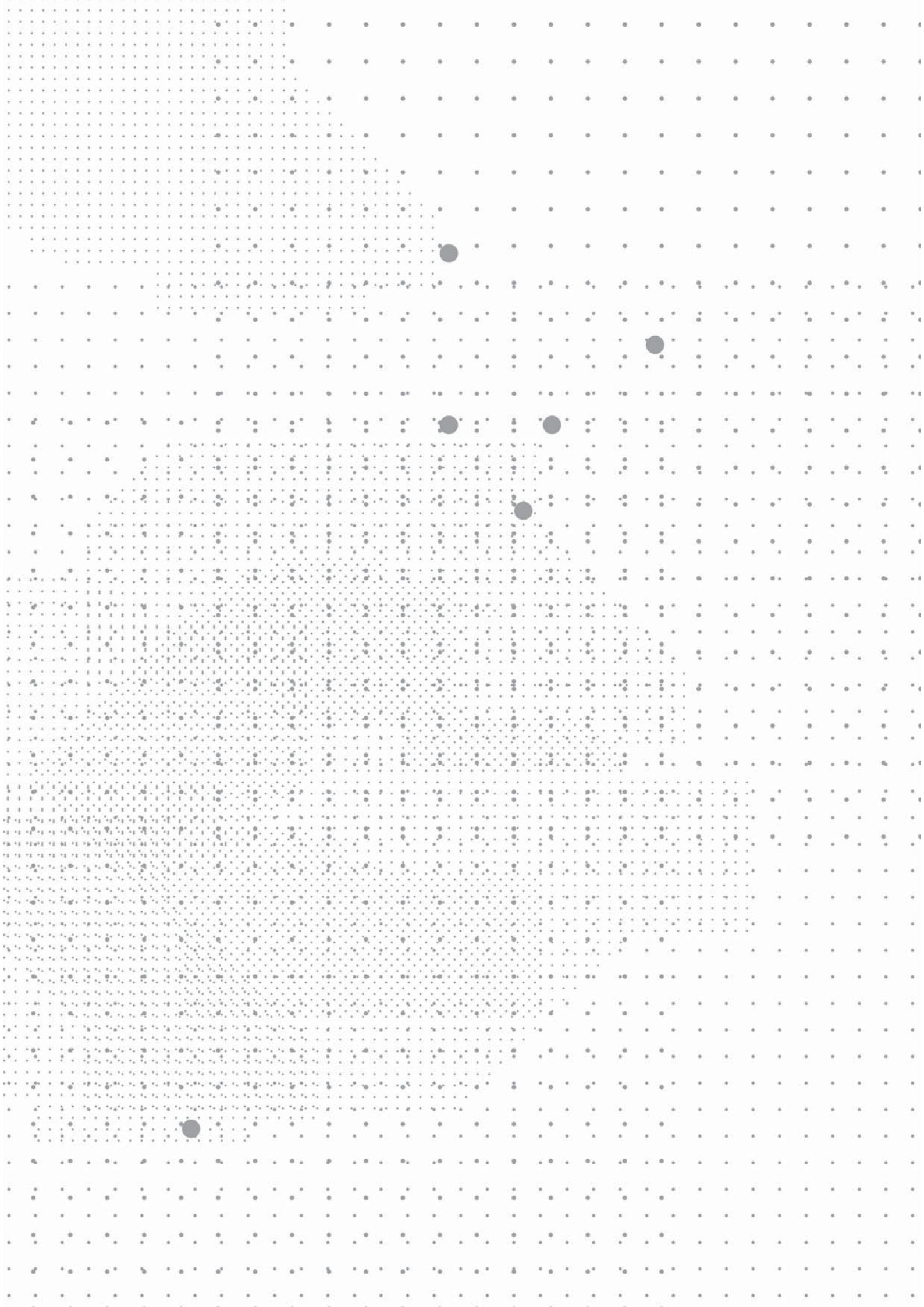
AGNIESZKA ŁADA

BAROMETR
POLSKA – NIEMCY 2013
WIZERUNEK NIEMIEC
I NIEMCÓW W POLSKIM
SPOŁECZEŃSTWIE
PO DZIESIĘCIU LATACH
WSPÓLNEGO CZŁONKOSTWA
W UNII EUROPEJSKIEJ





Główne wnioski	5
Wstęp	7
Różnorodne kontakty Polaków z Niemcami	9
Pozytywny obraz Niemiec w Polsce	13
Dominacja skojarzeń historycznych	13
Dobrze funkcjonujące państwo	16
Pozytywny stosunek do niemieckiego społeczeństwa	19
Wzrost poziomu sympatii do Niemców i spadek poziomu antypatii	19
Rosnąca akceptacja Niemców w różnych rolach społecznych	22
Pozytywna ocena cech charakteru	26
Ścisłe relacje polityczne	33
Niemcy – najważniejszy partner	33
Relacje oparte na kompromisach	34
Wspólnota interesów wobec Rosji – brak jednoznacznego stanowiska	36
Czynniki wpływające na postrzeganie Niemiec i Niemców	39
Podsumowanie	41
Aneks	43
Nota o autorce	45
Wykaz publikacji z obszaru stosunków polsko-niemieckich	47





- ▶ **Polacy czerpią wiedzę o Niemczech przede wszystkim z mediów, ale istotnym źródłem informacji są także kontakty osobiste.** Po 1990 roku blisko jedna trzecia (30%) Polaków odwiedziła Niemcy – prawie co dziesiąty (9%) mieszkaniec Polski raz lub kilka razy w roku jeździ do tego kraju. Jedna trzecia (34%) Polaków ma w Niemczech polskich krewnych lub znajomych. Co piąty (19%) mieszkaniec Polski utrzymuje sporadyczne kontakty z Niemcami mieszkającymi w Niemczech, a 16% Polaków ma tam krewnych lub znajomych Niemców.
- ▶ **Skojarzenia, jakie Polacy mają najczęściej, gdy słyszą słowo „Niemcy”, wiążą się przeważnie z historią – głównie z drugą wojną światową** (25,2% wszystkich skojarzeń). Jedna piąta skojarzeń (20,2%) jest związana z Niemcami jako krajem dobrobytu. O połowę rzadziej (11,6%) Niemcy kojarzą się Polakom z państwem ładu i porządku.
- ▶ **Obraz niemieckiego państwa jest w Polsce od lat bardzo dobry.** Polacy są w większości (83%) przekonani, że niemiecka gospodarka dobrze się rozwija – blisko połowa (48%) respondentów sądzi, że w Niemczech respektuje się prawa mniejszości narodowych i etnicznych, przeciwnego zdania jest czterokrotnie mniej badanych (12%). Coraz rzadziej Polacy – w porównaniu z ubiegłymi latami – wskazują trudności związane z biurokracją (16%) i korupcją (15%) w Niemczech.
- ▶ **Prawie połowa (47%) Polaków odczuwa sympatię do Niemców.** Stosunek ten jest więc umiarkowanie pozytywny. Poziom sympatii trzykrotnie przewyższa poziom antypatii. Jednocześnie regularnie wzrasta poziom sympatii Polaków do Niemców, spada zaś poziom antypatii.
- ▶ **Poziom akceptacji Niemców przez Polaków we wszystkich rolach społecznych jest bardzo wysoki i zdecydowanie wzrósł w ostatnich latach.** Największą akceptacją Niemcy cieszą się w roli: mieszkańca (84%), współpracownika (84%), sąsiada (83%), podwładnego (82%), polskiego obywatela (80%). Duży poziom akceptacji uzyskują również role wymagające ściślejszego kontaktu osobistego i (lub) zaufania: przyjaciel (80%), zięć lub synowa (78%), szef (76%), radny (72%). Wzrost poziomu akceptacji od 2008 roku jest bardzo duży – od dziewięciu (współpracownik) do dwudziestu czterech (radny) punktów procentowych.
- ▶ **Polacy przypisują Niemcom pozytywne cechy charakteru.** Wielu polskich respondentów uważa, że typowy Niemiec jest: dobrze zorganizowany (78%), zdyscyplinowany (77%), przedsiębiorczy (73%), skuteczny (70%), odpowiedzialny (69%) i pracowity (65%). Polacy częściej dostrzegają dobre cechy u Niemców niż u rodaków (pozytywniej cechy Polaków badani oce-

niają jedynie w wypadku życzliwości, towarzyskości, religijności, skromności i dobrego wykształcenia).

- ▶ **Niemcy – w opinii Polaków – są bezsprzecznie najważniejszym polskim partnerem.** Konieczność współpracy z Niemcami jest wskazywana przez blisko połowę (48%) badanych. Pod tym względem Niemcy zdecydowanie wyprzedzają inne państwa: Stany Zjednoczone (28%), Wielką Brytanię (22%), Rosję (21%), Czechy (10%), Ukrainę (3%) i Litwę (2%).
- ▶ **Większość (60%) Polaków uważa, że w relacjach z Niemcami Polska powinna nastawiać się na współpracę i zawieranie kompromisów.** W porównaniu z opiniami z 2008 roku nie odnotowano w tym wypadku znacznych zmian. Jedna trzecia (33%) Polaków sądzi, że należy zdecydowanie bronić własnych interesów.
- ▶ **Polacy są bardzo podzieleni w odpowiedzi na pytanie o to, czy w polityce wobec Rosji Polska i Niemcy mają wspólne (43%) czy jednak rozbieżne (42%) interesy.**
- ▶ Większość Polaków ma wyrobioną opinię o różnych aspektach funkcjonowania niemieckiego państwa oraz na temat obywateli i polityki Niemiec. Odsetek badanych uchylających się od odpowiedzi jest stosunkowo niski, niewykraczający poza normy w tego typu badaniach.



Już niedługo Polska będzie świętować dziesiątą rocznicę wstąpienia do Unii Europejskiej. Będzie to doskonała okazja do podsumowania danych gospodarczych i zmian politycznych. Członkostwo w Unii Europejskiej to jednak także, czasami nawet przede wszystkim, zbliżanie się społeczeństw, zarówno rzeczywiste – przez podejmowanie pracy czy studiów i podróżowanie bez przeszkód po całym terytorium Wspólnoty, jak i symboliczne – przez kształtowanie wspólnej przyszłości, dzielenie tych samych praw i obowiązków. Stopień integracji w tym zakresie może być mierzony przez wskazanie, co myślą o sobie poszczególne społeczeństwa europejskie, jak oceniają inne kraje i ich mieszkańców. Instytut Spraw Publicznych jeszcze przed akcesją Polski do Unii Europejskiej podjął się zbadania, jak wówczas postrzegano Polaków w Europie i jak Polacy odnosili się do społeczeństw, z którymi niebawem mieli tworzyć jedną Wspólnotę¹. Miało to na celu określenie wyzwań, jakie integracja europejska niesie w – czasami mniej podkreślanym – ludzkim wymiarze, który tak często może być pomijany w natłoku negocjacji o harmonizowaniu prawa czy o wskaźnikach ekonomicznych. Badania przeprowadzone w Austrii, we Francji, w Hiszpanii, Niemczech i Wielkiej Brytanii ujawniły rozległą niewiedzę mieszkańców państw zachodnich na temat Polski, obawy związane z rozszerzaniem Unii Europejskiej na Wschód i dystans do polskiego społeczeństwa. Z kolei odpowiedzi udzielone na identyczne pytania na temat tych państw i ich narodów postawione w Polsce wykazały, że Polacy czuli się wówczas zdecydowanie bliżsi tym społeczeństwom niż odwrotnie, ale jednocześnie dostrzegali duże różnice w potencjale rozwoju. Opinie zależały jednak od ocenianego kraju.

Narodem, który przez lata budził w Polsce największe emocje, byli Niemcy. Wspólna historia – skomplikowana i nasycona wieloma ludzkimi tragediami – mocno wpłynęła na podejście Polaków do niemieckiego społeczeństwa. Okres poprzedzający wstąpienie Polski do Unii Europejskiej, kiedy to Niemcy były największym orędownikiem i realnym wsparciem na polskiej drodze do Wspólnoty, nie tylko zapoczątkował zmiany w politycznych i gospodarczych relacjach między oboma krajami, ale także umożliwił ponowne poznanie się i zbliżenie obu społeczeństw. Rzeczywiście to nastąpiło – porównanie opinii Polaków o Niemczech i Niemcach z 2000 i 2005 roku pokazało wzrost ocen pozytywnych. Dalszy rozwój wzajemnych relacji już podczas wspólnego członkostwa w Unii Europejskiej pozwalała sądzić, że proces ten będzie postępował. Przedstawione poniżej wyniki potwierdzają to przypuszczenie. Dzięki zadaniu

¹ L. Kolarska-Bobińska, *Obraz Polski i Polaków w Europie*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2003.

respondentom wielu tych samych pytań, jakie postawiono podczas badań w 2000, 2005 i 2008 roku, można zaobserwować dynamikę zmian w wizerunku niemieckiego państwa i jego mieszkańców w polskiej opinii publicznej.

Niniejsza publikacja stanowi kontynuację wspólnej serii „Barometr Polska – Niemcy” Instytutu Spraw Publicznych i Fundacji Konrada Adenauera w Polsce, regularnie przedstawiającej wyniki badań dotyczących postrzegania Niemiec i Niemców w Polsce. Co roku poruszamy inny aspekt relacji między obu krajami, na przykład znaczenie historii czy polityki europejskiej w ich stosunkach. Najnowsza edycja „Barometru Polska – Niemcy” nawiązuje jednocześnie do wieloletniej tradycji Instytutu Spraw Publicznych badania wzajemnego postrzegania się Polaków i innych narodów europejskich. Spojrzenie z tej perspektywy nabiera szczególnego znaczenia w przeddzień dziesiątej rocznicy polskiego członkostwa w Unii Europejskiej. Zarówno cała seria, jak i niniejsza publikacja są także kontynuacją wspólnej misji obu organizacji partnerskich – Instytutu Spraw Publicznych i Fundacji Konrada Adenauera w Polsce – którym zależy na dbałości o rozwój relacji polsko-niemieckich, wskazywaniu ich olbrzymiego znaczenia i potencjału oraz na regularnym dostarczaniu rzetelnych mierników stanu tych stosunków. Jednym z ważnych wskaźników są właśnie badania wzajemnego postrzegania się obu społeczeństw.

Zagadnienia opisane w niniejszej publikacji dotyczą Niemiec i niemieckiego społeczeństwa – opinii o funkcjonowaniu niemieckiego państwa, skojarzeń, jakie mają z nim Polacy, poziomu sympatii i akceptacji Niemców oraz wybranych zagadnień politycznych. W większości wypadków oceny Polaków zestawiono z odpowiedziami na takie same pytania zadane przez badaczy Instytutu Spraw Publicznych wiosną 2013 roku w Niemczech².

Podobnie jak w poprzednich edycjach, polskie badanie terenowe – przeprowadzone od 5 do 8 września 2013 roku na reprezentatywnej grupie 1 tysiąca Polaków powyżej piętnastego roku życia – zostało zrealizowane na zlecenie Instytutu Spraw Publicznych przez GfK Polonia.

² Badanie w Niemczech zrealizowano wspólnie z Fundacją Bertelsmanna, a jego wyniki opublikowano w: J. Kucharczyk, A. Łada, C. Ochmann, Ł. Wenerski, *Polityka i życie codzienne. Niemieckie spojrzenie na Polskę i Rosję*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2013. Ponieważ publikacja ta zawiera szerokie wprowadzenia do każdej omawianej serii pytań, poniżej zarysowano przede wszystkim same wyniki po stronie polskiej, odnosząc je do odpowiedzi Niemców i opatrując krótkim komentarzem.



Bezpośrednie sąsiedztwo, wspólna historia, ścisłe relacje gospodarcze, polityczne i społeczne powodują, że Polacy mogą mieć liczne i różnorodne kontakty z Niemcami – potwierdzają to w pełni wyniki przeprowadzonego badania.

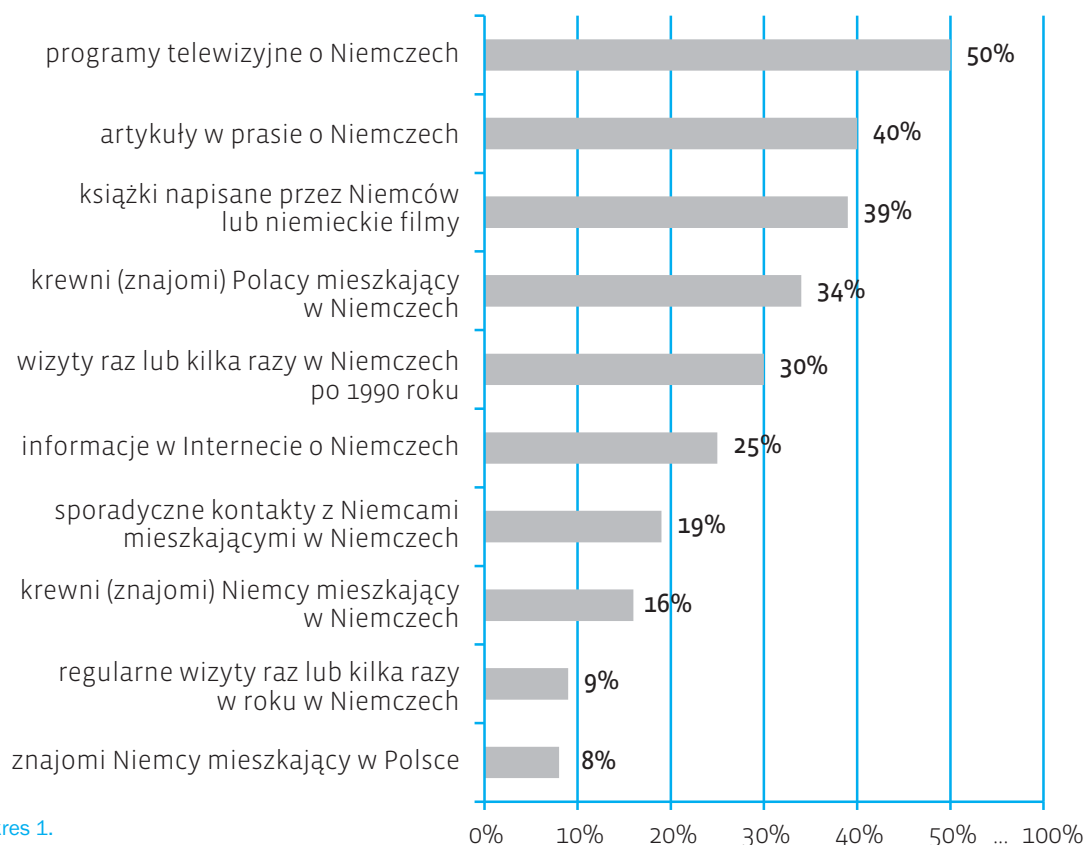
Połowa Polaków ogląda w telewizji materiały poświęcone Niemcom, a 40% respondentów czyta w prasie artykuły na ten temat. Co czwarty Polak dowiaduje się czegoś o Niemczech w Internecie. Media stanowią więc dominujące źródło wiedzy. Dla 39% badanych dość istotny sposób czerpania informacji stanowią także niemieckie książki i filmy, przy czym w wypadku książek można przypuszczać, że jest to wynik znajomości kanonu lektur szkolnych, w którym byli obecni niemieccy autorzy.

Po 1990 roku blisko jedna trzecia (30%) Polaków odwiedziła Niemcy. Prawie co dziesiąty (9%) respondent regularnie – raz lub kilka razy w roku – jeździ do tego kraju. Jedna trzecia (34%) Polaków ma w Niemczech polskich krewnych lub znajomych. Co piąty (19%) badany wskazuje sporadyczne kontakty z Niemcami mieszkającymi w Niemczech, 16% Polaków ma tam krewnych lub znajomych Niemców, 8% respondentów ma znajomych Niemców zamieszkałych w Polsce.

