



CENTRUM BADANIA OPINII SPOŁECZNEJ

SEKRETARIAT 629 - 35 - 69, 628 - 37 - 04 UL. ŻURAWIA 4A, SKR. PT.24
ZESPÓŁ REALIZACJI 00 - 503 W A R S Z A W A
BADAŃ 621 - 07 - 57, 628 - 90 - 17 TELEFAX 629 - 40 - 89
INTERNET: <http://www.cbos.pl> E-mail: sekretariat@cbos.pl

BS/123/121/96

- **MIEJSCE POLSKI W EUROPIE**
- **STEREOTYP POLAKA I EUROPEJCZYKA**

KOMUNIKAT Z BADAŃ

WARSZAWA, SIERPIEŃ '96

PRZEDRUK MATERIAŁÓW CBOS W CAŁOŚCI LUB W CZĘŚCI ORAZ WYKORZYSTANIE DANYCH EMPIRYCZNYCH
JEST DOZWOLONE WYŁĄCZNIE Z PODANIEM ŹRÓDŁA

Polacy deklarują w większości poparcie dla przystąpienia Polski do struktur Unii Europejskiej¹. Niezbędnym warunkiem osiągnięcia tego celu jest, jak się wydaje, powodzenie przeprowadzanych reform i związane z tym zmiany w świadomości społecznej. Stąd też, podobnie jak w latach poprzednich, zbadaliśmy², jak Polacy oceniają szanse rozwoju naszego kraju, jego pozycję i dorobek na tle innych krajów europejskich, a także jak dalece ich wyobrażenia o sobie odpowiadają stereotypowemu obrazowi Europejczyka.

Ciekawe jest zwłaszcza prześledzenie zmian poglądów na ten temat w ciągu ostatnich czterech lat. Poczucie własnej wartości, pozytywna samoocena Polaków może bowiem wpływać na naszą otwartość wobec Unii Europejskiej, bez obawy, że zostaniemy przez nią zdominowani gospodarczo, kulturowo czy politycznie. Natomiast niedostrzeganie perspektyw rozwoju, własnych osiągnięć i możliwości może przyczynić się do nasilenia się tendencji izolacjonistycznych.

WYOBRAŻENIA O MIEJSCU POLSKI W EUROPIE

Opisując proces integracji europejskiej niektórzy posługują się metaforą budowania wspólnego europejskiego domu. Posłużyła nam ona do zbadania, jak Polacy postrzegają pozycję Polski na tle innych krajów europejskich, zwłaszcza zaś do określenia dystansu dzielącego nas, w odczuciu badanych, od państw skupionych w Unii Europejskiej. Respondentów prosiliśmy o wyobrażenie sobie owego europejskiego domu jako 2-piętrowego gmachu, w którym na parterze znajdują się mieszkania o najniższym standardzie, a na drugim piętrze - o najwyższym. Zadaniem ankietowanych było przypisanie do każdego z trzech

¹ Por. komunikat CBOS: „Integracja Polski z Unią Europejską”, sierpień '96.

² Badanie „Świat wokół nas” (9), 24-29 maja '96, reprezentatywna próba losowa dorosłej ludności kraju (N=1154).

poziomów nie więcej niż pięciu państw, które będą go zamieszkiwać w 2000 roku. Uzyskane odpowiedzi pozwalają hierarchicznie uszeregować wszystkie wymienione kraje w trzy kategorie.

Tabela 1 w procentach

Kraje	Wskazania ogółem*			Wskazania z podziałem na kategorie**								
				I			II			III		
	'92	'94	'96	'92	'94	'96	'92	'94	'96	'92	'94	'96
Polska	68	76	77	4	6	4	36	49	55	60	46	41
Niemcy	75	82	82	93	95	96	6	4	4	1	0	0
Francja	59	73	73	82	85	86	18	14	13	0	1	1
Wielka Brytania	43	61	61	84	90	90	15	10	9	1	1	1
Czechy	-	55	61	-	5	5	-	62	64	-	33	31
Węgry	37	50	54	3	5	4	61	62	60	36	33	35
Włochy	34	46	48	33	42	46	64	56	53	3	3	1
Szwecja	30	45	45	70	67	58	30	31	41	0	2	1
Holandia	26	24	42	60	47	61	39	51	38	2	2	1
Rosja	34	47	41	1	11	7	8	24	21	91	66	72
Litwa	10	32	39	1	0	1	8	12	14	91	88	85
Ukraina	11	39	39	2	0	1	16	17	15	82	82	84
Słowacja	-	27	37	-	2	1	-	49	39	-	49	60
Białoruś	-	32	30	-	1	1	-	13	9	-	86	90
Rumunia	34	28	23	0	0	1	2	3	4	98	97	95
Szwajcaria	22	30	15	82	83	79	17	16	20	1	1	1

* Odsetki respondentów, którzy wskazali dany kraj na dowolnym miejscu.
 ** Za 100 przyjęto ogólną liczbę wskazań danego kraju (wartość z pierwszej kolumny).

Ponieważ badani mogli wybrać każdorazowo co najwyżej pięć państw, przedstawiona lista nie obejmuje wszystkich krajów europejskich, lecz jedynie te, które są postrzegane jako najbardziej typowe dla danej klasy.

