

Ambiwalentny obraz Polski w Niemczech

Dla współczesnego obrazu Polski i Polaków w niemieckich mediach charakterystyczny jest jego wyraźny dualizm. Polska postrzegana jest z jednej strony jako dynamiczny, modernizujący się kraj o stabilnej gospodarce i demokratycznych strukturach władzy, co szczególnie widać przy porównaniu z innymi państwami Unii Europejskiej znajdującymi się w głębokim kryzysie gospodarczym. Taki wizerunek Polski stanowi zaprzeczenie negatywnych o niej wyobrażeń, których przejawem był dotąd stereotyp *polnische Wirtschaft*, symbolizujący nieład, bałagan i niedbalstwo.

Z drugiej strony niemiecka opinia publiczna poruszona jest narastającą falą kradzieży głównie samochodów, które mają miejsce na pograniczu polsko-niemieckim. Spektakularnym tego przykładem była kradzież w czerwcu 2010 r. samochodu osobowego zaparkowanego na drezdeńskiej ulicy, będącego własnością Thomasa de Maizière'a, federalnego ministra spraw wewnętrznych. Po brawurowej akcji pościgowej policji niemieckiej, na autostradzie A4 zatrzymano uciekającego w kierunku polskiej granicy 33-letniego Polaka, Mariusza J. Szerokim echem w niemieckich mediach odbiła się sprawa kradzieży w październiku 2012 r. busa w podberlińskiej miejscowości Hoppegarten. Zawierał on 12 trumien z ciałami, które przeznaczone były do kremacji. Skradzione auto odnaleziono potem pod Jarocinem, a nieuszkodzone trumny – w lesie niedaleko Konina. Po wielu biurokratycznych perturbacjach powróciły one do Niemiec. Polska policja ujęła trzech sprawców, obywateli RP.

Nr 101 / 2012
16'11'12

INSTYTUT ZACHODNI
im. Zygmunta
Wojciechowskiego
Instytut Naukowo-Badawczy,
Poznań

Autor:
Andrzej Sakson

Redakcja:
Marta Götz
Radosław Grodzki
Krzysztof Malinowski

Według statystyk policyjnych liczba kradzieży samochodów w Niemczech wzrosła w latach 2007-2011 (czyli od czasu przystąpienia m.in. Polski do strefy Schengen) – o 22,5%, w graniczącej z Polską Brandenburgii i Saksonii podwoiła się (w Brandenburgii wzrosła aż o 275%). W Berlinie odnotowano wzrost kradzieży aut o 60%. Niewielkim pocieszeniem jest fakt, iż złodziejami są nie tylko Polacy.

Kolejnym przejawem ambiwalentnego postrzegania Polski w Niemczech jest pozytywnie przedstawiany fakt, iż Polacy widzą swoje miejsce w Europie w coraz bardziej zacieśniającym się związku z Niemcami. Świadczą o tym najnowsze badania z września 2012 r. Wynika z nich, iż większość, bo 57% polskiej opinii publicznej pozytywnie ocenia działania kanclerz A. Merkel związane z „gaszeniem” eurokryzysu. Rośnie również sympatia do Niemiec – 74% Polaków ma pozytywną opinię o zachodnim sąsiedzie. Na tym korzystnym obrazie cieniem kładzie się jednak „ideologia smoleńska”, której wyznawcy określają Polskę jako „kondominium niemiecko-rosyjskie”, a polski rząd oskarżają o „wasalizm wobec Berlina” czy też o „wysługiwanie się Niemcom”.

Na tym tle rodzi się pytanie, w jakim kierunku będą następowały zmiany wyobrażeń o Polsce i Polakach wśród Niemców? Jeżeli stała okaże się tendencja długotrwałego rozwoju polskiej gospodarki oraz proniemieckiej polityki polskich władz, wówczas należy się liczyć z pozytywnym nastawieniem niemieckich elit i mediów. O wiele jednak bardziej złożona jest sytuacja wśród ogółu społeczeństwa niemieckiego. Niemcy nadal chętnie podkreślają i będą podkreślać swą cywilizacyjną przewagę nad Polakami. Utrwalone przez pokolenia negatywne stereotypy o Polsce i Polakach wykazują zadziwiającą trwałość. Wytlumaczenie tego stanu rzeczy wynika z istoty stereotypu – raz ukształtowany, niezwykle opornie ulega zmianie.