Jednocześnie osoby, które były w Niemczech lub regularnie odwiedzają Niemcy, to zwykle te same osoby, które deklarują posiadanie w Niemczech krewnych lub znajomych (Niemców lub Polaków) albo znajomość Niemców mieszkających w Polsce. Kontakty osobiste sprzyjają więc poznawaniu kraju i odwrotnie – wyjazdy do Niemiec pozwalają zdobywać znajomych z tego państwa.

W ostatnich latach spada jednak zainteresowanie korzystaniem z różnych źródeł informacji o Niemczech i Niemcach (takich, które można porównać), mniej osób bowiem czerpie wiedzę na ten temat z telewizji czy prasy oraz z niemieckich książek czy filmów. Niższy odsetek badanych deklaruje także osobiste kontakty z Niemcami w Polsce lub w Niemczech albo z Polakami w Niemczech. Obecnie ważnym źródłem zdobywania informacji stał się z kolei Internet, nieuwzględniany w poprzednich badaniach.

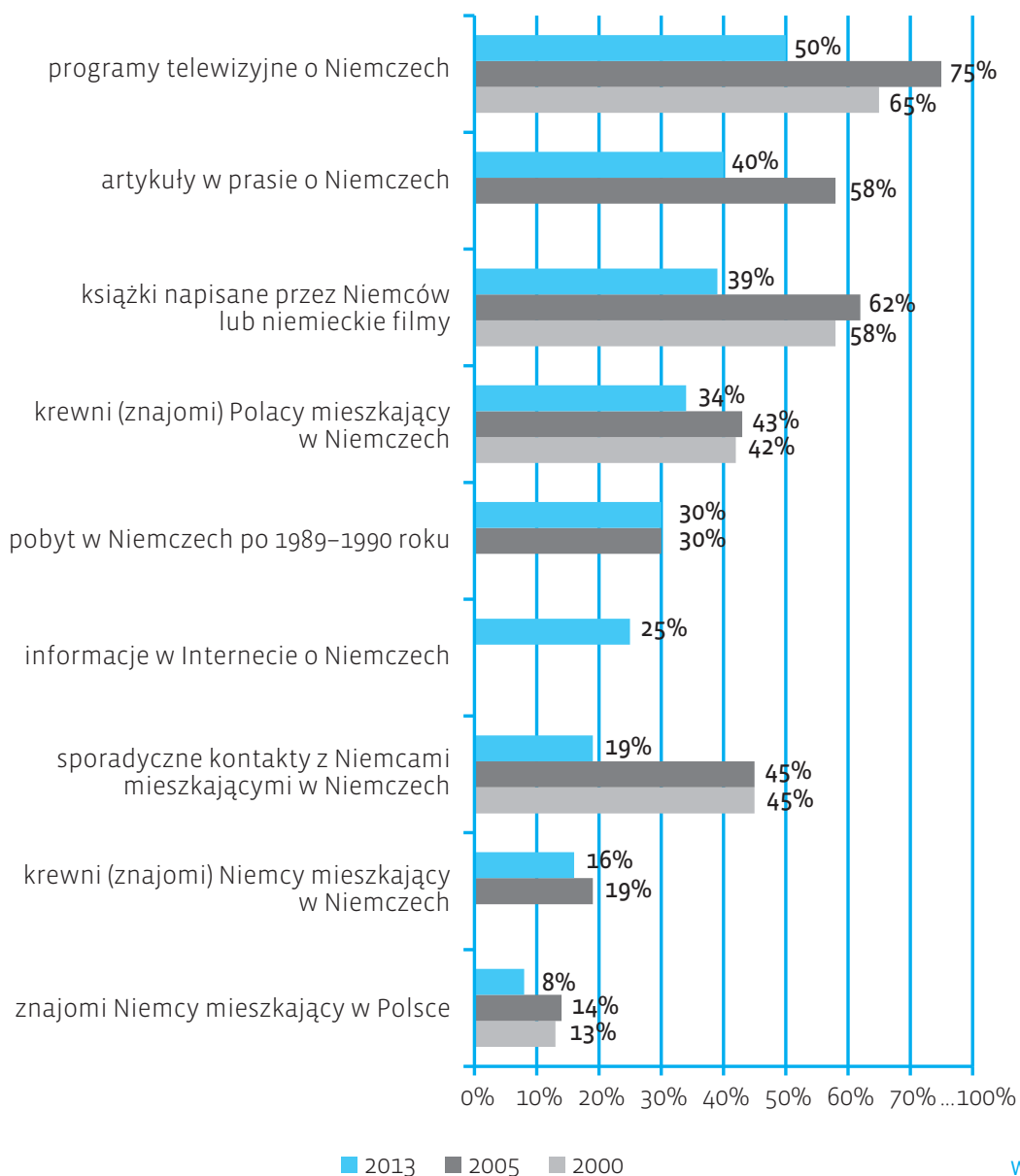
Polacy czerpią wiedzę o Niemczech przede wszystkim z mediów, ale istotnym źródłem informacji są także kontakty osobiste



Wykres 1.
Źródła kontaktów Polaków z Niemcami oraz wiedzy Polaków o Niemczech i Niemcach w 2013 roku

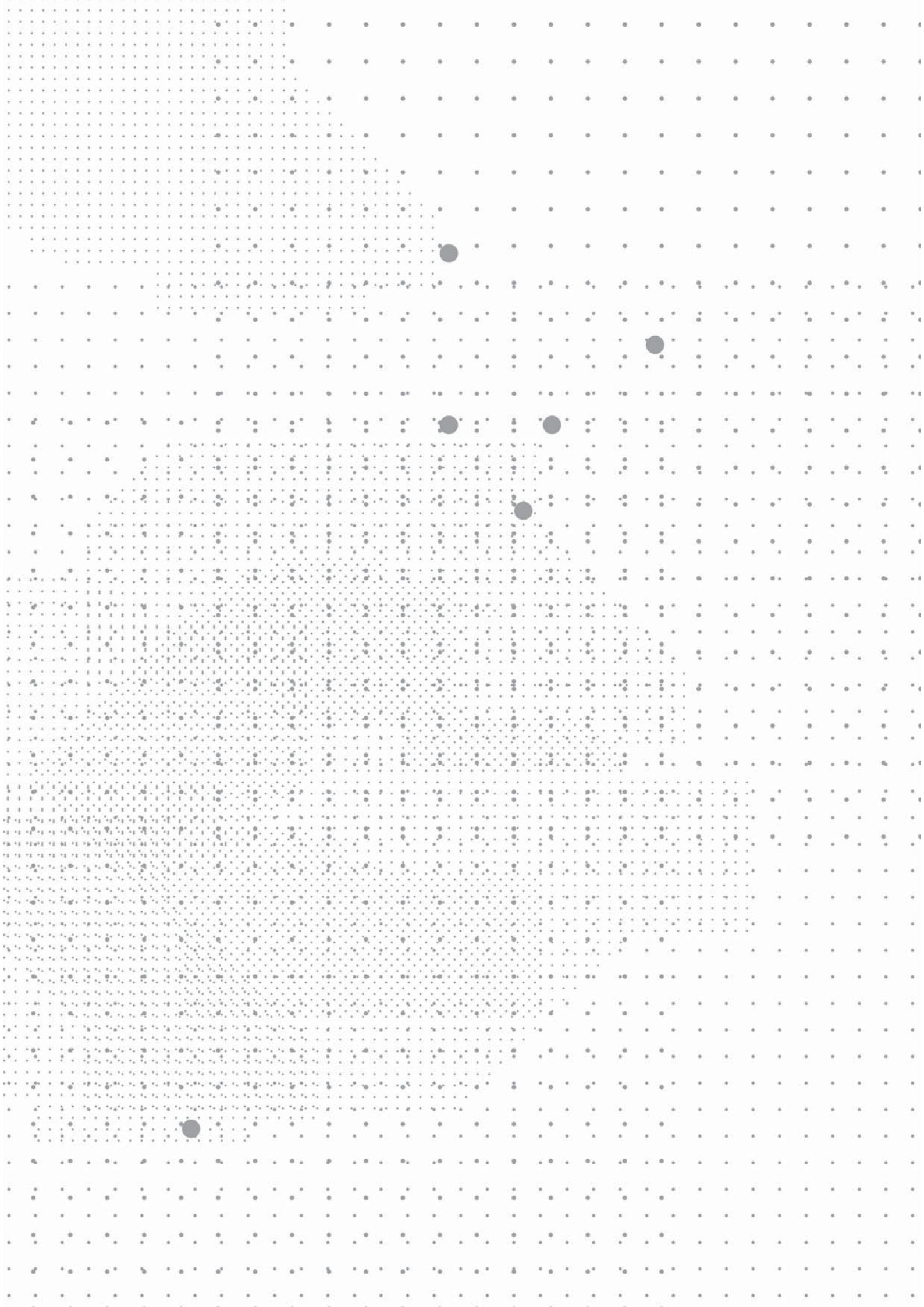
Źródło: Instytut Spraw Publicznych, 2013 rok.

W wypadku każdej możliwości ujętej w ankiecie respondent mógł wskazać jedną z trzech odpowiedzi: „tak”, „nie”, „nie wiem”. Udzielone odpowiedzi nie wskazują więc jedynie głównych źródeł wiedzy Polaków o Niemcach i Niemczech oraz kontaktów Polaków z Niemcami, ale wszystkie dostępne źródła takiej wiedzy i takich kontaktów.



Wykres 2.
 Źródła kontaktów Polaków z Niemcami oraz wiedzy Polaków o Niemczech i Niemcach w 2000, 2005 i 2013 roku

Źródło: Instytut Spraw Publicznych, 2000, 2005 i 2013 rok.





Tak liczne i różnorodne kontakty z zachodnim sąsiadem powodują, że Polacy powinni mieć wyrobiony obraz Niemiec i niemieckiego społeczeństwa. Na taki wizerunek składają się skojarzenia z danym krajem i jego mieszkańcami oraz opinie o funkcjonowaniu danego państwa.

Dominacja skojarzeń historycznych

Skojarzenia, jakie Polacy mają najczęściej, gdy słyszą słowo „Niemcy”, wiążą się przeważnie z historią – głównie z drugą wojną światową, ale także z okresem zaborów i germanizacji we wcześniejszych wiekach. Stanowią one jedną czwartą (25,2%) wszystkich wymienianych skojarzeń. Zdecydowanie najczęściej padają tutaj określenia: „druga wojna światowa”, „Hitler”, „faszyzm”, „okupacja”, „agresja w 1939 roku”. Podgrupa ta stanowi aż 21,4% wszystkich skojarzeń. Rzadziej są to ogólniejsze określenia, dotyczące negatywnych doświadczeń wspólnej przeszłości.

Skojarzenia, jakie Polacy mają najczęściej, gdy słyszą słowo „Niemcy”, wiążą się przeważnie z historią – głównie z drugą wojną światową

Co piątemu Polakowi (20,1%) Niemcy kojarzą się z krajem dobrobytu. W tym wypadku najczęściej są to skojarzenia związane z wysokim poziomem życia, dobrymi zarobkami i ogólnym dobrostanem (8,5%). W dalszej kolejności państwo niemieckie kojarzy się Polakom z rozwiniętą gospodarką (4,8%) czy potęgą i siłą Niemiec w Europie (2,2%), ale także z pomocą socjalną.

Statystycznie tak samo liczna jest grupa skojarzeń najbardziej ogólnych, określających Niemcy i Niemców jako sąsiadów, państwo, kraj czy naród. Przy czym połowę (10,4%) wymienionych określeń stanowi słowo „sąsiad”.

Niemcy dla Polaków to także kraj ładu i porządku (11,6%), w którym panują: dyscyplina, dokładność, precyzja, solidność, sumienność, obowiązkowość, przestrzeganie prawa, surowość obyczajów, rzetelność, pracowitość czy przedsiębiorczość (połowa skojarzeń z tej grupy – 5,7%). Jest to kraj dobrze zarządzany.

Kolejnymi grupami skojarzeń są asocjacje związane z rynkiem pracy (5,8%), kulturą i turystyką (5,5%) czy polityką (5,4%). W tym ostatnim zbiorze połowę stanowią określenia „partner”, „sojusznik”, „Unia Europejska”, jest również wymieniana osoba Angeli Merkel.

Wśród cech charakteru, które ogólnie stanowią 2,3% skojarzeń, dominują cechy negatywne: „butni”, „zamknięty”, „leniwy”, „skąpstwo”, „głośni”, „wyrafinowani”, „zimni”, „wredni”, „pewni siebie”. Co setne skojarzenie jest związane z kontaktami osobistymi, w tym niemiecką rodziną i niemieckimi przyjaciółmi.

Tabela 1.
Grupy skojarzeń
z Niemcami*

Źródło: Instytut Spraw
Publicznych, 2013 rok.

Grupa skojarzeń	Skojarzenia**
okupant, najeźdźca (25,2%)	druga wojna światowa, Hitler, faszyzm, okupacja, roboty przymusowe, napaść, agresja w 1939 roku, obozy koncentracyjne, osobiste i rodzinne doświadczenia związane z wojną wspólna trudna przeszłość, byli wrogami, najeźdźcami, krzywdy wyrządzone w przeszłości Polakom germanizacja, jeden z trzech zaborców
kraj dobrobytu (20,2%)	bogactwo, dobrobyt, wyższy poziom życia, wysokie zarobki, materializm, sklepy, dobre zakupy, pieniądze, euro potęga gospodarcza, dobrze rozwinięta gospodarka, silna, mocna gospodarka, konkretne firmy samochody, infrastruktura, dobre drogi, autostrada potęga w Europie, duży, silny kraj kraj socjalny, dobrze rozwinięta pomoc socjalna, solidarność społeczna, bogaci emeryci
kraj (20%)	sąsiad (nasz, najbliższy) kraj, państwo naród, narodowość zachód obcokrajowcy
kraj ładu i porządku (11,6%)	dyscyplina, dokładność, precyzja, solidność, sumienność, obowiązkowość, przestrzeganie prawa, surowość obyczajów, rzetelność, pracowitość, przedsiębiorczość, jakość porządek, ład, czystość dobrze zarządzany kraj, dobra organizacja pracy, dobra służba zdrowia gospodarność, oszczędność, pragmatyzm demokracja dążenie do perfekcji, profesjonalści, niezawodność
rynek pracy (5,8%)	plantacje truskawek, szparagi, wino, wyjazdy zarobkowe Polaków do Niemiec, praca na czarno, zarobek, robota, można tam dobrze zarobić, nasi rodzice tam jeżdżą do pracy, brak pracy
turystyka, kultura (5,5%)	sport, piłka nożna, Schumacher, Bundesliga, Borussia Dortmund, najlepsze drużyny piłkarskie piwo, Oktoberfest, kielbasa język Berlin, Brama Brandenburska krajobraz, wakacje muzyka

polityka i wzajemne stosunki (5,4%)	członek Unii Europejskiej, partner, NATO, Narody Zjednoczone, współpraca, sojusznik Angela Merkel NRD, obalenie muru
cechy charakteru (2,3%)	szwab, butni, zamknięty, leniwy, skąpstwo, głośni, wyrafinowani, zimni, wredni, pewnie siebie, cwaniacy tolerancja, sympatyczny, miły, otwarty
kontakty osobiste (1%)	rodzina, przyjaciele
inne (2,9%)	

* Każdy ankietowany mógł podać do trzech skojarzeń. Tabela przedstawia odsetek danej grupy skojarzeń spośród wszystkich wymienionych skojarzeń.

** Podkategorie występują w kolejności częstotliwości wskazywania danej grupy skojarzeń.

Posiadane skojarzenia zależą od wieku badanych. Wśród skojarzeń wymienianych przez osoby najstarsze (ponad 65 lat) okupacji dotyczyła prawie połowa z nich (46,1% wszystkich skojarzeń wymienionych przez tę grupę), w najmłodszej grupie wiekowej (od 15 do 24 lat) skojarzenia te stanowiły 20,8% wszystkich skojarzeń, w grupie od 25 do 34 lat – 18,2%, a w grupie od 35 do 44 lat – 21,1%. Co czwarte skojarzenie najmłodszych badanych można zaliczyć do grupy „kraj” (24,3% wszystkich wymienianych skojarzeń), niewiele mniej skojarzeń respondenci ci wiązali z „krajem dobrobytu” (23,4%). Głównie z „krajem dobrobytu” Niemcy kojarzyły się także badanym w wieku od 24 do 35 lat (27,3% wymienianych przez nich skojarzeń).

W wypadku analizy określeń z podziałem na odsetek osób, które wymieniają skojarzenia w danej kategorii, kolejność pozostanie prawie identyczna. Najwięcej osób wymienia określenia związane z okupacją. Kolejną grupą są ogólne skojarzenia: kraj i kraj dobrobytu, kraj ładu i porządku, rynek pracy, polityka, turystyka i kultura oraz cechy charakteru.

Kolejność ta od 2008 roku uległa w związku z tym pewnym zmianom. Przed pięciu laty największą grupę stanowiły skojarzenia związane z krajem ładu i porządku. Sformułowania zgrupowane pod nazwą „okupant, najeźdźca” były na drugim miejscu, na trzecim miejscu znalazła się grupa skojarzeń ze zbioru „kraj dobrobytu”. W 2008 roku żadnych skojarzeń z Niemcami nie podało 8% badanych, w 2013 było to około 5% respondentów.

Wzrost odsetka osób, które obecnie kojarzą Niemcy z krajem okupanta i wojną, w stosunku do ich liczby z 2008 roku jest prawdopodobnie związany z retoryką wielu debat publicznych ostatnich lat. Wspomnienia wojny i krzywd doznanych ze strony Niemców są często przywoływane. Jednocześnie Niemcy nie są już tak często kojarzone jako państwo ładu i porządku, co świadczy o słabnięciu procesu idealizowania Niemiec w polskiej świadomości. Jeżdżąc za Odrę czy współpracując z Niemcami, Polacy nie są już „pod tak dużym wra-

żeniem” zachodnich sąsiadów, jak byli przed laty. Wynika to ze zmniejszania się różnic między oboma krajami i ogólnego wyzbywania się przez Polaków kompleksów, co jest również widoczne w odpowiedziach na pytanie o cechy przypisywane Polakom i Niemcom, omówionym poniżej.

