

Agnieszka Jeran, Michał Nowosielski, Witold Nowak

# Migranci z Polski w Niemczech – aspekty kulturowe

Ekspertyza



Projekt  
„Migranci z Polski w Niemczech  
– aspekty kulturowe”



Agnieszka Jeran, Michał Nowosielski, Witold Nowak

# Migranci z Polski w Niemczech – aspekty kulturowe

Ekspertyza



OŚRODEK  
BADAŃ NAD  
MIGRACJAMI



UNIWERSYTET  
WARSZAWSKI

Warszawa 2019



OŚRODEK  
BADAŃ NAD  
MIGRACJAMI

Ośrodek Badań nad Migracjami  
Uniwersytet Warszawski  
ul. Pasteura 7, 02-093 Warszawa  
tel/fax. +48 22 554 6 770  
kom. +48 600 42 90 43  
e-mail: migration.cmr@uw.edu.pl  
www.migracje.uw.edu.pl

DEUTSCHES  
POLEN  
INSTITUT

Partner projektu:  
Deutsches-Polen Institut  
Marktpl. 15, 64287 Darmstadt, Niemcy  
Telefon +49 6151 4202-0  
Telefax: +49 6151 4202-10  
E-Mail: info@dpi-da.de  
www.deutsches-polen-institut.de

Projekt wspierany przez Polsko-Niemiecką Fundację na rzecz Nauki  
Gefördert aus Mitteln der Deutsch-Polnischen Wissenschaftsstiftung

DEUTSCH | POLSKO  
POLNISCHE | NIEMIECKA  
WISSENSCHAFTS | FUNDACJA  
STIFTUNG | NA RZECZ NAUKI

# I. Najważniejsze wnioski z badań

## Uczestnictwo w kulturze wśród migrantów z Polski w Niemczech

- Można zaobserwować dwie odrębne formy uczestnictwa w kulturze, różniące się kanałami kontaktu z treściami kultury. Część badanych korzystała z kultury w sposób tradycyjny, „analogowy” (czytanie prasy i książek papierowych, korzystanie z radiodbiorników, telewizorów, etc.), część jednak deklarowała odchodzenie od tych klasycznych form i kanałów na rzecz cyfrowych kanałów kontaktu z kulturą (np. czytanie prasy i książek elektronicznych, ściąganie filmów z Internetu, *streaming* etc.).
- „Ucyfrowienie” daje się również zauważyć w przypadku aktywnego poszukiwania informacji na temat możliwości uczestniczenia w wydarzeniach kulturalnych. Najczęściej informacje na temat oferty kulturalnej są poszukiwane przez badanych w przestrzeni cyfrowej – przede wszystkim za pośrednictwem mediów społecznościowych (41,6% badanych) oraz portali internetowych – głównie o lokalnym charakterze (38,3%). Rzadziej korzystano ze źródeł ulokowanych w przestrzeni publicznej, tj. plakatów i ogłoszeń (29,7%).
- Badani eksperci zwracali uwagę, że korzystanie z mediów cyfrowych skraca dystans Polaków mieszkających zagranicą do literatury i wiedzy w języku polskim, pozwala im mieć poczucie bycia dobrze poinformowanym i zaangażowanym w polskojęzyczną i polską kulturalną sferę publiczną, mimo fizycznego oddalenia od kraju.
- Badani migranci z Polski przeznaczali na uczestnictwo w kulturze relatywnie niewiele czasu. Ponad połowa respondentów deklarowała, że na takie aktywności jak: czytanie książek, chodzenie do teatru, kina, domu kultury, na koncerty, wystawy, aktywność artystyczną itp., nie poświęca tygodniowo więcej niż 2 godziny. Bilans ten powiększa oglądanie telewizji, jednak nie jest ono bardzo powszechne ani intensywne.
- Uczestnicy badania ilościowego deklarowali, że przeciętnie miesięcznie na uczestnictwo w kulturze wydają około 50 euro (średnia 54,4; mediana 50,0). Należy jednak podkreślić, że w obrębie badanej zbiorowości występowało silne zróżnicowanie w tym zakresie (odchylenie standardowe wyniosło 55,6).
- Badani eksperci mimo że dostrzegają opisywane w niemieckim i polskim dyskursie zjawisko „niewidzialności Polaków” i uważają, iż przekłada się ono na brak zaangażowania w kulturalno-społeczne życie Niemiec, to jednocześnie odnotowują pewną zmianę. Polega ona na tym, że powiększa się grupa osób aktywnych, angażujących się i zainteresowanych braniem udziału w życiu społeczno-kulturalnym, a tym samym także bardziej „widocznych”. Osoby te miałyby być związane głównie z nowymi, poakcesyjnymi falami migracyjnymi.