Wśród państw najczęściej klasyfikowanych w pierwszej kategorii, a więc stanowiących niejako filary zjednoczonej Europy (zarazem zaś w ogóle najczęściej wskazywanych), znalazły się Niemcy, Wielka Brytania i Francja, a więc kraje, których silna pozycja gospodarcza, a przede wszystkim polityczna, nie budzi wątpliwości. Do grupy państw

sytuowanych najczęściej w tej kategorii należą ponadto: Szwajcaria, Holandia i Szwecja. Kraje te nie odgrywają tak istotnej roli politycznej, a na ich wybór miał zapewne wpływ stopień rozwoju cywilizacyjnego i materialny poziom życia ich mieszkańców, będący w dużym stopniu przedmiotem aspiracji Polaków. Warto odnotować, że nieco rzadziej niż w latach poprzednich ankietowani byli skłonni umieszczać Szwecję wśród krajów pierwszej kategorii. Może to oznaczać, że zmieniły się nieco wyobrażenia Polaków o tym kraju, który dotychczas postrzegany był stereotypowo jako państwo dobrobytu.

Do krajów drugiej kategorii zaliczano przede wszystkim państwa Grupy Wyszehradzkiej, jednak z wyłączeniem Słowacji, ale także kraje należące do Unii Europejskiej - Włochy i Belgię.

Warto zwrócić uwagę, że w omawianym okresie znacznie pogorszył się wizerunek Słowacji, która spadła, w opinii badanych, do grona państw trzeciej kategorii. W grupie tej znalazły się ponadto, podobnie jak w latach poprzednich, inne państwa dawnego bloku socjalistycznego oraz kraje byłego ZSRR. Ciekawie, że do tej grupy powszechnie zaliczano również Rosję, pomimo jej mocarstwowej pozycji. Potwierdza to tezę, że o przynależności do danej kategorii państw decydują nie tyle posiadane wpływy polityczne, potencjał militarny, ile poziom gospodarczy i cywilizacyjny.

Polska najczęściej sytuowana była przez respondentów w gronie państw drugiej kategorii. Jej pozycja wśród innych tak samo sklasyfikowanych krajów jest relatywnie najslabsza, gdyż stosunkowo duży odsetek respondentów umieścił ją w kategorii najniższej. Jednak w ciągu ostatnich czterech lat wyraźnie zmniejszył się, w odczuciu respondentów, dystans dzielący nas od pozostałych krajów - „liderów przemian” w Europie Środkowo-wschodniej. Obserwujemy, charakteryzujące się dużą dynamiką, zmiany opinii o miejscu Polski w Europie w roku 2000, podczas gdy w przypadku Czech i Węgier są one stabilne. W 1992 roku przewidywano, że Polska znajdzie się wśród państw trzeciej kategorii, dwa lata później sytuowano ją niemalże równie często w ostatniej, jak i w środkowej kategorii, dopiero teraz zaś została bardziej jednoznacznie przyporządkowana do kategorii drugiej. Osoby, które nie wymieniły spontanicznie Polski na żadnym z pięter, zapytaliśmy o jej pozycję w 2000 roku. Badani ci niemal dwa razy częściej wyznaczali jej miejsce na I piętrze

niż na parterze. Można więc mówić o wzrastającym optymizmie ankietowanych, który, jak się wydaje, wynika z coraz bardziej pozytywnej oceny przemian zapoczątkowanych w 1989 roku³. Polacy dostrzegają przede wszystkim poprawę sytuacji gospodarczej w kraju, który to czynnik jest niewątpliwie jednym z podstawowych, jeśli nie najistotniejszym kryterium formułowanych prognoz.

Osoby z wyższym wykształceniem pesymistycznie oceniają szanse rozwoju Polski i jej przyszłą pozycję w Europie, natomiast największe nadzieje w tej mierze żywią uczniowie i studenci oraz prywatni przedsiębiorcy.

Wśród potencjalnych elektoratów partii i ugrupowań politycznych, cieszących się największym poparciem społecznym, odnotowujemy stosunkowo niewielkie różnice w poglądach na temat miejsca naszego kraju w Europie u progu XXI wieku. Najbardziej optymistyczne prognozy formułują zwolennicy PSL, spośród których jedynie 27% (zarówno tych, którzy spontanicznie wymienili Polskę na którymś z pięter, jak i tych, którzy zostali o to zapytani) umieszczało nasz kraj wśród państw najniższej kategorii. Dla porównania w elektoracie ROP stanowili oni 37%, wśród wyborców SLD 40%, a wśród sympatyków „Solidarności” - 43%.

Jednym z aspektów realizowania wizji zjednoczonej Europy jest wzrastające znaczenie kontaktów międzynarodowych na płaszczyźnie kulturowej, ekonomicznej, naukowej i technicznej również w skali mikrospołecznej, indywidualnej. Zdaniem większości respondentów (70%), w naszym europejskim domu najłatwiej będzie się można porozumieć w języku angielskim. Przekonanie to podziela o 10 punktów procentowych więcej ankietowanych niż przed dwoma laty. Im wyższe wykształcenie i mniejsza aktywność religijna respondentów, tym częściej dostrzegają oni uniwersalny charakter języka angielskiego. Częściej wskazują na niego ponadto ludzie młodzi, zwłaszcza zaś uczniowie i studenci.

Prawie co siódmy badany (15% ogółu respondentów) sądzi jednak, że w Europie będzie dominował język niemiecki, ze względu, jak można przypuszczać, na silną pozycję Niemiec i bliskość tego kraju. Przekonanie to wyrażają przede wszystkim mieszkańcy regionów: środkowozachodniego, południowo-zachodniego, a także zachodniego.

³ Por. komunikat CBOS: „Społeczny odbiór zmian zachodzących w Polsce po 1989 roku”, kwiecień '96.

Na pozostałe języki wskazuje w każdym przypadku nie więcej niż 2% ogółu ankietowanych.