Tymczasem z badań przeprowadzonych w 2011 r. wynika, iż prawie połowa Niemców (47%) nie ma żadnego zdania o Polsce i Polakach. Prawie jedna trzecia (32%) stwierdziła, że „lubi Polaków”, a 21%, że „nieszczególnie ich lubi”. Polska w Niemczech jest nadal słabo rozpoznawalna, czego nie zmieniają polscy piłkarze grający z sukcesem w niemieckiej Bundeslidze.

Współczesny stereotyp Polski i Polaków funkcjonujący w społeczeństwie niemieckim ma swe głębokie historyczne podłoże. Do dzisiejszego dnia swoją większą lub mniejszą żywotność zachowały cztery zabarwione emocjonalnie (z reguły negatywnie) wyobrażenia o Polsce i Polakach. Są to:

- mit niemieckiego Wschodu, sugerujący wyższość cywilizacyjną Niemców;
- *polnische Wirtschaft* – symbol niegospodarności Polaków oraz



- dwa mity przypisujące Polakom cechy negatywne (*Pole czy Polacke* ?) i niską pozycję społeczną (*polnische Putzfrau*).

Należą one do tzw. stereotypów długiego trwania. Jak zauważa Hubert Orłowski: „sedno stereotypów długiego trwania polega nie tyle na tym, iż trwają one czy też funkcjonują długo i nieprzerwanie, ale że mogą zaistnieć w każdym dogodnym momencie, z chwilą gdy paradygmat panujący wyznaczy (po raz kolejny) normy ich nazwania i taksacji”. Jest wielce prawdopodobne, że gdyby w Polsce nastąpił kryzys gospodarczy na kształt greckiego, wówczas z całą mocą odżyłyby dawne uprzedzenia związane np. z *polnische Wirtschaft*.

Genezy ukształtowania się wyrazistego i generalnie negatywnego stereotypu Polski i Polaków w nowożytnych Niemczech, badacze upatrują w XVIII w. Wiek XIX to początek okresu planowego i celowego zniekształcania wizerunku wschodniego sąsiada. To właśnie w tym czasie w świadomości wielu Niemców zrodził się negatywny stereotyp Polski i Polaków. Ówczesne państwo polskie widziano przez pryzmat społeczeństwa szlacheckiego, pogrążonego w samowoli i anarchii, jako kraj, w którym panowała ciemnota i fanatyzm religijny, kraj zacofany w rozwoju kulturalnym, co znajdowało wyraz w okrutnym losie chłopów pańszczyźnianych. Polak reprezentował najbardziej ujemne cechy charakteru. Było to celowe zniekształcenie obrazu Polski przez władze pruskie głoszące, iż Polacy niczego w historii nie stworzyli, niczego nie potrafili, a kulturę, zamożność i ład dali im dopiero rządy pruskie. Naród niezdolny do samodzielnego kierowania swymi losami winien przeto pozostać pod obcym panowaniem. Ten punkt widzenia dominował w Niemczech, gdy w 1918 r. powstało niepodległe państwo polskie. Widziano w nim twórcę intryg dyplomatycznych. Twierdzono uparcie, że jest to państwo „sezonowe”, którego upadku należy się niedługo spodziewać. Powyższe argumenty zostały skwapliwie wykorzystane i uzupełnione przez ideologię i propagandę narodowosocjalistyczną w III Rzeszy.

W „codziennym” postrzeganiu Polaków przez przeciętnego Niemca szczególnie widoczne są dwie negatywne cechy: pijacy i złodzieje. Ta druga cecha kojarzona jest głównie z kradzieżami samochodów. Swoistą sublimacją negatywnych stereotypów są *Polenwitze*, czyli dowcipy o Polakach, upowszechniane zarówno przez niemiecką prasę, jak i telewizję. Stale obecne są one również w Internecie.

Zmiana negatywnych stereotypów Polski i Polaków w Niemczech należy do jednych z najistotniejszych wyzwań w stosunkach dwustronnych. O ile polsko-niemieckie porozumienia i traktaty można w sprzyjającej atmosferze politycznej zadekretować i możliwie szybko zrealizować, to relacje pomiędzy społeczeństwami są



oporne na zmiany, gdyż w znacznej mierze opierają się na stereotypach długiego trwania. Stanowią one z reguły istotny element tożsamości zbiorowej. Żeby je zmienić, trzeba bardzo długiego czasu oraz dogodnych uwarunkowań, które mogłyby trwale oddziaływać na postawy społeczne.

Andrzej Sakson – profesor zwyczajny w Instytucie Zachodnim i WNPID UAM, socjolog, specjalista z zakresu stosunków polsko-niemieckich i problematyki mniejszości narodowych i etnicznych.

Publikacja dofinansowana przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego oraz Stowarzyszenie Instytut Zachodni.