## Intensywność i różnorodność korzystania z kultury

- Pogłębiona analiza wzorów i intensywności uczestnictwa pozwoliła na wyodrębnienie czterech typów uczestnictwa i – na tej podstawie – scharakteryzowanie grup badanych:

**a) uczestnictwo w typie sporadycznym** charakteryzowało 38,4% badanych. Typ ten obejmuje uczestnictwo w kulturze, które można określić jako słabo lub umiarkowanie intensywne, co jest związane z niewielkim zróżnicowaniem wykorzystywanych kanałów komunikacji masowej i jednocześnie – niewielkim zróżnicowaniem kontaktów z instytucjami kultury.

W porównaniu do pozostałych, badani charakteryzujący się uczestnictwem sporadycznym, są grupą o najniższej średniej wieku (35,7 lat) i jednocześnie – najkrótszym średnim stażu pobytu w Niemczech (7,79 lat). Przedstawiciele tej grupy równie często miejscem, w którym czują się u siebie określają Polskę (46,4%) i Niemcy (46,7%). Wśród nich 81,4% pozostaje w związku (małżeńskim lub partnerskim), zaś niemal 60% ma dzieci (jest to najniższy udział). W prawie 70% badani z tej grupy określają swój pobyt w Niemczech jako stały. Odnosząc się do wykształcenia można wskazać, że bez względu na miejsce zdobycia wykształcenia (Polska lub Niemcy), osoby z wyższym wykształceniem stanowią w tej grupie mniejszość (43,3%). Jednocześnie tylko 53,8% badanych z tej grupy deklaruje, że w ich gospodarstwach domowych sytuacja ekonomiczna nie wymaga oszczędzania.

**b) uczestnictwo intensywne** charakteryzowało 27,3% badanych i związane było ze zróżnicowanym korzystaniem z kanałów przekazywania treści masowych, jak i zróżnicowanym kontaktem z instytucjami kultury.

Jest to grupa o relatywnie najwyższej średniej wieku (42,5 lat) i długości pobytu migracyjnego (13,5 lat). Przedstawiciele tej kategorii nieco częściej miejscem, w którym czują się u siebie określają Niemcy (44,1%),

nieco rzadziej Polskę (34,3%) i Europę (19,7%). Wśród przedstawicieli tej grupy 83,5% pozostaje w związku (małżeńskim lub partnerskim – jest to najwyższy wskaźnik wśród wszystkich 4 grup), zaś 67,1% ma dzieci. Trzech na czterech badanych z tej grupy określa swój pobyt w Niemczech jako stały. Odnosząc się do wykształcenia, można wskazać, że bez względu na miejsce zdobycia wykształcenia (Polska lub Niemcy), osoby z wyższym wykształceniem stanowią większość (76,5% – jest to najwyższy udział wśród wszystkich 4 grup). Badani z tej kategorii w zdecydowanej większości (78,5%) deklarują brak konieczności oszczędzania, a więc znajdują się dobrej sytuacji ekonomicznej i jest to najwyższy udział w porównaniu do pozostałych grup.