Polska aspiruje do Unii Europejskiej i obowiązujących tam standardów w dziedzinie polityki, ekonomii, prawa i obyczajów. Jednak często pojawiają się głosy, że również Europa może się od nas czegoś nauczyć. Dlatego też respondentów zapytaliśmy, co - ich zdaniem - Polska mogłaby wnieść do jednoczącej się Europy, w jaki sposób mogłaby się przyczynić do budowy wspólnego europejskiego domu (było to pytanie otwarte nie strukturalizujące uprzednio wypowiedzi).

Tabela 2

w procentach

Wkład Polaków do jednoczącej się Europy	Wskazania respondentów według terminów badań		
	'92	'94	'96
Kultura, wartości, dorobek, tradycje kulturalne, polskie obyczaje	7	11	15
Wiedza, myśl techniczna, osiągnięcia naukowe, potencjał intelektualny, wykształceni ludzie, naukowcy	6	15	13
Pracowitość, ręce do pracy	12	9	12
Tania siła robocza		5	4
Rozwinięte rolnictwo, wysoka jakość produktów rolnych, zdrowa żywność	7	6	6
Zalety moralne, szacunek, życzliwość, tolerancja, uczciwość, gościnność, trwałość rodziny	10	8	4
Nie ma takiej rzeczy	12	11	6
Trudno powiedzieć	36	32	36

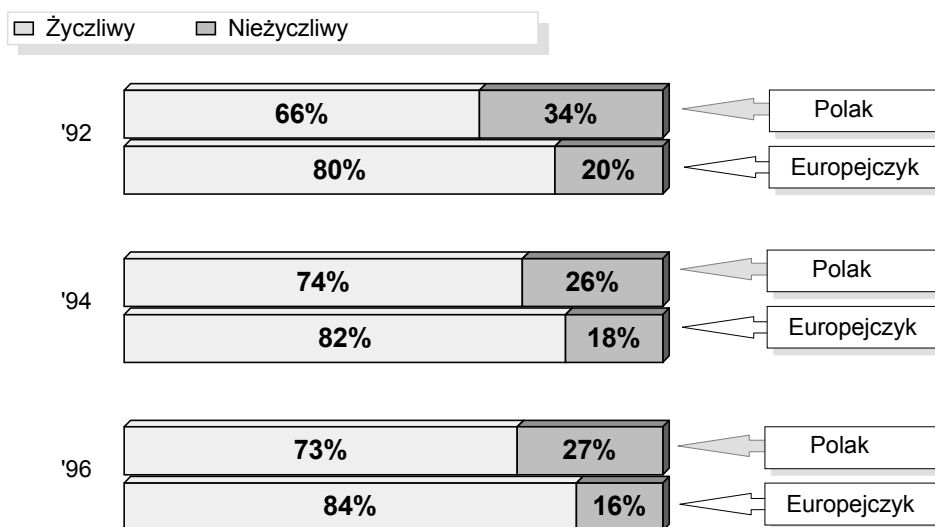
Najwyżej oceniono polską kulturę, wartości i obyczaje - o ich atrakcyjności przekonanych jest 15% respondentów, o 4 punkty procentowe więcej niż dwa lata temu i dwa razy więcej niż w roku 1992. Prawie co siódmy badany (dwukrotnie więcej niż przed czterema laty) sądzi, że naszym atutem są osiągnięcia naukowe i techniczne, potencjał intelektualny, wykształceni specjaliści i naukowcy. Niemal tyle samo ankietowanych wymieniło pracowitość Polaków. Wartość polskiej kultury, nauki i techniki najwyżej cenią osoby z wyższym wykształceniem. Należy podkreślić, że ponad jedna trzecia badanych nie potrafi wymienić żadnej dziedziny, w której Polska miałaby coś do zaoferowania Europie, a 6% ankietowanych sądzi, że nie mamy nic do zaproponowania. Przekonania o ewentualnym

wkładzie Polski do jednoczącej się Europy nie zmieniły się znacząco w ciągu dwóch ostatnich lat. Jednak w ciągu ostatnich czterech lat coraz bardziej zaczęliśmy doceniać polską kulturę i obyczaje oraz naukę i myśl techniczną, natomiast nieco rzadziej jesteśmy przekonani o szczególnych walorach moralnych Polaków.

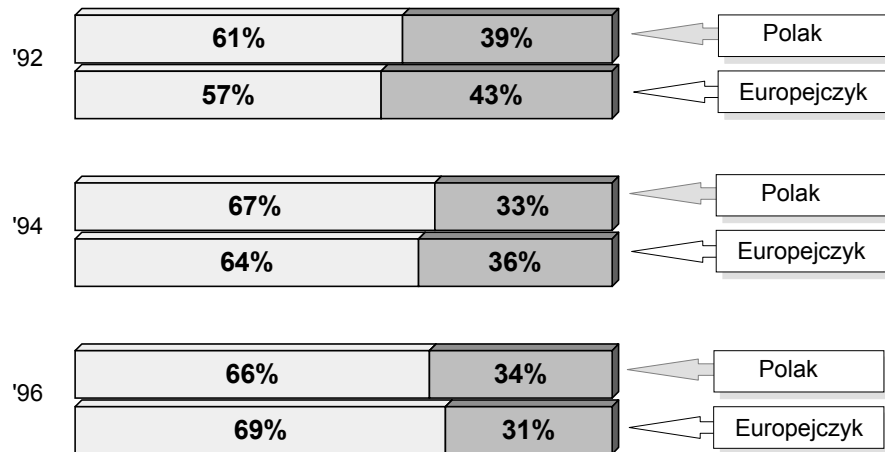
STEREOTYP POLAKA I EUROPEJCZYKA

Oceniając szanse i stopień zaawansowania procesu dostosowawczego Polski do Europy bardzo często podkreśla się, że sferą, która jedynie w ograniczonym stopniu podlega zmianom, jest mentalność, nawyki, wzory postępowania. Jednocześnie zaś przeobrażenia w tej dziedzinie, uczenie się nowych postaw - to nieodzowne warunki powodzenia reform w Polsce. Dlatego też chcieliśmy sprawdzić, w jakim stopniu respondenci uważają się za podobnych do Europejczyków. Badani proszeni byli o scharakteryzowanie typowego Europejczyka i typowego Polaka za pomocą przedstawionego zestawu cech, ułożonych w przeciwstawne pary.

