

Agnieszka Łada-Konefał

Młodzi dorośli z Polski i z Niemiec o źródłach wiedzy i obrazie kraju sąsiada

Barometr Polska – Niemcy 2022
Edycja: młodzi



AGNIESZKA ŁADA-KONEFAŁ

**MŁODZI DOROŚLI Z POLSKI
I Z NIEMIEC O ŹRÓDŁACH
WIEDZY I OBRAZIE KRAJU
SĄSIADA**

BAROMETR

POLSKA – NIEMCY 2022

EDYCJA: MŁODZI

INSTYTUT SPRAW PUBLICZNYCH

Program Europejski

Niniejsza publikacja powstała w ramach projektów:
„Barometr Polska – Niemcy 2022”, realizowanego wspólnie przez Instytut Spraw Publicznych, Deutsches Polen-Institut (Niemiecki Instytut Spraw Polskich), Fundację Konrada Adenauera w Polsce i Fundację Współpracy Polsko-Niemieckiej.



„Aktorzy, obszary, sposoby – komunikacja polsko-niemiecka: ze sobą i o sobie”, realizowanego przez Instytut Spraw Publicznych i Deutsches Polen-Institut (Niemiecki Instytut Spraw Polskich) dzięki środkom Polsko-Niemieckiej Fundacji na rzecz Nauki.



Współpraca analityczna: dr Jacek Kucharczyk

Konsultacje statystyczne: dr Dariusz Przybysz

Koordinacja projektu: Małgorzata Kopka-Piątek

Redakcja językowa: Marcin Grabski (mesem.pl)

ISBN: 978-83-7689-410-2

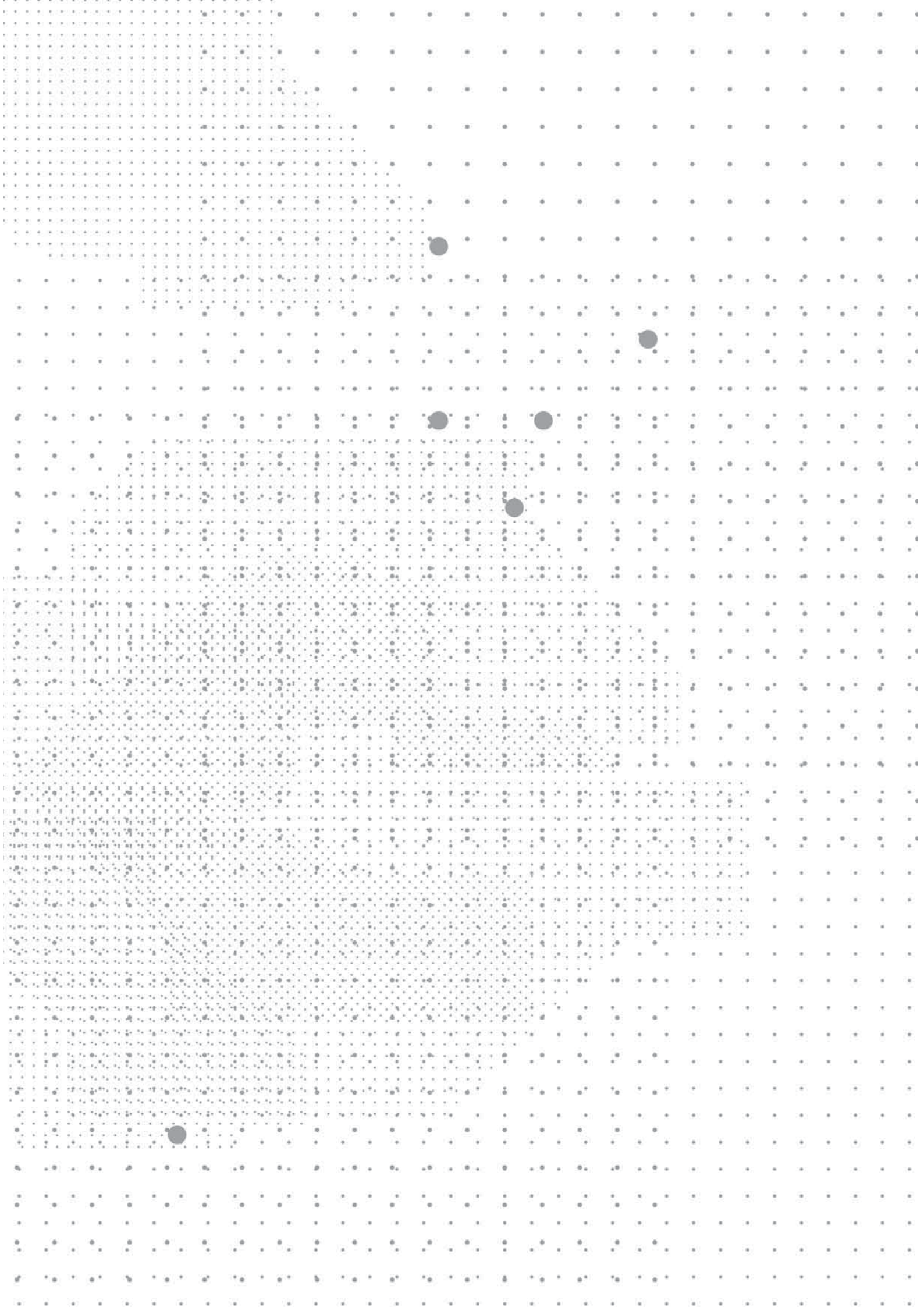
© Copyright by Instytut Spraw Publicznych, Deutsches Polen-Institut,
Warszawa–Darmstadt 2022

Fundacja Instytut Spraw Publicznych
ul. Szpitalna 5/22, 00-031 Warszawa
tel. (48) 22 556 42 60; isp@isp.org.pl; www.isp.org.pl

Deutsches Polen-Institut
Residenzschloss / Marktplatz 15
64283 Darmstadt
tel. (49) 6151-4202-0, info@dpi-da.de



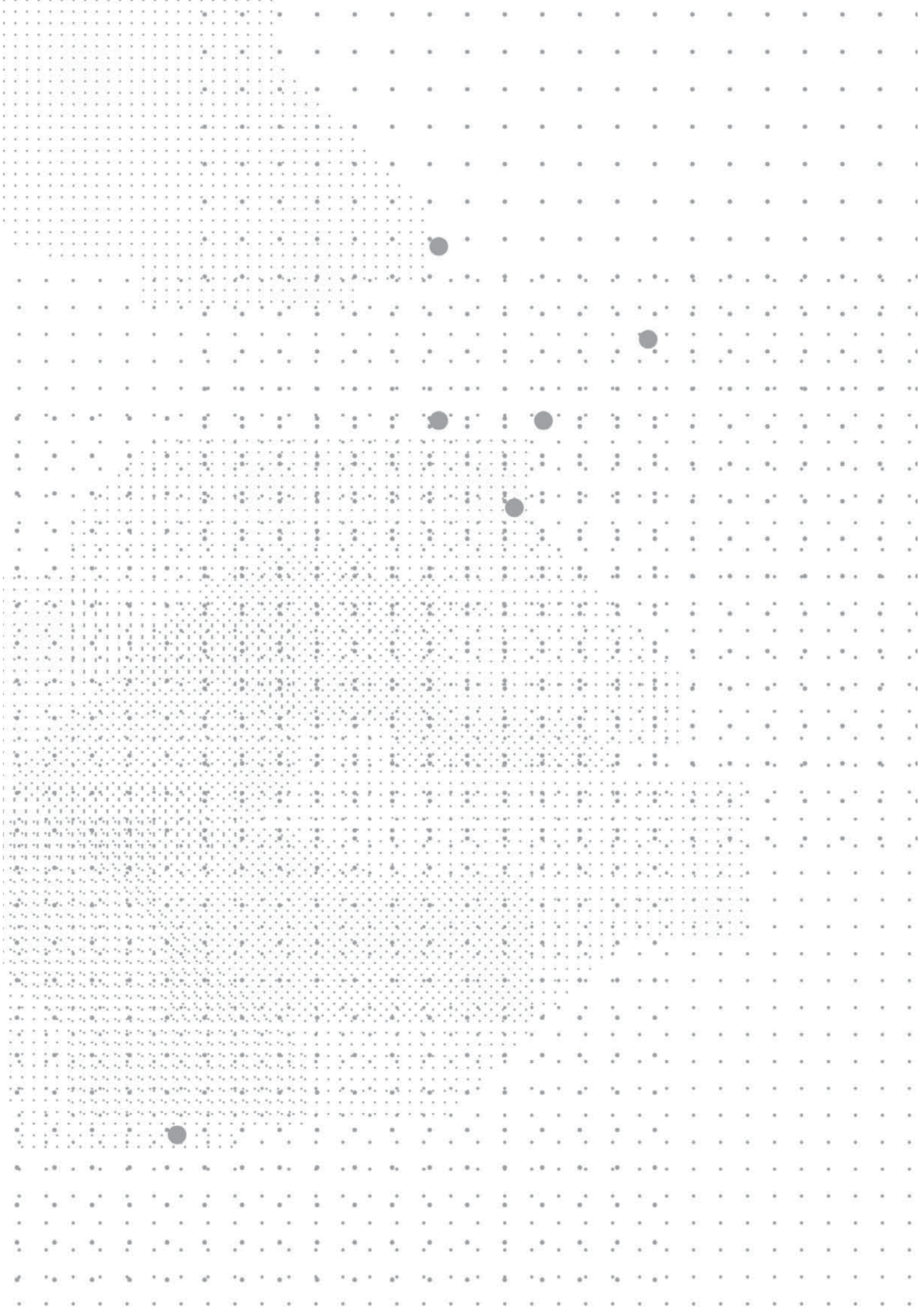
Wstęp	5
Główne wnioski	7
Źródła wiedzy o otaczającym świecie i kraju sąsiada	10
Ocena kraju sąsiada	24
Stosunek do sąsiedniego społeczeństwa	29
Opinie o wzajemnych relacjach	40
Ocena polityki europejskiej i zagranicznej drugiego kraju	49
Wnioski i uwagi końcowe	52





Badania z serii „Barometr Polska – Niemcy” od lat pozwalają dokonywać pomiaru stanu stosunków polsko-niemieckich i opisywać wzajemne postrzeganie się Polaków i Niemców. Są to badania sondażowe, prowadzone w tym samym czasie na reprezentatywnej grupie mieszkańców obu krajów. Cel analiz zaprezentowanych w niniejszym raporcie był rozszerzony. Przede wszystkim badania objęły jedną specyficzną grupę – najmłodszych dorosłych Polaków i Niemców (w wieku od osiemnastu do dwudziestu dziewięciu lat), a więc pokolenia, które wchodzi na rynek zawodowy i polityczny i w najbliższych latach będą kształtować życie społeczno-polityczne w Polsce i Niemczech. Są to jednocześnie osoby, do których kierowana jest bardzo szeroka oferta działań umożliwiających lepsze wzajemne poznanie się i które właśnie ukończyły edukację lub są jeszcze w jej trakcie. Aspekty te należy uznać za kluczowe, gdyż tym razem badanie Barometru połączyliśmy z innym wspólnym projektem, który Instytut Spraw Publicznych i Deutsches Polen-Institut (Niemiecki Instytut Spraw Polskich) realizują dzięki środkom Polsko-Niemieckiej Fundacji na rzecz Nauki: „Aktorzy, obszary, sposoby – komunikacja polsko-niemiecka: ze sobą i o sobie”. Stąd w ramach „Barometru Polska – Niemcy” poza ustaleniem, jak Polacy i Niemcy – w tym wypadku młode pokolenia – postrzegają się wzajemnie, chcieliśmy ponadto wykazać, za pomocą jakich narzędzi poszerzają oni wiedzę o kraju oraz jak konkretne źródła informacji o drugim kraju i jego społeczeństwie wpływają na wzajemny wizerunek obu społeczeństw.

Badania zostały przeprowadzone w ramach cyklu „Barometr Polska – Niemcy” na zlecenie Instytutu Spraw Publicznych, Deutsches Polen-Institut, Fundacji Konrada Adenauera i Fundacji Współpracy Polsko-Niemieckiej metodą CAWI (za pomocą panelu internetowego) na reprezentatywnej grupie pięciuset mieszkańców Polski i pięciuset mieszkańców Niemiec w wieku od osiemnastu do dwudziestu dziewięciu lat przez KANTAR PUBLIC w dniach od 14 lutego do 22 lutego 2022 roku, a zatem bezpośrednio przed rosyjskim atakiem na Ukrainę. Obie ogólnokrajowe próby respondentów są reprezentatywne ze względu na płeć, wiek oraz miejsce zamieszkania.





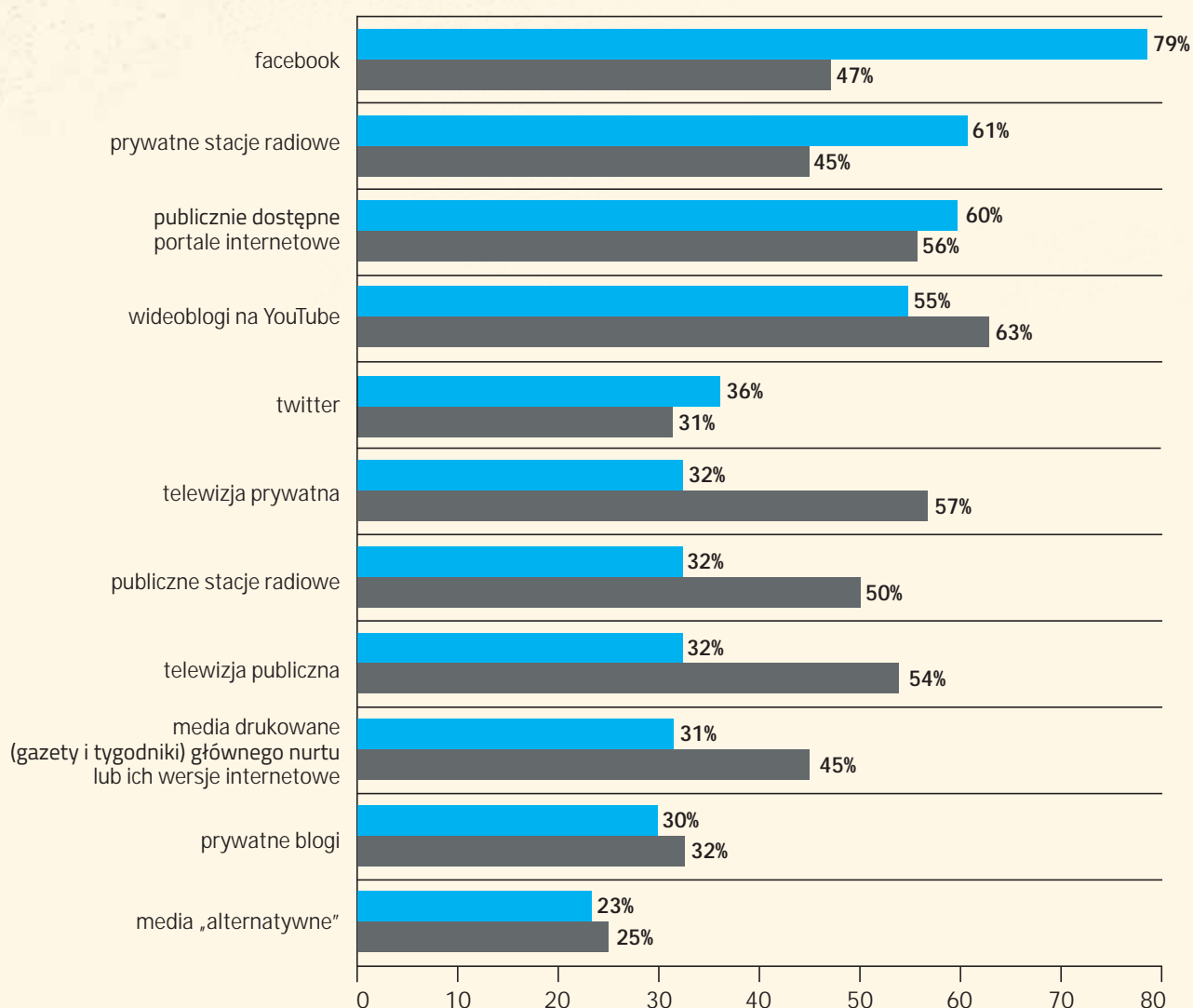
- ▶ Ponad trzy czwarte Niemców (77%) i prawie trzy czwarte Polaków (71%) w wieku od osiemnastu do dwudziestu dziewięciu lat określa się jako osoby zainteresowane polityką europejską i międzynarodową.
- ▶ Wśród źródeł informacji o społeczeństwie i polityce w gronie młodych Polaków dominują źródła internetowe: Facebook, portale internetowe, YouTube i Twitter oraz prywatne rozgłośnie radiowe. W Niemczech młodzi ankietowani najczęściej czerpią wiedzę na tematy społeczno-polityczne z YouTube'a, telewizji prywatnej i publicznej oraz publicznych stacji radiowych.
- ▶ Ponad jedna trzecia Polaków przyznaje, że w ogóle nie korzysta z mediów publicznych jako źródła informacji społeczno-politycznych. Po niemieckiej stronie uderzająco wysoki odsetek (ponad jedna czwarta) wskazań jako źródło, z którego w ogóle nie korzystają badani, osiągają Facebook i prywatne stacje radiowe.
- ▶ Młodzi Polacy i Niemcy, którzy deklarują przynajmniej jednorazowy pobyt w kraju sąsiada, najczęściej wskazują, że był to wyjazd turystyczny.
- ▶ Dwa razy więcej Polaków (65%) niż Niemców (32%) wskazuje szkołę jako źródło wiedzy o kraju sąsiada. Jest to jednocześnie źródło, które zbiera najwięcej wskazań w obu krajach.
- ▶ Polacy mają pozytywny obraz Niemiec w zdecydowanej większości obszarów. Poza jedną dziedziną oceny pozytywne wyraża ponad połowa badanych. Niemiecki obraz Polski jest raczej ambiwalentny. Odpowiedzi oscylują wokół środka skali, oznaczając opinie neutralne lub brak zdania.
- ▶ Podobny odsetek młodych Polaków (43%) i Niemców (40%) darzy drugie społeczeństwo sympatią.
- ▶ Poziom wzajemnej akceptacji Polaków i Niemców w różnych rolach społecznych jest wysoki. Po polskiej stronie odsetek młodych ankietowanych wskazujących na akceptację jest wyższy.
- ▶ Większość Polaków (53%) i Niemców (71%) uznaje obecny stan stosunków polsko-niemieckich za dobry. Częstotliwość wystawiania pozytywnych i negatywnych ocen w obu wypadkach jest jednak różna.
- ▶ Zarówno młodzi Polacy, jak i młodzi Niemcy są podzieleni w opiniach o tym, czy nowy niemiecki rząd przyczyni się raczej do poprawy czy do pogorszenia wzajemnych relacji. W obu wypadkach najlichniesza grupa respondentów (31% Polaków i 34% Niemców) uważa, że zmiana rządu nie

przyczyni się ani do poprawy, ani do pogorszenia stosunków polsko-niemieckich.