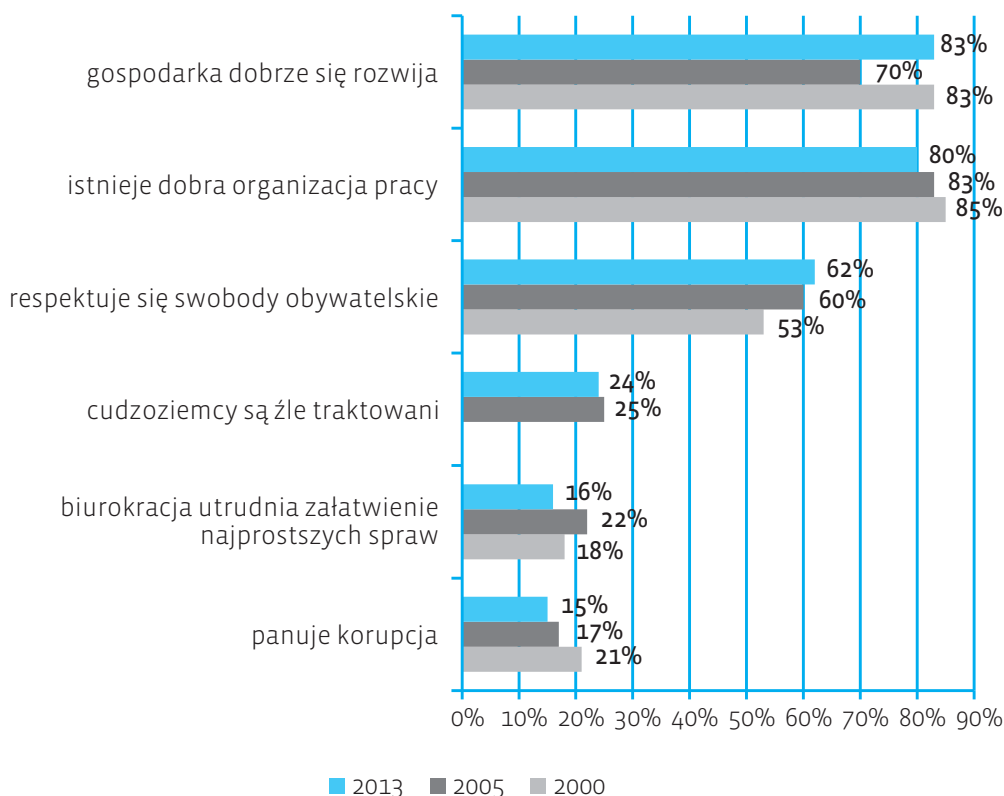
Dobrze funkcjonujące państwo

Liczne doniesienia medialne i osobiste kontakty Polaków z Niemcami pozwalają polskiemu społeczeństwu wyrobić sobie własną opinię o tym, jak państwo niemieckie funkcjonuje w wymiarze politycznym, gospodarczym czy administracyjnym. Obraz Niemiec w Polsce jest od lat bardzo dobry, co sprawia, że trudno odnotować wyraźną (skokową) poprawę ocen we wszystkich aspektach, w niektórych dziedzinach jednak są widoczne pozytywne zmiany. Polacy są przekonani, że niemiecka gospodarka dobrze się rozwija. Twierdzi tak 83% badanych – tyle samo, ile w 2000 roku, ale o trzynaście punktów procentowych więcej niż w 2005 roku.

Polacy niezmiennie od lat uważają także, że w Niemczech panuje dobra organizacja pracy, choć w porównaniu z wynikami z 2000 roku przekonanie to jest udziałem mniejszej liczby respondentów (spadek z 85% do 80%). Stopniowo coraz pozytywniej Polacy oceniają jednak respektowanie w Niemczech swobód obywatelskich – obecnie twierdzi tak 62% Polaków, podczas gdy w 2000 roku opinię taką wyrażało 53% badanych. Niezmienna pozostaje opinia Polaków na temat traktowania cudzoziemców przez Niemców. Podobnie jak w 2005 roku (25%), również obecnie co czwarty (24%) polski respondent sądzi, że obcokrajowcy są w Niemczech źle traktowani. Blisko połowa (48%) Polaków uważa, że w Niemczech respektuje się prawa mniejszości narodowych i etnicznych, przeciwnego zdania jest czterokrotnie mniej badanych (12%). Wspominanie przez niektórych polskich polityków i część krajowych mediów o ciężkim losie polskojęzycznej grupy w Niemczech nie przebija się więc do polskiej opinii publicznej lub nie jest przez nią przyjmowane jako właściwa ocena.

Coraz rzadziej Polacy – w porównaniu z ubiegłymi latami – są przekonani o trudnościach związanych z biurokracją (16%) i korupcją (15%) w Niemczech (różnice wynoszą kilka punktów procentowych).

Obraz Niemiec w Polsce jest od lat bardzo dobry – 83% Polaków twierdzi, że niemiecka gospodarka dobrze się rozwija



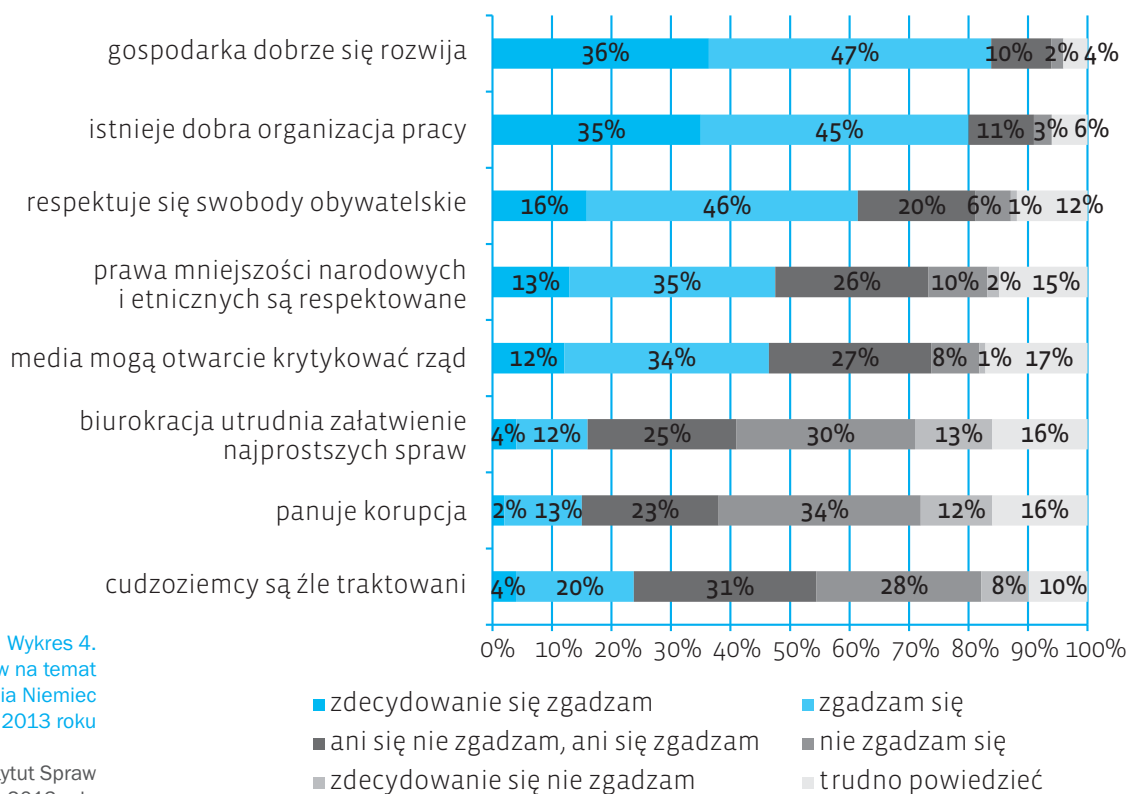
Wykres 3.
Opinie Polaków na temat funkcjonowania Niemiec jako państwa w 2000, 2005 i 2013 roku

Źródło: Instytut Spraw Publicznych, 2000, 2005 i 2013 rok.

Polacy ogólnie są w stanie sformułować opinię o funkcjonowaniu niemieckiego państwa – odsetek badanych, którzy nie potrafili udzielić odpowiedzi, wynosił w zależności od pytania od 4% do 17%. Jest to odsetek typowy dla tego rodzaju pytań, co może być uznane za dobry wynik, szczególnie na tle rezultatów uzyskanych podczas badań dotyczących wzajemnego postrzegania się Polaków i Litwinów (odpowiedzi na takie same pytania nie potrafiło wówczas udzielić od 27% do 50% ankietowanych³).

Cechy społeczno-demograficzne ogólnie nie różnicują wyraźnie i istotnie opinii Polaków na temat funkcjonowania niemieckiego państwa, odnotowano jednak kilka interesujących różnic indywidualnych. Z oceną o panowaniu w Niemczech korupcji zdecydowanie najczęściej nie zgadzają się specjaliści, właściciele i dyrektorzy, a więc osoby, które potencjalnie mogą wchodzić z Niemcami w relacje na płaszczyźnie gospodarczej i dla których ten aspekt funkcjonowania niemieckiego państwa może być szczególnie istotny. O niezależności niemieckich mediów stosunkowo najczęściej są przekonani pracownicy umysłowi i urzędnicy, a więc osoby, które – można założyć – dysponują większą wiedzą na temat Niemiec, zwracają uwagę na ten aspekt demokracji, ewentualnie osobiście śledzą media w Niemczech. Respondenci z grupy pracowników umysłowych i urzędników oraz osoby z wykształceniem wyższym uznają relatywnie częściej, że w Niemczech panuje dobra organizacja pracy.

³ Por. A. Fuksiewicz, J. Kucharczyk, A. Łada, *Obok siebie. Wzajemne postrzeganie się Polaków i Litwinów*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2013.



Uwzględniając preferencje partyjne badanych, należy zauważyć, że wyróżniają się wyborcy Platformy Obywatelskiej, którzy statystycznie najczęściej są przekonani o dobrym funkcjonowaniu niemieckiej gospodarki, dobrej organizacji pracy i niezależności mediów. Z kolei zwolennicy Prawa i Sprawiedliwości częściej niż inni respondenci sądzą, że w Niemczech źle traktuje się cudzoziemców.

Nie występują jednak wyraźne zależności między konkretnymi źródłami wiedzy o Niemczech a oceną niemieckiego państwa i społeczeństwa. Niezbyt silne związki można zauważyć między czerpaniem wiedzy z mediów a opiniami badanych, na przykład informacje o Niemczech uzyskiwane z telewizji przekładają się raczej na pozytywne oceny niemieckiego państwa.



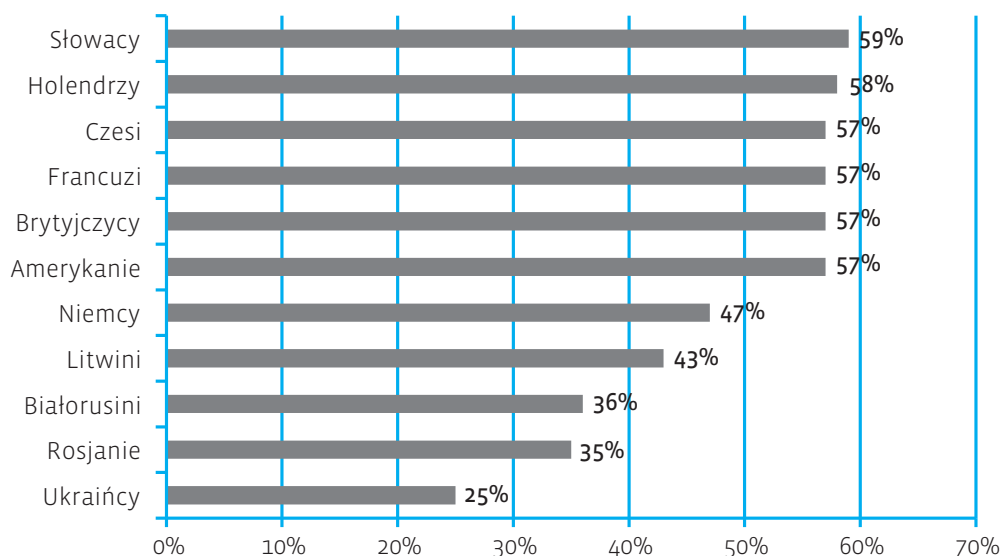
Z wizerunkiem danego kraju jest silnie powiązany stosunek do jego społeczeństwa, obejmujący głównie poziom wyrażanej sympatii, akceptację jego przedstawicieli w różnych rolach społecznych i przypisywanie mieszkańcom tego kraju konkretnych cech charakteru.

Wzrost poziomu sympatii do Niemców i spadek poziomu antypatii

Sympatię do Niemców wskazuje prawie połowa (47%) Polaków, stosunek ten jest więc umiarkowanie pozytywny. Poziom sympatii trzykrotnie przewyższa poziom antypatii. Aby ustalić, czy taki wynik może być uznany za dobry, należy odnieść go do uczuć, jakimi Polacy darzą inne narody. Na skali najbardziej lubianych społeczeństw – spośród jedenastu ujętych w badaniu – Niemcy plasują się na siódmym miejscu, przez co mają jeszcze około dziesięciu punktów procentowych dystansu do najbardziej lubianych społeczeństw.

Największą (i jednakową) sympatią Polacy darzą Słowaków, Holendrów, Czechów, Francuzów, Brytyjczyków i Amerykanów. Wśród sąsiadów Polski Niemcy plasują się więc na trzecim miejscu tego rankingu, prześcigając Litwinów, Białorusinów i Rosjan oraz Ukraińców.

Blisko połowa (47%) Polaków darzy Niemców sympatią – trzykrotnie więcej niż odsetek Polaków czujących do nich antypatię (16%)

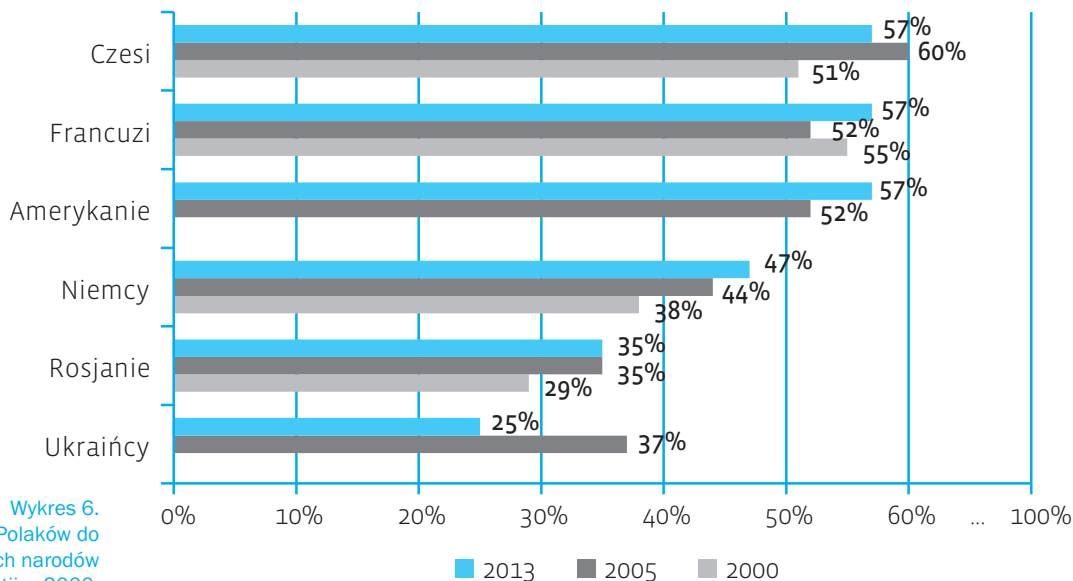


Wykres 5.
Stosunek Polaków do poszczególnych narodów – poziom sympatii w 2013 roku

Źródło: Instytut Spraw Publicznych, 2013 rok.

Poziom sympatii Polaków do Niemców regularnie rośnie, spada zaś poziom antypatii

Drugim punktem odniesienia – obok porównania sympatii do Niemców z sympatią, jaką Polacy darzą inne społeczeństwa – jest kształtowanie się poziomu tego odczucia przez lata. Poziom sympatii do Niemców wzrósł od 2000 roku o dziewięć punktów procentowych, a od 2005 roku – o trzy punkty procentowe. Zmiany w odczuwaniu sympatii do różnych społeczeństw nie są jednak identyczne. W niektórych wypadkach poziom sympatii od 2005 roku pozostał bez zmian (na przykład 35% do Rosjan), w innych wzrósł o kilka punktów procentowych (po 5% do Amerykanów i Francuzów), w jeszcze innych – spadł (o 3% do Czechów, aż o 12% do Ukraińców). Niemcy na tym tle wypadają więc bardzo korzystnie.



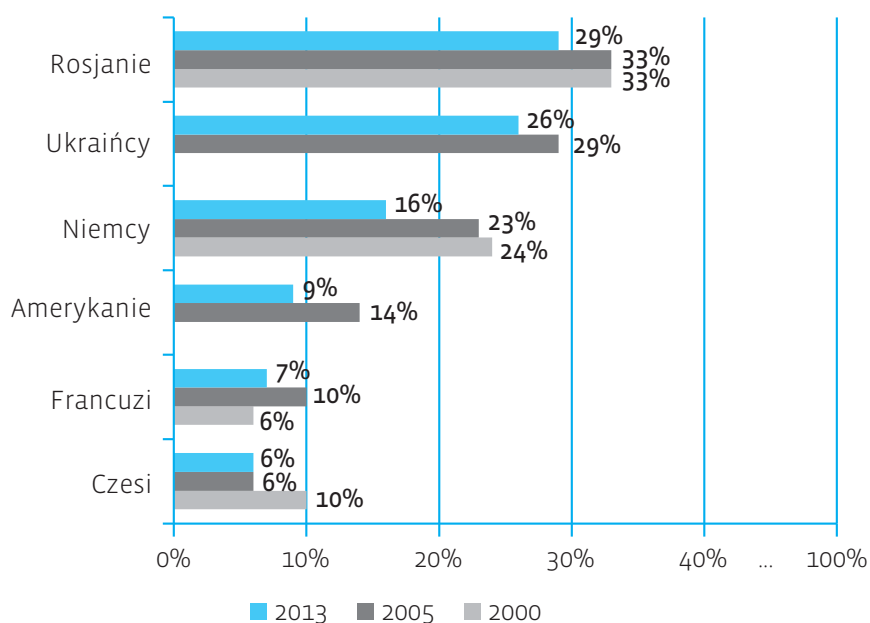
Wykres 6. Stosunek Polaków do poszczególnych narodów – poziom sympatii w 2000, 2005 i 2013 roku

Źródło: Instytut Spraw Publicznych, 2000, 2005 i 2013 rok.

Jednocześnie w ostatnich latach bardzo wyraźnie spadł poziom antypatii do Niemców – w 2000 roku nie lubił ich co czwarty (24%) Polak, obecnie takie odczucia ma 16% respondentów. Jest to jednocześnie największa zmiana w grupie wszystkich porównywanych społeczeństw – ogólnie poziom antypatii wskazywanej przez Polaków spadł, przeważnie jednak jedynie o trzy do pięciu punktów procentowych, ale w wypadku Niemców zmniejszył się o siedem punktów procentowych od 2005 roku.

Analizując stosunek do innych narodów, można zauważyć, że w poziomie odczuwanej przez Polaków antypatii Rosjanie wyprzedzają Ukraińców, mimo że jednocześnie więcej badanych polskich obywateli lubi Rosjan niż Ukraińców.

Także zestawienie średniej sympatii Polaków do poszczególnych narodów wskazuje, że Słowacy, Holendrzy, Francuzi, Czesi, Brytyjczycy i Amerykanie są darzeni największą sympatią (kształtującą się niemal na tym samym poziomie). Kolejne miejsca zajmują dwa sąsiadujące z Polską społeczeństwa – Niemcy i Litwini, a dopiero w dalszej kolejności są wymieniani wschodni sąsiedzi: Białorusini, Ukraińcy i Rosjanie. We wszystkich wypadkach średni poziom sympatii plasuje się po stronie uczuć pozytywnych, ale nie przekracza środka skali (3).



Wykres 7.
Stosunek Polaków do poszczególnych narodów – poziom antypatii w 2000, 2005 i 2013 roku

Źródło: Instytut Spraw Publicznych, 2000, 2005 i 2013 rok.

Naród	Średnia sympatia
Słowacy	2,25
Holendrzy	2,27
Francuzi	2,27
Czesi	2,28
Brytyjczycy	2,28
Amerykanie	2,32
Niemcy	2,56
Litwini	2,57
Białorusini	2,78
Ukraińcy	2,86
Rosjanie	2,91

Tabela 2.
Stosunek Polaków do poszczególnych narodów – średnia odpowiedzi w 2013 roku

Źródło: Instytut Spraw Publicznych, 2013 rok.