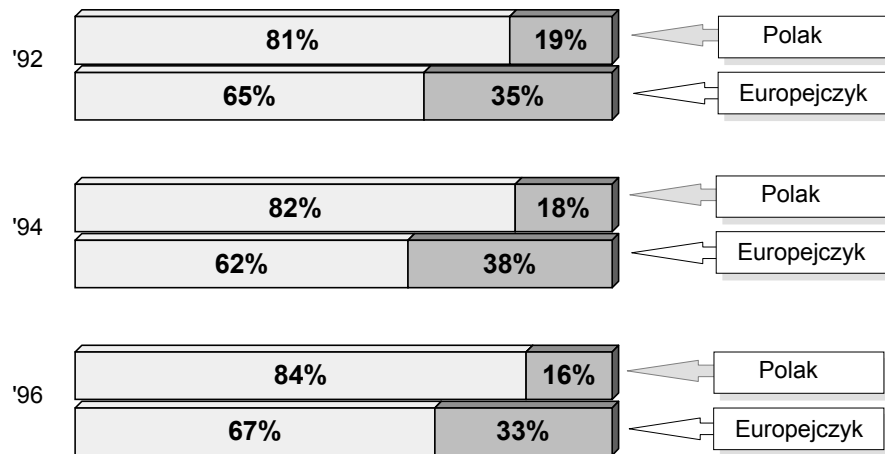
Opinie o typowym Polaku i typowym Europejczyku