- ▶ Największa grupa Polaków (47%) pozytywnie postrzega niemiecką politykę europejską. Grupa ta jest ponad dwukrotnie większa niż grupa badanych, którzy oceniają ją negatywnie (20%).
- ▶ Oceny polskiej polityki europejskiej wystawiane przez Niemców są bardzo podzielone: 34% uważa, że Polska raczej przyczynia się do dobrej współpracy w Europie, a 31% twierdzi, że przyczynia się do zaostrzania sporów.
- ▶ Młodzi Polacy postrzegają Niemcy jako najważniejszego partnera do współpracy (65%). W Niemczech Polska (43%) wymieniana jest po Stanach Zjednoczonych (46%), Francji (45%) i Wielkiej Brytanii (44%).



Źródła wiedzy o społeczeństwie i polityce





Źródła wiedzy o drugim kraju i jego społeczeństwie mogą być bardzo różne. Wyróżnić należy te z nich, które pogłębiają ogólną znajomość świata, oraz te, dzięki którym dana osoba dowiaduje się już konkretnie o sąsiedzie. Stąd w naszym badaniu zapytaliśmy zarówno o narzędzia komunikacji, po które młodzi Polacy i Niemcy sięgają, aby zdobyć ogólną wiedzę społeczno-polityczną, jak i o instrumenty, które pozwalają poznać Niemcy/Polskę czy wręcz wchodzić w interakcję (wizyta w drugim kraju, rozmowy na jego temat), a nie jedynie pozyskiwać wiedzę (czytanie prasy czy książek, oglądanie telewizji). Założyliśmy także, że na decyzję o posługiwaniu się wybranym źródłem informacji, ale także ogólnie – na posiadany obraz drugiego kraju – wpływać zapewne będzie zainteresowanie polityką europejską i międzynarodową. Stąd informacja o stopniu tego zainteresowania posłużyła nam do pogłębienia analiz.

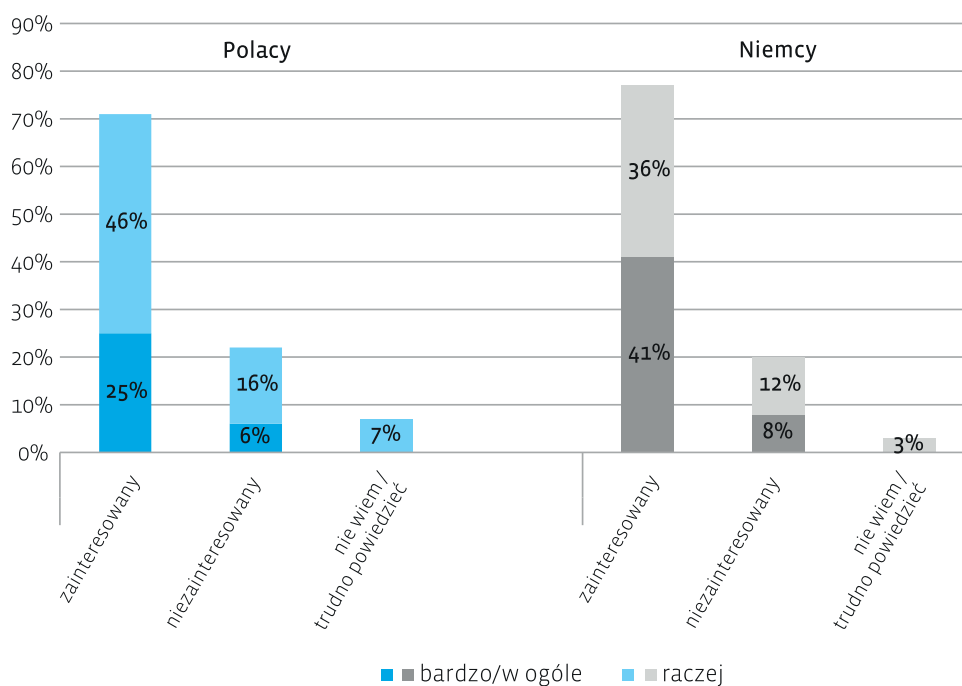
Zainteresowanie polityką

Większość badanych Polaków i Niemców określa się jako osoby zainteresowane polityką europejską i międzynarodową. Zainteresowanie deklaruje jednocześnie większy odsetek ankietowanych Niemców (77%) niż Polaków (71%), ale różnica ta jest niewielka. Różnicuje badanych raczej to, że po niemieckiej stronie większa niż w Polsce liczba młodych ludzi wskazuje na bardzo duże zainteresowanie.

Wśród młodych Polaków większe zainteresowanie polityką wykazują studenci (82%) oraz osoby deklarujące wykształcenie wyższe (78%), średnie ogólne lub techniczne (76%). Wiek czy preferencje partyjne z kolei nie odgrywają roli. W Niemczech różnicuje jedynie wykształcenie – osoby po edukacji podstawowej wykazują stosunkowo mniejsze zainteresowanie polityką (31%) niż pozostali.

Większość badanych Polaków i Niemców określa się jako osoby zainteresowane polityką europejską i międzynarodową

Wykres 1. Jak ocenia Pan (Pani) swoje zainteresowanie polityką europejską i międzynarodową? Jest Pan (Pani):



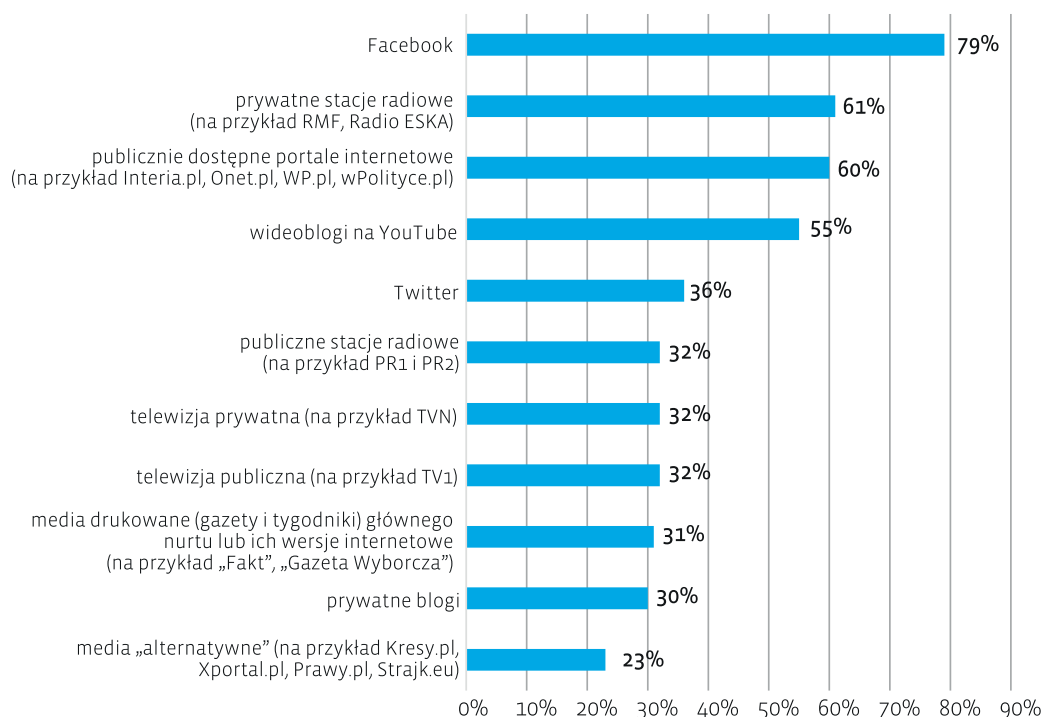
Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

Źródła informacji polityczno-społecznych

Wśród źródeł informacji o społeczeństwie i polityce w gronie młodych Polaków dominują źródła internetowe: Facebook, portale internetowe, YouTube i Twitter oraz prywatne rozgłośnie radiowe

Wśród źródeł informacji o społeczeństwie i polityce dominują w gronie młodych Polaków źródła internetowe. W pierwszej piątce najczęściej wskazywanych znalazły się bowiem Facebook – na pierwszym miejscu (79%), YouTube (55%) i Twitter (36%), a na trzecim miejscu portale internetowe (60%). Często badani wymieniali ponadto prywatne stacje radiowe (61%). Telewizja – prywatna i publiczna – radio publiczne oraz gazety i tygodniki wraz z ich wydaniem internetowymi była wskazywana przez jedną trzecią badanych Polaków.

Wykres 2. Jak często korzysta Pan (Pani) z następujących źródeł informacji o społeczeństwie i polityce? Odpowiedzi Polaków „bardzo regularnie” oraz „raczej regularnie”

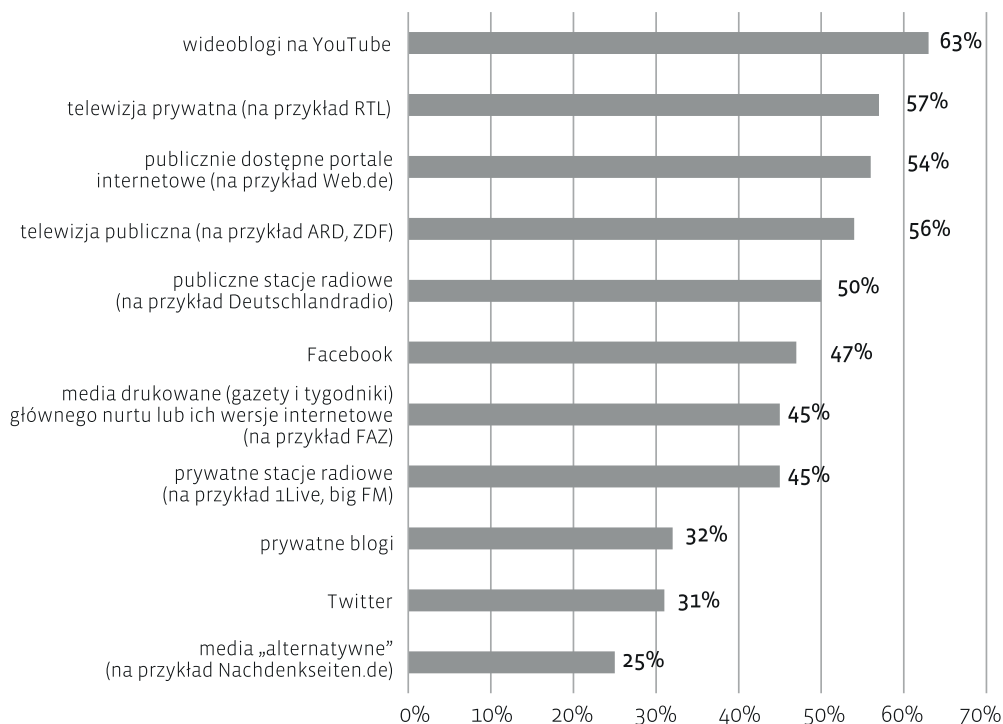


* Badani mogli zaznaczyć odpowiedzi od 1 = wcale do 4 = bardzo regularnie.
Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

W Niemczech młodzi ankietowani najczęściej wskazują na YouTube (63%) jako źródło informacji społeczno-politycznych. W pierwszej piątce znajdują się także, w odróżnieniu od strony polskiej, telewizja prywatna (57%), telewizja publiczna (54%) oraz publiczne stacje radiowe (50%). Facebooka wymienia mniej niż połowa niemieckich ankietowanych (47%) – czyli niewiele więcej niż gazety i tygodniki, a Twittera wskazuje rzadziej niż co trzeci badany (31%).

W Niemczech młodzi ankietowani najczęściej czerpią wiedzę społeczno-polityczną z YouTube’a, telewizji prywatnej i publicznej oraz publicznych stacji radiowych

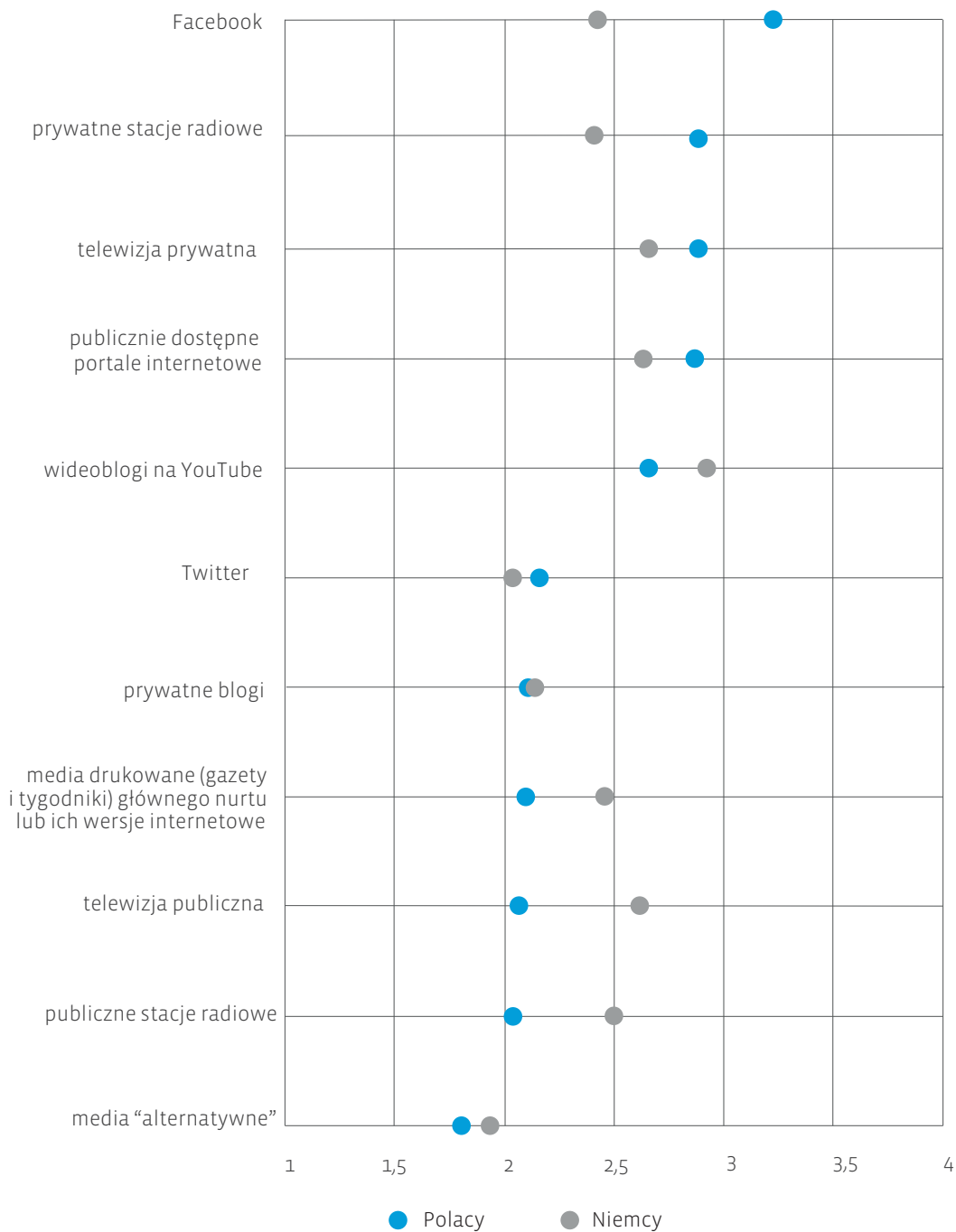
Wykres 3. Jak często korzysta Pan (Pani) z następujących źródeł informacji o społeczeństwie i polityce? Odpowiedzi Niemców „bardzo regularnie” oraz „raczej regularnie”



* Badani mogli zaznaczyć odpowiedzi od 1 = wcale do 4 = bardzo regularnie.
Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

Porównując średnie odpowiedzi na temat źródeł informacji Polaków i Niemców o społeczeństwie i polityce, wyraźnie widać, że najbardziej zbliżone wskazania dotyczą czerpania wiedzy z telewizji prywatnej, portali internetowych i prywatnych blogów. Najrzadziej – i z podobną częstotliwością – korzysta się z mediów alternatywnych. Najbardziej różni zaś częstotliwość wskazywania na Facebooka i prywatne stacje radiowe (częściej w Polsce) oraz telewizję i radio publiczne czy gazety i czasopisma (częściej w Niemczech).

Wykres 4. Jak często korzysta Pan (Pani) z następujących źródeł informacji o społeczeństwie i polityce? Średnia odpowiedzi Polaków i Niemców

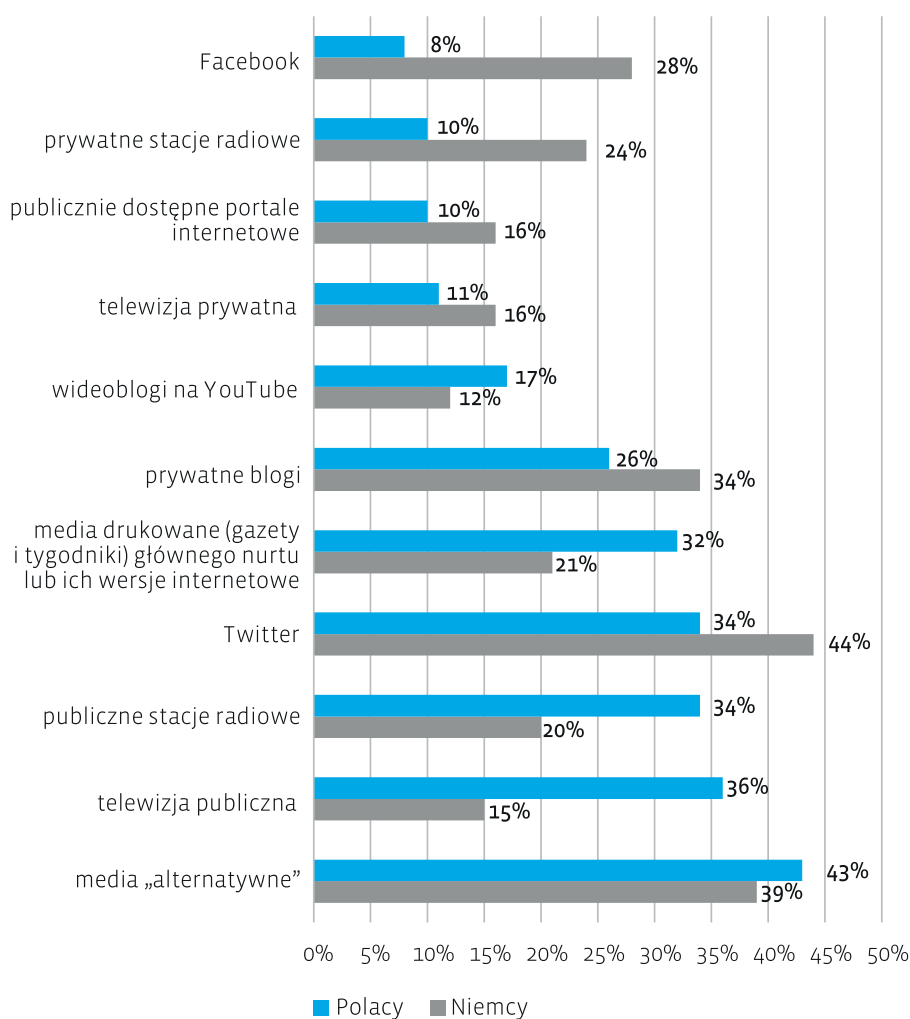


* Badani mogli zaznaczyć odpowiedzi od 1 = wcale do 4 = bardzo regularnie.
 Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

Ważną z punktu widzenia sposobu docierania do najmłodszych obywateli z przekazami społeczno-politycznymi jest także informacja, z których źródeł nie korzystają oni „wcale”. Po polskiej stronie zwracają uwagę wskazania na media publiczne – powyżej jednej trzeciej odpowiedzi – i media drukowane. Po niemieckiej stronie uderza stosunkowo wysoka częstotliwość zaznaczania Facebooka (28%). W obu wypadkach nie dziwi, że młodzi nie informują się za pośrednictwem Twittera, który w swojej polityczno-społecznej części wykorzystywany jest głównie przez świat polityczno-ekspercko-medialny.