W tabeli ujęto średnią odpowiedzi udzielanych na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznaczało „sympatia”, a 5 – „niechęć”.

Niemcy są szczególnie lubiani przez osoby w wieku od 30 do 39 lat, pracujące umysłowo i popierające Platformę Obywatelską. Nie lubią ich najsłabiej wykształceni Polacy. Amerykanów szczególnie lubią najmłodszy polscy obywatele i studenci oraz osoby w wieku od 50 do 59 lat. Brytyjczyków najmniej lubią osoby z wykształceniem wyższym. Najmłodsza generacja stosunkowo częściej niż osoby z innych grup wiekowych lubi także Litwinów – do tych sąsiadów relatywnie większą sympatię odczuwają również mieszkańcy regionu północnego i centralnego. Rosjanie wywołują największą antypatię u najstarszych badanych, emerytów, osób z wykształceniem podstawowym, rolników, Polaków mieszkających w regionie południowo-wschodnim i zachodnim, lubią ich

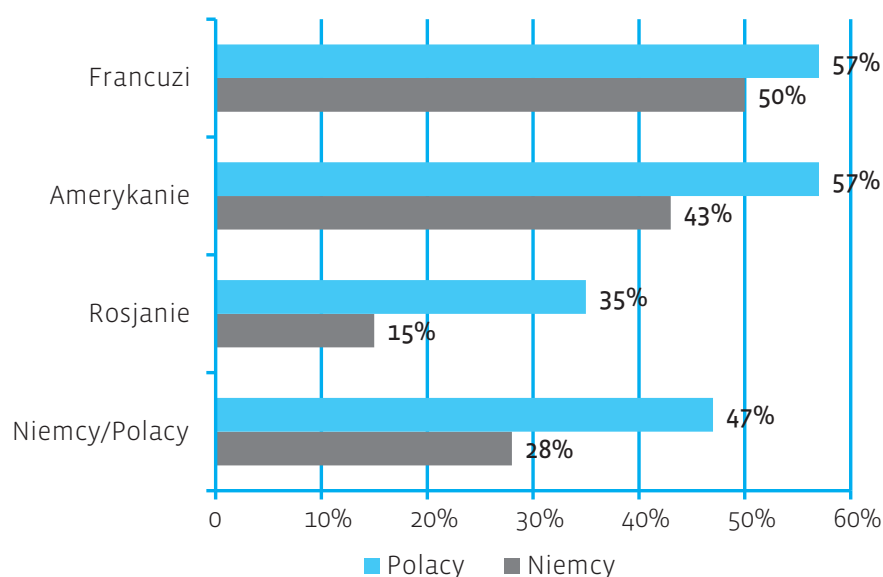
zaś mieszkańcy centralnej i południowej Polski. Białorusinów szczególną sympatią darzą pracownicy umysłowi i urzędnicy, osoby z regionu centralnego.

Deklarowana sympatia do Niemców przekłada się jednocześnie na posiadanie przez respondentów lepszego wizerunku Niemiec jako kraju, co jest tendencją ogólnie powtarzającą się w badaniach postrzegania narodów.

Niemcy zdecydowanie rzadziej darzą Polaków sympatią (28%) niż Polacy Niemców (47%). Spośród siedmiu społeczeństw, o które zapytano w badaniach, największą sympatię Niemcy odczuwają do Holendrów (55%) i Francuzów (50%), w dalszej kolejności zaś do Amerykanów (43%) i Brytyjczyków (37%). Polaków sympatią darzy ponad jedna czwarta Niemców, co sytuuje obywateli Polski na szóstym, przedostatnim miejscu – przed Rosjanami (15%), ale po Grekach (34%), których wizerunek w Niemczech w ostatnich miesiącach, w związku z kryzysem, był negatywny.

Jednocześnie Polaków i Niemców wyraźnie różni poziom sympatii, jaką darzą poszczególne narody. Polacy ogólnie częściej twierdzą, że kogoś lubią. Dotyczy to nie tylko Francuzów (różnica siedmiu punktów procentowych) czy Amerykanów (różnica czternastu punktów procentowych), ale także Rosjan (różnica dwudziestu punktów procentowych). Zestawienie tych wyników jasno pokazuje, że błędne jest nazywanie Niemców rusofilami, z kolei Polaków – rusofobami, gdyż odsetki odpowiedzi dotyczących poziomu sympatii wskazują coś zgoła przeciwnego.

Polacy darzą Rosjan większą sympatią niż Niemcy



Wykres 8.
Stosunek Polaków
i Niemców do
poszczególnych narodów
w 2013 roku

Źródło: Instytut Spraw
Publicznych, 2013 rok;
Instytut Spraw Publicznych
i Fundacja Bertelsmanna,
2013 rok.

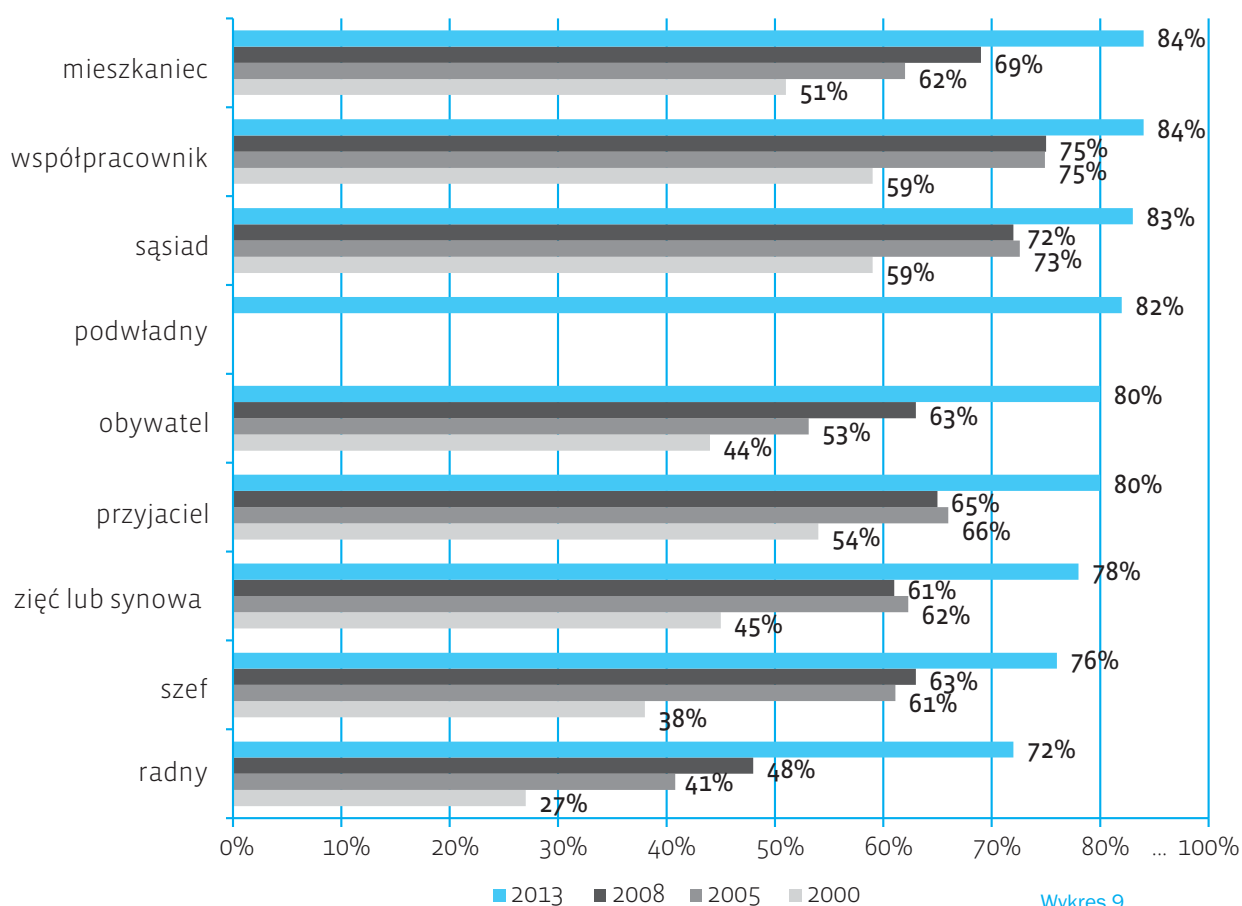
Rosnąca akceptacja Niemców w różnych rolach społecznych

Stosunek do drugiego społeczeństwa przejawia się w sposobie odnoszenia się do jego przedstawicieli w codziennych sytuacjach życiowych. Otwartość na współpracę z kolegą w biurze, gotowość zaakceptowania roli podwładnego

i podporządkowania się decyzjom szefa czy więzy przyjaźni świadczą o tym, że między dwoma społeczeństwami panuje harmonia i zrozumienie.

Polacy akceptują Niemców we wszystkich rolach społecznych – poziom akceptacji jest jednocześnie bardzo wysoki i zdecydowanie wzrósł w ostatnich latach. Największą akceptacją Niemcy cieszą się w rolach: mieszkańca (84%), współpracownika (84%), sąsiada (83%), podwładnego (82%), polskiego obywatela (80%). Wysoki poziom akceptacji uzyskują także role wymagające ściślejszego kontaktu osobistego albo dużego zaufania: przyjaciel (80%), zięć lub synowa (78%), szef (76%), radny (72%). Wzrost poziomu akceptacji od 2008 roku jest bardzo duży – od dziewięciu (współpracownik) do dwudziestu czterech (radny) punktów procentowych – i przypomina skokową poprawę tego wskaźnika odnotowaną między 2000 a 2005 rokiem, ale i tak jest wyższy. Stanowi to dowód na zbliżanie się obu społeczeństw i coraz większą otwartość Polaków na Niemców.

Polacy akceptują Niemców we wszystkich rolach społecznych – poziom akceptacji jest jednocześnie bardzo wysoki i zdecydowanie wzrósł w ostatnich latach

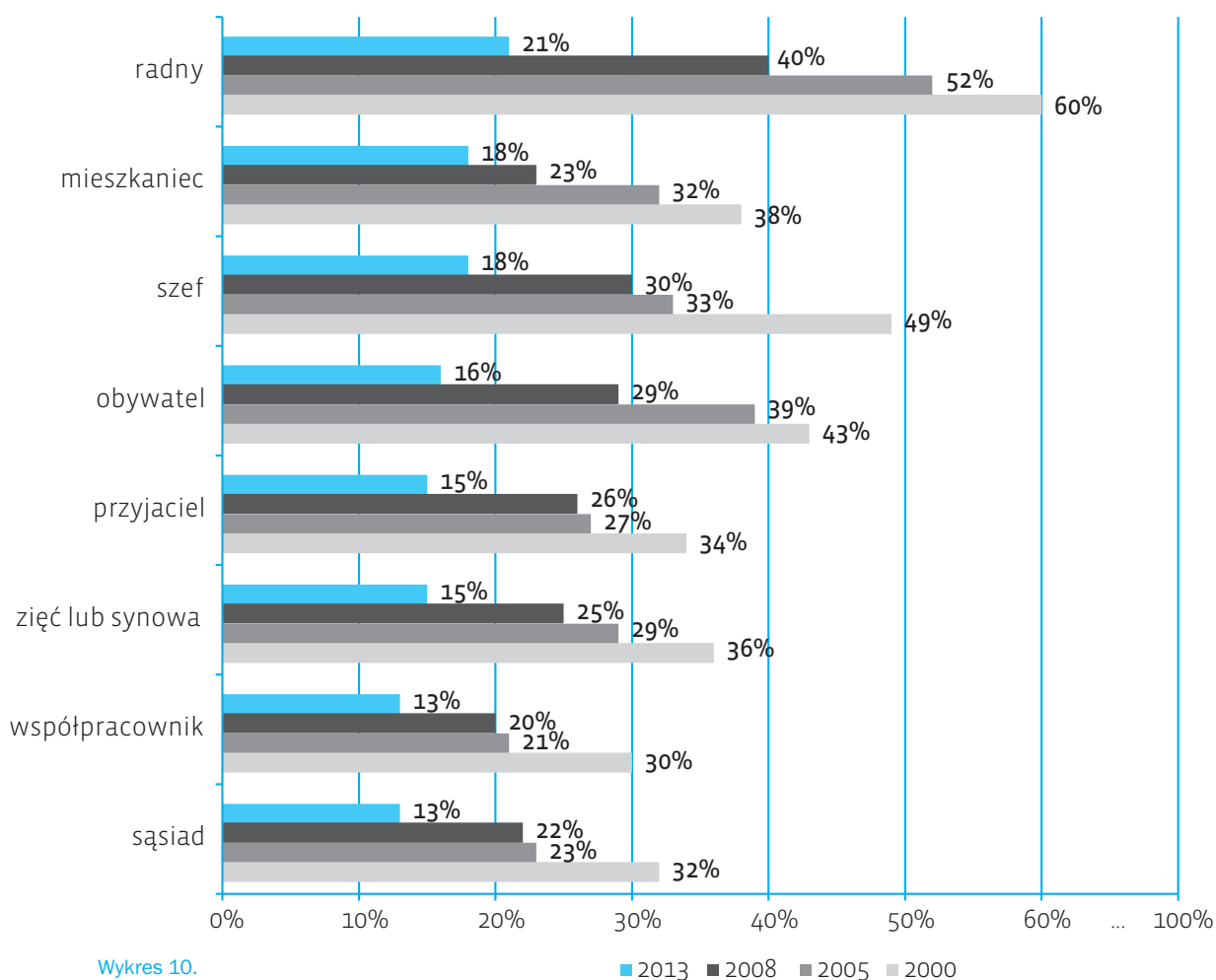


Wykres 9. Akceptacja Niemców w różnych rolach społecznych przez Polaków – zestawienie odpowiedzi pozytywnych w 2000, 2005, 2008 i 2013 roku

Wraz ze wzrostem poziomu akceptacji Niemców w różnych rolach społecznych zmniejsza się dystans społeczny, spada bowiem odsetek Polaków, którzy nie akceptują Niemców w tych rolach. Podobna tendencja w takich badaniach nie musi jednak występować automatycznie, zmiany na skali mogą

Źródło: Instytut Spraw Publicznych, 2000, 2005, 2008 i 2013 rok.

być bowiem wywołane także przez wzrost lub spadek odsetka osób uchylających się od odpowiedzi na dane pytanie. W tym wypadku zmniejszenie się dystansu wynosi od dziewiętnastu (radny) do pięciu (osoba mieszkająca na stałe w Polsce) punktów procentowych.



Wykres 10.
Akceptacja Niemców
w różnych rolach
społecznych przez Polaków
– zestawienie odpowiedzi
negatywnych w 2000,
2005, 2008 i 2013 roku

Źródło: Instytut Spraw
Publicznych, 2000, 2005,
2008 i 2013 rok.

Jako sąsiada, osobę mieszkającą na stałe w Polsce i współpracownika najmniej chętnie widzą Niemca mieszkańcy wsi. Można to łatwo wytłumaczyć ograniczoną stycznością z cudzoziemcami, a więc i niewielką otwartością na obcokrajowców. Statystycznie najłatwiej zaakceptowaliby w tych rolach Niemca warszawiacy. Pod względem podziału regionalnego, w zakresie akceptacji Niemca w roli osoby mieszkającej na stałe w Polsce wyróżniają się osoby z terenów zachodnich i południowych – tam poziom akceptacji jest najwyższy, i osoby z terenów południowo-zachodnich – tam poziom akceptacji jest najniższy. W roli sąsiada relatywnie najchętniej widzieliby Niemca mieszkańcy centralnej i zachodniej Polski, a najmniej chętnie – mieszkańcy południowo-zachodniej części kraju. Badani pochodzący z południowo-wschodniej Polski mieli największy problem z udzieleniem odpowiedzi na to pytanie, najprawdopodobniej z powodu obcości dla nich podobnej sytuacji.

Najmłodszy Polacy, urzędnicy oraz mieszkańcy zachodniej i południowej Polski najrzadziej wyrażali sprzeciw wobec niemieckiego przełożonego. Ponownie największy sceptycyzm w tym zakresie odnotowano w południowo-zachodniej części kraju, podobnie jak w stosunku do niemieckiego przyjaciela. Najbardziej otwarci na przyjaźń z Niemcem są najmłodszy respondenci, z Warszawy i z południowej Polski. Płeć i posiadanie dzieci nie różnicuje otwartości Polaków na niemieckiego zięcia lub niemiecką synową. Pod względem podziałów regionalnych, podobnie jak w poprzednio, największą akceptację deklarują mieszkańcy Polski południowej i zachodniej, najmniejszą – południowo-zachodniej części kraju.

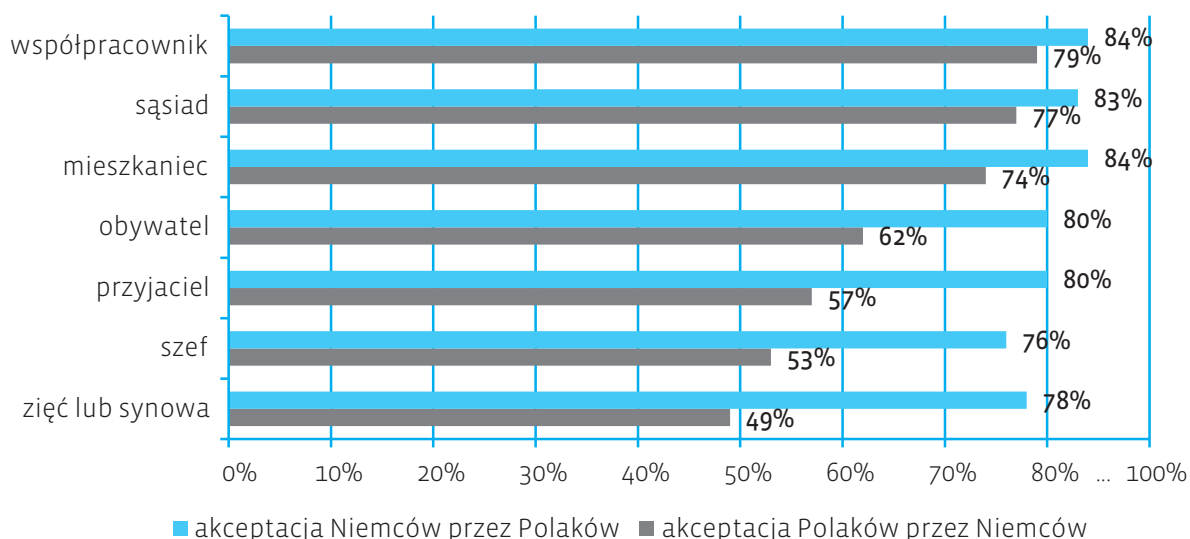
W roli radnego Niemiec największą akceptacją cieszyłby się w miastach do 50 tysięcy mieszkańców, najmniejszą – w miastach powyżej 500 tysięcy mieszkańców (z wyjątkiem Warszawy), w tradycyjnie już przyjaznych Niemcom regionach kraju.

Z punktu widzenia całego zestawu ról, do Niemców najlepiej są nastawieni mieszkańcy południowej, zachodniej i centralnej Polski, najgorzej – mieszkańcy północno-zachodniej części kraju, wyborcy Platformy Obywatelskiej zdecydowanie lepiej niż zwolennicy Prawa i Sprawiedliwości, młodsi lepiej niż starsi.

Stosunkowo częściej brak akceptacji Niemców w różnych rolach społecznych wykazują osoby ogólnie wyrażające niechęć do niemieckiego społeczeństwa.