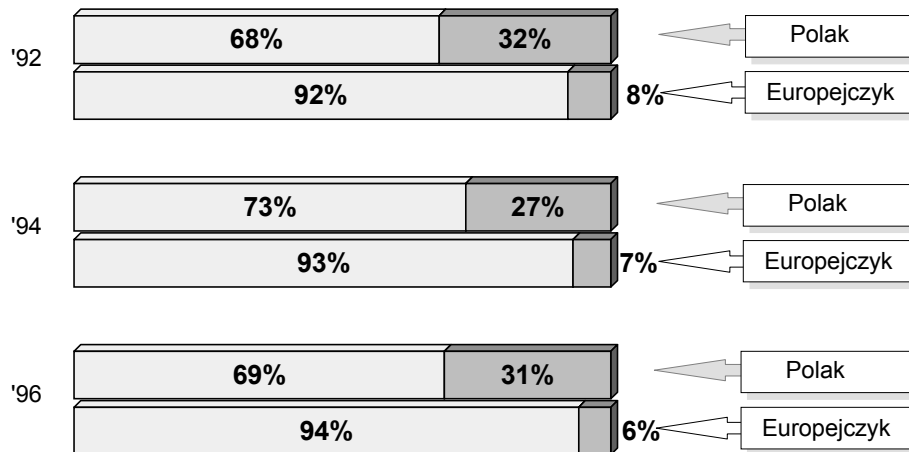
☐ Otwarty na innych ☐ Zamknięty w sobie



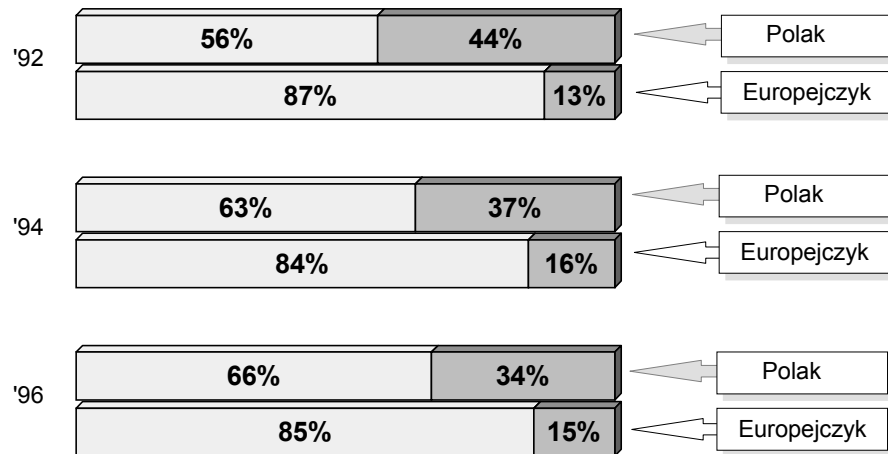
☐ Patriotyczny ☐ Niepatriotyczny



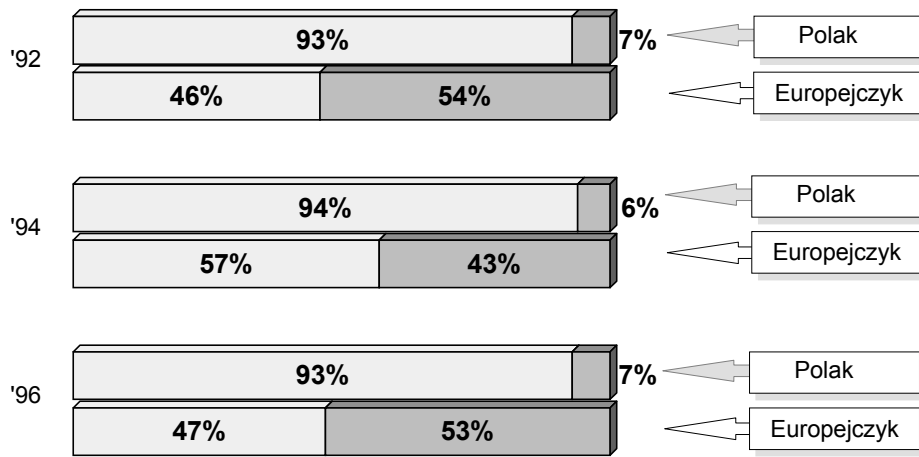
☐ Wykształcony ☐ Niewykształcony



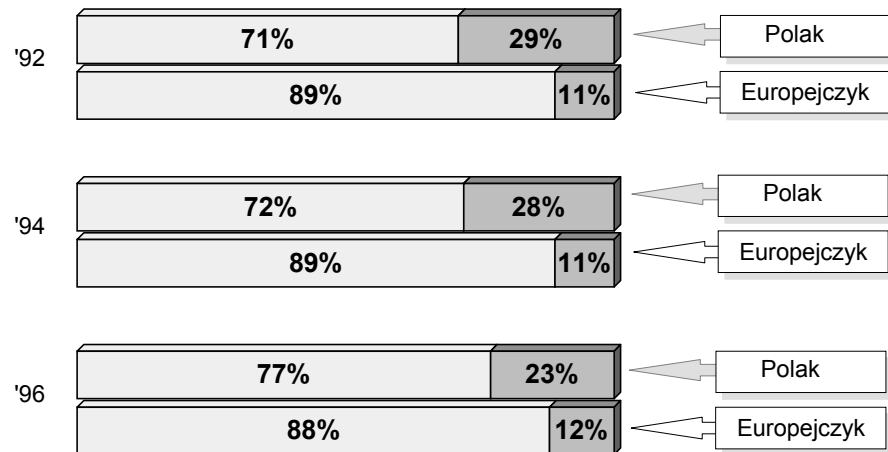
☐ Kulturalny ☐ Niekulturalny



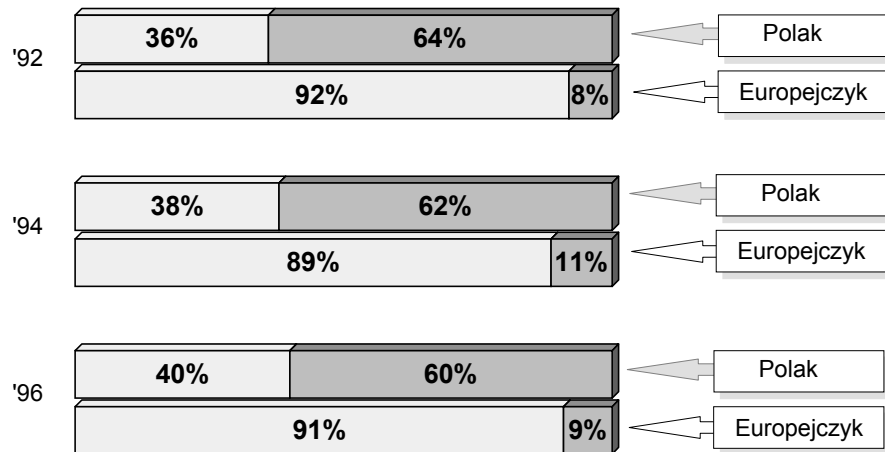
☐ Religijny ☐ Niereligijny