Zarówno wśród młodych Polaków, jak i wśród młodych Niemców grupa osób, która w ogóle nie korzysta ze źródeł informacji społeczno-politycznych (odpowiada na pytanie: „wcale” lub „rzadko”), jest niewielka i wynosi dla Polaków niecałe 5%, a 4% dla Niemców. Niewielkie są także grupy badanych, którzy z każdego ze źródeł korzystają regularnie („raczej” lub „bardzo”). Po obu stronach to niecałe 4%.

Wykres 5. Jak często korzysta Pan (Pani) z następujących źródeł informacji o społeczeństwie i polityce? Odpowiedzi „wcale” Polaków i Niemców



Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

Po polskiej stronie korzystanie z poszczególnych źródeł informacji jest tylko w jednym wypadku ściśle powiązane z preferencjami politycznymi. Wyborcy Prawa i Sprawiedliwości zdecydowanie częściej niż zwolennicy innych partii wskazują na telewizję publiczną (89%). W pozostałych wypadkach związki te nie występują. Z kolei, jak można przypuszczać, konsumpcja mediów zależy od wykształcenia. Dzieje się tak jednak tylko w kilku grupach. Osoby z wykształceniem wyższym i średnim ogólnym lub technicznym częściej niż absolwenci szkół zawodowych twierdzą, że nie oglądają telewizji publicznej lub robią to rzadko (deklaruje tak dwie trzecie z nich), częściej zaś niż osoby z wykształceniem zawodowym lub podstawowym wskazują na regularne korzystanie z telewizji prywatnej (także dwie trzecie) i z Twittera (prawie 40%).

W Niemczech tylko w jednym wypadku, a mianowicie korzystania z Facebooka, na udzielane odpowiedzi wpływa wiek – starsi badani (od dwudziestu pięciu do dwudziestu dziewięciu lat) stosunkowo częściej niż młodsi (od osiemnastu do dwudziestu czterech lat) wskazują, że z tego serwisu regularnie czerpią informacje o społeczeństwie i polityce (56% do 38%). Facebook jest także źródłem, które wskazuje częściej niż inne konkretna grupa wyborców – zwolennicy Alternatywy dla Niemiec (70%). Osoby z wyższym wykształceniem częściej niż pozostałe wskazują telewizję publiczną (70%), radio publiczne (63%) oraz gazety i czasopisma (63%).

I w Polsce, i w Niemczech osoby deklarujące zainteresowanie polityką europejską i międzynarodową częściej wybierają wszystkie źródła informacji niż osoby słabiej lub w ogóle niezainteresowane.

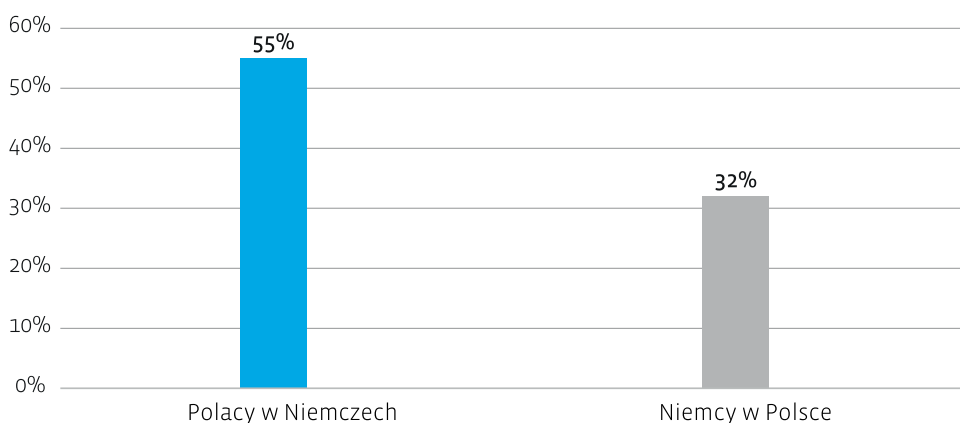
Pobyt w kraju sąsiada

Jednym z kluczowych źródeł wiedzy o drugim kraju i jego społeczeństwie jest bezpośredni kontakt, czyli pobyt w danym państwie. Regularne badania „Barometr Polska – Niemcy” od lat potwierdzają, że im te odwiedziny są częstsze, tym wiedza o kraju sąsiada oraz postrzeganie tego kraju, jego mieszkańców i polityki stają się lepsze – zazwyczaj związki te silniejsze są po stronie niemieckiej.

W wypadku osób młodych możliwości pobytu w Niemczech lub w Polsce są z jednej strony stosunkowo ograniczone – z uwagi na krótszy czas życia tych osób mogło być ich mniej. Jednocześnie to właśnie ta grupa – uczniów, studentów, młodych, szukających zatrudnienia – jest zwykle stosunkowo mobilna i to do niej kierowanych jest w ostatnich latach wiele ofert wyjazdu.

Odpowiedzi badanych wskazują, że sąsiedni kraj odwiedziła przynajmniej raz w swoim życiu ponad połowa Polaków (55%) oraz jedna trzecia Niemców (32%).

Wykres 6. Czy był Pan (była Pani) kiedykolwiek w Niemczech/Polsce po 1989/1990 roku?
Odpowiedzi Polaków i Niemców



Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

Stosunkowo rzadziej niż studenci czy osoby pracujące deklarują pobyt w Niemczech polscy uczniowie. Podobnie rzadziej odwiedziły ten kraj osoby z wykształceniem podstawowym i zawodowym niż z ogólnym lub wyższym. Również po stronie niemieckiej rzadziej wizyty w Polsce deklarują badani, którzy mają niższe wykształcenie. Wśród Niemców największe różnice w odpowiedziach zachodzą w odniesieniu do miejsca zamieszkania badanych. Pobyt w Polsce deklaruje 52% Niemców wschodnich oraz 29% Niemców zachodnich. Jeszcze wyraźniej dostrzega się różnice, porównując odpowiedzi respondentów mieszkających w krajach związkowych graniczących z Polską (liczonych razem z Berlinem ze względu na bliskość granicy). Wśród nich odsetek osób, które przynajmniej raz odwiedziły Polskę, wynosi 59%, kiedy wśród pozostałych – 29%. Po polskiej stronie jest podobnie: mieszkańcy województw przy granicy z Niemcami częściej (76%) deklarują pobyt za Odrą niż osoby z pozostałych województw (51%).

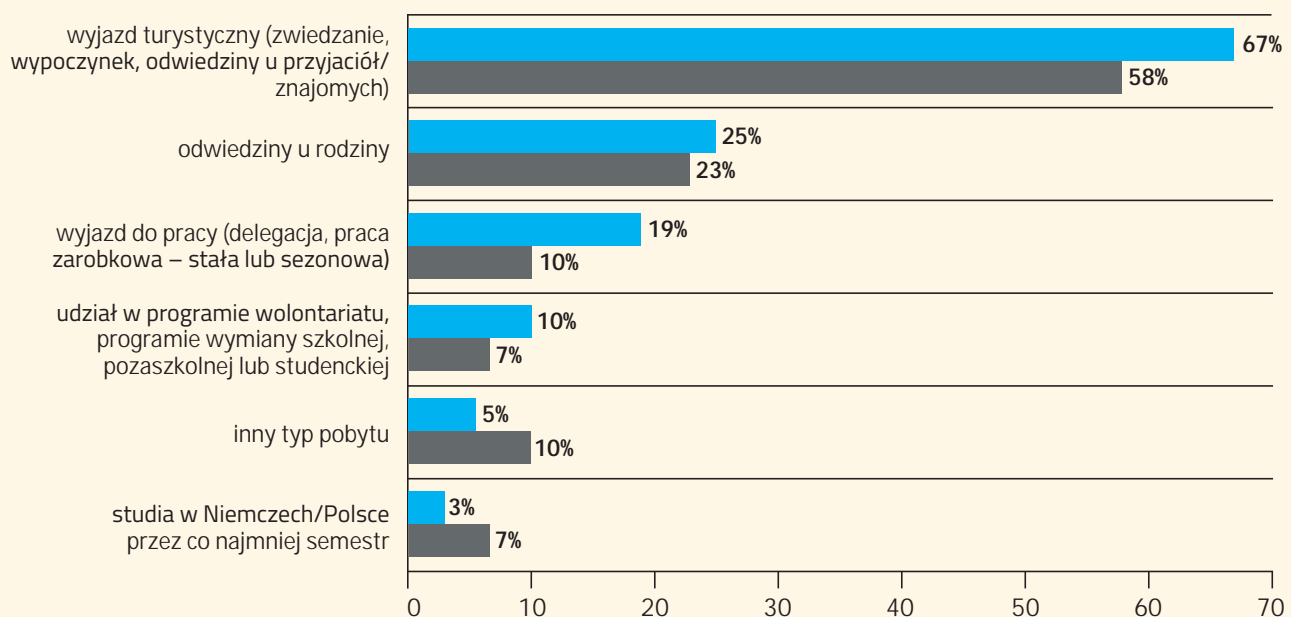
Powody pobytu w kraju sąsiada

Najczęstszym powodem pobytu w Niemczech lub w Polsce są wyjazdy turystyczne: zwiedzanie, wypoczynek, odwiedziny u znajomych (67% Polaków i 58% Niemców). Co czwarty badany z obu krajów, który odwiedził już Polskę/Niemcy, przywołał jako przyczynę odwiedziny u rodziny. Zwłaszcza ten typ kontaktu może świadczyć o szerszym poznaniu kraju, gdyż o jego funkcjonowaniu czy charakterystyce odwiedzająca osoba dowiaduje się z jednej strony z autopsji – podczas pobytu, z drugiej zaś strony zestawia własne obserwacje z doświadczeniami najbliższych. Można także domniemywać, że jest z nimi w kontakcie poza trwaniem pobytu i dostaje informacje, jeśli nawet nie na bieżąco, to częściej niż inni.

Najczęstszym powodem pobytu w Niemczech lub w Polsce są wyjazdy turystyczne



Charakter wyjazdu/wyjazdów do Niemiec/Polski

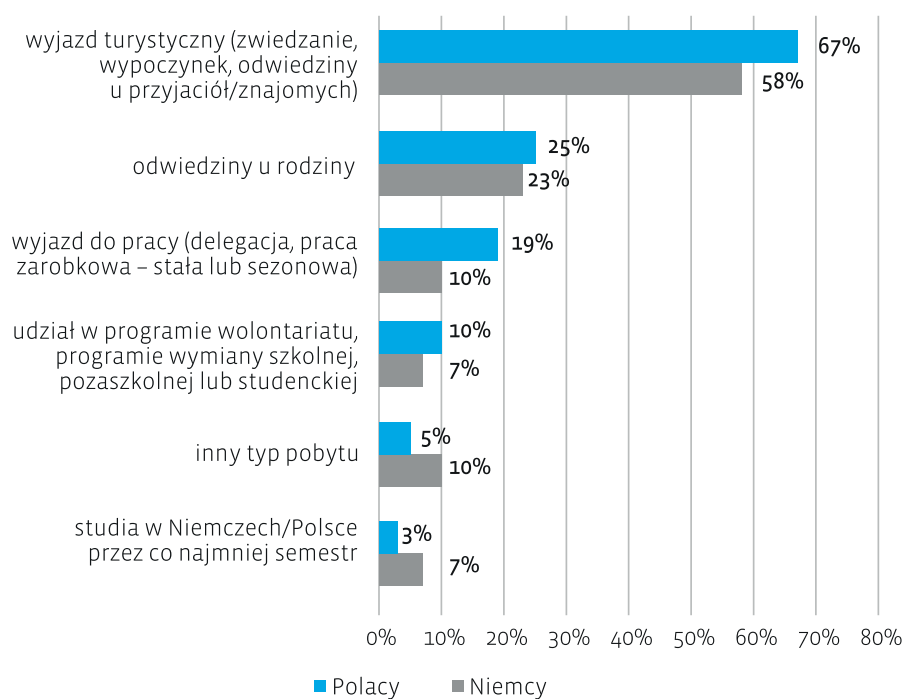


PL

DE

Innym sposobem poznawania drugiego kraju są wyjazdy związane z pracą – zarówno służbowe (delegacje), jak i mające na celu podjęcie w drugim państwie pracy zarobkowej: stałej lub sezonowej. Pozwalają one poznać kraj z pewnej charakterystycznej strony – konkretnego funkcjonowania niektórych rozwiązań systemowych, prawa, ale także społeczeństwa. Tę odpowiedź wybiera prawie jedna piąta Polaków (19%) oraz co dziesiąta osoba z Niemiec. Podobnie szerokie doświadczenia można zdobyć, uczestnicząc w programach wolontariackich, wymianach młodzieży (tę opcję zaznacza 10% Polaków, 7% Niemców) oraz podczas pobytu na studiach w drugim kraju (3% Polaków i 7% Niemców). Analizując te dane, należy pamiętać, że odsetki dotyczą niewielkich ogółem grup badanych, którzy przynajmniej raz byli w kraju sąsiada.

Wykres 7. Jaki był to charakter wyjazdu/wyjazdów do Niemiec/Polski? Odpowiedzi Polaków i Niemców, którzy wskazali, że byli przynajmniej raz w kraju sąsiada



Respondenci mogli zaznaczyć dowolną liczbę odpowiedzi.

Liczba osób odpowiadających na to pytanie (wskazujących, że przynajmniej raz była w drugim kraju): Polacy – 273, Niemcy – 162.

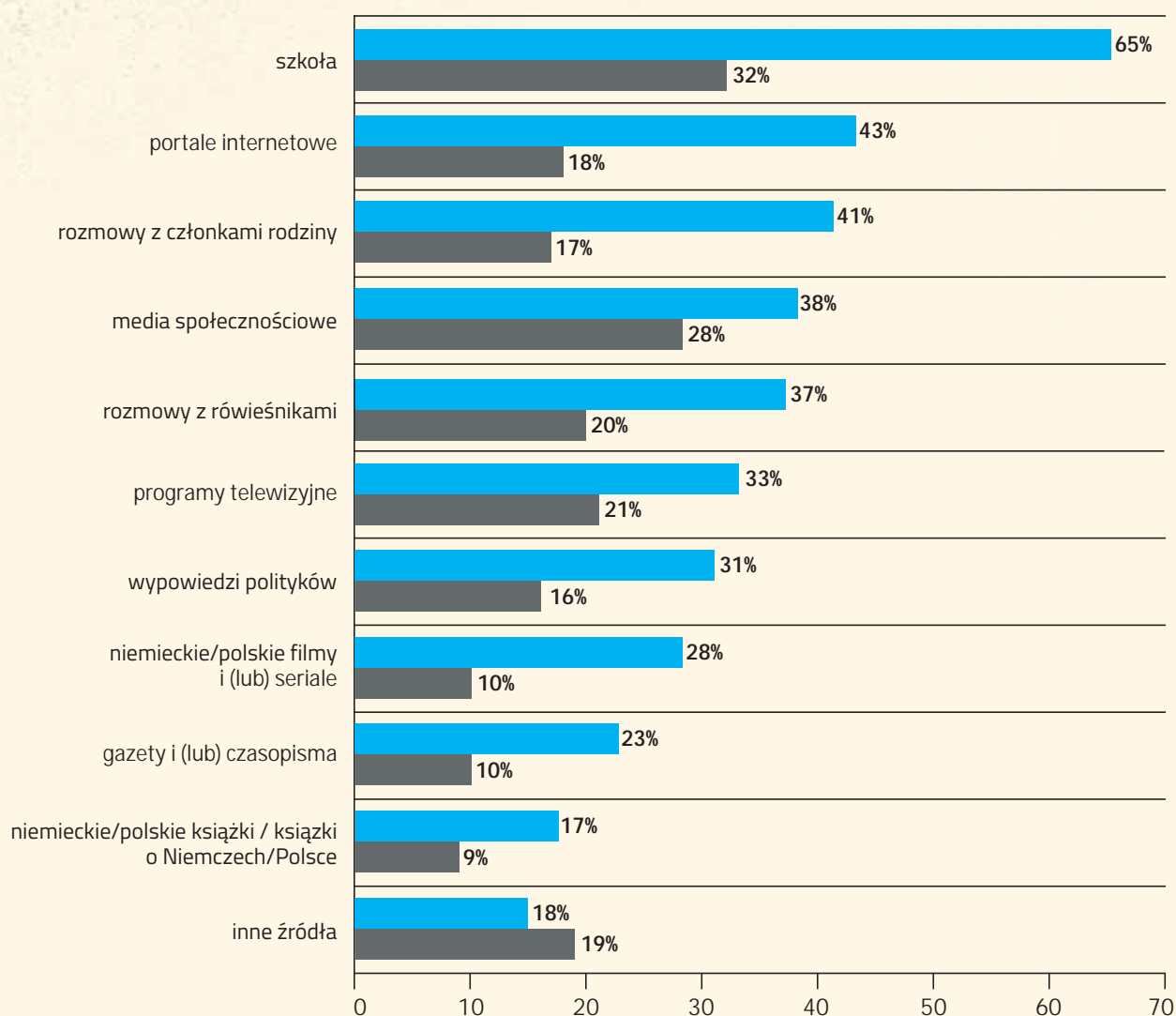
Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

Wiek różnicuje jedynie odpowiedzi dotyczące pracy Polaków w Niemczech – co rozumiałe, osoby w wieku od dwudziestu pięciu do dwudziestu dziewięciu lat częściej wskazują tę odpowiedź niż osoby do dwudziestego piątego roku życia, a osoby pracujące częściej niż uczniowie czy studenci.