Poziom akceptacji Niemców przez Polaków przewyższa w każdym wypadku poziom akceptacji Polaków przez Niemców – w niektórych aspektach o znaczny odsetek (od pięciu do nawet dwudziestu dziewięciu punktów procentowych). Jest to nowe zjawisko. W poprzednich latach – na przykład w 2008 roku – w roli współpracownika, sąsiada, obywatela, mieszkańca i radnego Niemcy częściej akceptowali Polaków niż Polacy Niemców. Z kolei Polacy chętniej widzieli wówczas osobę pochodzącą z Niemiec jako szefa czy zięcia lub synową niż Niemcy postrzegali Polaków w tych rolach. Zmiana wiąże się głównie z bardzo dużą poprawą nastawienia polskich obywateli do niemieckiego społeczeństwa. Polacy, którzy zdecydowanie lepiej znają Niemcy, przestali darzyć mieszkańców tego kraju niechęcią, a co za tym idzie – wyobrażają sobie współżycie z nimi w różnych dziedzinach. Niemcy, ogólnie dysponujący niewielką wiedzą o Polsce, są bardziej sceptyczni.

W poziomie akceptacji Polaków przez Niemców jest obecnie zauważalna stosunkowo liczna grupa badanych, którzy nie potrafią udzielić jednoznacznej odpowiedzi na pytanie związane z tymi odczuciami. To wahanie się – w zestawie odpowiedzi kwalifikowane jako stwierdzenie „trudno powiedzieć” – zwłaszcza w wypadku bardziej osobistych ról może być swoistą ucieczką w polityczną poprawność. Wśród Polaków tendencja ta nie występuje – jedynie od 3 do 7% badanych nie chciało odpowiedzieć na to pytanie. Charakterystyczne i niezaskakujące, że najwięcej (7%) respondentów zachowało się tak w wypadku pytania o nastawienie do Niemca jako zięcia lub Niemki jako synowej oraz do Niemca jako radnego.



Wykres 11.
Akceptacja Niemców przez Polaków i Polaków przez Niemców w różnych rolach społecznych w 2013 roku

Źródło: Instytut Spraw Publicznych, 2013 rok; Instytut Spraw Publicznych, Fundacja Bertelsmanna, 2013 rok.

Pozytywna ocena cech charakteru

Poziom akceptacji jest silnie związany z cechami charakteru, jakie przypisuje się przedstawicielom danego społeczeństwa. Polacy bardzo pozytywnie oceniają cechy charakteru Niemców. Szczególnie wielu Polaków uważa, że typowy Niemiec jest: dobrze zorganizowany (78%), zdyscyplinowany (77%), przedsiębiorczy (73%), skuteczny (70%), odpowiedzialny (69%) i pracowity (65%). Wskaźnikiem, jak bardzo dobre są to oceny, może być zestawienie ich

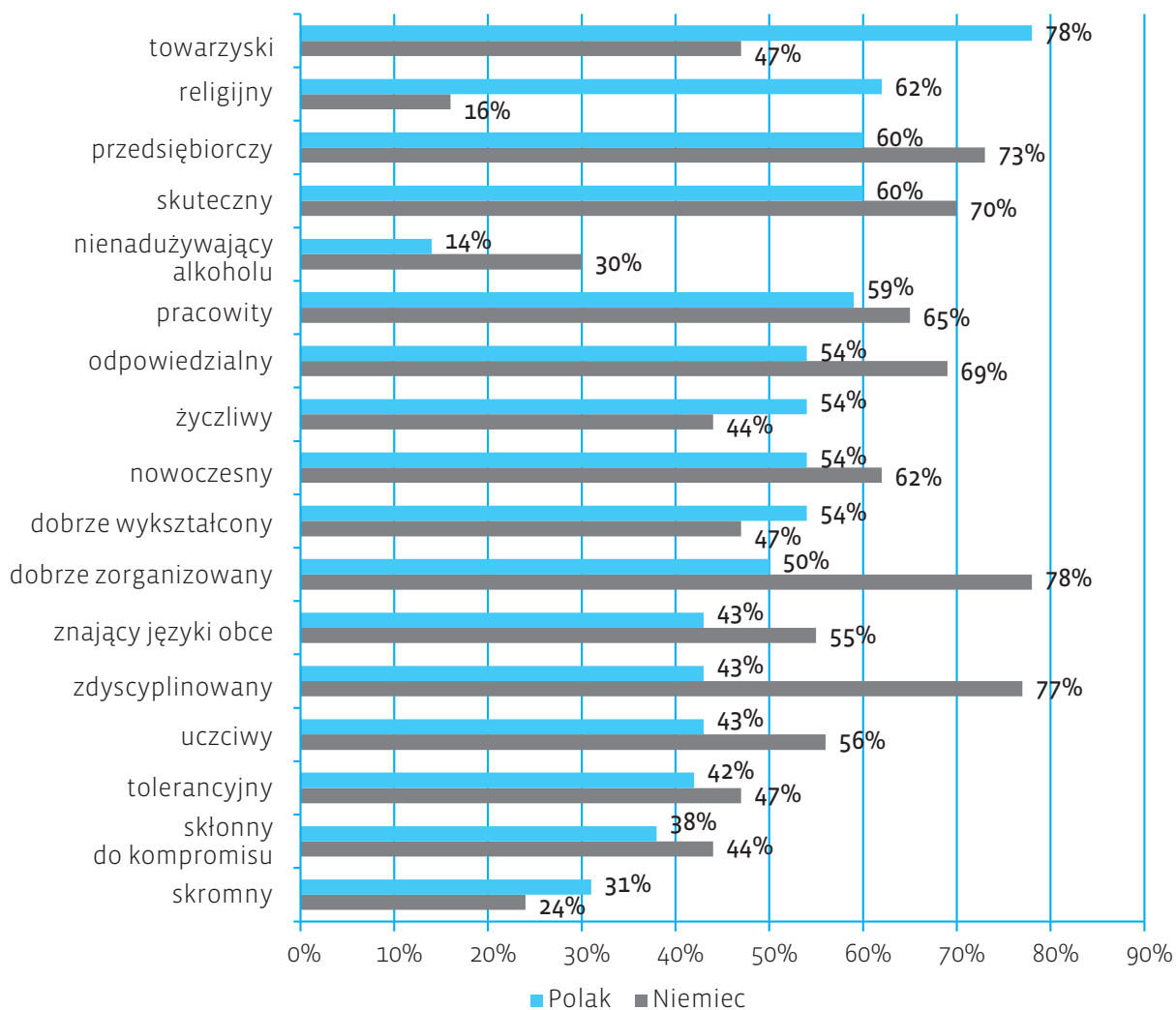
Polacy przypisują Niemcom bardzo pozytywne cechy charakteru. Szczególnie wielu Polaków uważa, że typowy Niemiec jest dobrze zorganizowany, zdyscyplinowany, przedsiębiorczy, skuteczny, odpowiedzialny i pracowity – w zakresie tych cech wizerunek Niemca jest zdecydowanie lepszy niż przeciętnego Polaka

z opiniami Polaków na temat cech ich rodaków, czyli samooceną. W zakresie wymienionych wyżej cech wizerunek Niemca jest zdecydowanie lepszy niż przeciętnego Polaka. Taki obraz dominuje w wypadku większości cech ocenianych w badaniu. Pozytywniej Polacy postrzegają rodaków jedynie pod względem życzliwości, towarzyskości, religijności, skromności i dobrego wykształcenia.

Porównując opinie Polaków o negatywnych cechach Niemców i Polaków, można dostrzec podobną surowość w ocenie rodaków i stosunkowo rzadkie przypisywanie takich cech Niemcom. Największy odsetek (37%) badanych za główną wadę charakteru Niemców uznał zarozumiałość.

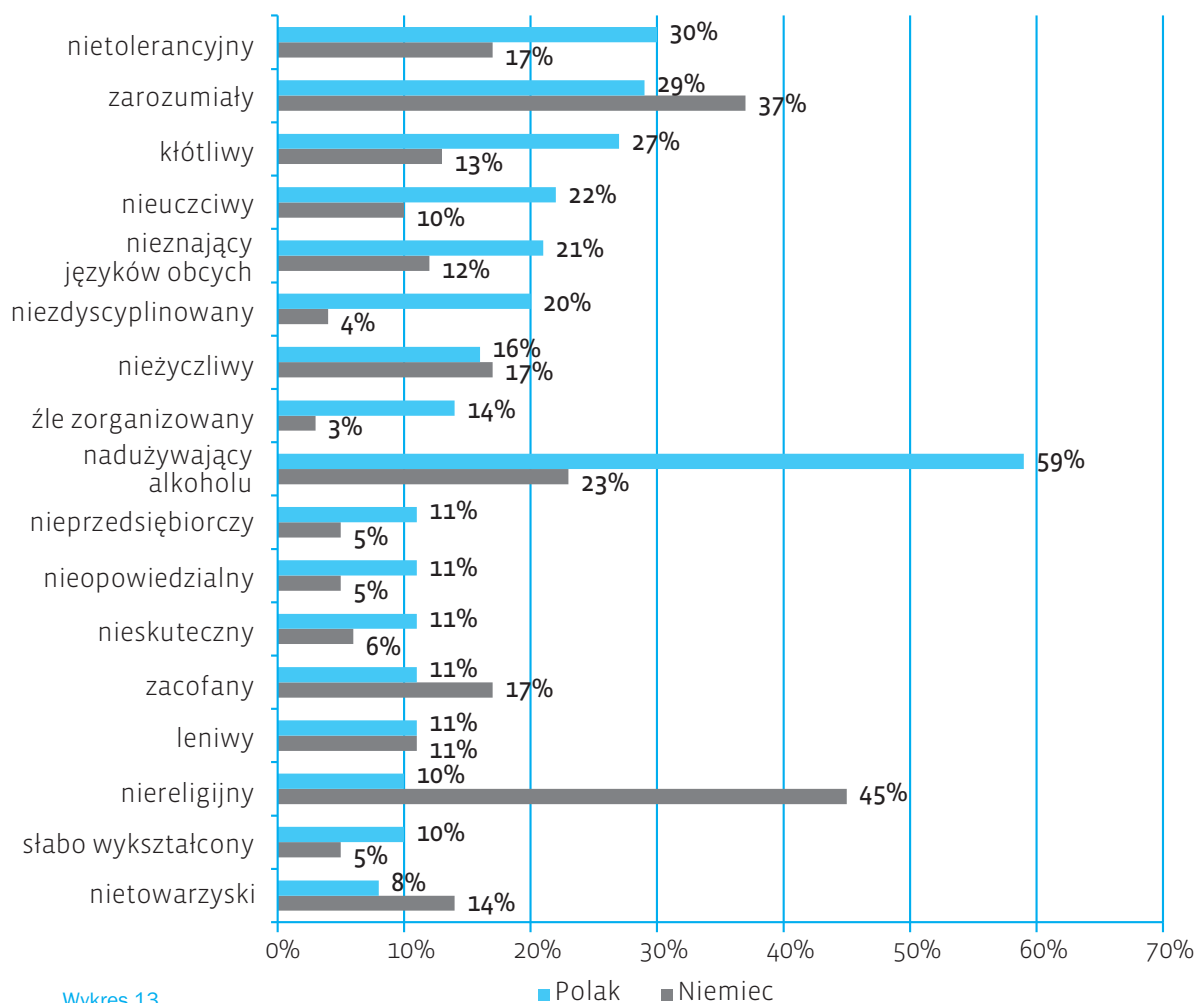
Ocena poszczególnych cech charakteru Niemców była różna w ciągu minionych lat. Opinie Polaków o niemieckiej skuteczności, dobrej organizacji czy odpowiedzialności – a więc cech związanych z pracą – nie uległy diametralnym zmianom. Jednocześnie jednak pogorszyło się zdanie Polaków o niemieckiej dyscyplinie, przedsiębiorczości i nowoczesności, które można zaliczyć do podobnej grupy cech związanych z funkcjonowaniem w pracy i w państwie. Poprawiła się z kolei ocena uczciwości, tolerancji, skromności i życzliwości, czyli cech z grupy wrażliwych, dotyczących

bardziej osobistych kontaktów. Trudno zatem wskazać jednoznaczne tendencje w kształtowaniu się obrazu typowego Niemca w Polsce.



Wykres 12.
Pozytywne cechy typowego Polaka i typowego Niemca w opinii Polaków w 2013 roku

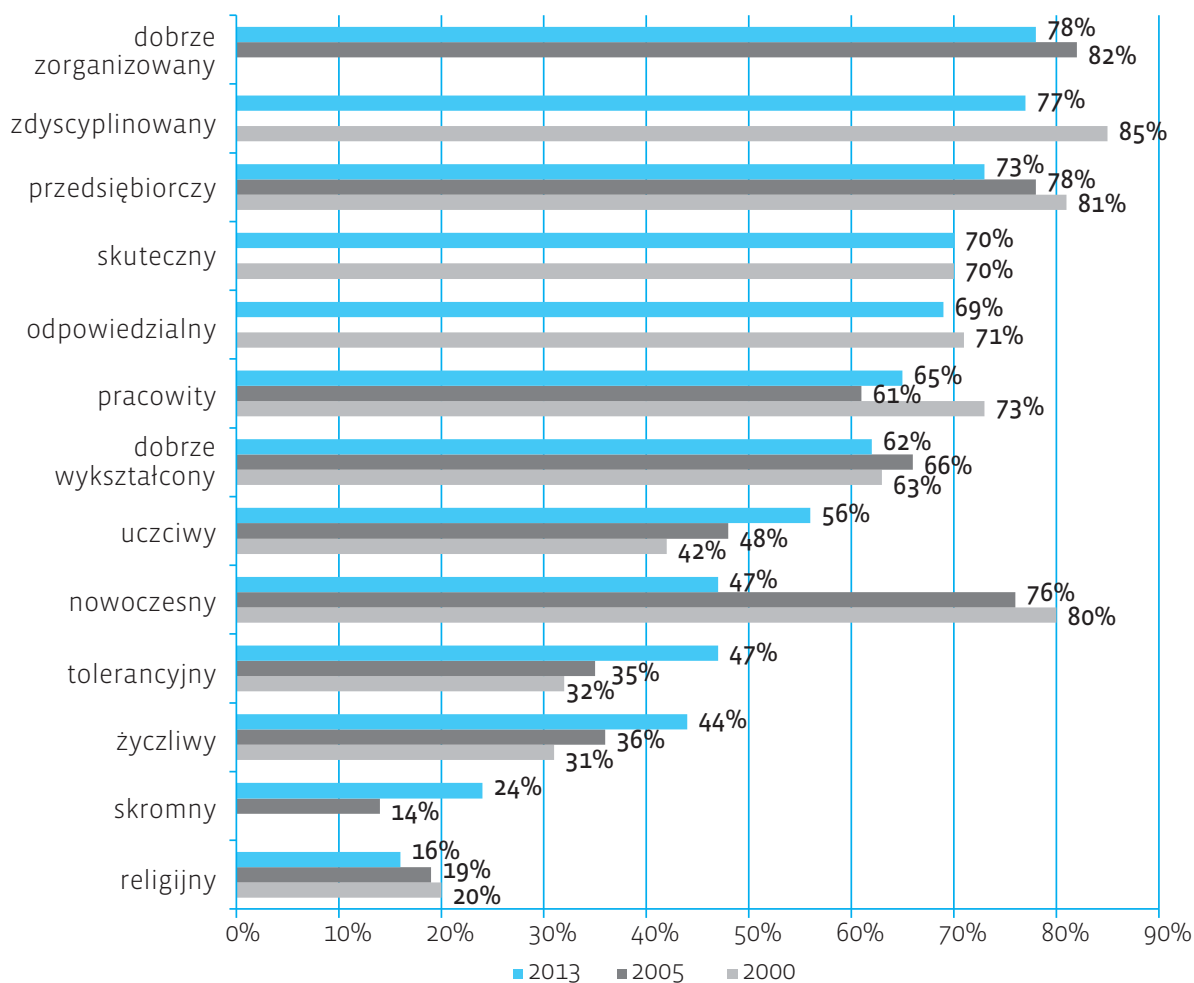
Źródło: Instytut Spraw Publicznych, 2013 rok.



Wykres 13.
Negatywne cechy typowego
Polaka i typowego Niemca
w oczach Polaków
w 2013 roku

Źródło: Instytut Spraw
Publicznych, 2013 rok.

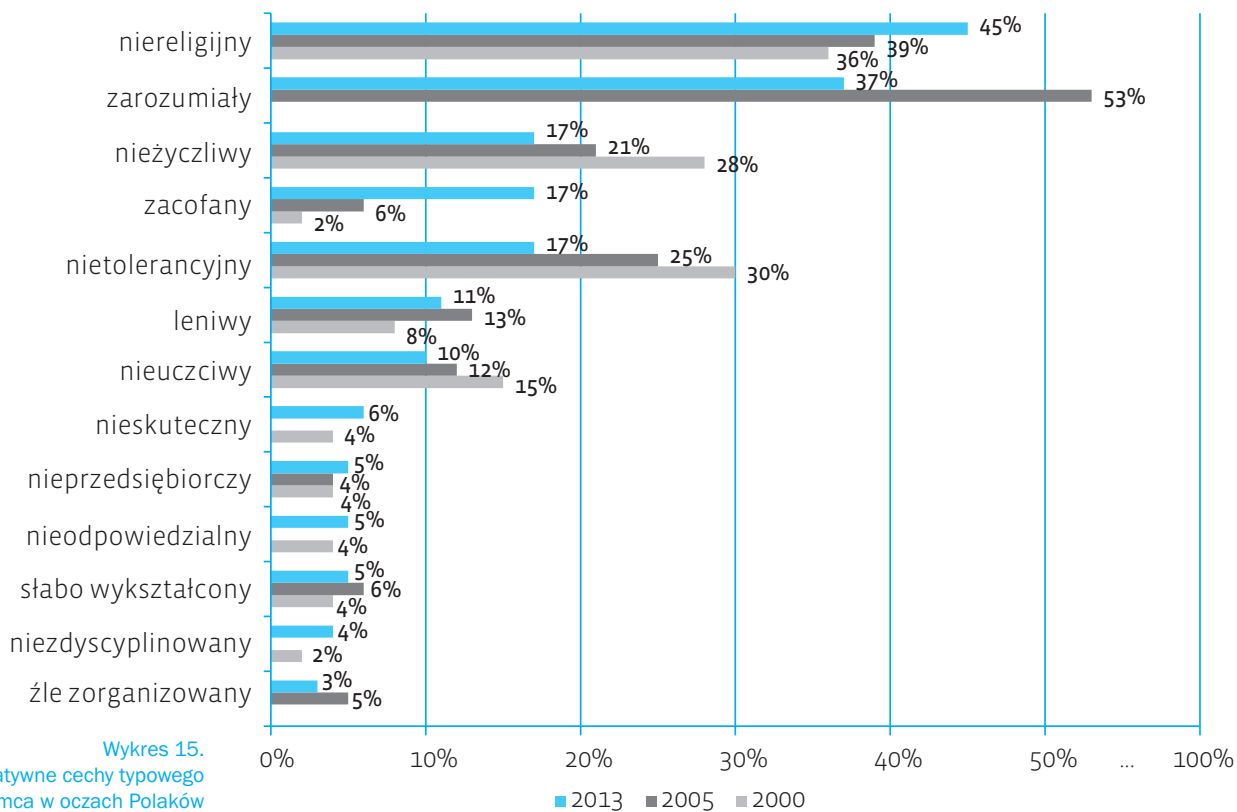
Analizując dynamikę w ocenach cech negatywnych, wyraźnie można dostrzec, że wiele opinii nie uległo zmianie. Zwłaszcza w sytuacji, w której niewielki odsetek badanych kojarzył Niemca z daną cechą negatywną, poziom ten pozostał bez zmian (na przykład nieskuteczny, nieodpowiedzialny, nieprzedsiębiorczy, słabo wykształcony). Rzadziej niż przed laty Polacy przypisują Niemcom zarořumiałość, nieżyczliwość czy nietolerancyjność, co wskazuje złagodzenie obrazu „typowego” Niemca w oczach Polaków i nadanie mu bardziej przyjaznych odcieni.