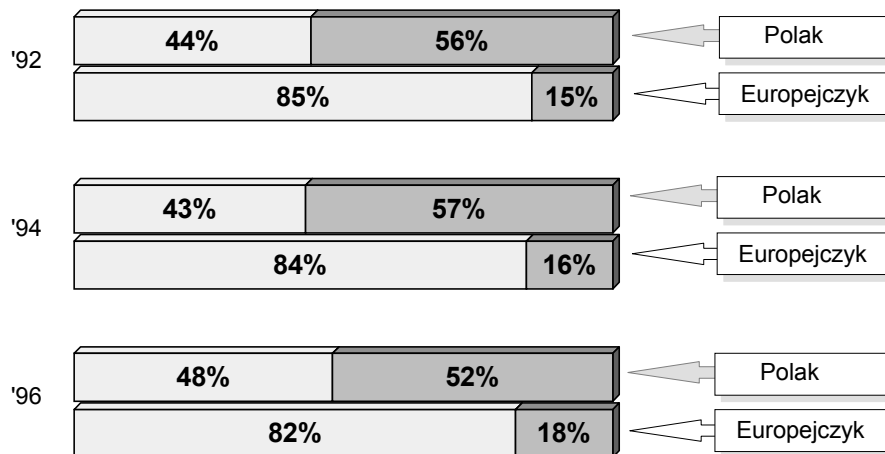
☐ Zaradny ☐ Niezaradny



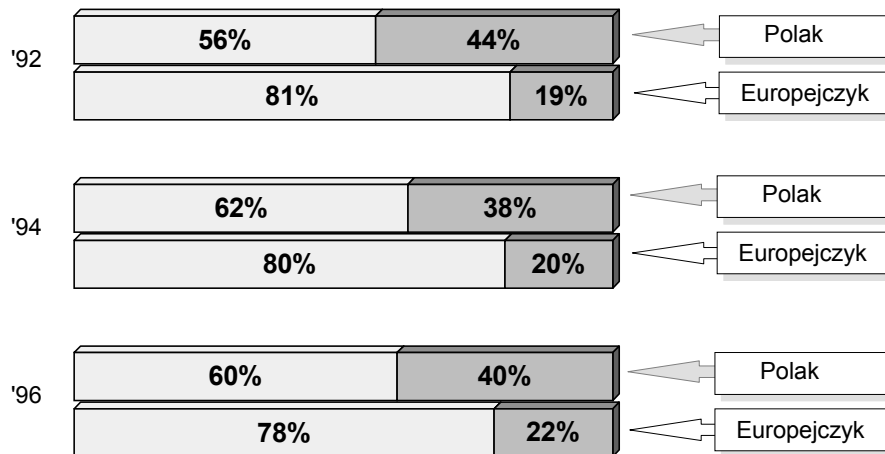
□ Pewny siebie □ Zagubiony



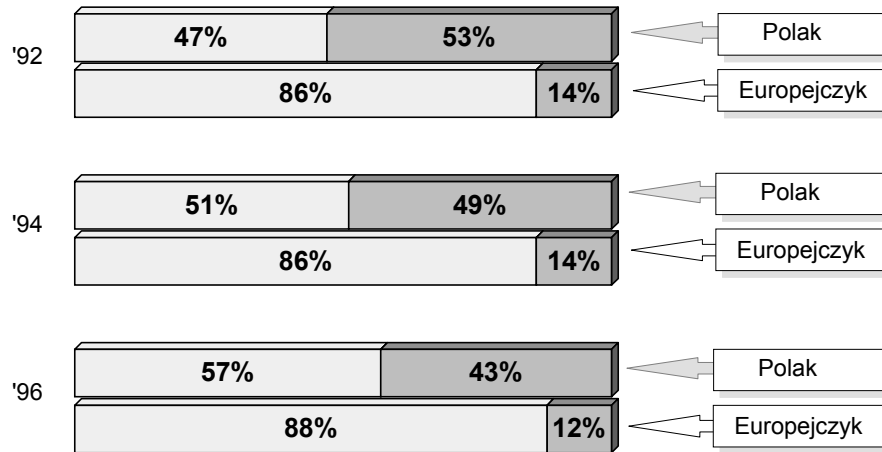
□ Oszczędny □ Rozrzutny



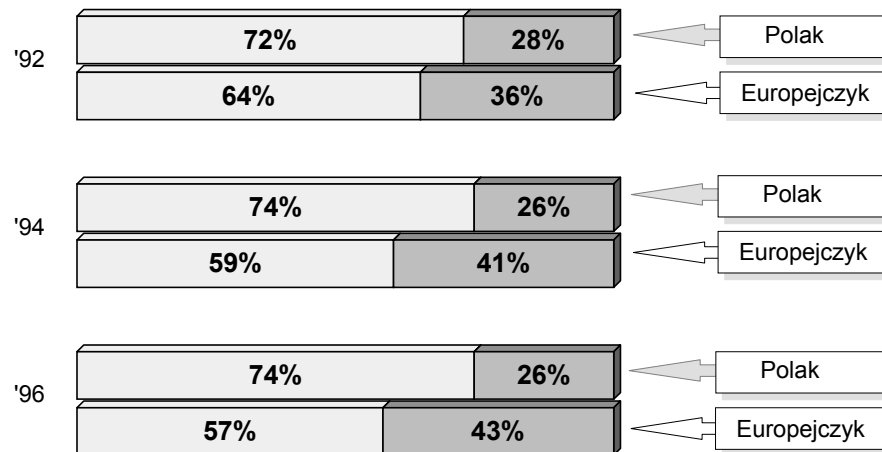
□ Uczciwy □ Nieuczciwy



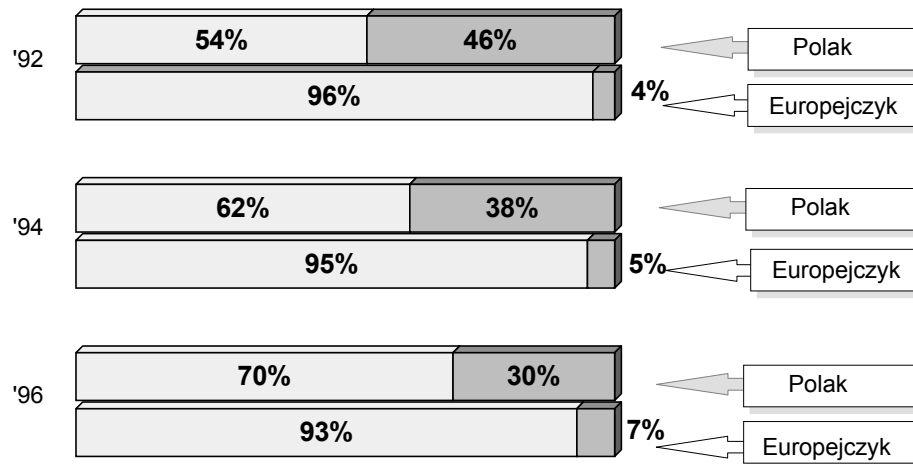
□ Dąży do osiągnięcia sukcesu w życiu ■ Chce przede wszystkim mieć spokój w życiu