Innymi typowymi źródłami wiedzy o drugim kraju są szkoła, media czy korzystanie z produktów kultury. W obu wypadkach w Polsce i Niemczech



Źródła wiedzy o Niemczech/Polsce, niemieckiej/polskiej historii i kulturze



Dwa razy więcej Polaków niż Niemców wskazuje szkołę jako źródło wiedzy o kraju sąsiada

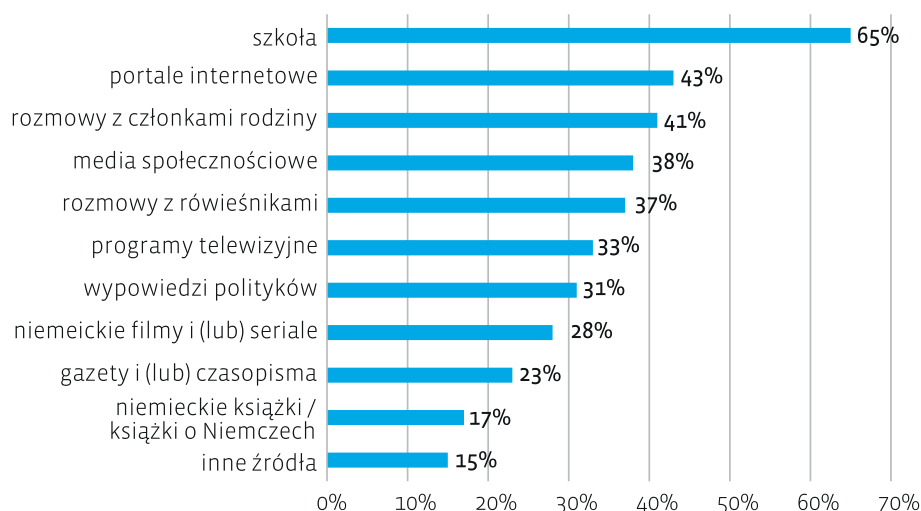
na pierwszym miejscu wskazywanych źródeł wiedzy plasuje się szkoła. Podczas gdy odpowiedź tę wybiera dwie trzecie Polaków (65%), to po niemieckiej stronie wskazań tych jest już jedynie jedna trzecia (32%). Potwierdza to tezy sformułowane przez ekspertów obserwujących relacje polsko-niemieckie, że w niemieckiej szkole temat Polski jest podejmowany stosunkowo rzadko.

Kolejne odpowiedzi pokazują, że Polacy ogólnie częściej stykają się w różnych okolicznościach z informacjami o Niemczech niż Niemcy o Polsce. Ciekawa jest jednocześnie kolejność wskazań. Polscy badani na drugim miejscu wskazują portale internetowe (43%). Analiza polskich mediów potwierdza, że dostęp do informacji o Niemczech w Internecie jest rzeczywiście dość duży. W Polsce na portalach regularnie pojawiają się informacje o bardzo różnych obszarach życia w Niemczech – nie tylko o polityce, ale także o sporcie, społeczeństwie, kulturze. Tak częste wybieranie tej odpowiedzi jest więc zbieżne z przywołaną informacją – niezależnie od tego, jaki portal stanowi źródło informacji, szansa, że pojawia się tam wzmianka o Niemczech, jest stosunkowo duża. To zapewne generuje także stosunkowo częste spotkanie się z informacjami o Niemczech w mediach społecznościowych (38% badanych Polaków), gdyż te ostatnie nieraz wykorzystują (przez linkowanie) materiały z portali. Jednocześnie wskazania na media społecznościowe może być powiązane z istnieniem tematu Niemiec w rozmowach – z rodziną (41%) oraz z rówieśnikami (37%). W obu wypadkach wskazania na te źródła są stosunkowo częste i pokazują, jak ważny w Polsce jest szeroko rozumiany temat „niemiecki”.

Pogłębione analizy potwierdzają te przypuszczenia. Polacy, którzy wybierają odpowiedź „portale internetowe”, „rozmowy z rówieśnikami”, „rozmowy z rodziną” i „media społecznościowe”, to podobna grupa. Przykładowo 63% tych, którzy wskazują portale, wybiera również media społecznościowe, a wśród osób, które nie przywołują portali internetowych, analogiczny odsetek wynosi 26%. Także inne „pary” odpowiedzi, jak rozmowy z rodziną i z rówieśnikami czy portale internetowe i rozmowy z rówieśnikami, są powiązane. Po niemieckiej stronie występują podobne zależności, ale są one zdecydowanie słabsze. Na przykład prawie 42% Niemców, którzy wskazują portale, wybiera również media społecznościowe. Wśród tych, którzy nie wskazują portali internetowych, analogiczny odsetek wynosi 25%. Odsetki te są więc zdecydowanie bardziej wyrównane. Dla pozostałych par związki są na ogół jeszcze słabsze.

W Polsce jedna trzecia badanych młodych ludzi wybiera odpowiedź, że o Niemczech czerpie wiedzę z programów telewizyjnych (33%) i wypowiedzi polityków (31%). Nieco rzadsze wskazania na prasę (23%) są zbieżne z tym, że z tego źródła młodzi Polacy ogólnie rzadziej dowiadują się o społeczeństwie i polityce. Także inne wskazania są powiązane z opisanymi powyżej źródłami wiedzy o szeroko pojętych sprawach społeczno-politycznych. Portale internetowe i media społecznościowe plasują się wysoko w hierarchii źródeł informacji, również o Niemczech.

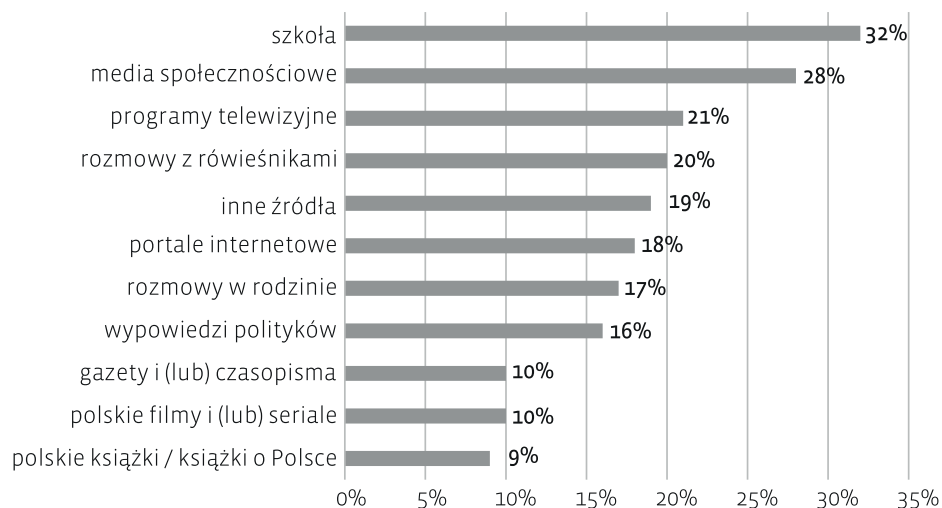
Wykres 8. Z jakich źródeł pochodzi Pana (Pani) wiedza o Niemczech, niemieckiej historii i kulturze? Odpowiedzi Polaków



Respondenci mogli zaznaczyć dowolną liczbę odpowiedzi.
Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

Poza wspomnianym źródłem wiedzy o kraju sąsiada, jakim jest szkoła, jeszcze w kilku wypadkach polskie i niemieckie wskazania różnią się diametralnie. Polacy dwukrotnie częściej niż Niemcy rozmawiają o sąsiednim państwie z rówieśnikami (37% do 20%) i w rodzinie (41% do 17%) czy słyszą na ten temat wypowiedzi polityków (31% do 16%). Także konsumpcja niemieckich artykułów prasowych (23% do 10%) i książek (17% do 9%) jest dwa razy częstsza po polskiej stronie niż polskich po niemieckiej.

Wykres 9. Z jakich źródeł pochodzi Pana (Pani) wiedza o Polsce, polskiej historii i kulturze? Odpowiedzi Niemców



Respondenci mogli zaznaczyć dowolną liczbę odpowiedzi.
Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

Szczegółowe analizy pozwalają wskazać, które grupy młodych badanych korzystają z danych źródeł wiedzy. Po polskiej stronie, niezależnie od wskazywanego źródła wiedzy, wyróżniają się studenci, którzy stosunkowo częściej niż uczniowie lub osoby pracujące wybierają dane źródło. Podobnie wyróżniają się osoby z wykształceniem wyższym na tle pozostałych. W tym ostatnim wypadku taka sama sytuacja jest w Niemczech. Ponadto niemieccy absolwenci wyższych uczelni częściej niż pozostali wskazują na programy telewizyjne, rozmowy z rówieśnikami, wypowiedzi polityków. Z kolei Niemcy zainteresowani polityką stosunkowo częściej niż pozostali wybierają takie źródła wiedzy o Polsce jak rozmowy z rodziną i wypowiedzi polityków. Po polskiej stronie osoby zainteresowane polityką wybierają prawie każde z tych źródeł (poza szkołą, czyli poza źródłem mniej dobrowolnym) częściej niż niezainteresowane.

Interesujące jest zwłaszcza, w jakiej mierze pobyt w drugim kraju – a także charakter tego pobytu – wpływa na korzystanie z konkretnych źródeł wiedzy o tym państwie. Polacy, którzy odwiedzili Niemcy, częściej niż pozostali jako źródło wiedzy wymieniają portale internetowe (50%) oraz serwis YouTube (45%). Niemieccy badani, którzy byli w Polsce, częściej wskazują zaś na rozmowy z rodziną (29%) i z rówieśnikami (30%) jako źródła wiedzy. Charakter pobytu już istotnie nie różnicuje odpowiedzi. Brak powiązań jest najprawdopodobniej spowodowany ogólnie niskim odsetkiem osób, które deklarują jakikolwiek pobyt w kraju sąsiada.

Innym ciekawym zestawieniem jest charakterystyka tego, w jakim stopniu korzystanie z konkretnych źródeł informacji o społeczeństwie i polityce wpływa na wybór źródeł wiedzy o kraju sąsiada. Powinny zachodzić tu dość oczywiste zależności – i tak się również dzieje.

Po polskiej stronie zachodzi związek między oglądaniem telewizji prywatnej a wskazywaniem na wiedzę o Niemczech czerpaną z programów telewizyjnych i wypowiedzi polityków. Młodzi Polacy, którzy regularnie oglądają prywatne stacje telewizyjne, stosunkowo częściej wskazują właśnie te źródła. Ponadto ankietowani, którzy ogólną wiedzę na tematy społeczno-polityczne czerpią regularnie z portali internetowych, częściej niż ci, którzy robią to rzadko, tam właśnie dowiadują się o Niemczech. Identyczna zależność dotyczy prasy drukowanej.

Niemcy, którzy wskazują na pozyskiwanie wiedzy o polityce z telewizji publicznej, częściej niż ci, którzy tego nie robią, przyznają, że o Polsce dowiadują się z programów telewizyjnych czy wypowiedzi polityków. Oglądanie telewizji prywatnej czy słuchanie radia publicznego lub prywatnego nie ma już takiego przełożenia. Podobny związek występuje w wypadku czytelnictwa prasy – badani, którzy korzystają z tego medium w celu pozyskiwania informacji politycznych, częściej niż pozostali wskazują na to źródło wiedzy o Polsce. W wypadku korzystania z mediów społecznościowych ich konsumenci stosunkowo częściej niż osoby nieposługujące się nimi jako źródłami wiedzy wskazują na Twittera jako pochodzenie swojej wiedzy o Polsce, kiedy w wypadku Facebooka czy YouTube'a takich związków nie ma.

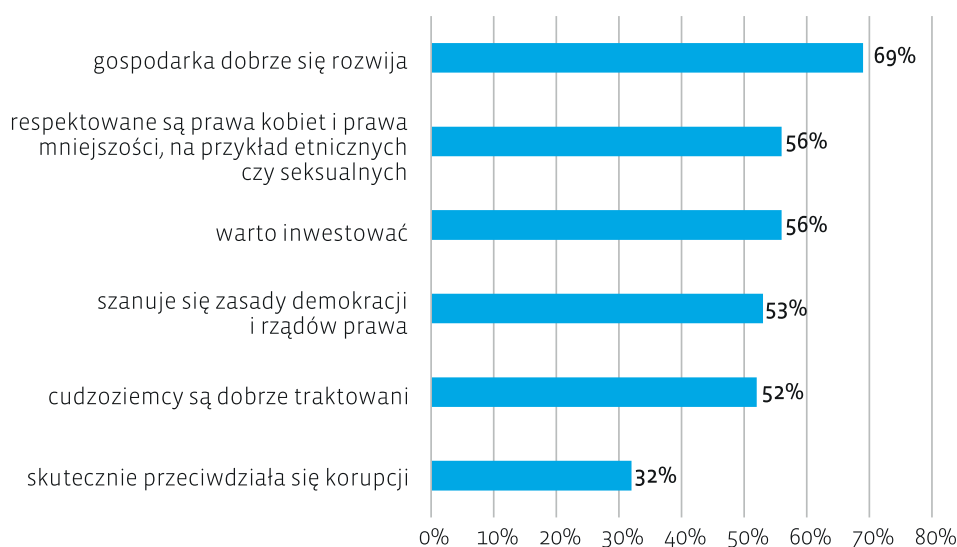


Opisane powyżej doświadczenie w kontaktach z danym krajem może wpływać na jego obraz. Aby w pełni uchwycić, co Polacy i Niemcy sądzą o państwie sąsiedzkim, poprosiliśmy badanych o odniesienie się do kilku stwierdzeń dotyczących spraw społeczno-politycznych, prosząc o zaznaczenie, czy z tymi opiniami się zgadzają.

Polacy mają pozytywny obraz Niemiec w zdecydowanej większości obszarów. Poza jedną dziedziną oceny pozytywne wyraża ponad połowa badanych. Najczęściej są oni przekonani, że dobrze rozwija się niemiecka gospodarka (69%) i – co się z tym wiąże – w Niemczech warto inwestować (56%). Jedynie jedna trzecia wskazała, że w Niemczech skutecznie zwalcza się korupcję, jest spowodowana brakiem zdania badanych na ten temat (27%) lub wybieraniem odpowiedzi ze środka skali (32%), co oznacza, że respondentom najtrudniej ocenić tę kwestię.

Młodzi Polacy mają pozytywny obraz Niemiec

Wykres 10. Czy Niemcy to kraj, w którym... Odpowiedzi twierdzące Polaków



* Badani mogli zaznaczyć odpowiedzi na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznaczało, że z wymienionym stwierdzeniem respondent „zdecydowanie się nie zgadza”, a 5 – „zdecydowanie się zgadza”. Na wykresie przedstawiono sumę odpowiedzi „zdecydowanie się zgadzam” i „zgadzam się”.

Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

Polacy z wyższym wykształceniem mają w większości stosunkowo lepszy obraz Niemiec niż osoby z niższym wykształceniem. Podobnie w większości wypadków lepiej oceniają Niemcy wyborcy Koalicji Obywatelskiej, Lewicy

i Ruchu Polska 2050 niż zwolennicy Prawa i Sprawiedliwości, Konfederacji czy partii Kukiz'15. Na obraz Niemiec ma także wpływ zainteresowanie polityką europejską i międzynarodową – w każdym ocenianym wypadku badani zainteresowani polityką mają częściej lepsze zdanie o Niemczech niż niezainteresowani. Podobnie wpływa fakt pozyskiwania wiedzy o Niemczech z różnych źródeł – niezależnie zaś od rodzaju samego źródła (książki, filmy, media, rozmowy). Respondenci, którzy wskazują, że ich wiedza o Niemczech pochodzi z tych różnych źródeł, częściej mają dobry obraz Niemiec. Różnice te wynoszą kilkanaście punktów procentowych. Mniejszy wpływ ma zaś sam fakt pobytu w Niemczech. Osoby, które nie odwiedziły tego kraju, częściej nie mają zdania na jego temat. Z kolei tylko w wypadku opłacalności inwestycji oraz dobrego traktowania cudzoziemców pobyt ma pozytywny wpływ na opinie – młodzi Polacy, którzy byli w Niemczech, częściej zgadzają się z tymi stwierdzeniami.

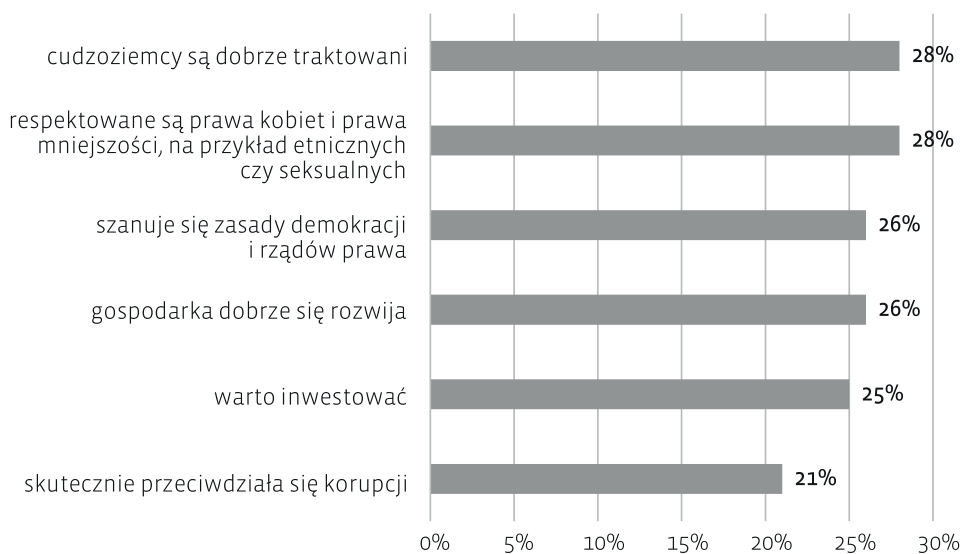
Odsetek badanych młodych Niemców, którzy zgadzają się z pozytywnymi odpowiedziami dotyczącymi funkcjonowania Polski jako kraju, jest stosunkowo niski – plasuje się poniżej jednej trzeciej badanych. Najczęściej

Młodzi Niemcy mają
stosunkowo ambiwalentny
stosunek do Polski

Niemcy przyznają, że w Polsce cudzoziemcy są dobrze traktowani (28%) oraz respektowane są prawa kobiet i mniejszości (28%). Jedna czwarta pytanych zgadza się, że polska gospodarka dobrze się rozwija i warto w tym kraju inwestować.

Tak niski odsetek pozytywnych opinii na temat Polski nie oznacza jednocześnie, że w tych wszystkich wypadkach opinie Niemców o Polsce są negatywne. Od 30% do 39% respondentów wybiera bowiem odpowiedź neutralną – ze środka skali, a od 10% do 16% ankietowanych nie potrafi udzielić odpowiedzi. W wypadku jednak respektowania praw kobiet i praw mniejszości (dwa punkty procentowe), opłacalności inwestycji (pięć punktów procentowych) czy przeciwdziałania korupcji (dziesięć punktów procentowych) przeważają oceny negatywne.