Ponownie wyniki dotyczące Niemców należy postrzegać w szerszym wymiarze – w porównaniu z samooceną badanych. Polacy mają obecnie zdecydowanie lepsze mniemanie o sobie, częściej niż w 2005 roku uważają na przykład, że są przedsiębiorczy, pracowici, nowoczesni, dobrze zorganizowani, uczciwi czy skromni. Pozytywne zmiany w autoportrecie mogą wpływać na równoległe lepsze postrzeganie innych narodowości. Nie zmieniły się jednak wyniki w zakresie ocen dobrego wykształcenia i tolerancyjności, zanotowano jedynie spadek opinii pozytywnych o polskiej religijności.

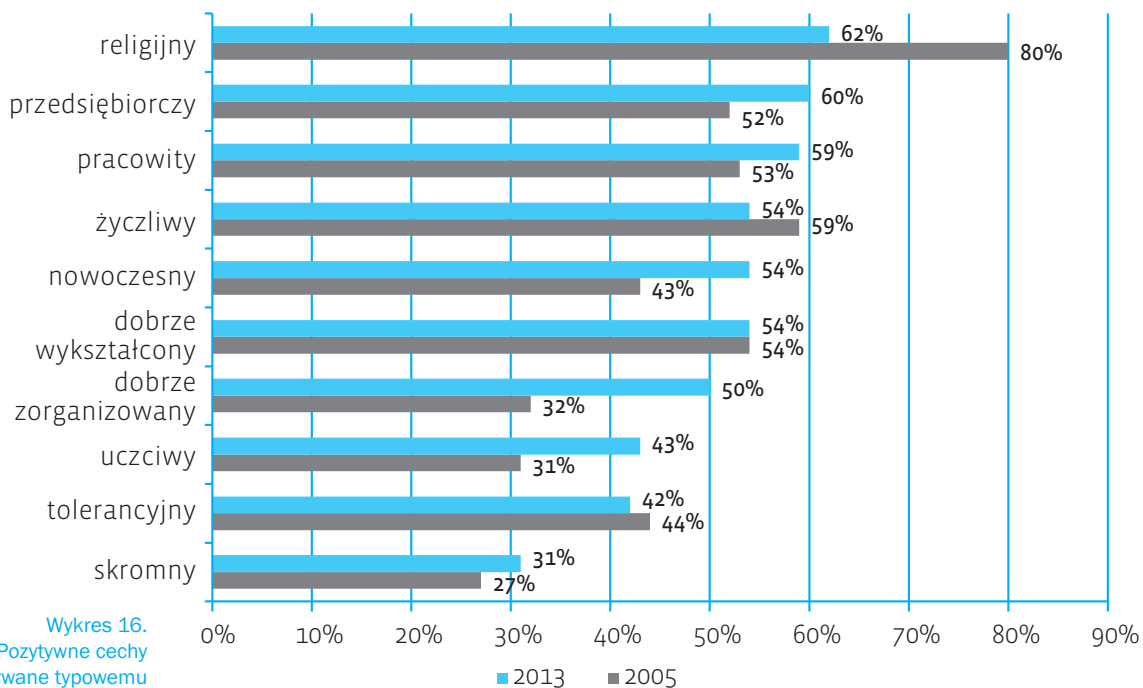
Wykres 14.
Pozytywne cechy typowego Niemca w oczach Polaków w 2000, 2005 i 2013 roku

Źródło: Instytut Spraw Publicznych, 2000, 2005 i 2013 rok.



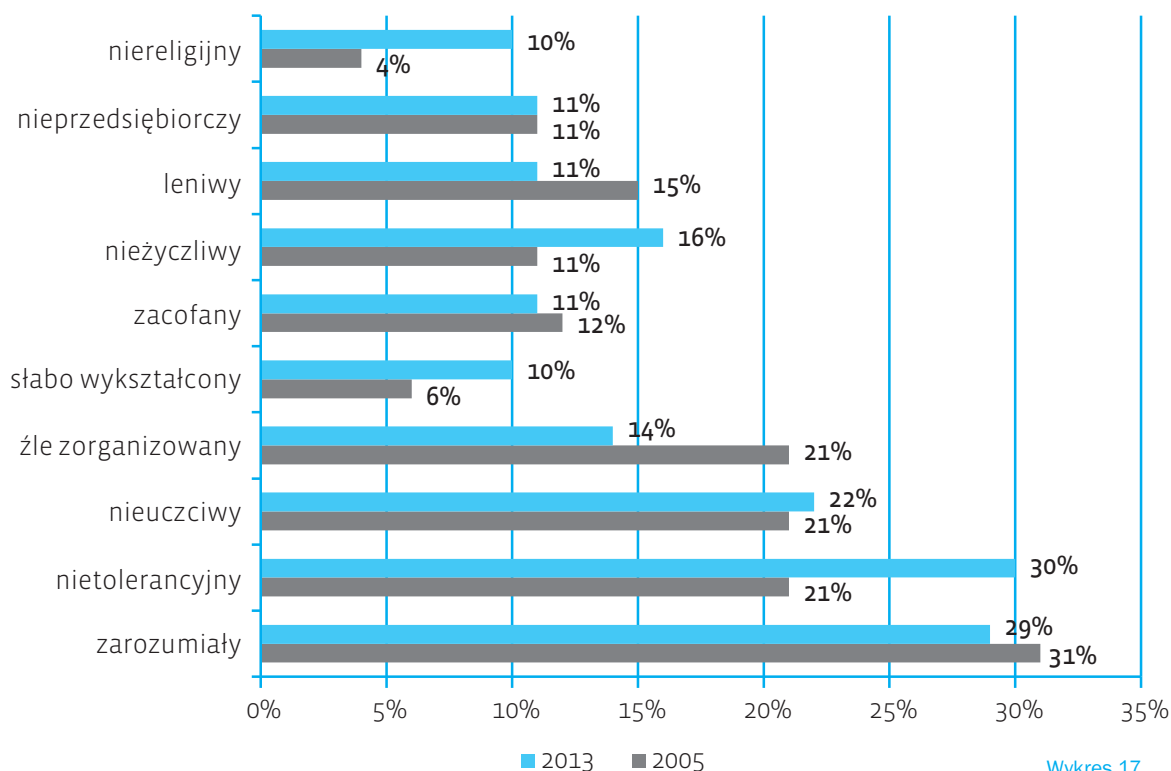
Wykres 15. Negatywne cechy typowego Niemca w oczach Polaków w 2000, 2005 i 2013 roku

Źródło: Instytut Spraw Publicznych, 2000, 2005 i 2013 rok.



Wykres 16. Pozytywne cechy przypisywane typowemu Polakowi przez Polaków w 2005 i 2013 roku

Źródło: Instytut Spraw Publicznych, 2005 i 2013 rok.



Wykres 17.
Negatywne cechy
przypisywane typowemu
Polakowi przez Polaków
w 2005 i 2013 roku

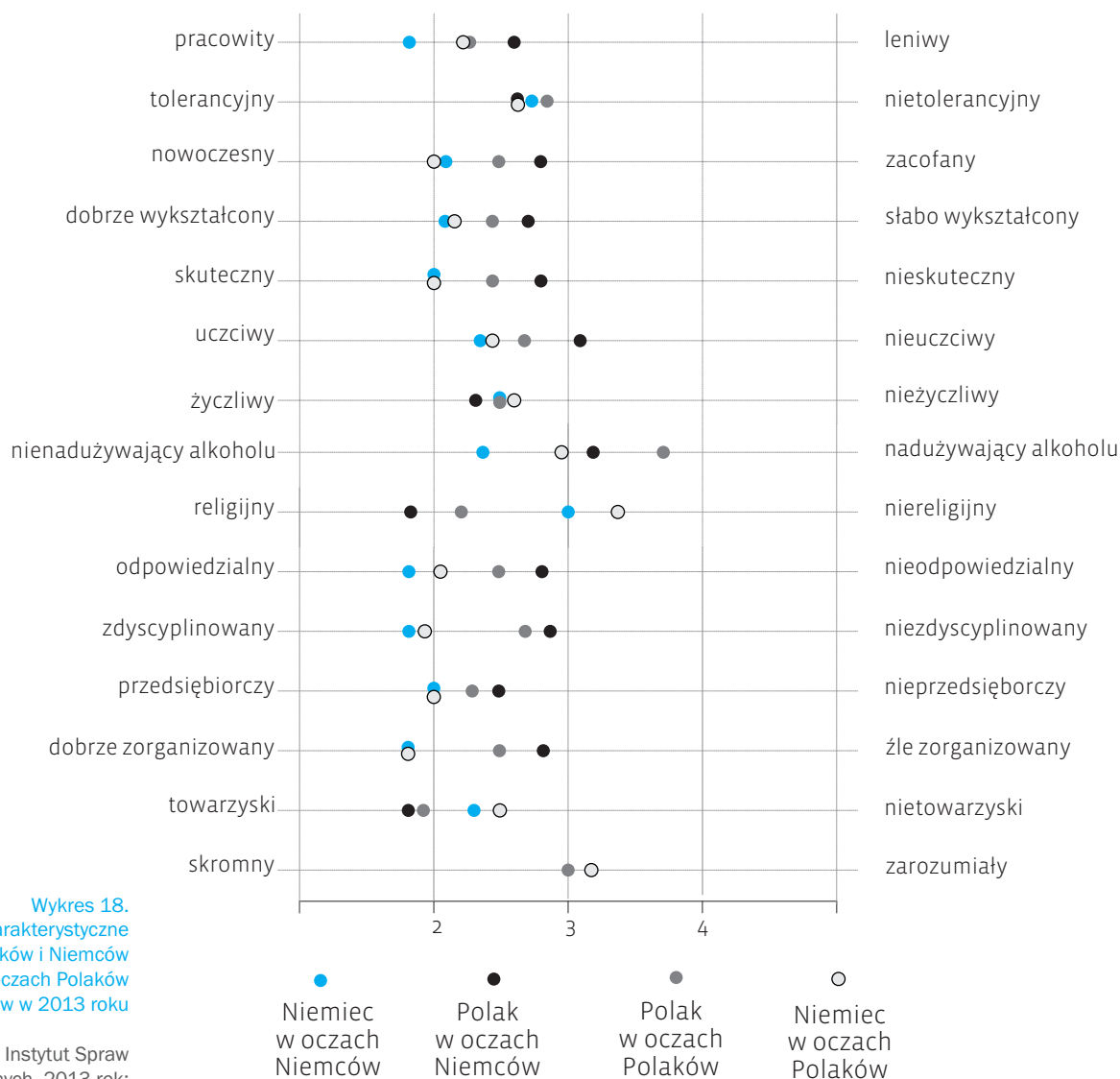
Źródło: Instytut Spraw
Publicznych, 2005
i 2013 rok.

Odpowiadając na pytanie o cechy charakteru, respondenci mogli wskazać odpowiedź na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznaczało cechę pozytywną, 5 – jej odpowiednik negatywny, a 3 – odpowiedź neutralną. W celu możliwie najpełniejszego porównania, jak Polacy i Niemcy widzą siebie samych i siebie nawzajem, można zestawić średnie oceny cech charakteru. Takie zestawienie wyraźnie pokazuje, że w wypadku oceny niektórych cech Polacy i Niemcy są zgodni, z kolei w innych opiniach – bardzo odmienni.

Identycznie lub prawie identycznie (różnica 0,1 punktu) Polacy i Niemcy postrzegają niemieckie: tolerancyjność, nowoczesność, wykształcenie, skuteczność, uczciwość, życzliwość, zdyscyplinowanie, przedsiębiorczość i dobre zorganizowanie, a więc większość cech charakteru poddanych ocenie. Największe różnice występują w wypadku niemieckiej pracowitości (Polacy mają co do niej więcej wątpliwości niż Niemcy), dysproporcja ta nie jest jednak znaczna.

Podobieństwo polskich i niemieckich ocen charakteru Polaków można zauważyć jedynie w wypadku polskiej towarzyskości. W zakresie pozostałych dziewięciu cech Polacy postrzegają się nieznacznie lepiej, niż wypadają w oczach Niemców, ale w wypadku średniej oceny religijności, życzliwości czy towarzyskości to Niemcy przypisują Polakom lepsze cechy niż Polacy samym sobie. Cechy te Niemcy również chętniej widzą u Polaków niż u siebie. Przy czym ogólnie Niemcy mają bardzo pozytywny obraz siebie samych i większość polskich cech jest przez nich postrzegana relatywnie dużo gorzej niż cechy ich rodaków.

Odwrotnie Polacy – oni zwykle krytyczniej patrzą na siebie samych, niż widzą Niemców i niż postrzegają siebie Niemcy. Średnia ocen cech charakteru Polaków i Niemców u Polaków wypada zwykle na korzyść Niemców, zwłaszcza w wypadku takich cech, jak: nowoczesny, skuteczny, nienadużywający alkoholu, zdyscyplinowany i dobrze zorganizowany. Za bardziej towarzyskich, życzliwych, skromnych i religijnych Polacy uważają jednak w większym stopniu siebie niż Niemców. Identycznie oceniają polską i niemiecką pracowitość.



Wykres 18.
Cechy charakterystyczne
Polaków i Niemców
w oczach Polaków
i Niemców w 2013 roku

Źródło: Instytut Spraw
Publicznych, 2013 rok;
Instytut Spraw Publicznych,
Fundacja Bertelsmanna,
2013 rok.



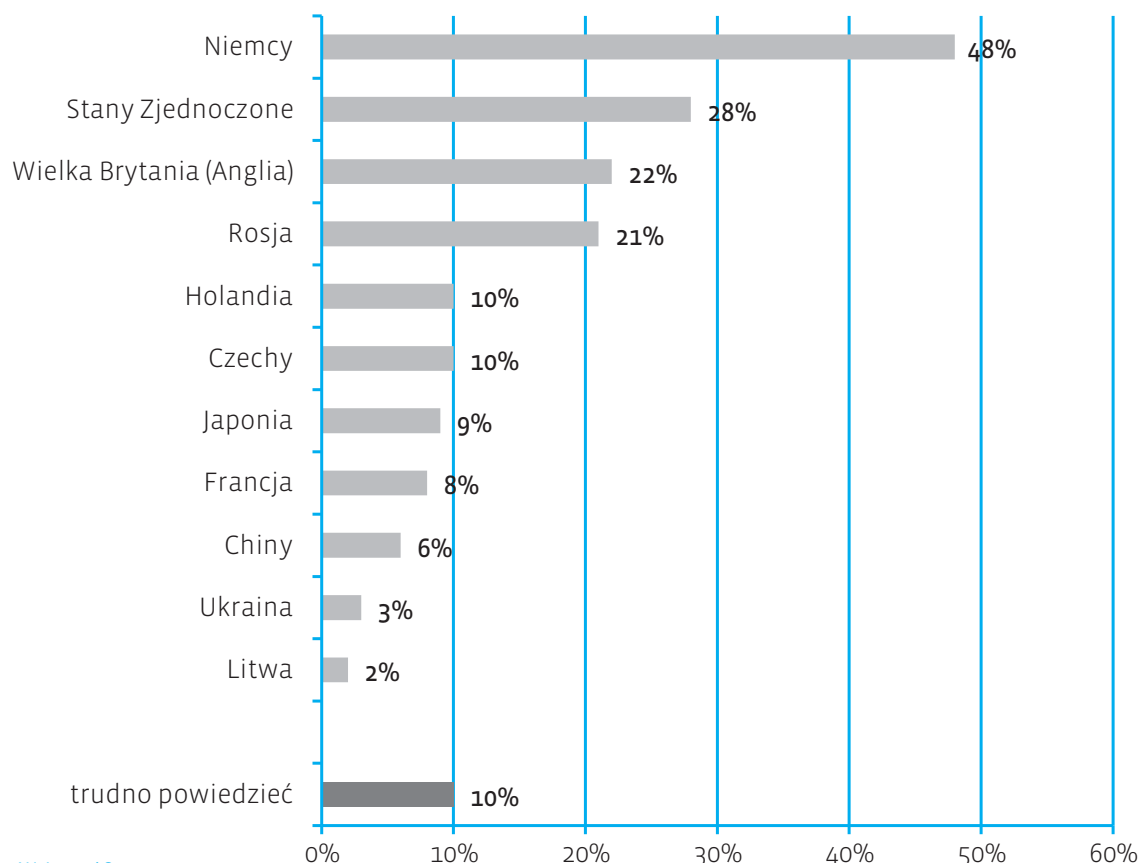
Pozytywny obraz kraju sąsiada i jego społeczeństwa tworzy dobrą podstawę rozwoju współpracy w różnych dziedzinach, także na najwyższym szczeblu politycznym. Ostatnie badania Instytutu Spraw Publicznych i Fundacji Konrada Adenauera w Polsce z 2012 roku, w których pytano o ocenę stanu stosunków polsko-niemieckich, jasno pokazały, że zdecydowana większość (72%) Polaków miała pozytywne lub bardzo pozytywne zdanie o tych relacjach. Także Niemcy w 2013 roku oceniali je dobrze lub bardzo dobrze (70%).

Niemcy – najważniejszy partner

W opinii Polaków, Niemcy są bezspornie najważniejszym polskim partnerem – konieczność współpracy z nimi wskazuje blisko połowa (48%) badanych – zdecydowanie również wyprzedzają pod tym względem inne państwa. Zajmujące drugie miejsce w tym rankingu Stany Zjednoczone wskazuje 28% respondentów, Wielką Brytanię (22%) i Rosję (21%) – co piąty z nich. Pozostali sąsiedzi Polski znajdują się na dalszych miejscach: Czechy wymienia 10% badanych, Ukrainę – 3%, Litwę – 2%.

Statystycznie najrzadziej Niemcy jako partnera wybierają najmłodszy Polacy, którzy stosunkowo częściej niż pozostali badani wskazują w tym wypadku Stany Zjednoczone (41% przy średniej 28%). Najbogatsi i mieszkańcy wsi częściej wymieniają Litwę (4% wobec średniej 2%). Mieszkańcy regionów graniczących z krajami ościennymi nie uznają tych państw za istotnych partnerów częściej niż pozostali respondenci, na przykład za współpracą z Niemcami relatywnie najczęściej opowiadają się osoby mieszkające w południowej Polsce, najrzadziej zaś – mieszkańcy centralnej części kraju, którzy z kolei najchętniej widzieliby kooperację z Czechami. W opiniach na temat kontaktów z Ukrainą i Litwą nie wyróżnia się żaden polski region. W zakresie współpracy z poszczególnymi krajami nie różnicują badanych preferencje partyjne.

W opinii Polaków, Niemcy są bezspornie najważniejszym polskim partnerem – konieczność współpracy z nimi wskazuje blisko połowa (48%) badanych



Wykres 19.
Państwa, z którymi,
zdaniem Polaków, Polska
powinna najściślej
współpracować

Źródło: Instytut Spraw
Publicznych, 2013 rok.