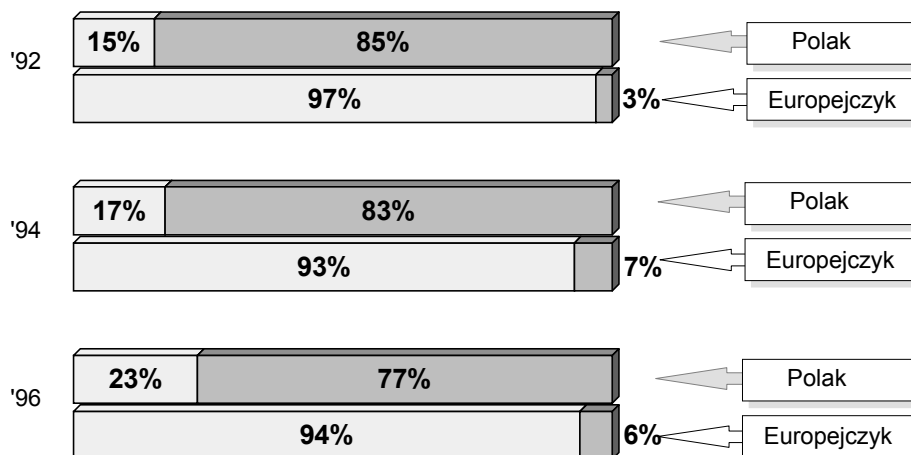
□ Żyje skromnie ■ Żyje wystawnie



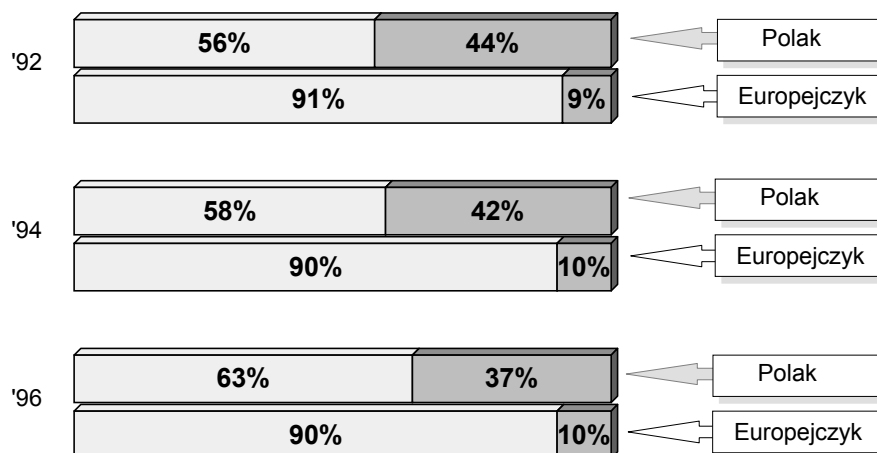
□ Dobrze pracuje ■ Źle pracuje



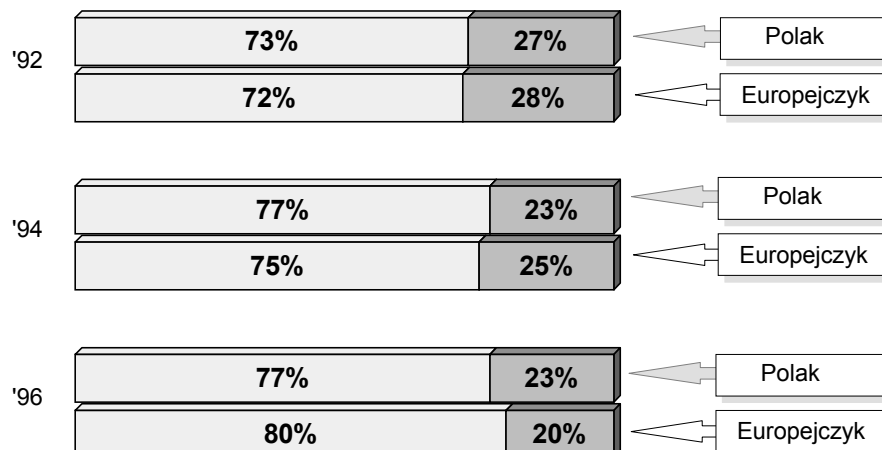
☐ Żyje w dobrych warunkach ☐ Żyje w złych warunkach