Wykres 11. Czy Polska to kraj, w którym... Odpowiedzi twierdzące Niemców



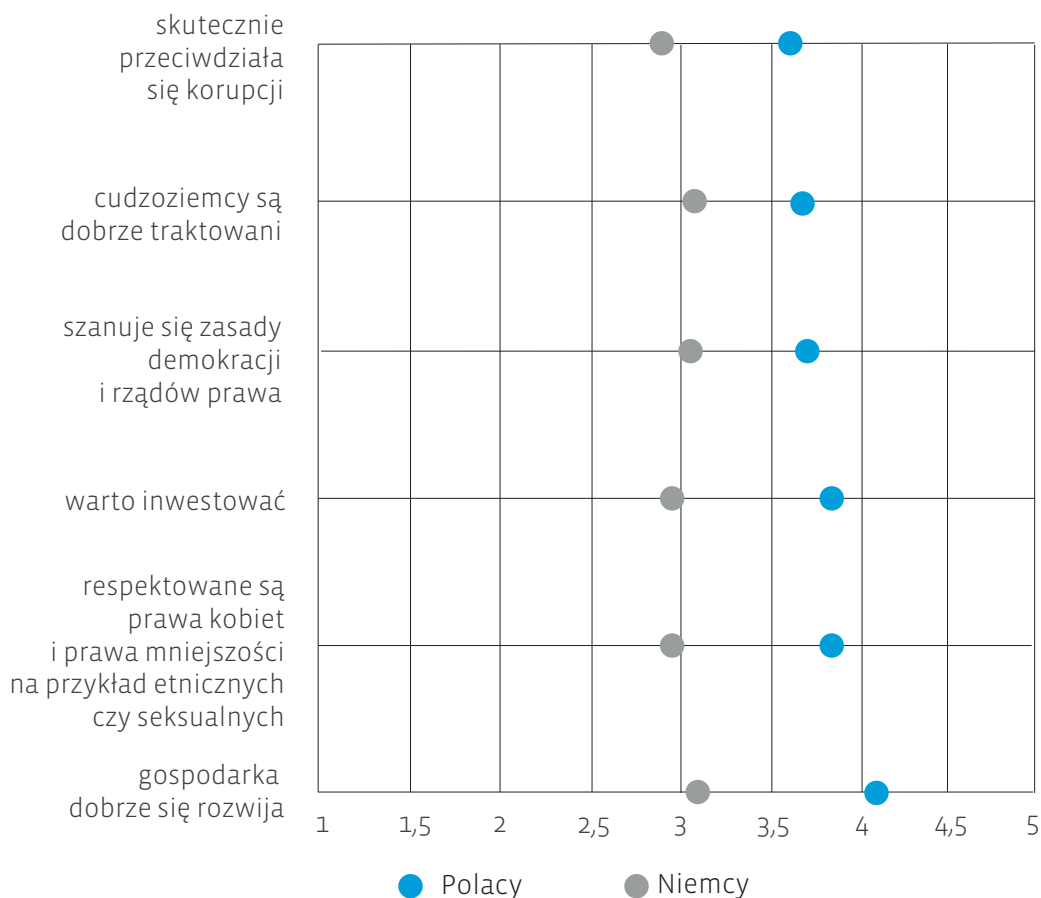
* Badani mogli zaznaczyć odpowiedzi na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznaczało, że z wymienionym stwierdzeniem respondent „zdecydowanie się nie zgadzał”, a 5 – „zdecydowanie się zgadzał”. Na wykresie przedstawiono sumę odpowiedzi „zdecydowanie się zgadzam” i „zgadzam się”.

Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

Wyraźniej pełnię ocen widać w zestawieniu średnich odpowiedzi. Odpowiedzi Polaków plasują się w takim zestawieniu zdecydowanie w części skali oznaczającej opinie pozytywne. Wskazania Niemców oscylują wokół środka skali. Zestawienie średnich odpowiedzi Polaków o Niemczech i Niemców o Polsce pokazuje więc, że młodzi Polacy mają ogólnie zdecydowanie lepszy obraz Niemiec niż Niemcy Polski. Największa różnica istnieje w ocenie rozwoju gospodarki i opłacalności inwestycji. Tu polskie oceny Niemiec są bowiem szczególnie wysokie, co nie dziwi ze względu na wielkość niemieckiej gospodarki i jej znaczenia na świecie oraz dla rozwoju Polski.

Młodzi Polacy mają ogólnie zdecydowanie lepszy obraz Niemiec niż młodzi Niemcy Polski

Wykres 12. Czy Polska/Niemcy to kraj, w którym... Średnie odpowiedzi Polaków i Niemców



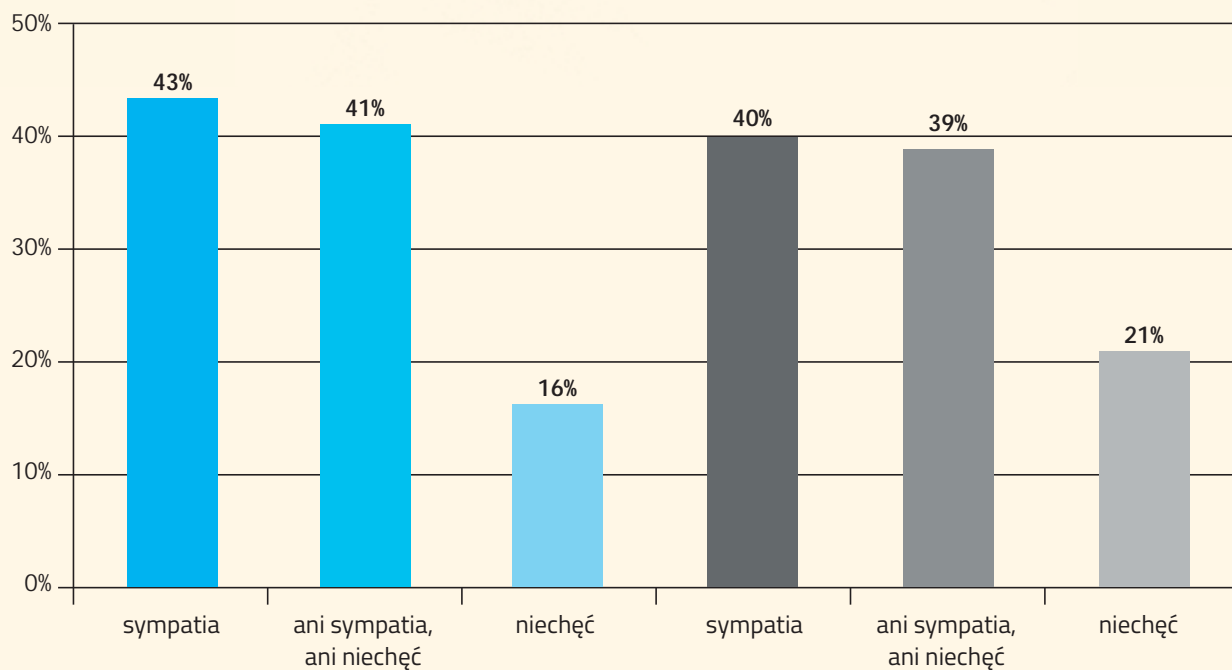
* Badani mogli zaznaczyć odpowiedzi na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznaczało, że z wymienionym stwierdzeniem respondent „zdecydowanie się nie zgadzał”, a 5 – „zdecydowanie się zgadzał” (3 to odpowiedź neutralna). Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

Niemcy, którzy byli w Polsce, mają zdecydowanie lepszy jej obraz niż ci, którzy nigdy nie odwiedzili tego kraju

Po niemieckiej stronie cechy społeczno-demograficzne i preferencje partyjne nie mają znaczenia dla ocen Polski. Korzystanie z różnego rodzaju źródeł informacji społeczno-politycznych różnicuje jednak odpowiedzi jedynie w jednym wypadku: osoby, które deklarują regularne korzystanie z prawie wszystkich wymienionych źródeł, częściej niż te, które twierdzą, że nie czynią tego wcale lub czynią to rzadko, uważają, że polska gospodarka dobrze się rozwija. Wpływu nie ma to, z jakich źródeł czerpie się wiedzę o Polsce. Kluczowy jest zaś fakt pobytu w Polsce. Młodzi Niemcy, którzy deklarują, że odwiedzili Polskę, mają zdecydowanie lepszy jej obraz niż osoby, które jeszcze w Polsce nie były (różnice dochodzą do dwudziestu punktów procentowych). Ci ostatni zdecydowanie częściej deklarują także brak zdania na temat sytuacji w Polsce.



Sympatia wobec drugiego narodu





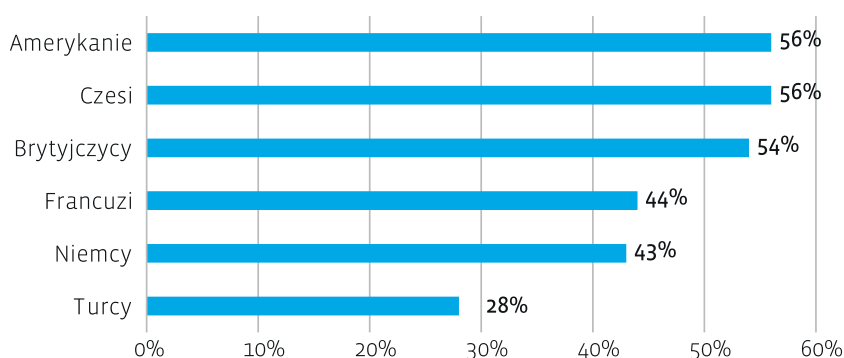
Oddziaływanie faktu korzystania z konkretnych źródeł informacji, ale przede wszystkim wpływ własnego doświadczenia z krajem i ze społeczeństwem sąsiada, jest zwykle szczególnie widoczne w ocenach drugiego narodu. Wskaźnikiem, który najlepiej pokazuje nastawienie Polaków do Niemców czy Niemców do Polaków, jest poziom wzajemnej sympatii/antypatii oraz akceptacji przedstawicieli drugiego społeczeństwa w różnych rolach społecznych.

Wzajemna sympatia

W celu ustalenia wzajemnego poziomu sympatii/antypatii Polaków i Niemców poprosiliśmy badanych nie tylko o ocenę swoich uczuć wobec drugiego narodu, ale także wobec innych narodów europejskich oraz Amerykanów. Dzięki temu można stwierdzić, czy uczucia, jakimi darzą się Polacy i Niemcy, są szczególnie pozytywne/negatywne, czy też plasują się raczej w środku skali.

Analizując „hierarchię” sympatii młodych Polaków do różnych narodów, widać wyraźnie, że na jej czele znajdują się Amerykanie (56%) i Czesi (56%) oraz Brytyjczycy (54%). Niemcy (43%) plasują się tuż za Francuzami (44%). Na końcu skali znajdują się zaś Turcy (28%).

Wykres 13. Jaki jest Pana (Pani) stosunek do następujących narodów? Odpowiedzi Polaków oznaczające sympatię



* Badani mogli zaznaczyć odpowiedzi w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznaczało „odczuwam niechęć”, a 5 – „odczuwam sympatię”. Na wykresie zsumowano odsetki odpowiedzi 4 i 5.

Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

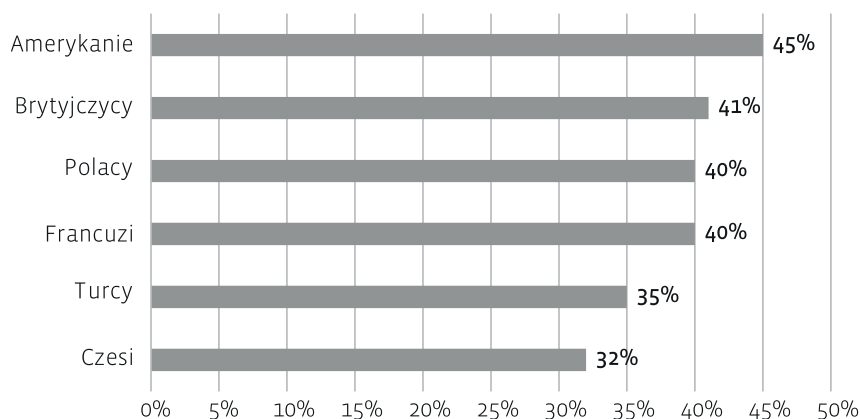
Sympatią darzą Niemców stosunkowo częściej absolwenci szkół średnich (46%) i wyższych (47%) niż osoby z wykształceniem podstawowym (33%)

lub zawodowym (27%). Odpowiedź ze środka skali częściej niż studenci lub osoby pracujące wybierają uczniowie (53% z nich). Także zwolennicy Prawa i Sprawiedliwości stosunkowo częściej na nią wskazują (68%) niż wyborcy Koalicji Obywatelskiej, Lewicy czy Konfederacji. Ci ostatni zaś tak samo często darzą Niemców sympatią co niechęcią (po 34%). Należy jednak zaznaczyć, że u zwolenników Prawa i Sprawiedliwości sympatia ponad dwukrotnie przeważa nad niechęcią (22% do 10%). Z kolei na tle innych respondentów pozytywnie wyróżniają się młodzi głosujący na Lewicę – trzy czwarte z nich deklaruje wobec Niemców sympatię. Zainteresowanie polityką międzynarodową czy korzystanie z konkretnych źródeł informacji lub pobyt w Niemczech nie wpływają na poziom sympatii Polaków do Niemców. Istnieje jednak związek między sympatią a obrazem drugiego kraju – jest on dwustronny: osoby darzące Niemców sympatią mają lepszy obraz kraju, ale także osoby, które lepiej wypowiadają się o Niemczech, częściej wskazują na sympatię wobec Niemców.

Młodzi Polacy i młodzi Niemcy najczęściej darzą sympatią Amerykanów

Wśród młodych Niemców hierarchia sympatii jest porównywalna z polską – otwierają ją Amerykanie (45%), Brytyjczycy (41%), a Polacy i Francuzi zajmują wspólnie miejsce trzecie (40%). Sympatią ponad jednej trzeciej niemieckich ankietowanych cieszą się Turcy (35%), a więc naród, którego wielu przedstawicieli mieszka w Niemczech, a dopiero za nimi uplasowali się Czesi (32%).

Wykres 14. Jaki jest Pana (Pani) stosunek do następujących narodów? Odpowiedzi Niemców oznaczające sympatię



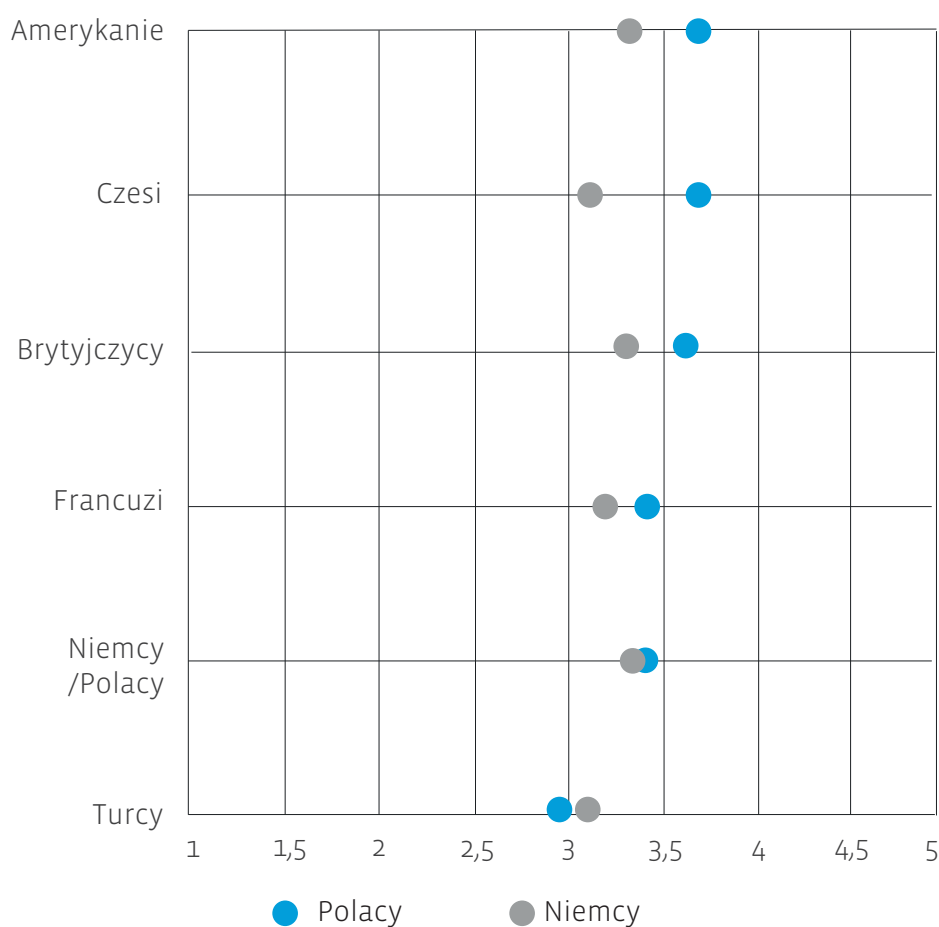
* Badani mogli zaznaczyć odpowiedzi w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznaczało „odczuwam niechęć”, a 5 – „odczuwam sympatię”. Na wykresie zsumowano odsetki odpowiedzi 4 i 5.
Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

W Niemczech niechęć wobec Polaków najrzadziej odczuwają osoby pracujące (15%), a stosunkowo częściej osoby deklarujące brak zainteresowania polityką międzynarodową (31%) niż ci, którzy się nią interesują. Sympatię wykazują częściej ci, którzy byli już w Polsce (50%) – niezależnie od charakteru

pobytu – niż osoby, które Polski nigdy nie odwiedziły. Preferencje partyjne nie mają wpływu na odpowiedzi. Istnieją także dwustronne powiązania między sympatią wobec Polaków a oceną Polski jako kraju. Osoby darzące Polaków sympatią lepiej oceniają Polskę jako kraj i odwrotnie – ci, którzy mają pozytywny obraz kraju, częściej niż pozostali wskazują na sympatię wobec Polaków.

Niemcy, którzy byli w Polsce, częściej darzą Polaków sympatią niż ci, którzy Polski nie odwiedzili

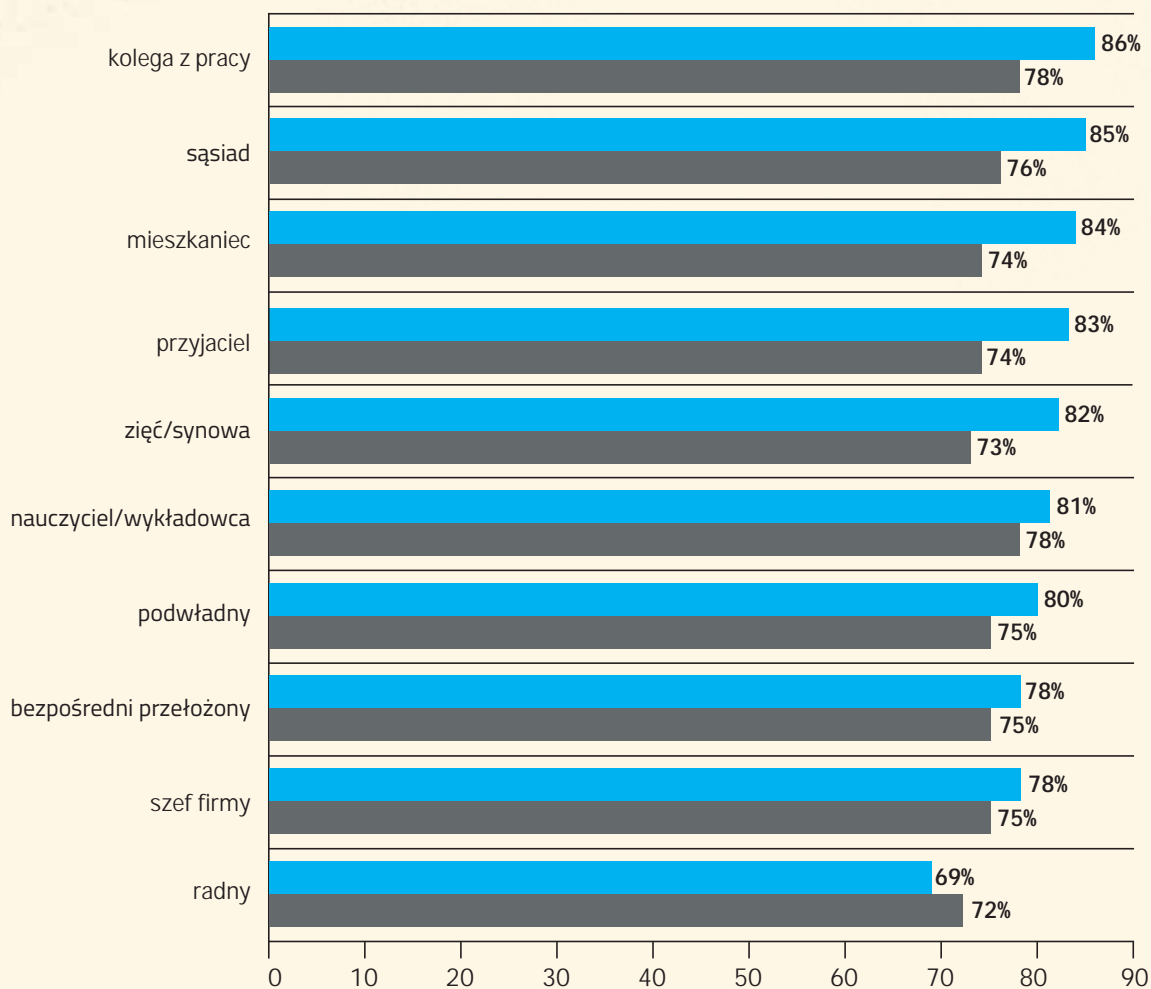
Wykres 15. Jaki jest Pana (Pani) stosunek do następujących narodów? Średnia odpowiedzi Polaków i Niemców



* Badani mogli zaznaczyć odpowiedzi w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznaczało „odczuwam niechęć”, a 5 – „odczuwam sympatię”. Na wykresie przedstawiono średnią odpowiedź.
Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.