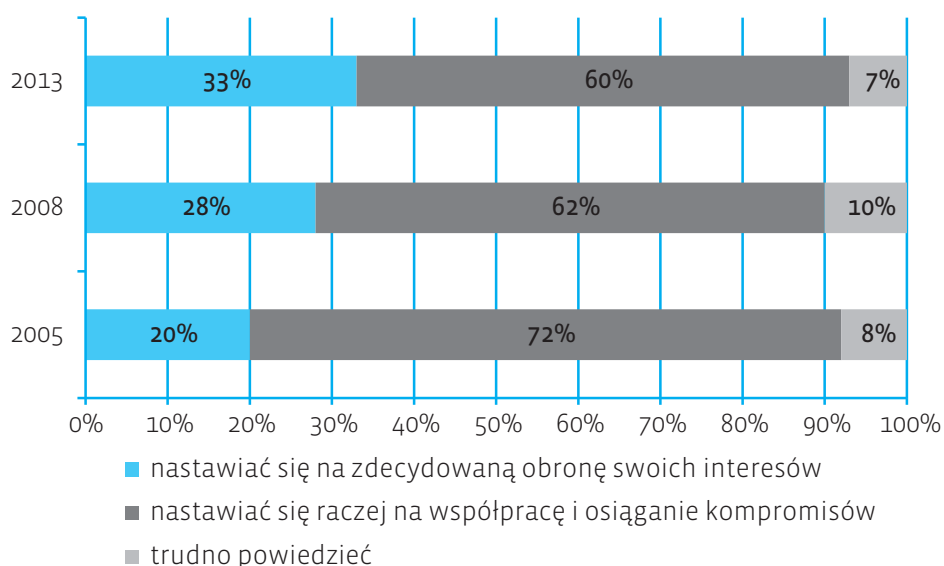
Badani mogli wybrać maksymalnie dwa państwa z listy państw ujętych w ankiecie.

Relacje oparte na kompromisach

W polskiej debacie publicznej dotyczącej relacji z Niemcami można zauważyć dwie przeciwstawne tendencje: stawianie na kompromis i szukanie porozumienia, co zapewni Polsce większe korzyści, na przykład w polityce europejskiej czy stosunkach dwustronnych, oraz opowiadanie się za zdecydowaną obroną własnych interesów.

Respondenci skłaniają się wyraźnie częściej ku działaniom prowadzącym do porozumienia i kompromisu – opcję, że w stosunkach z Niemcami Polska powinna nastawiać się na współpracę i zawieranie kompromisów wybiera większość (60%) z nich. W porównaniu z opiniami z 2008 roku nie odnotowano w tym zakresie większych zmian. Jedna trzecia badanych sądzi, że należy zdecydowanie bronić własnych interesów, co oznacza wzrost o pięć punktów procentowych odsetka takich opinii wobec ocen z 2008 roku.

Większość (60%) Polaków uważa, że w stosunkach z Niemcami Polska powinna nastawiać się na współpracę i zawieranie kompromisów



Wykres 20.
Oczekiwany przez Polaków
sposób układania
przez Polskę jej relacji
z Niemcami w 2013 roku

Źródło: Instytut Spraw
Publicznych, 2013 rok.

Zwolennikami kompromisu są szczególnie często osoby z wykształceniem wyższym, mieszkańcy środkowo-wschodniej i południowej części kraju, popierający Platformę Obywatelską. Za obroną przez Polskę swoich interesów statystycznie częściej opowiadają się zwolennicy Prawa i Sprawiedliwości. Zdania na ten temat nie ma 18% najmłodszych Polaków (jest to niepokojąco wyróżniająco się statystycznie odsetek badanych), podobnie jak wielu (13%) najstarszych respondentów.

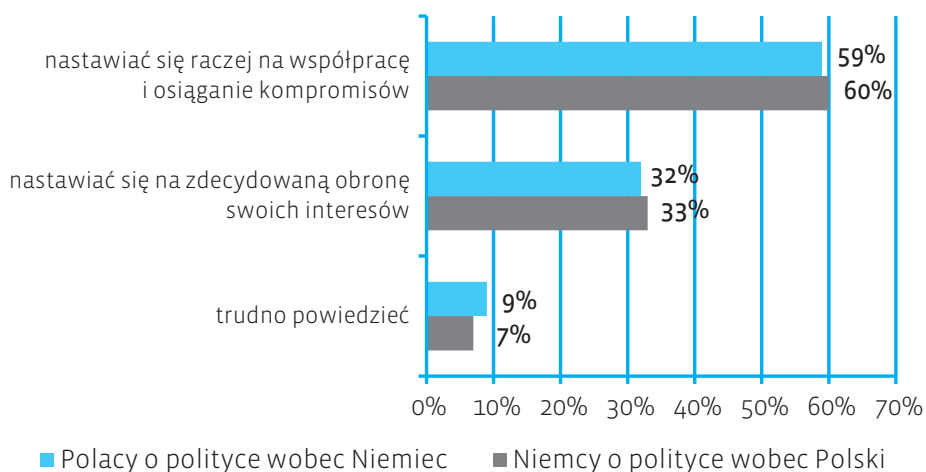
Stosunkowo częściej o konieczności dążenia do kompromisu są także przekonani Polacy wskazujący Niemcy jako państwo, z którym Polska powinna współpracować.

Opinie Polaków są w tym zakresie zbieżne z ocenami Niemców, których większość (59%) uważa, że ich kraj powinien w stosunkach z Polską koncentrować się na współpracy i osiągnięciu kompromisów (jedna trzecia Niemców jest przeciwnego zdania, podobny odsetek osób myślących w ten sposób odnotowano w Polsce). Ta zbieżność odpowiedzi pokazuje, jak bardzo w rzeczywistości – w opinii obu społeczeństw – zbliżyły się obecnie relacje polityczne Polski i Niemiec. Oceny te stanowią jednocześnie w obu krajach dowód na poparcie polityki prowadzonej przez polski i niemiecki rząd, Berlin i Warszawa prezentują bowiem obecnie właśnie nastawienie na kompromis i szukanie wspólnego głosu.

Za niepokojące należy uznać, że wielu młodych Polaków nie ma zdania o tym, czy w relacjach z Niemcami należy raczej dążyć do kompromisu czy bronić własnych interesów

Wykres 21.
Oczekiwany przez Polaków i Niemców sposób układania przez Polskę i Niemcy relacji z drugim krajem w 2013 roku

Źródło: Instytut Spraw Publicznych, 2013 rok; Instytut Spraw Publicznych, Fundacja Bertelsmanna, 2013 rok.



Wspólnota interesów wobec Rosji – brak jednoznacznego stanowiska

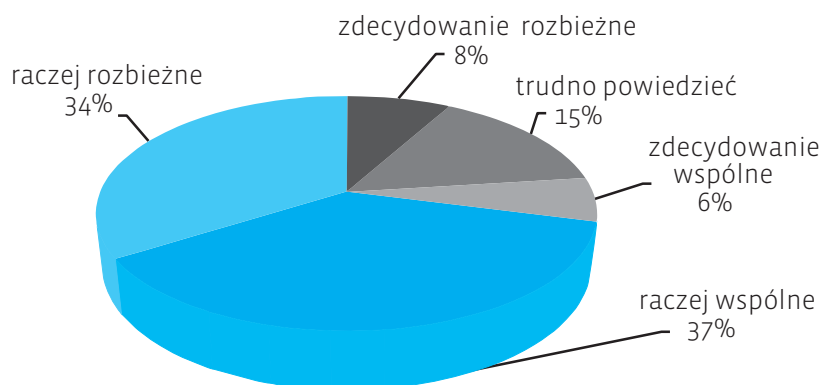
Jednym z tematów tradycyjnie dzielących Polaków i Niemców było przez lata podejście do Rosji. W ostatnim czasie stanowiska Warszawy i Berlina również w tej dziedzinie zaczęły się jednak zbliżać. Szefowie dyplomacji Polski i Niemiec spotykają się wspólnie z ministrem spraw zagranicznych Rosji, obie stolice prowadzą intensywną wymianę poglądów dotyczącą działań wobec wschodniego partnera. Eksperti, politycy i urzędnicy przyznają, że zbliżenie na tym polu jest jednym z najwyraźniejszych osiągnięć w stosunkach polsko-niemieckich za rządów Angeli Merkel i Donalda Tuska. Jest dostrzegana wspólnota interesów.

Polacy są bardzo podzieleni w opiniach o tym, czy w polityce wobec Rosji Polska i Niemcy mają wspólne (43%) czy rozbieżne (42%) interesy

Polacy są jednak bardzo podzieleni w opiniach o tym, czy w polityce wobec Rosji Polska i Niemcy mają wspólne (43%) czy rozbieżne (42%) interesy.

Wykres 22.
Ocena zbieżności i rozbieżności interesów Niemiec i Polski w sprawach dotyczących polityki wobec Rosji – opinie Polaków w 2013 roku

Źródło: Instytut Spraw Publicznych, 2013 rok.

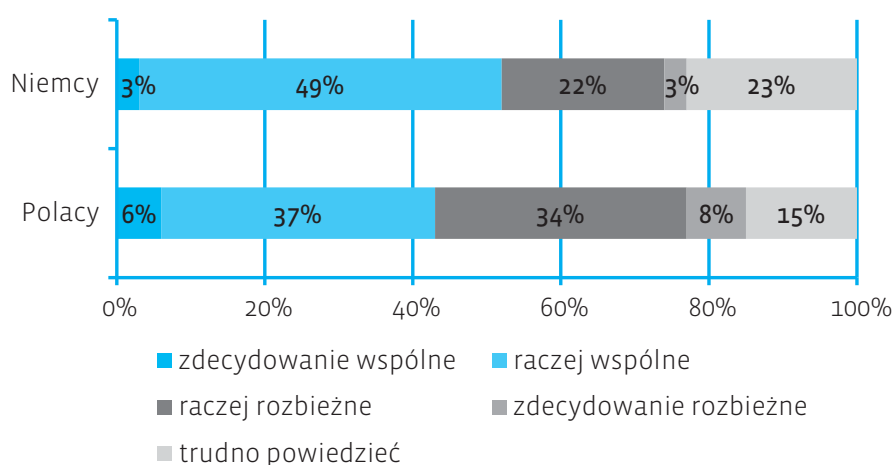


Za „raczej wspólne” interesy Polski i Niemiec stosunkowo najczęściej oceniają osoby najmłodsze (od 15 do 19 lat), studenci, mieszkańcy miast powyżej 500 tysięcy mieszkańców. Jednocześnie odpowiedź tę najrzadziej wybierają najstarsi respondenci. Jako „raczej rozbieżne” interesy Polski i Niemiec widzą

z kolei osoby z wykształceniem wyższym, pracujący umysłowo. O rozbieżnościach najchętniej są przekonani zwolennicy Prawa i Sprawiedliwości.

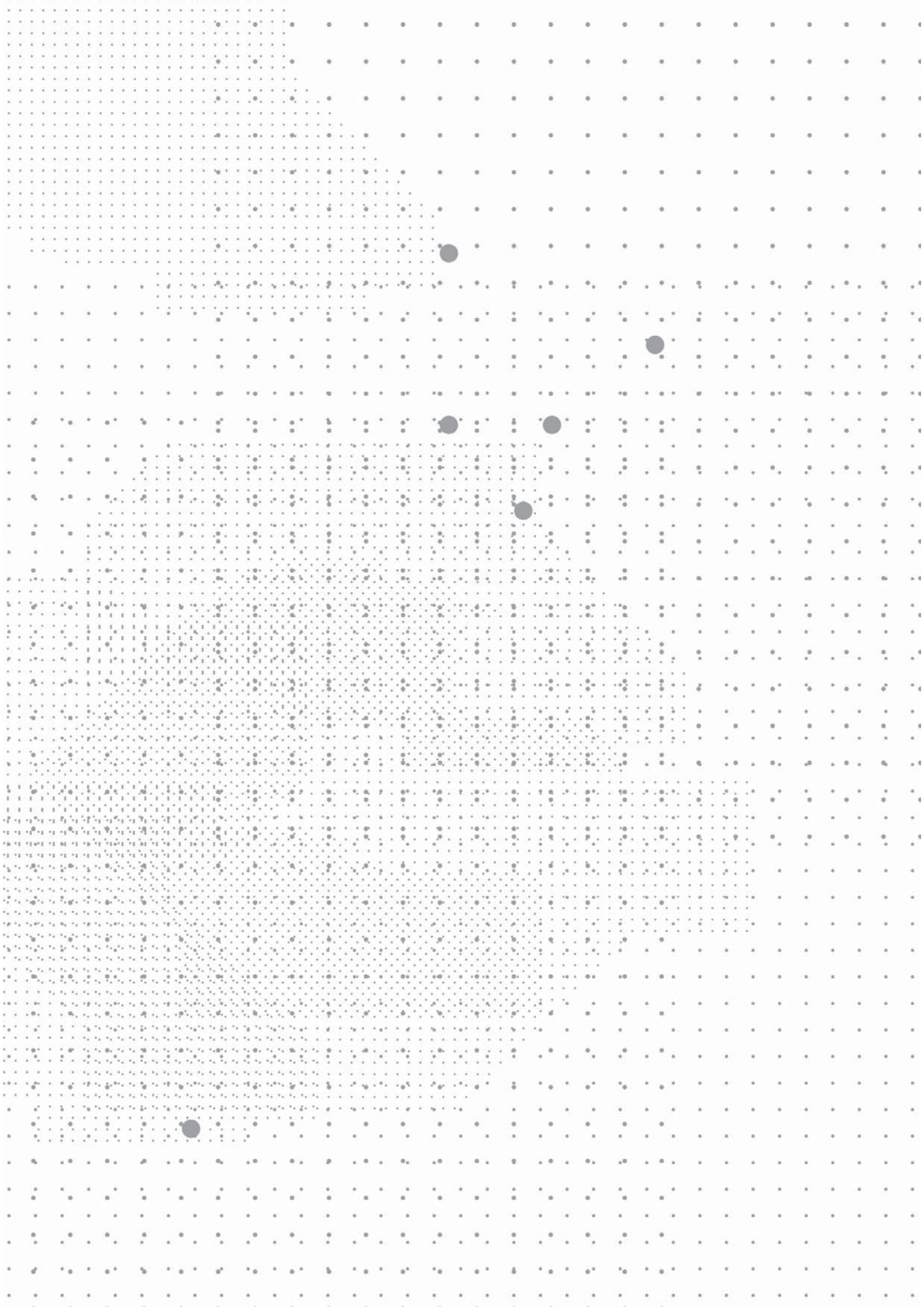
Istnienie wspólnego interesu Polski i Niemiec dostrzegają także osoby, które uważają, że oba kraje powinny ściśle współpracować – zależność ta nie jest jednak bardzo silna. Wskazanie Rosji jako ważnego partnera jeszcze mniej różnicuje odpowiedzi na pytanie o polsko-niemiecką wspólnotę interesów w polityce wobec Rosji.

Niemcy są w tym wypadku bardziej jednogłośni – ponad połowa (52%) niemieckich ankietowanych uważa, że Niemcy i Polska mają wspólne interesy w sprawach dotyczących Rosji. Liczba osób, które dostrzegają taką wspólnotę interesów, dwukrotnie przewyższa odsetek respondentów, którzy są przeciwnego zdania (25%). Więcej niż w Polsce jest jednak badanych, którzy nie potrafili udzielić odpowiedzi na to pytanie.



Wykres 23.
Ocena zbieżności i rozbieżności interesów Niemiec i Polski w sprawach dotyczących polityki wobec Rosji – opinie Polaków i Niemców w 2013 roku

Źródło: Instytut Spraw Publicznych, 2013 rok; Instytut Spraw Publicznych, Fundacja Bertelsmanna, 2013 rok.

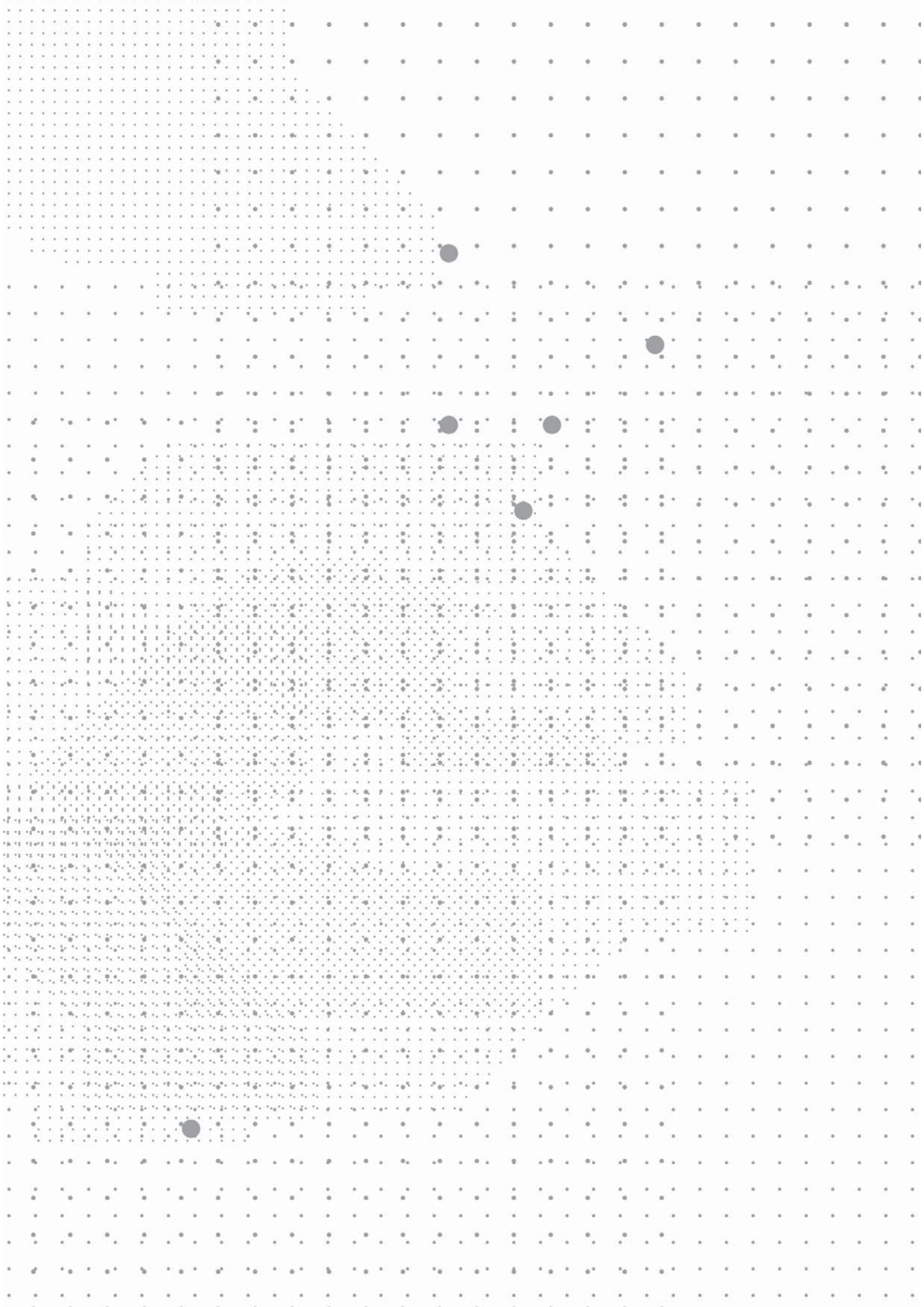




Ogólnie pozytywny wizerunek Niemiec w Polsce powoduje, że między poszczególnymi grupami społecznymi nie występują diametralne różnice w większości udzielanych odpowiedzi. Obszary, w których oddziaływanie tych zmiennych społeczno-demograficznych jest zauważalne, wspomniano przy omawianiu konkretnych zagadnień. Na obraz Niemiec w Polsce nie wpływa także istotnie fakt osobistej znajomości tego kraju przez polskich badanych – zależności te są dużo słabsze niż w wypadku postrzegania Polski w Niemczech, gdzie znajomość Polaków i Polski bardzo poprawia ocenę polskiego państwa i społeczeństwa. W kilku aspektach jednak takie związki występują.