**c) uczestnictwo w typie instytucjonalnym** objęło 21,1% badanych, którzy przejawiali ukierunkowanie na korzystanie z ofert instytucji kultury, przy niewielkim lub umiarkowanym nasileniu wykorzystania mediów masowych.

Badani w tej grupie byli nieco starsi niż z dwóch grup o niskiej intensywności korzystania z instytucji kultury (czyli reprezentujących masowy i sporadyczny typ uczestnictwa), mając średni wiek 41,3 lata i dłuższy pobyt migracyjny – średnio 12,5 lat. Przedstawiciele tej grupy znacznie częściej miejscem, w którym czują się u siebie określają Niemcy (45,4%), rzadziej jest to Polska (29,8%) i Europa (23,3). W tej grupie 73,3% pozostaje w związku (małżeńskim lub partnerskim), zaś 62,2% ma dzieci. Niemal ¾ badanych z grupy instytucjonalnych określa swój pobyt w Niemczech jako stały (73,3%). Odnosząc się do wykształcenia, można wskazać, że bez względu na miejsce zdobycia wykształcenia (Polska lub Niemcy), osoby z wyższym wykształceniem stanowią większość w tej grupie (71,4%). Dwóch na trzech przedstawicieli tej grupy deklaruje pozostawanie w sytuacji niewymagającej od ich gospodarstwa domowego oszczędzania.

**d) masowy typ uczestnictwa** zidentyfikowano wśród 13,2% badanych, którzy wybierają przede wszystkim różnorodne kanały masowego układu kultury, w niewielkim tylko stopniu korzystając z oferty układu instytucjonalnego.

Przeciętny wiek w tej kategorii badanych wynosi 39 lat, zaś długość pobytu migracyjnego 10,5 lat. Podobnie jak badani scharakteryzowani poprzez sporadyczny typ uczestnictwa, także przedstawiciele tej grupy równie często miejscem, w którym czują się u siebie określają Polskę (47,6%) i Niemcy (45,7%). Nieco częściej niż uczestnicy sporadyczni pozostają w związku (82,3%) i częściej mają dzieci (70%). Ponad ¾ badanych z tej grupy określa swój pobyt w Niemczech jako stały. Do grupy uczestników sporadycznych upodabnia ich także relatywnie niski udział osób z wyższym wykształceniem, wynoszący 44,5%. Jednocześnie 70,7% badanych z tej grupy wskazuje, że w ich gospodarstwach domowych nie zachodzi konieczność oszczędzania.

- Uwagi ekspertów biorących udział w badaniu pozwalają uchwycić prawidłowości, które wymykają się danym sondażowym. Dostrzegają oni między innymi, że w nowych falach migracji pojawiają się osoby dobrze wykształcone, otwarte na nowe doświadczenia, silnie zainteresowane aktywnym uczestnictwem w kulturze. Zawracają także uwagę na fakt, że intensywność i różnorodność uczestnictwa w kulturze mogą być warunkowane miejscem zamieszkania – szczególnie interesujący w tym kontekście jest przykład migrantów z Polski mieszkających na pograniczu polsko-niemieckim, którzy ze względu na brak dostępności szerokiej oferty kulturalnej po stronie niemieckiej, chętniej robią to po stronie polskiej.

### Bariery uczestnictwa w kulturze wśród migrantów z Polski w Niemczech

- Pytani o bariery uniemożliwiające bądź utrudniające im korzystanie z ofert kulturalnych, respondenci najczęściej (58,6%) wskazywali

brak odczuwanej potrzeby uczestniczenia – czyli barierę wewnętrzną. Znajduje to swoje potwierdzenie także w wypowiedziach ekspertów, którzy zauważali, że brak chęci oraz nawyki nieuczestniczenia (utrwalone często jeszcze w Polsce) są istotnymi czynnikami ograniczającymi korzystanie z ofert kulturalnych.