Akceptacja Niemca/Polaka w różnych rolach społecznych



PL

DE

Analiza średnich odpowiedzi młodych Polaków i Niemców pokazuje, gdzie polskie i niemieckie spojrzenia są najbliższe. Dotyczy to zwłaszcza wzajemnej sympatii – która jest na poziomie 3,37 (średnia sympatia Polaków do Niemców) i 3,31 (średnia sympatia Niemców do Polaków). Mimo różnych miejsc w „hierarchii” sympatii bardzo podobną średnią sympatią darzeni są przez badanych Turcy. Największe różnice występują z kolei w poczuciu sympatii do: Czechów, Amerykanów i Brytyjczyków (większa sympatia Polaków). Ogólnie, poza sympatią wobec Turków, sympatia do innych narodowości jest deklarowana przez większy odsetek badanych Polaków niż Niemców.

Średnia sympatii Polaków do Niemców i Niemców do Polaków jest prawie identyczna

Akceptacja Niemca/Polaka w różnych rolach społecznych

Młodzi Polacy i młodzi Niemcy są otwarci na drugie społeczeństwo – stopień akceptacji jego przedstawicieli w różnych rolach społecznych jest bowiem bardzo wysoki, przekraczający 70%. Polacy są jednocześnie w większości wypadków pozytywniej nastawieni niż Niemcy, a odsetek akceptacji przewyższa po polskiej stronie poziom 80%.

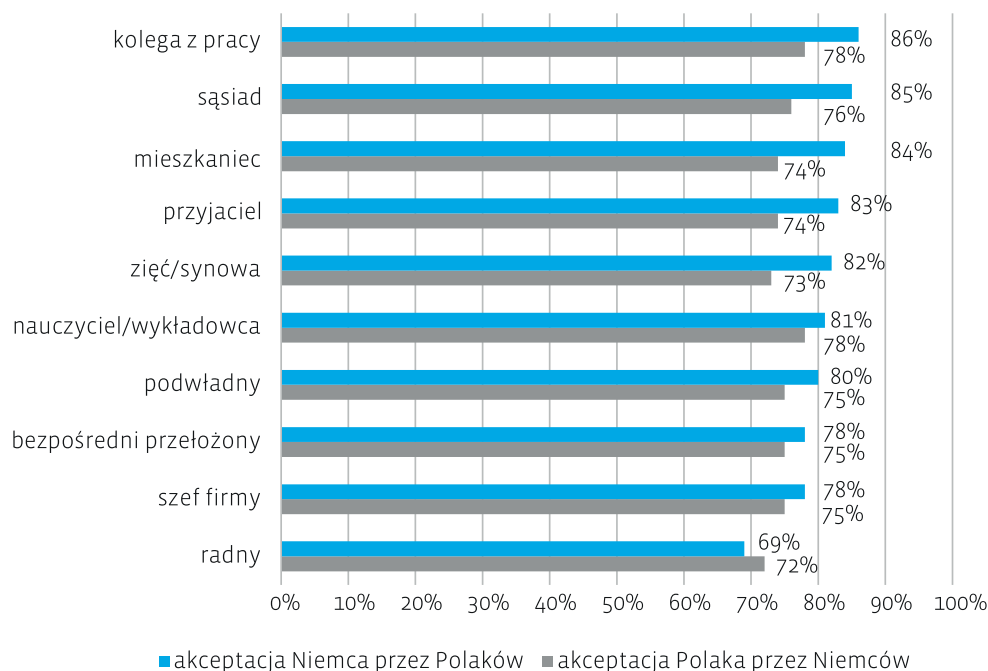
Wzajemna akceptacja Polaków i Niemców w różnych rolach społecznych jest bardzo wysoka, co świadczy o bliskości i otwartości na siebie obu społeczeństw

Analizując poszczególne wyniki, można zauważyć, że u Polaków z najwyższą akceptacją spotykają się Niemcy jako sąsiedzi, koledzy z pracy oraz mieszkańcy – a więc w rolach raczej neutralnych, niewymagających silniejszego zaangażowania emocjonalnego. Jednak także niemieccy przyjaciele czy członkowie rodziny plasują się bardzo wysoko w hierarchii wskazań. Stosunkowo większy sceptycyzm (ale należy pamiętać, że wartości i tu są bardzo wysokie) Polacy wyrażają wobec tych ról, które oznaczają podporządkowanie się Niemcom czy zależność od ich decyzji (szef firmy, przełożony, radny).

We wszystkich badanych rolach akceptuje Niemców 52% Polaków, a w żadnej – 5% ankietowanych. Inaczej licząc: przeciętny młody Polak akceptuje Niemca w średnio ośmiu rolach.

Po niemieckiej stronie uderza wyjątkowa zgodność w odpowiedziach, gdyż różnice między akceptacją Polaków w różnych rolach są wyjątkowo niewielkie (do sześciu punktów procentowych). We wszystkich rolach akceptuje Polaków 46% badanych, a w żadnej – 5%. Przeciętny Niemiec akceptuje więc Polaka średnio w siedmiu i pół roli.

Wykres 16. Czy zaakceptowałby Pan (zaakceptowałaby Pani) Niemca/Polaka w poniższych rolach? Odpowiedzi pozytywne Polaków i Niemców



Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

Wśród Polaków stosunkowo częściej niż pozostałe grupy akceptacją darzą Niemców studenci – grupa ta wyróżnia się w odniesieniu do każdej roli społecznej. Podobna tendencja zachodzi w wypadku poziomu wykształcenia: absolwenci wyższych uczelni wyróżniają się na tle zwłaszcza osób z wykształceniem zawodowym – częściej wyrażają akceptację Niemca w roli mieszkańca, kolegi z pracy, sąsiada, szefa firmy, przyjaciela, podwładnego, nauczyciela/wykładowcy. Zainteresowanie polityką międzynarodową ani pobyt w Niemczech nie wpływa na poziom akceptacji. Znaczenie mają jednak źródła informacji społeczno-politycznych. Młodzi Polacy, którzy wskazują, że często korzystają z mediów publicznych (telewizji i radia), portali alternatywnych, a niekiedy także blogów, częściej niż ci, którzy tych źródeł nie wybierają, są niechętni wobec Niemca we wszystkich rolach społecznych. Korzystanie z YouTube’a potęguje brak akceptacji wobec niemieckiego przyjaciela, szefa firmy, kolegi z pracy i mieszkańca. Istnieje także związek między poczuciem sympatii a akceptacją Niemców w różnych rolach społecznych. Osoby, które darzą Niemców sympatią, częściej akceptują Niemców we wszystkich badanych rolach. Nie ma zaś związku między poziomem akceptacji a obrazem Niemiec jako kraju.

Opinie powiązane są także z preferencjami politycznymi. Częściej niż inni sceptycyzm do Niemców w różnych rolach

Młodzi Polacy, którzy wskazują, że regularnie korzystają z mediów publicznych czy portali alternatywnych częściej niż ci, którzy tych źródeł nie wybierają, są niechętni wobec Niemca we wszystkich rolach społecznych

społecznych wyrażają wyborcy Koalicji Polskiej, zwłaszcza w odniesieniu do mieszkańca, kolegi z pracy, sąsiada, szefa firmy i podwładnego. Nieco podobnie kształtują się odpowiedzi osób popierających Prawo i Sprawiedliwość, którzy częściej niż inni (poza zwolennikami Koalicji Polskiej) wykazują sceptycyzm wobec niemieckiego mieszkańca, szefa firmy i nauczyciela/wykładowcy. Zwolennicy Konfederacji wyróżniają się na tle innych tylko w odniesieniu do roli radnego. Należy jednak wyraźnie podkreślić, że we wszystkich wypadkach poziom akceptacji jest wysoki – nie niższy niż dwie trzecie badanych wszystkich elektoratów.

Po niemieckiej stronie takich tendencji nie odnotowano. Odpowiedzi nie różnicuje także stopień zainteresowania polityką ani ocena Polski jako kraju. Z kolei młodzi Niemcy, którzy wykazują zdecydowaną niechęć wobec Polaków, w każdym wypadku częściej niż pozostałe grupy mają coś przeciwko Polakom w różnych rolach społecznych. Zależność ta występuje i w drugim kierunku.

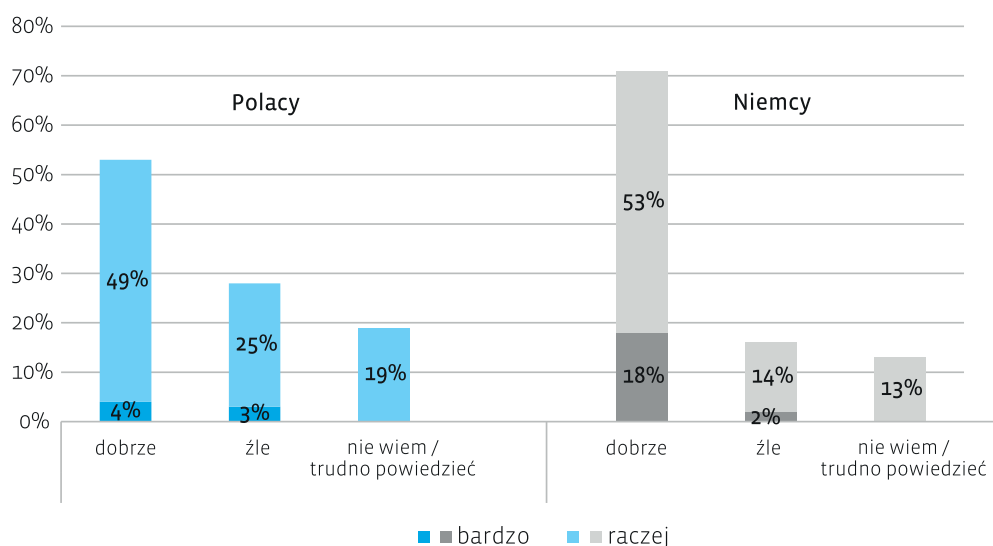


Kolejnym obszarem, na którego ocenę może wpływać wiele czynników związanych z bezpośrednim i pośrednim doświadczeniem z drugim krajem, są stosunki polsko-niemieckie. Pojęcie to obejmuje liczne dziedziny, szczególnie współpracę na różnych szczeblach polityki, gospodarki czy samorządów i społeczeństwa obywatelskiego. Aby skonkretyzować pytanie, uściśliliśmy je do stosunków między Polską a Niemcami, co sugeruje raczej kontakty polityczne, ale nie można wykluczyć, że zwłaszcza te osoby, które mają własne doświadczenie różnych kontaktów, odpowiadając, miały na myśli także stan relacji na innych poziomach.

Większość badanych młodych Polaków i młodych Niemców uznaje obecny stan stosunków polsko-niemieckich za dobry. Częstotliwość wystawiania pozytywnych i negatywnych ocen w obu wypadkach jest jednak różna. Niemcy zdecydowanie częściej (71%) niż Polacy (53%) określają relacje jako dobre. Te dobre oceny są jednocześnie czteroipółkrotnie częstsze niż negatywne. Po polskiej stronie odsetek opinii uznających wzajemne stosunki za złe jest na tle odpowiedzi Niemców relatywnie wysoki (28%).

Większość Polaków i Niemców uznaje obecny stan stosunków polsko-niemieckich za dobry. Częstotliwość wystawiania pozytywnych i negatywnych ocen w obu wypadkach jest jednak różna

Wykres 17. Jak układają się stosunki między Niemcami i Polską? Odpowiedzi Polaków i Niemców

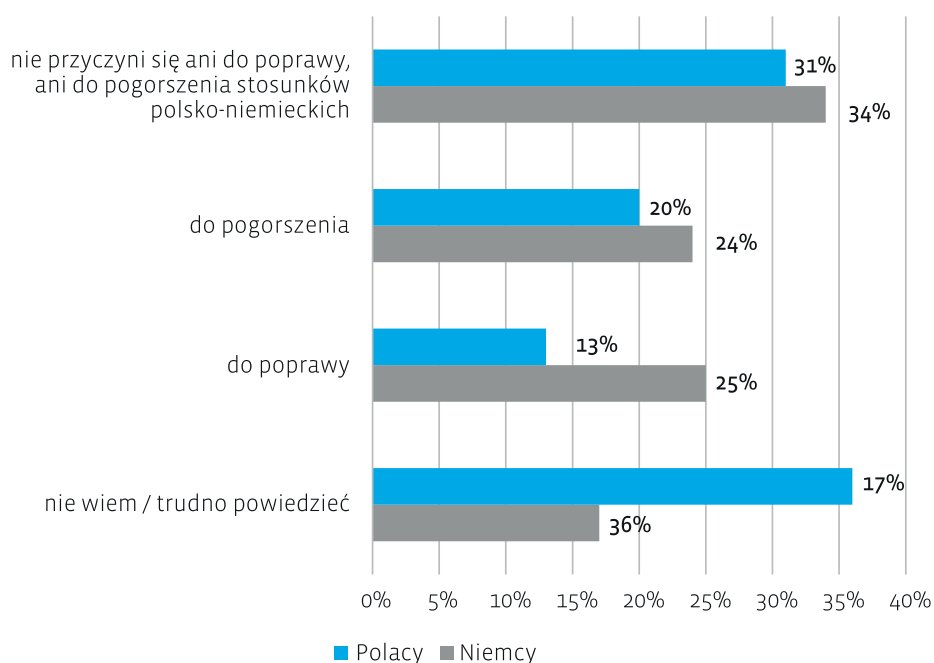


Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

Po polskiej stronie ani preferencje partyjne ani wiek nie wpływają na odpowiedzi. Z kolei osoby z wyższym wykształceniem częściej niż inne oceniają te stosunki jako złe (36%). Na dobre oceny wpływa zaś częstsze korzystanie z serwisu YouTube (61%). W Niemczech cechy społeczno-demograficzne, korzystanie z różnych źródeł informacji czy preferencje partyjne nie różnicują odpowiedzi. Niemcy zainteresowani polityką częściej oceniają relacje jako dobre (80%) niż pozostali respondenci. Podobnie częściej za takie uważają je młodzi Niemcy, którzy odwiedzili już Polskę (78%) i którzy darzą Polaków sympatią. Pobyt Polaka w Niemczech oraz poziom sympatii do Niemców nie wpływają zaś na ocenę stanu stosunków.

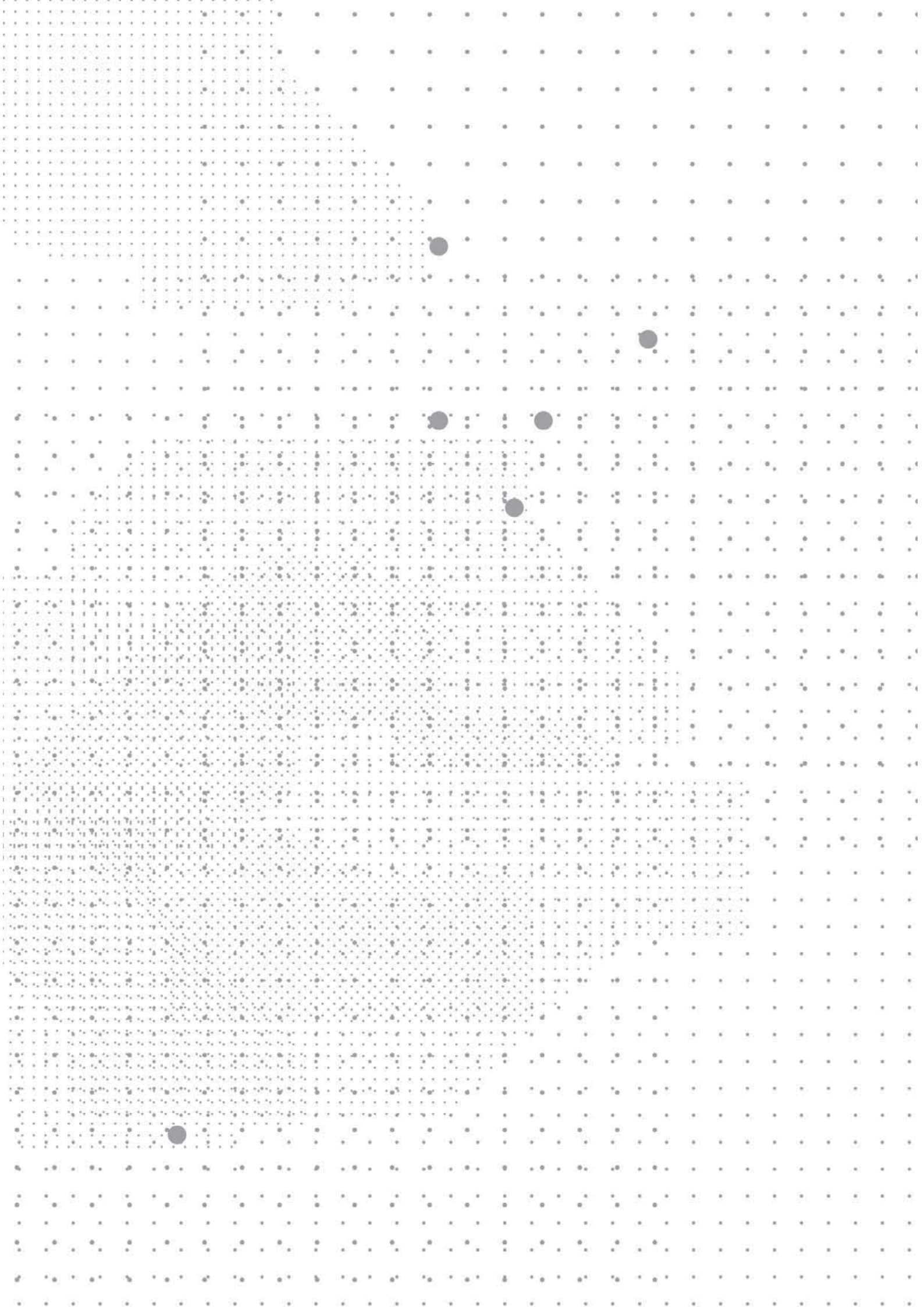
W dyskusjach eksperckich i materiałach medialnych spekulowano, czy zmiana rządu, do której doszło pod koniec 2021 roku w Niemczech – objęcie władzy przez rząd socjaldemokratów, liberałów i Zielonych w miejsce koalicji chadeków z socjaldemokratami – wpłynie na stan wzajemnych relacji. Zarówno młodzi Polacy, jak i młodzi Niemcy są podzieleni w opiniach na ten temat, choć w obu wypadkach najlichniesza grupa respondentów (31% Polaków i 34% Niemców) uważa, że zmiana rządu nie przyczyni się ani do poprawy, ani do pogorszenia stosunków polsko-niemieckich. Niemcy są jednocześnie częściej przekonani, że dojdzie do ich poprawy (25%). Ponad jedna trzecia Polaków – a więc dwukrotnie więcej niż Niemców – nie ma zdania na ten temat, co nie dziwi, gdyż pytanie dotyczy szczegółowej kwestii i polityki niemieckiej.