Pozytywnie na opinii Polaków o niemieckim państwie i na poczucie sympatii do jego mieszkańców wpływa pobyt w Niemczech (jednorazowy lub wielokrotny) po 1990 roku. Z kolei fakt posiadania znajomych Niemców (w Polsce lub w Niemczech) nie wpływa na ocenianie przez Polaków sąsiedniego kraju czy jego społeczeństwa. Pewne zależności można dostrzec w odpowiedziach dotyczących respektowania praw mniejszości narodowych – większe przekonanie, że są one szanowane – ale różnice nie są zbyt duże (kilkuprocentowe). Osoby znające Niemców rzadziej nie potrafią udzielić odpowiedzi na jakieś pytanie. Zależności te mogą jednak w większym stopniu wynikać z wykształcenia tych osób, wyniki badań pokazują bowiem, że osoby, które znają Niemców i deklarują pobyt w Niemczech po 1990 roku, są jednocześnie lepiej wykształcone.

Pozytywnie, ale statystycznie słabiej niż kontakt osobisty, na obraz Niemiec wśród Polaków przekłada się czerpanie informacji o tym kraju z telewizji i prasy. Osoby, które wskazują media jako źródło wiedzy o Niemczech, relatywnie częściej twierdzą, że istnieje tam dobra organizacja pracy. Czytelnicy prasy dodatkowo stosunkowo częściej niż pozostali badani uważają, że niemiecka gospodarka dobrze się rozwija, Niemcy są zdyscyplinowani, Polska zaś powinna z tym krajem ściśle współpracować. Przywołane elementy obrazu Niemiec dotyczą konkretnego obszaru życia, można się więc pokusić o stwierdzenie, że polska prasa przekazuje obraz zdyscyplinowanych i dobrze zorganizowanych Niemców, którzy żyją w kraju o rozwiniętej gospodarce.





Dziesięć lat wspólnego funkcjonowania w Unii Europejskiej jednoznacznie wpłynęło na postrzeganie Niemiec i Niemców przez Polaków. Zmiany są dostrzegalne zwłaszcza w podejściu do niemieckiego społeczeństwa: Polacy darzą Niemców coraz większą sympatią i coraz chętniej akceptują ich w różnych – także bardziej osobistych – rolach społecznych. To najlepszy dowód na rzeczywiste integrowanie i zbliżanie się społeczeństw w Unii Europejskiej. Zwiększa się także odsetek pozytywnych opinii dotyczących polityki: poglądy o stanie wzajemnych stosunków są coraz lepsze, Polacy są również przekonani, że relacje z Niemcami warto opierać na szukaniu kompromisów, nie zaś na walce o własne interesy.

Stosunkowo najmniejsze zmiany zachodzą w obrazie Niemiec jako państwa. Wynika to zapewne z tego, że wizerunek ten był już wcześniej bardzo pozytywny, potencjał wzrostu jest więc mniejszy. Widać jednak kolejne symptomy poprawy.

Opisane wyniki badania pokazują, że Niemiec już nie „straszy” – wyobrażenia z nim związane nie pochodzą jedynie z historii czy niewybrednych dowcipów. Także na płaszczyźnie społecznej, podobnie jak w polityce, nastąpiła normalność.

Na tle dobrych ocen, jakie Polacy wystawiają niemieckiemu państwu i społeczeństwu, nadal niepokoją stosunkowo gorsze opinie Niemców o Polsce i Polakach, choć i tutaj są widoczne zdecydowanie pozytywne zmiany zachodzące w ostatnich latach. W dużej mierze te gorsze opinie wynikają z niskiego poziomu wiedzy Niemców o kraju sąsiada. Charakterystyczne jest przy tym, że na opinie Niemców pozytywnie wpływa fakt pobytu w Polsce i kontaktu z Polakami, istotnie poprawiając oceny. W Polsce tendencja ta nie występuje w takiej skali, dostęp do różnych informacji o Niemczech jest bowiem znacznie szerszy, przez co łatwiej można sobie wyrobić zdanie.

Znaczna poprawa obrazu Niemiec w Polsce i wspomniana normalność w dwustronnych relacjach polityczno-społecznych nie może jednak demobilizować. Przeciwnie – ciesząc się z tego, że liczne partnerstwa oraz wspólne programy i organizacje działające na rzecz zbliżania Polski i Niemiec odniosły zamierzony skutek, należałoby się zastanowić, jak budować na tym potencjale. Po pierwsze, nie wolno tych inicjatyw zaniedbać, argumentując, że już spełniły swoją funkcję. Jedynie kontynuacja działań zapewni dalszy pozytywny rozwój wzajemnych relacji, także społecznych. Warto zatem wykorzystać dziesięciolecie wspólnego członkostwa w Unii Europejskiej, aby różne instytucje i inicjatywy wzmocnić – merytorycznie i finansowo, dopasować struktury do nowych wyzwań, postawić nowe cele, czyli na nowo je ukierunkować, ale

ich nie osłabiać. Po drugie, trzeba szukać sposobów na wypełnienie luk, które już powstały, w dłuższej perspektywie mogą zaś stanowić wyzwanie w umacnianiu relacji na szczeblu na przykład pozarządowym. Wiele niemieckich podmiotów (podobnie jak amerykańskich) wycofało się już z Polski lub zmniejszyło zaangażowanie instytucjonalne i finansowe, uznając Polskę za kraj o stabilnej demokracji i rozwiniętym systemie politycznym, niepotrzebujący już tak silnego wsparcia jak przed laty. Automatycznie zmniejszyło to liczbę i zasięg realizowanych projektów polsko-niemieckich. Z perspektywy sektora obywatelskiego czy naukowego należy więc szukać nowych niemieckich partnerów, z którymi wspólnie będzie można realizować różne inicjatywy i starać się o ich finansowanie. Duża odpowiedzialność spoczywa jednocześnie na polskich władzach i polskiej administracji. To one powinny wypracować odpowiednie mechanizmy wsparcia polskiego trzeciego sektora, aby powstała luka nie wpłynęła negatywnie na zasięg współpracy polsko-niemieckiej, ale jeszcze mocniej pobudzała do rozwoju. Niemcy słusznie oczekują, że jeśli Polska chce być traktowana jako równorzędny partner, musi także wносить wkład we wspólne przedsięwzięcia. Brak odpowiednich rozwiązań i zasobów stawia polskie podmioty w trudnej i niekomfortowej sytuacji wobec ich niemieckich odpowiedników.

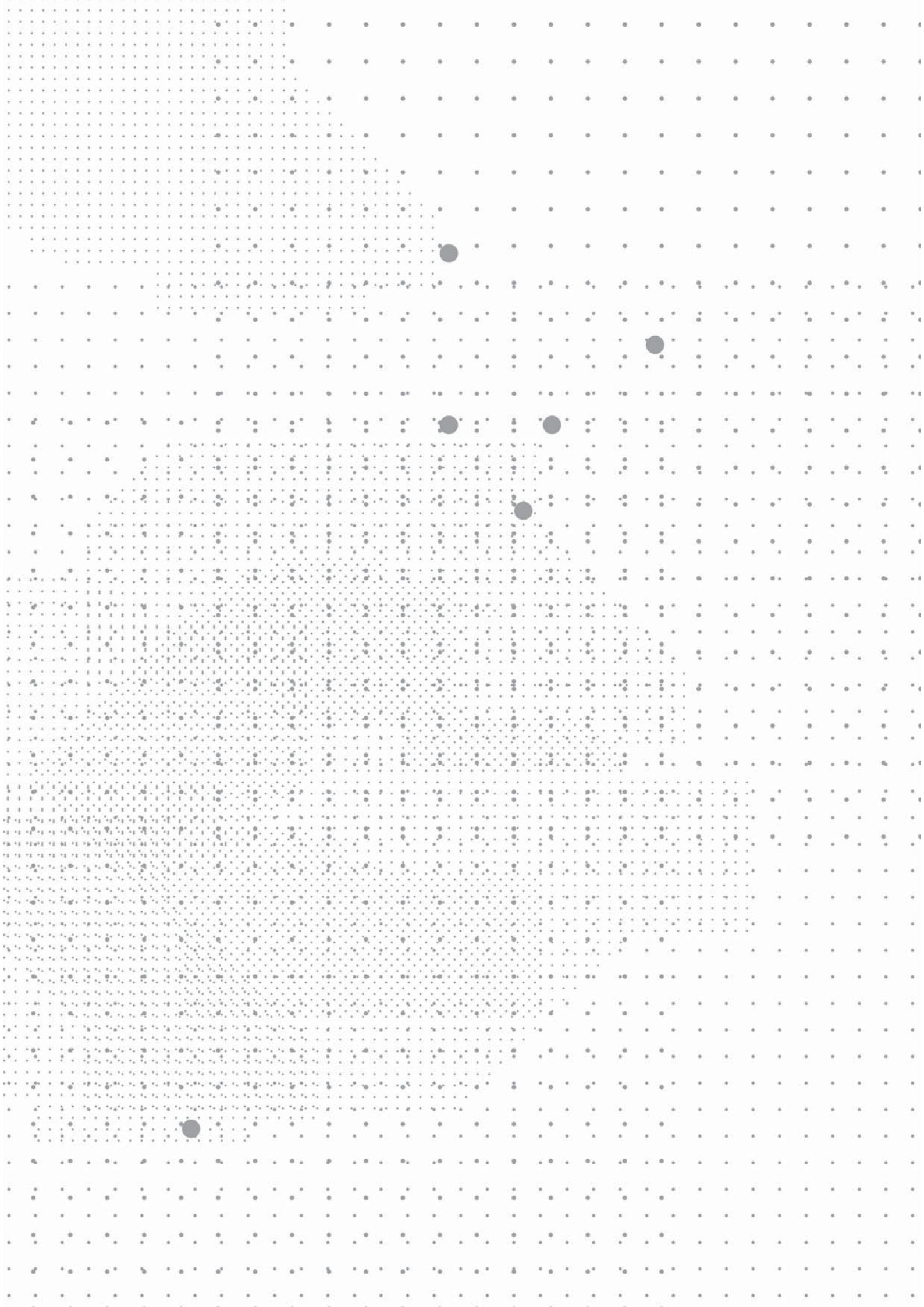
Nie wolno także zignorować najprostszych działań, wydawałoby się – oczywistych, które warto stale podejmować w stosunkach polsko-niemieckich, jak wspólne spotkania czy akcje rocznicowe. Mądrze należy jednak dobierać grupy docelowe. Podczas gdy przygraniczne organizacje zrealizowały już mnóstwo wspólnych inicjatyw, a stowarzyszenia polsko-niemieckie niejednokrotnie wybrały dwunarodowy zarząd, nadal wielu Polaków i Niemców nie zna siebie nawzajem. Przyjazd na most na Odrze z okazji dziesiątej rocznicy polskiego członkostwa w Unii Europejskiej młodzieży z odległych od tego miejsca zakątków obu krajów, która nigdy nie była za granicą, szkolny konkurs wiedzy na temat Unii Europejskiej w związku z rocznicą akcesji czy mecz piłkarski lokalnych klubów będą ważnymi wydarzeniami dla ich uczestników, choć przez aktywistów polsko-niemieckiego pojednania zostaną uznane za typową sytuację.

Cieszy normalność, która cechuje obecne relacje Polaków i Niemców. Ważne jest jednak, aby wciąż motywowała ona do dalszego działania i stanowiła potencjał rozwoju wzajemnych relacji.



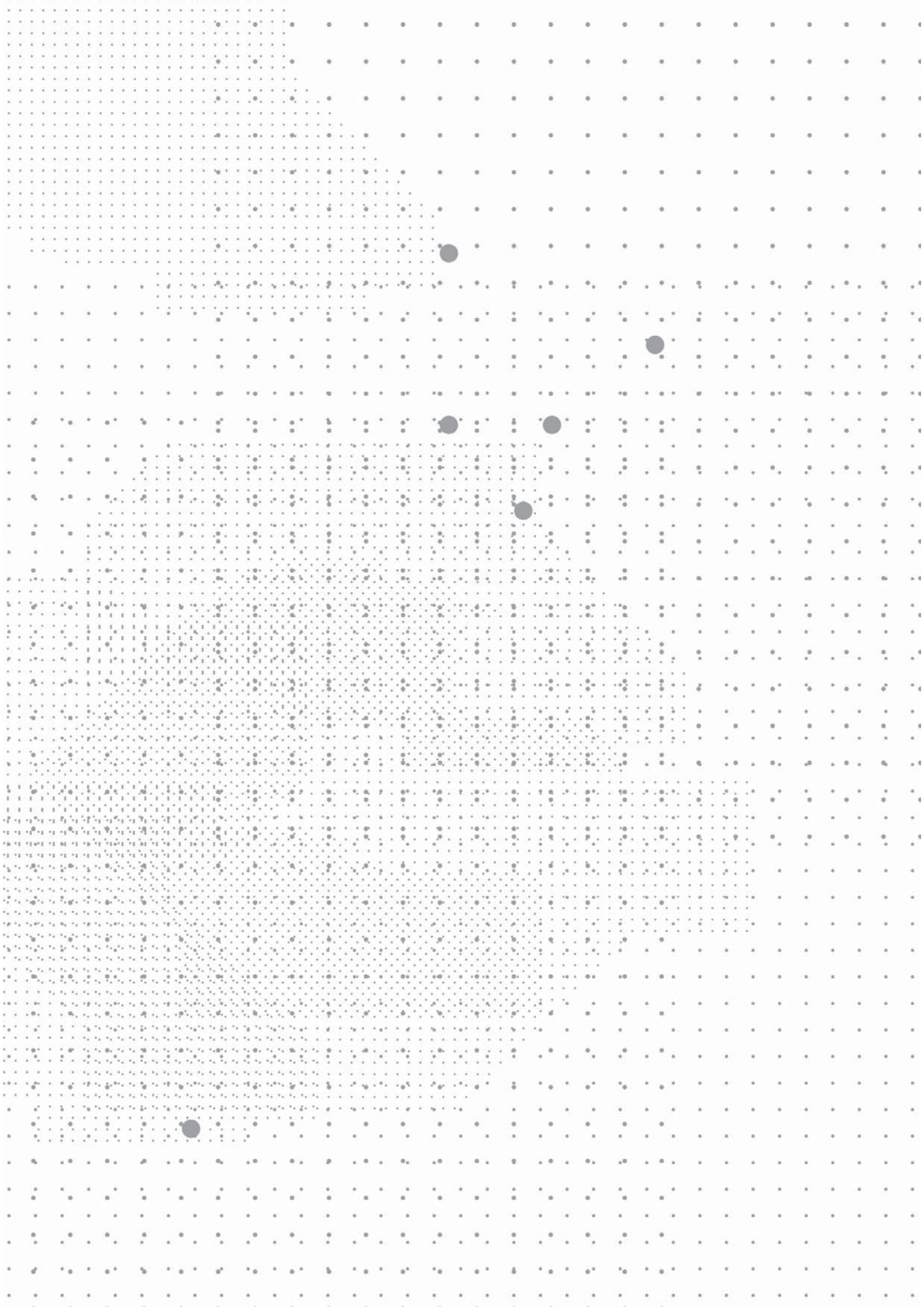
Mapa 1.
Makroregiony Polski
w ujęciu GfK Polonia, które
uwzględniono w próbie

Źródło: GfK Polonia,
2013 rok.





dr Agnieszka Łada – kierownik Programu Europejskiego i starszy analityk Instytutu Spraw Publicznych. Doktor nauk humanistycznych w zakresie nauk o polityce Uniwersytetu Warszawskiego. Studiowała nauki polityczne w Warszawie i Berlinie oraz, jako stypendystka Fundacji Konrada Adenauera, psychologię organizacji w Dortmundzie. Realizuje program Executive Master of Public Management na Hertie School of Governance. *Visiting fellow* w European Policy Centre w Brukseli (2011), *visiting research fellow* na University of Sussex (2012), *visiting scholar* w Alfred von Oppenheim Centre for European Policy Studies, German Council on Foreign Relations (DGAP) w Berlinie (2013). Przewodnicząca Rady Dyrektorów Policy Association for an Open Society PASOS (2012), członek Rady Polsko-Niemieckiej Współpracy Młodzieży oraz Rady Naukowej Instytutu Zachodniego w Warszawie i Grupy Kopernika. Specjalizuje się w następujących zagadnieniach: instytucje Unii Europejskiej, zwłaszcza Parlament Europejski i prezydencja w Radzie Unii Europejskiej, Niemcy i stosunki polsko-niemieckie, polska polityka zagraniczna i europejska, postrzeganie Polaków za granicą i obcokrajowców w Polsce.



Wykaz publikacji z obszaru stosunków polsko-niemieckich

W ramach badań wizerunkowych i analiz stanu stosunków polsko-niemieckich przeprowadzanych przez Instytut Spraw Publicznych we współpracy z Fundacją Konrada Adenauera w Polsce w ostatnich latach ukazały się:

Wybory do Bundestagu 2013. Przegląd programów wyborczych
Agnieszka Łada
(rok publikacji: 2013)

Slogany czy konkrety? Polsko-niemieckie partnerstwo na rzecz wejścia Polski do strefy euro
Agnieszka Łada
(rok publikacji: 2013)

Barometr Polska-Niemcy 2013. Polacy o roli Niemiec w Europie i o stosunkach polsko-niemieckich
Agnieszka Łada
(rok publikacji: 2012)

Slogany czy konkrety? Ocena realizacji polsko-niemieckiego Programu Współpracy
Agnieszka Łada
(rok publikacji: 2012)

Patrzymy w przyszłość. Polacy o polsko-niemieckiej współpracy i o znaczeniu historii we wzajemnych stosunkach
Agnieszka Łada
(rok publikacji: 2011)

Dwadzieścia lat minęło. Polacy o zjednoczeniu Niemiec i stosunkach polsko-niemieckich w dwudziestą rocznicę zjednoczenia
Agnieszka Łada
(rok publikacji: 2010)

Polska – Niemcy. Wzajemny wizerunek i wizja Europy
red. **Lena Kolarska-Bobińska, Agnieszka Łada**
(rok publikacji: 2009)

Polityka europejska Warszawy i Berlina w prasie niemieckiej i polskiej
Beata Ociepka, Agnieszka Łada, Jarosław Ćwiek-Karpowicz
(rok publikacji: 2008)



„**Barometr Polska-Niemcy**” jest wspólnym projektem Instytutu Spraw Publicznych (ISP) i Fundacji Konrada Adenauera (KAS). Ma on na celu regularne badanie oraz przedstawianie opinii Polaków i Niemców na temat stosunków polsko-niemieckich i wyzwań, jakie stoją przed oboma krajami.

Niniejsza publikacja powstała w ramach projektu: „Barometr Polska-Niemcy”, realizowanego przez Instytut Spraw Publicznych we współpracy z Fundacją Konrada Adenauera w Polsce.



Publikacja przygotowana przy wsparciu finansowym Komisji Europejskiej. Publikacja odzwierciedla jedynie stanowisko Instytutu Spraw Publicznych i Komisja Europejska nie ponosi odpowiedzialności za umieszczoną w niej zawartość merytoryczną.



Redakcja: Marcin Grabski (www.mesem.pl)

© Copyright by Fundacja Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2013.
Przedruk materiałów Instytutu Spraw Publicznych w całości lub części
jest możliwy wyłącznie za zgodą Instytutu.

Cytowanie oraz wykorzystanie danych empirycznych jest dozwolone
z podaniem źródła.

Instytut Spraw Publicznych
ul. Szpitalna 5 lok. 22
00-031 Warszawa
tel. +48 022 556 42 99, faks +48 022 556 42 62
isp@isp.org.pl, www.isp.org.pl

ISBN: 978-83-7689-192-7