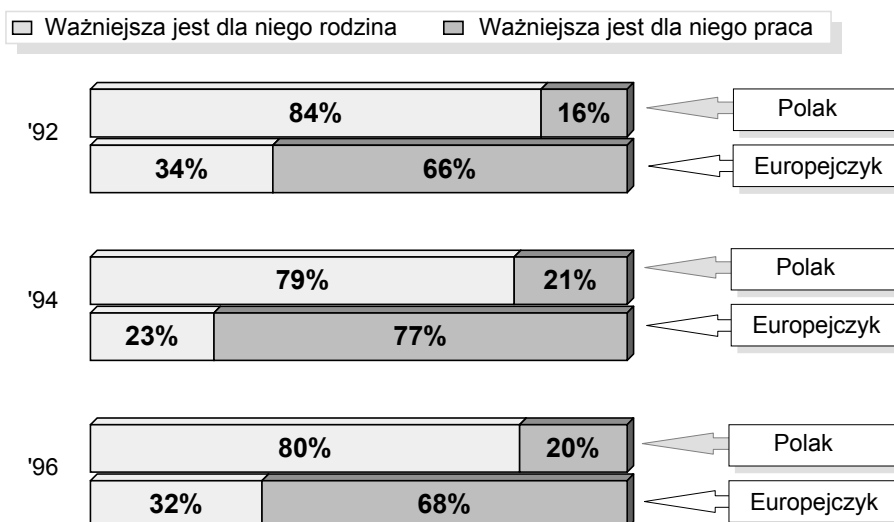
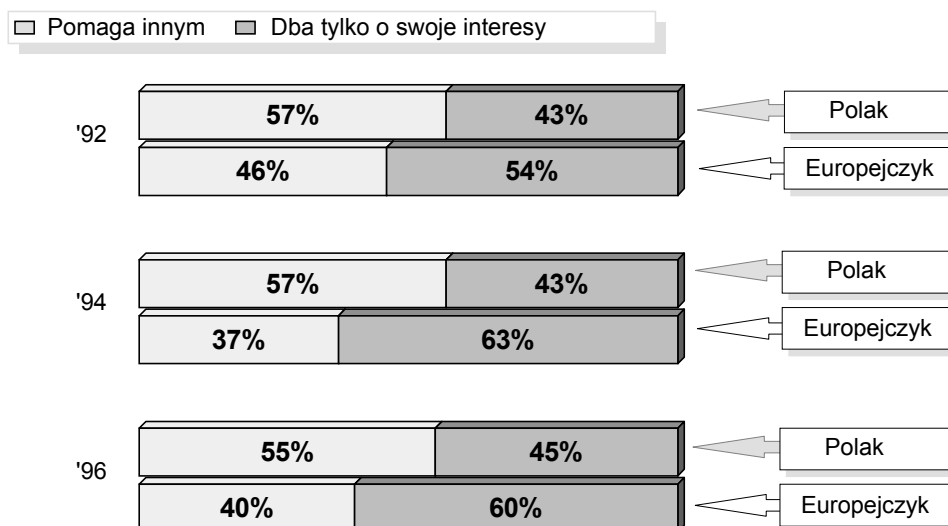


☐ Szanuje pracę ☐ Lekceważy pracę



☐ W trudnych sytuacjach jednoczy się i działa razem z innymi ☐ Działa sam





Uzyskane wyniki świadczą o tym, że autostereotyp Polaka w znacznym stopniu odbiega od wyobrażenia o typowym mieszkańcu Europy.

W obrazie Polaka na plan pierwszy wysuwa się jego orientacja wspólnotowa zarówno na poziomie rodziny, grupy religijnej, jak i narodu. Niemal powszechnie jest on utożsamiany z takimi cechami i postawami, jak: patriotyzm (84% wskazań), religijność (93%), przedkładanie rodziny ponad pracę (80%). Mimo że, w opinii większości respondentów, przeciętny Polak dobrze pracuje (70%), szanuje pracę (63%), jest zaradny (77%), wykształcony (69%) i dąży do osiągnięcia sukcesu w życiu (57%), jednak zarazem żyje w złych warunkach (77%) i jest zagubiony (60%), ciągle ucząc się nowej rzeczywistości społecznej.

Typowemu Europejczykowi natomiast respondenci przypisują orientację indywidualistyczną - kierowanie się troską o własny rozwój, sukces, samorealizację. Niewielką rolę odgrywa w jego charakterystyce identyfikacja grupowa. W jego obrazie uwypuklone są cechy konstytutywne dla etyki protestanckiej: pracowitość, szacunek dla pracy, oszczędność. Jest on ponadto, jak niemal powszechnie sądzą ankietowani, wykształcony, kulturalny, życzliwy, pewny siebie, zaradny. Żyje w dobrych warunkach (w przeciwieństwie do Polaka), choć raczej skromnie niż wystawnie.

Wykreowany przez naszych respondentów wizerunek Polaka nie jest tak jednoznaczny. Być może dlatego, że wyobrażenie o typowym Europejczyku w większym stopniu podlega idealizacji, natomiast ocena rodaków, nas samych przez nas samych, jest bardziej realistyczna i mniej stereotypowa. Na niejednoznaczność tego obrazu wpływać może również dokonująca się na naszych oczach transformacja systemów wartości, stylów życia, sposobów myślenia Polaków. Stąd też, o ile stereotyp Europejczyka pozostaje raczej stabilny, o tyle obserwujemy zmiany w sposobie postrzegania rodaków. Wyobrażenie o przedstawicielach własnej nacji w coraz większym stopniu przystaje do obrazu typowego Europejczyka. W stereotypowym wizerunku Polaka zyskują na znaczeniu cechy świadczące o coraz lepszym przystosowaniu go do działania w warunkach wolnego rynku. W coraz większym stopniu respondenci przypisują mu pracowitość, szacunek do pracy, przedkładanie sukcesu nad spokój w życiu, a także zaradność i oszczędność. Dlatego też, być może, nieco większy odsetek respondentów sądzi również, że Polacy żyją w dobrych warunkach i są bardziej kulturalni.

Typowy Europejczyk - w porównaniu z wynikami sprzed czterech lat - jest natomiast postrzegany jako bardziej otwarty i chętniej współdziałający z innymi.



W prognozach Polaków dotyczących przyszłego miejsca naszego kraju w Europie jest coraz więcej optymizmu. Wydaje się więc, że jako bardziej realne niż przed kilkoma laty oceniamy również szanse wejścia Polski do Unii Europejskiej. Sami we własnych oczach w coraz większym stopniu przypominamy Europejczyków. Według oceny respondentów, zmienia się zwłaszcza nasze nastawienie do pracy, którą wykonujemy coraz lepiej. Tym, co możemy zaoferować Europie, jest przede wszystkim nasz dorobek kulturowy, naukowy i techniczny.