Wykres 18. Czy zmiana rządu w Niemczech przyczyni się do poprawy czy do pogorszenia stosunków polsko-niemieckich? Odpowiedzi Polaków i Niemców



Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

Polacy, którzy oceniają stan stosunków polsko-niemieckich jako zły, częściej niż ci, którzy mają o nich dobrą opinię, sądzą, że nowa koalicja przyczyni się do pogorszenia relacji (33%). Taka sama tendencja rysuje się po niemieckiej stronie (43%). Poprawę przewidują także częściej młodzi Niemcy zainteresowani polityką (36%).



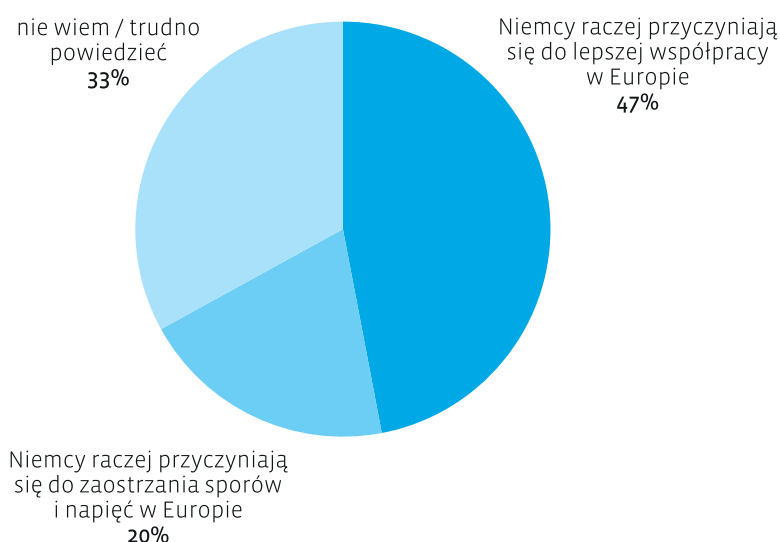


Wpływ źródeł informacji o polityce może być szczególnie widoczny w wypadku oceny działań drugiego kraju na płaszczyźnie europejskiej. Można przypuszczać, że wówczas informacje medialne będą miały większe znaczenie niż własne doświadczenie. Stąd zadaliśmy kilka pytań o sprawach europejskich.

Największa grupa młodych Polaków jest zdania, że Niemcy raczej przyczyniają się do lepszej współpracy w Europie (47%). Odsetek ten nie stanowi wprawdzie większości, ale jest ponad dwukrotnie wyższy niż odsetek respondentów twierdzących, że Niemcy raczej przyczyniają się do sporów i napięć w Europie (20%).

Największa grupa Polaków pozytywnie postrzega niemiecką politykę europejską. Grupa ta jest dwukrotnie większa niż grupa badanych, którzy oceniają ją negatywnie

Wykres 19. Jak należy oceniać niemiecką politykę europejską? Odpowiedzi Polaków



Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

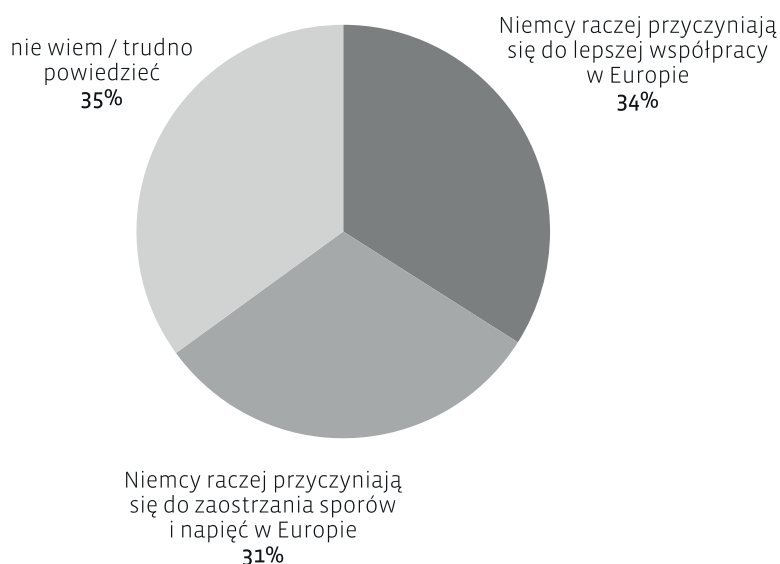
Odpowiedzi Polaków są powiązane z preferencjami politycznymi badanych. Wyborcy Koalicji Obywatelskiej (62%) i Lewicy (73%) częściej uznają, że Niemcy przyczyniają się do lepszej współpracy w Europie, niż zwolennicy Prawa i Sprawiedliwości (37%) czy Konfederacji (32%). Zainteresowanie polityką wpływa zaś przede wszystkim na posiadanie opinii w tej kwestii – w tej grupie nie ma zdania bowiem jedynie co czwarty respondent. Powiązane są zaś wyraźnie opinie o Niemczech jako kraju i ich polityce europejskiej. Badani Polacy, którzy mają pozytywny obraz Niemiec (zgadzają się z różnymi

pozytywnymi stwierdzeniami dotyczącymi Niemiec), częściej niż osoby, które mają wizerunek negatywny, uznają, że Niemcy przyczyniają się do lepszej współpracy w Europie. Różnice wynoszą od kilkunastu do dwudziestu kilku punktów procentowych. Silna zależność występuje także w odpowiedziach na pytanie o politykę europejską i stan stosunków polsko-niemieckich. Respondenci oceniający relacje jako złe gorzej także wypowiadają się o niemieckiej polityce europejskiej niż osoby, które mają pozytywne zdanie o stanie wzajemnych relacji. Korzystanie z różnych mediów czy inne źródła informacji o Niemczech nie wpływają na ocenę ich polityki europejskiej.

Niemcy są bardzo podzieleni w ocenach polskiej polityki europejskiej

Po niemieckiej stronie opinie są bardziej podzielone – podobne grupy badanych młodych Niemców uważają, że Polska raczej przyczynia się do lepszej współpracy w Europie (34%), jak i tych, którzy twierdzą, że jest odwrotnie (31%).

Wykres 20. Jak należy oceniać polską politykę europejską? Odpowiedzi Niemców

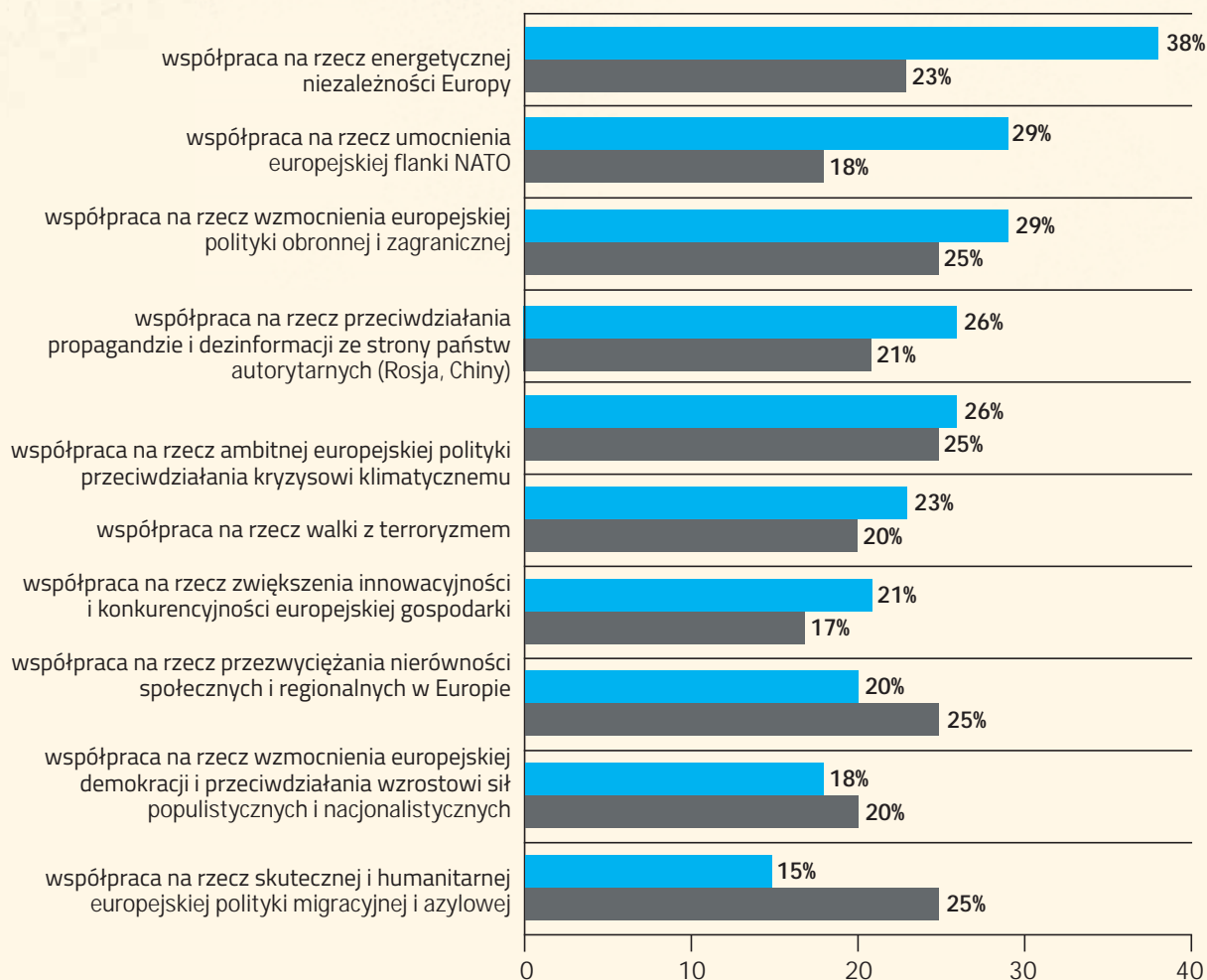


Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

Zdecydowanie gorzej niż inni niemieccy ankietowani oceniają polską politykę europejską osoby z wykształceniem wyższym (55%). Także badani zainteresowani polityką europejską (36%) postrzegają ją gorzej niż niezainteresowani (15%). Podobnie gorsze zdanie o tej polityce mają osoby, które deklarują pobyt w Polsce (48%), niż ci Niemcy, którzy w Polsce nie byli (23%). Ocena polityki europejskiej jest także połączona z niektórymi opiniami o Polsce jako kraju. Młodzi Niemcy, którzy nie zgadzają się ze stwierdzeniem, że prawa mniejszości są respektowane czy cudzoziemcy są dobrze traktowani, częściej uznają polską politykę europejską za przyczyniającą się do zaostrzenia sporów w Europie. Podobnie jak w wypadku Polaków, korzystanie z konkretnego typu mediów nie wpływa na opinie.



Pożądanie obszary ścisłej współpracy



Preferowane dziedziny współpracy w Europie

Badani otrzymali także listę, z której mogli wybrać do trzech priorytetowych obszarów współpracy między dwoma krajami. Tworząc ją, kierowaliśmy się przede wszystkim istniejącą, naszym zdaniem, potrzebą ustalenia, co łączy, a co dzieli Polaków i Niemców jako dwa społeczeństwa. To właśnie świadomość podobieństw i różnic jest kluczowa dla skutecznej komunikacji między obiema grupami.

Młodzi Polacy najczęściej wskazują współpracę na rzecz energetycznej niezależności Europy (38%). Jest to dziedzina w Polsce bardzo mocno powiązana z bezpieczeństwem. Z tego obszaru są także kolejne punkty w polskiej hierarchii ważności – współpraca na rzecz umocnienia europejskiej flanki NATO (29%) oraz europejskiej polityki obronnej i zagranicznej (29%). Polityka migracyjna i wzmocnienie europejskiej demokracji zamykają listę – wskazuje na nie jedynie kilkanaście procent badanych Polaków.

Wykres 21. W jakich obszarach Polska i Niemcy powinny ściśle współpracować? Odpowiedzi Polaków i Niemców



Respondenci mogli wybrać do trzech obszarów z listy.
Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

Odsetek wskazań na konieczność współpracy na rzecz przeciwdziałania kryzysowi klimatycznemu jest zbliżony po polskiej i niemieckiej stronie

Niemieccy respondenci nie mają tak jednoznacznego lidera wśród tematów, które powinny stanowić priorytet w polsko-niemieckiej współpracy. Jedna czwarta badanych Niemców wskazuje zarówno na wzmocnienie europejskiej polityki obronnej i zagranicznej, przeciwdziałanie kryzysowi klimatycznemu (tu wartości wskazań są szczególnie zbliżone do polskich), jak i przewyższanie nierówności społecznych i regionalnych w Europie oraz politykę migracyjną. Największe rozbieżności są więc w takich obszarach, jak energetyczna niezależność Europy (piętnaście punktów procentowych), umocnienie europejskiej flaki NATO (jedenaście punktów procentowych) oraz polityka migracyjna (dziesięć punktów procentowych). Warto jednak pamiętać, analizując wyniki, że badanie przeprowadzono jeszcze przed atakiem Rosji na Ukrainę.

Partnerzy do współpracy

Wymienione aspekty wzajemnego wizerunku Polaków i Niemców pozwalają – także ankietowanym – odpowiedzieć na pytanie, jak silnie oba kraje powinny współpracować. Aby nadać odpowiedzi szerszy wymiar, w ankiecie poprosiliśmy o ocenę wagi kooperacji z kilkoma krajami. Analizując wskazania, należy jednak uwzględnić, że badanie trwało do 22 lutego 2022 roku, a więc zostało zakończone przed rosyjską inwazją na Ukrainę.

Młodzi Polacy najczęściej życzą sobie ścisłej współpracy z Niemcami. Stany Zjednoczone są na drugim miejscu

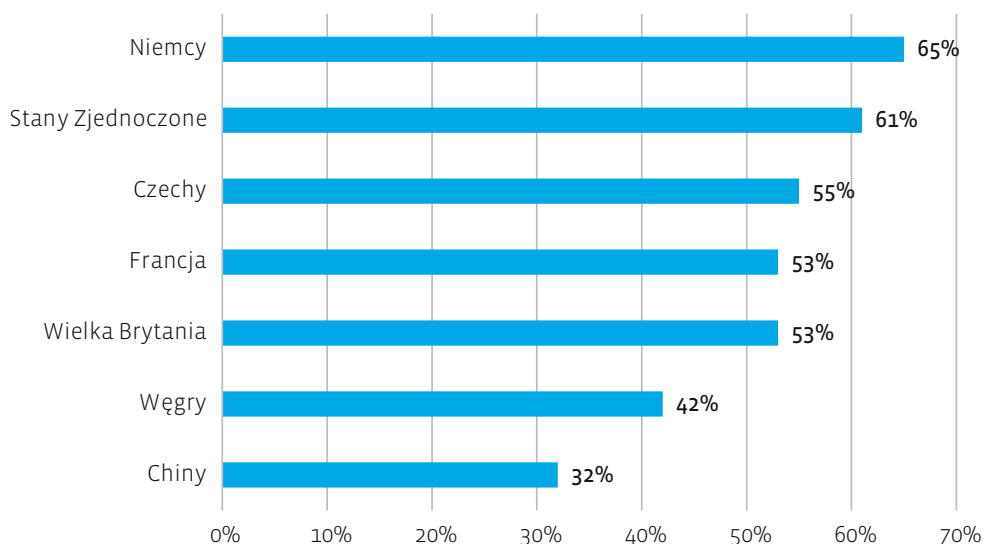
Polacy za najważniejszego partnera do współpracy z podanej im listy wskazują Niemcy (65%). Na drugim miejscu plasują się Stany Zjednoczone (61%), a na trzecim Czechy (55%). Z Węgrami, które za ważnego partnera uznaje polski rząd, ścisłej współpracy życzy sobie mniej niż połowa (42%) respondentów.

Polacy z wyższym i ze średnim wykształceniem częściej niż z zawodowym i podstawowym oraz studenci wskazują Niemcy jako ważnego partnera. Podobnie częściej sądzą tak zwolennicy Koalicji Obywatelskiej (90%), Lewicy (85%) i Polski 2050 (82%) niż Prawa i Sprawiedliwości (37%). Od wyborców Prawa i Sprawiedliwości różnią się w tym wypadku także osoby głoszące na Konfederację, gdyż na Niemcy jako ważnego partnera wskazuje 73% z nich.

Polacy, którzy deklarują zainteresowanie polityką międzynarodową, wybierają Niemcy częściej (72%) niż osoby nią niezainteresowane (52%). Na opinie wpływa także fakt pobytu w Niemczech – ankietowani, którzy byli w tym kraju, zdecydowanie częściej deklarują, że należy ściśle z Niemcami współpracować (73%). Identyczna zależność zachodzi w wypadku korzystania z różnych źródeł wiedzy. Respondenci, którzy wskazują, że z danego źródła czerpią informacje o Niemczech, częściej opowiadają się za ścisłą współpracą z tym krajem niż pytani, którzy nie wybierają danego źródła. Różnice wynoszą kilkanaście punktów procentowych. Podobne relacje występują

między obrazem Niemiec jako kraju, sympatii do Niemców i akceptacji Niemców oraz popieraniem kooperacji z Niemcami – osoby o lepszym wizerunku Niemiec, większej sympatii oraz akceptacji ich w różnych rolach społecznych częściej niż ci, którzy do Niemiec podchodzą krytycznie, wskazują na konieczność współpracy.