- Kolejnym, najczęściej wskazywanym, ograniczeniem był brak lokalnej dostępności ofert (45,6%). Wątek ten pojawiał się również w badaniach jakościowych – zarówno sami migranci, jak i eksperci twierdzili, że dla osób mieszkających poza większymi ośrodkami dostęp do bogatej oferty kulturalnej może być ograniczony. Jako szczególnie wykluczające często wskazywano takie miejsca, jak małe miejscowości, dzielnice położone z dala od centrum czy też wschodnie Niemcy (gdzie szczególnym przypadkiem było pogranicze polsko-niemieckie).
- Stosunkowo ważne były także bariery o charakterze społecznym, a konkretnie brak zainteresowania ze strony znajomych respondenta (39,4%).
- Odrębną przeszkodą był brak czasu, który często pojawiał się jako bariera w wywiadach pogłębionych z migrantami. Był on przy tym powiązany z etapem życia badanych – stanowił największe ograniczenie dla tych respondentów, którzy mieli dzieci i byli aktywni na rynku pracy. Znaczenie czasu wolnego potwierdzają badania ilościowe. Zaobserwowano bowiem związek między ilością wolnego czasu a intensywnością korzystania z kultury – szczególnie w wymiarze masowym i instytucjonalnym. Analizy statystyczne wykazały, że osoby, które doświadczają braku wolnego czasu dla siebie lub mają go niewiele, rzadziej uczestniczą w kulturze.
- Co ciekawe, dla respondentów mniejsze znaczenie miały takie bariery jak brak pieniędzy (26,8%), czy niedostępność oferty w preferowanym przez badanych języku (26,4%).
- Także i w tym przypadku wypowiedzi ekspertów pozwalają na uzupełnienie listy barier o kwestie, które nie zostały uchwycone w ba-

daniu CAWI. Przede wszystkim wskazywali na bariery o charakterze klasowym czy generacyjnym, między innymi związane z charakterystyczną dla sytuacji migracyjnej koncentracją na aktywności zawodowej w pierwszej fazie migracji zarobkowych.

## Rodzaje praktyk kulturalnych

Podczas analizy zebranego materiału badawczego wyodrębniono trzy rodzaje praktyk kulturalnych:

- **domowe praktyki kulturalne**, czyli np. czas spędzany w domu na oglądaniu telewizji, słuchaniu radia, czytaniu, korzystaniu z komputera i Internetu;
- **praktyki związane z wyjściem** w celu korzystania z ofert instytucji kultury (np. kin, muzeów, koncertów, miejsc dziedzictwa kulturowego);
- **działania związane z tworzeniem tożsamości** związane np. z amatorskim uprawianiem aktywności kulturalnej czy też przynależnością do grup i stowarzyszeń związanych z kulturą, w tym także kulturą etniczną.

## Domowe praktyki kulturalne

- Badania – zarówno ilościowe, jak i jakościowe – wydają się wskazywać na powszechność czytelnictwa. Dotyczy to zarówno czytelnictwa książek, jak i prasy. Warto tu zwrócić uwagę na fakt, że obok osób deklarujących typowe zachowania związane z intensywnym czytelnictwem (zwykle łączącym czytanie książek i prasy), pojawiają się także osoby deklarujące częste zastępowanie czytania przeglądaniem różnego rodzaju treści, głównie internetowych.
- Daje się zaobserwować inny od tradycyjnego wzorzec korzystania z telewizji. Choć, co prawda, połowa badanych ogląda telewizję, poświęcając na to do dwóch godzin dziennie, to jednocześnie niemal co piąty badany zadeklarował, że wcale telewizji nie ogląda. Coraz częściej pojawiają się także deklaracje korzystania z alternatywnych – internetowych – kanałów dostępu do treści oferowanych przez telewizję: filmów, seriali czy programów.