Wykres 22. Czy Polska powinna ściśle współpracować z poniższymi krajami? Odpowiedzi twierdzące Polaków



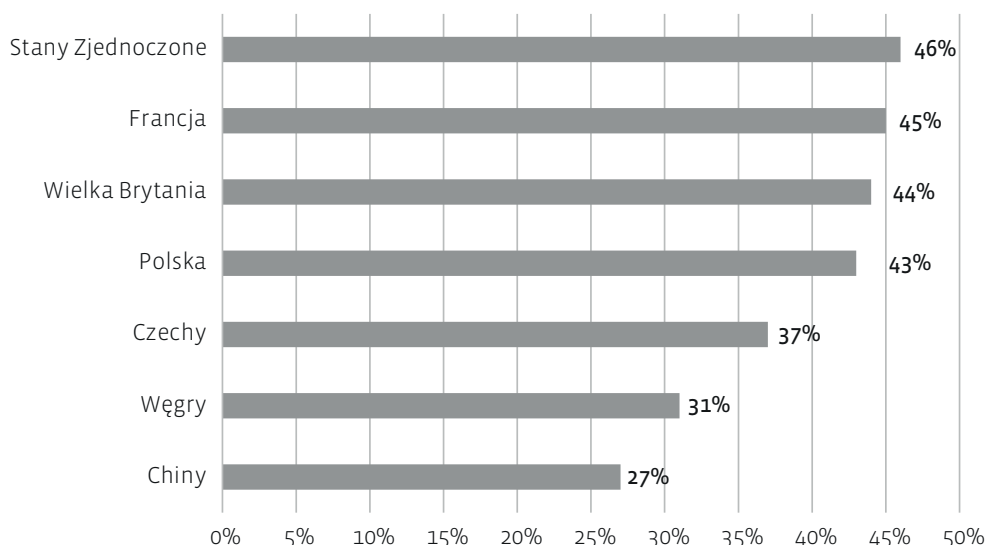
* Badani mogli zaznaczyć odpowiedzi na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznaczało „w ogóle nie współpracować”, a 5 – „bardzo ściśle współpracować”. Na wykresie zsumowano odpowiedzi „bardzo ściśle współpracować” i „ściśle współpracować”.

Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

Po niemieckiej stronie częstotliwość wskazań na konkretny kraj jest w wielu wypadkach zdecydowanie rzadsza niż w Polsce. Na czele plasują się Stany Zjednoczone, ale i w ich wypadku odsetek odpowiedzi nie przekracza połowy (46%) i jest prawie identyczny z liczbą wskazań na Francję (45%). Polska zajmuje czwarte miejsce (43%) – tuż za Wielką Brytanią (44%), czyli jest postrzegana jako równie ważny partner co trzy kraje zachodnie.

Polska znajduje się na czwartej pozycji w niemieckiej hierarchii krajów, z którymi należy ściśle współpracować – za Stanami Zjednoczonymi i Francją

Wykres 23. Czy Niemcy powinny ściśle współpracować z poniższymi krajami? Odpowiedzi twierdzące Niemców



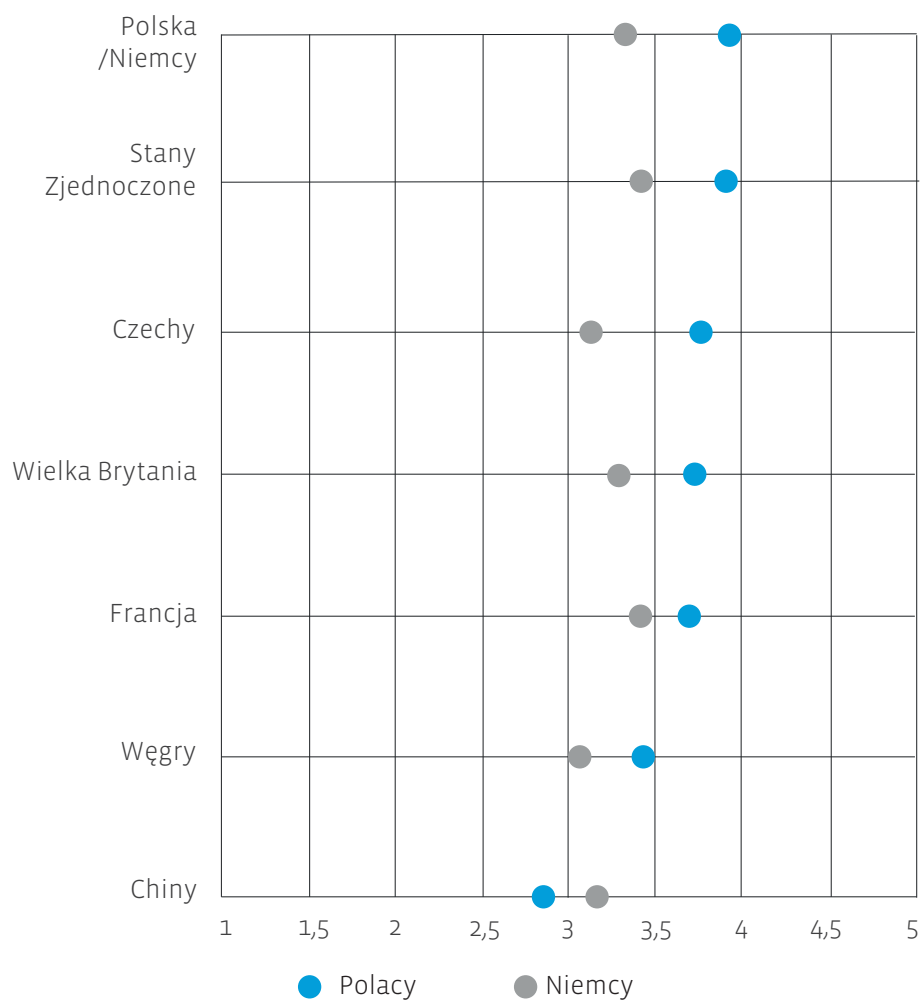
* Badani mogli zaznaczyć odpowiedzi na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznaczało „w ogóle nie współpracować”, a 5 – „bardzo ściśle współpracować”. Na wykresie zsumowano odpowiedzi „bardzo ściśle współpracować” i „ściśle współpracować”.

Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.

Różnice w hierarchii ważności partnerów wśród Polaków i Niemców doskonale widać, porównując średnie ich odpowiedzi. Największa zbieżność istnieje wobec współpracy z Francją i Chinami. Z kolei we wszystkich wypadkach Polacy częściej wskazują na potrzebę ścisłej kooperacji niż Niemcy.

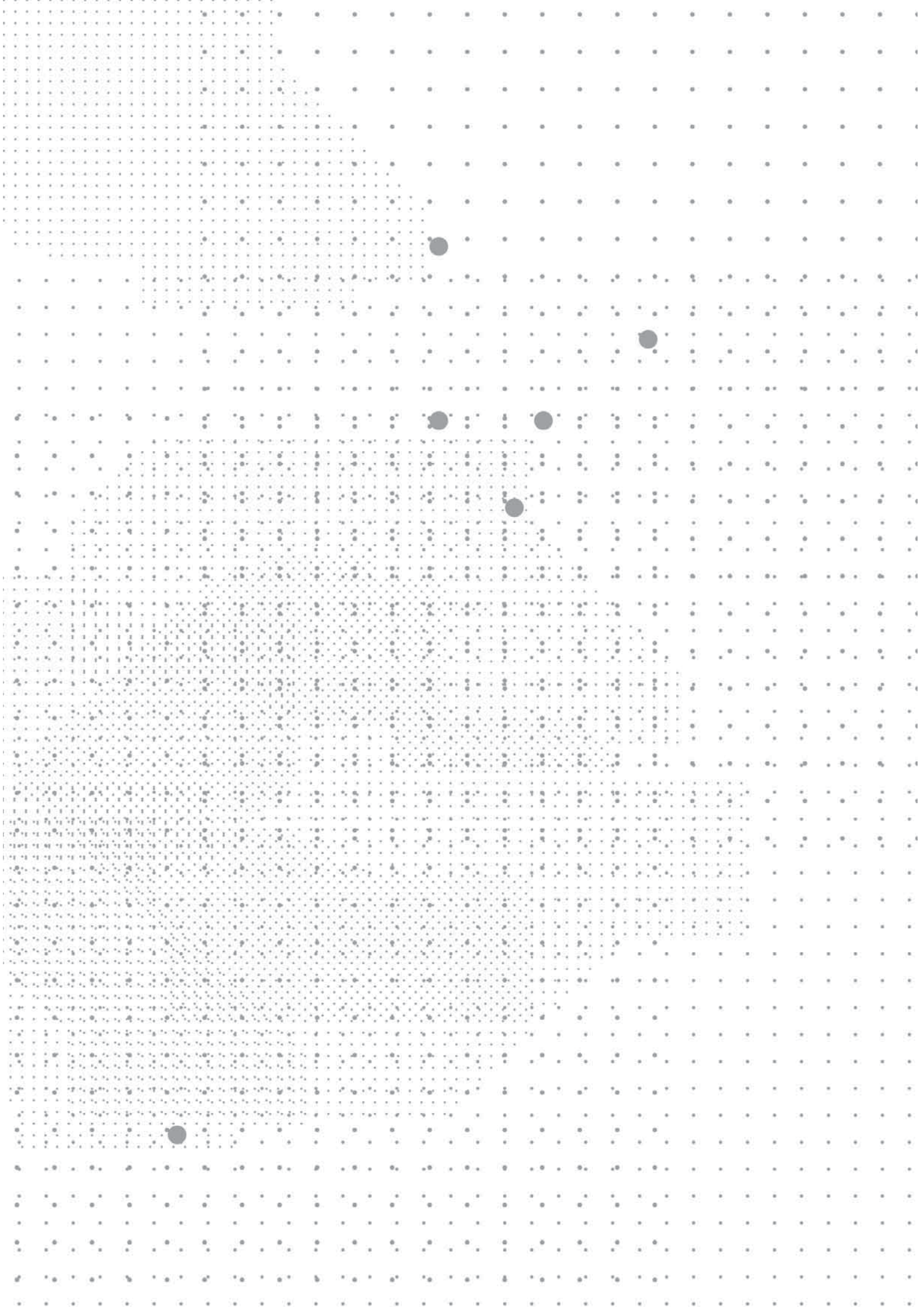
Na Polskę jako ważnego partnera wskazują chętniej niż pozostali badani młodzi Niemcy z wyższym wykształceniem (60%). Grupa ta częściej niż inni wybiera także Francję, Stany Zjednoczone czy Czechy, ale już nie Wielką Brytanię czy Chiny. Preferencje partyjne nie różnicują niemieckich badanych pod tym względem. Wpływ ma zaś pobyt w Polsce. Osoby, które ją odwiedziły, częściej niż pozostałe wskazują Polskę jako ważnego partnera Niemiec (52%). Powiązane są także odpowiedzi na to pytanie z obrazem Polski jako kraju – respondenci, którzy mają pozytywny obraz Polski, częściej niż osoby o opinii negatywnej o kraju sąsiada twierdzą, że Niemcy powinny z Polską ściśle współpracować. Różnice w odpowiedziach dochodzą nawet do trzydziestu punktów procentowych. Zależność istnieje także między stopniem akceptacji Polaka w różnych rolach społecznych a wskazywaniem na potrzebę współpracy. Niemcy, którzy mieliby coś przeciwko Polakowi w różnych rolach, częściej nie widzą potrzeby kooperacji niż ci, którzy akceptują Polaków w tych rolach.

Wykres 24. Czy Polska/Niemcy powinny ściśle współpracować z poniższymi krajami? Średnia odpowiedzi Polaków i Niemców



* Badani mogli zaznaczyć odpowiedzi na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznaczało „w ogóle nie współpracować”, a 5 – „bardzo ściśle współpracować”.

Źródło: Barometr Polska – Niemcy, 2022 rok. Edycja: młodzi.



Wnioski i uwagi końcowe

Badanie przynosi kilka istotnych wniosków dotyczących znaczenia źródeł informacji na temat kraju sąsiada i ich wpływu na postrzeganie drugiego kraju wśród najmłodszych dorosłych Polaków i Niemców.

▶ **Młodzi Niemcy są bardziej zainteresowani polityką europejską i międzynarodową, chętniej sięgają po prasę oraz czerpią wiedzę społeczno-polityczną z mediów publicznych niż Polacy.**

To zainteresowanie nie przekłada się jednak w większości wypadków na postrzeganie Polski, w tym na ocenę demokracji. Wyjątkiem jest to, że Niemcy ankietowani zainteresowani polityką europejską i międzynarodową gorzej oceniają polską politykę europejską niż nią niezainteresowani. Po polskiej stronie zainteresowanie polityką międzynarodową nie wpływa na poziom sympatii do Niemiec czy ich akceptację. Ma jednak wpływ na obraz Niemiec – w każdym ocenianym wypadku badani zainteresowani polityką mają częściej lepsze zdanie o Niemczech niż niezainteresowani. Wskazują także częściej na Niemcy jako kraj, z którym należy ściśle współpracować.

▶ **Polacy czerpią wiedzę o Niemczech ze zdecydowanie większej liczby źródeł niż Niemcy o Polsce.**

W wynikach badań jest wyraźnie zauważalne, że w wielu wypadkach wskazania na dane źródło wiedzy o kraju sąsiada były po polskiej stronie dwa razy liczniejsze niż po niemieckiej. Nie jest to szczególnie zaskakujące, raczej potwierdza tezę, że Niemcy są gorzej poinformowani o Polsce niż odwrotnie. Należy jednocześnie pamiętać, że odnosi się to do subiektywnej percepcji, na której bazują wskazania.

▶ **Polacy wynoszą ze szkół więcej informacji o kraju sąsiada niż Niemcy.**

Według wyników badania dwa razy więcej Polaków niż Niemców wskazuje szkołę jako źródło wiedzy o kraju sąsiada. Fakt ten nie zaskakuje, jest bowiem zgodny z wcześniejszymi analizami dotyczącymi częstotliwości pojawiania się tematu Polski i Niemiec w materiałach szkolnych w obu krajach. Skoro jedynie jedna trzecia badanych młodych Niemców przyznaje, że wyniosła wiedzę o kraju sąsiada ze szkoły, aby zwiększyć wiedzę Niemców o Polsce konieczne jest zwiększenie informacji o niej właśnie w szkole.

▶ **Wykształcenie wpływa na większą wiedzę, korzystanie z niej z różnych źródeł i bardziej pozytywne nastawienie do drugiego społeczeństwa.**

Konstatacja ta nie jest zaskakująca. Można bowiem założyć, że osoby bardziej wykształcone, zainteresowane otaczającym światem, sięgające po różne źródła informacji, będą z zasady bardziej otwarte na innych. Jednocześnie także te grupy mają relatywnie częstszy dostęp do różnych ofert pozwalających poznać inne społeczeństwo i jego kraj.

▶ **Media społecznościowe są ważnym narzędziem informowania o kraju sąsiada.**

Po obu stronach granicy stosunkowo dużo wskazań jako na źródła wiedzy o drugim kraju padało na media społecznościowe, zwłaszcza YouTube'a i Facebooka. Jeśli chce się docierać do najmłodszych pokoleń z informacjami o kraju sąsiada, należy inwestować w rozpowszechnianie informacji w mediach społecznościowych.

▶ **Pobyt w Polsce bardziej wpływa na opinie Niemców o Polsce i Polakach niż pobyt Polaków w Niemczech na ich oceny.**

Młodzi Niemcy, którzy deklarują, że odwiedzili Polskę, mają zdecydowanie lepszy jej obraz niż osoby, które jeszcze w Polsce nie były. Te ostatnie z kolei zdecydowanie częściej deklarują także brak zdania na temat sytuacji w Polsce. Niemcy, którzy byli w Polsce, częściej darzą Polaków sympatią niż ci, którzy Polski nie odwiedzili, oraz częściej niż pozostałe osoby wskazują Polskę jako ważnego partnera Niemiec. Jednocześnie mają oni częściej złą opinię o polskiej polityce europejskiej.

W Polsce pobyt w Niemczech nie wpływa na poziom akceptacji Niemców w różnych rolach społecznych ani na poziom sympatii Polaków do Niemców. Niewielki wpływ ma na obraz Niemiec. Osoby, które nie odwiedziły tego kraju, częściej nie mają zdania na jego temat. Z kolei tylko w wypadku opłacalności inwestycji oraz dobrego traktowania cudzoziemców pobyt ma pozytywny wpływ na opinie – młodzi Polacy, którzy byli w Niemczech, częściej zgadzają się z tymi stwierdzeniami. Podobnie częściej wskazują na Niemcy, jako ważnego partnera do współpracy.

▶ **Badanie nie pozwoliło ustalić korelacji między korzystaniem z konkretnych źródeł informacji czy charakterem pobytu w drugim kraju a opiniami i postawami młodych Polaków i Niemców z uwagi na relatywnie niski odsetek respondentów wskazujących dane źródło wiedzy czy typ pobytu.**

Część powyższych wniosków nie zaskakuje, jest bowiem zbieżna z regularnymi wynikami badań z serii „Barometr Polska – Niemcy” czy z doświad-

zeniami podmiotów, które od lat wspierają poprawę wzajemnego zrozumienia między Polakami a Niemcami.

Po polskiej stronie uderza, jak od lat w wypadku ogólnopolskiej próby badanych, fakt, że ocena Niemiec czy ich polityki bardziej zależy od preferencji partyjnych niż od innych czynników, w tym źródeł informacji. Z kolei po stronie niemieckiej konieczność inwestowania w osobisty kontakt, zwłaszcza w przyjazdy Niemców do Polski, oraz w zwiększenie ilości informacji o Polsce i Polakach w niemieckich szkołach pozostają kluczowymi postulatami. Powyższe wyniki po raz kolejny wzmocniają słuszność tych rekomendacji.

Oczywisty, a jednocześnie trudny do praktycznej realizacji jest postulat wykorzystywania mediów społecznościowych w docieraniu z wiedzą o kraju sąsiada. Media ta rządzą się bowiem swoimi prawami i komunikat, który zostanie wysłany, może w różny, nie zawsze oczekiwany sposób być odebrany, a przede wszystkim rozpowszechniony. W ramach realizowanego projektu o polsko-niemieckiej komunikacji pokażemy to w osobnej publikacji na przykładzie analizy Facebooka.

Zauważalną różnicą w najczęściej wskazywanych źródłach informacji społeczno-politycznych między młodymi Polakami a Niemcami jest korzystanie z mediów publicznych. W Polsce wskazania na nie są zdecydowanie rzadsze niż w Niemczech. W Polsce stawia to pytanie o misję czy wiarygodność tych mediów w oczach najmłodszych pokoleń. W Niemczech, gdzie wskazania na te źródła informacji są częstsze, warto traktować je jako istotne narzędzia informowania o kraju sąsiada, co należy do zadań nadawców publicznych.

Nota o autorce

dr Agnieszka Łada-Konefał – wicedyrektor Deutsches Polen-Institut w Darmstadt, do 2019 roku dyrektor 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. Jako stypendystka Hertie Foundation ukończyła Executive Master of Public Administration 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), *visiting researcher* w Stiftung Wissenschaft und Politik w Berlinie (2016/2017). Jest wiceprzewodniczącą Rady Nadzorczej Fundacji Krzyżowa dla Porozumienia Europejskiego. Specjalizuje się w następujących zagadnieniach: Niemcy i stosunki polsko-niemieckie, polska polityka zagraniczna i europejska, postrzeganie Polaków za granicą i obcokrajowców w Polsce.