- Analizując, w jakim języku badani uczestniczą w domowych praktykach kulturalnych, można zauważyć trzy wyraźne wzory:

### a) uczestniczenie głównie w języku polskim

– ok. połowy badanych oszacowało udział posiadanych książek w języku polskim na wartość do 70% księgozbioru. W przypadku czytelnictwa prasy, średni udział czytanych czasopism w języku polskim wyniósł 54%. Stosunkowo najrzadziej język polski był używany w przypadku oglądania telewizji – średni udział czasu oglądania telewizji w języku polskim wyniósł 43,9%. Wskazuje to na prawidłowość, że im bardziej wymagająca poznawczo forma i medium, tym częściej badani migranci z Polski w Niemczech posługują się językiem polskim. Potwierdzają to dane jakościowe, które wskazują, że słaba znajomość języka niemieckiego jest jedną z ważnych przyczyn dominacji języka polskiego w odbiorze kultury. Inne przyczyny to m.in. przekonanie, że treści w języku polskim są lepsze czy ciekawsze, deklarowane przywiązanie do Polski, czy też – charakterystyczna dla migrantów w drugim pokoleniu, o słabszej znajomości języka polskiego – chęć pogłębiania więzi z kulturą polską.

### b) uczestniczenie głównie w języku niemieckim

– odwrotnie niż w przypadku języka polskiego można dostrzec, że im bardziej przystępna forma i treść, tym częstsze jest użycie głównie języka niemieckiego. Jedynie 4% badanych zadeklarowało, że wszystkie przeczytane przez nich książki były w języku niemieckim. Tymczasem średni udział języka niemieckiego w czytaniu prasy wyniósł ok. 40%, zaś w przypadku oglądanych programów telewizyjnych już ponad 50%. Badanie jakościowe ujawniło, że wśród przyczyn, dla których respondenci częściej korzystają z języka niemieckiego najczęściej pojawiają się: preferencja treści w języku niemieckim związana np. z oceną niemieckiej telewizji jako ciekawszej, techniczny problem z dostępem do przekazów w języku polskim czy też trudność w odbiorze treści w języku polskim.

c) **posługiwanie się oboma językami** – zdecydowanie najczęściej występujące wśród badanych. Badani potrafią różnicować, jakie treści oraz za pośrednictwem jakich mediów odbierają w danym języku. Bilingwalność uczestnictwa w kulturze w wypowiedziach badanych była tłumaczona przede wszystkim możliwościami – głównie kompetencjami językowymi oraz dostępnością treści kulturowych w obu językach.

## Praktyki związane z wyjściem

- Analiza danych jakościowych wskazuje, że można mówić o dwóch zasadniczych postawach wobec praktyk związanych z wyjściem w celu uczestniczenia w kulturze. Pierwsza, którą można nazwać aktywną, polega na tym, że badani chętnie i często korzystają z różnych możliwości spędzania czasu wolnego poza domem i korzystają z ofert wielu różnorodnych instytucji kultury. Druga postawa jest bardziej ograniczona i polega na rzadkim spędzaniu czasu poza domem oraz wybiórczym korzystaniu z ofert instytucji, przy czym często są to raczej instytucje spoza tzw. instytucjonalnego układu kultury (np. kawiarnie, restauracje).
- Badanie ilościowe pokazuje, że badani migranci z Polski w Niemczech w większości korzystali z ofert instytucji sporadycznie (odpowiedzi „raz w roku” lub „czasami”). Największą popularnością cieszyły się takie oferty instytucji kultury, jak: pokazy filmowe (jedynie 20,8% deklarowało, że nie korzystało z nich w ciągu ostatniego roku), festyny i festiwale (24,4% deklaracji niekorzystania), koncerty muzyczne (36,4%). Najmniej popularne formy to przedstawienia operowe i teatralne (odpowiednio 80,5% i 61,5%).
- Ze względu na fakt mieszkania w Niemczech, badani najczęściej korzystali z ofert instytucji niemieckich. Jednak w badaniu poświęcono szczególną uwagę kontekstowi nieniemieckiemu – związanemu z korzystaniem z ofert kulturalnych w Polsce albo z kontaktem z kulturą polską w Niemczech oraz z kulturami innych zbiorowości migranckich w Niemczech:

a) **korzystanie z ofert kulturalnych w Polsce** – można mówić o dwóch podstawowych kontekstach takiego rodzaju uczestnictwa w polskiej kulturze, związanych ściśle z tym, gdzie mieszkają rozmówcy. Po pierwsze, osoby mieszkające na pograniczu polsko-niemieckim mają łatwy dostęp do ofert po polskiej stronie granicy. Ułatwia im to korzystanie z nich i czasami sprawia, że rezygnują z ofert niemieckich instytucji. Po drugie, dla osób mieszkających z dala od granicy wizyty w Polsce stają się okazją kontaktu – czasami dość intensywną – z polskimi instytucjami kultury.

b) **kontakt z kulturą polską w Niemczech** – w wywiadach pogłębionych badani opisywali polskie oferty kulturalne w Niemczech dostarczane przez dwa rodzaje instytucji: przedsiębiorstwa organizujące oferty komercyjne dla Polaków (dyskoteki, restauracje, seanse filmowe, etc.) oraz polskie bądź polonijne instytucje i organizacje – zarówno publiczne, jak i pozarządowe (przede wszystkim Instytuty Polskie oraz polskie organizacje imigranckie). Jednocześnie badania ilościowe wskazują, że zarówno poziom znajomości, jak i poziom intensywności korzystania z polskich i polonijnych instytucji kultury jest niewielki. W przypadku Instytutów Polskich 37,4% badanych zadeklarowało brak znajomości, zaś w przypadku organizacji polonijnych – odpowiednio 41,5%. Jednak znajomość niekoniecznie musi oznaczać korzystanie z oferty. W przypadku organizacji polonijnych jedynie niecałe 30% badanych deklarowało korzystanie z ich oferty (2,6% – często, 10,8% – od czasu do czasu, a 15,7% – rzadko). Odsetek ten jest jeszcze niższy w przypadku oferty polskich instytucji (wliczając w to Instytuty Polskie) – mniej niż 20% respondentów miało takie doświadczenia (0,6% – często, 5,1% – od czasu do czasu i 11% – rzadko).

c) **kontakt z kulturami innych migrantów mieszkających w Niemczech** – zarówno badania jakościowe, jak i ilościowe wskazują, że wiedza i chęć korzystania oferty

instytucji kultury związanych z innymi zbiorowościami migranckimi w Niemczech są niewielkie. Dane pochodzące z badania ilościowego wskazują, że mniej niż 20% z badanych zadeklarowało, iż kiedykolwiek korzystało z oferty takich instytucji, przy czym dane pochodzące z wywiadów sugerują, że w większości przypadków chodzi o korzystanie z oferty np. restauracji etnicznych. W wywiadach pogłębionych najczęściej pojawiały się świadectwa udziału w wydarzeniach organizowanych przez migrantów z Turcji. Jednocześnie należy stwierdzić, że wielu badanych podchodziło do oferty instytucji związanych z tą kulturą z silną rezerwą, czy nawet nieufnością.

- Analiza niemieckiej prasy pod kątem zamieszczenia informacji na temat wydarzeń związanych z polską kulturą wskazuje, że tytuły ogólnoniemieckie („Süddeutsche Zeitung”, „Die Welt”) informują o nich raczej rzadko, przy czym częściej piszą o imprezach bądź przedsięwzięciach okolicznościowych (np. związanych ze stosunkami polsko-niemieckimi), zwykle z zakresu kultury wysokiej. Prasa regionalna lub lokalna („General Anzeiger” „Berliner Zeitung”, „Sächsische Zeitung”) podaje znacznie więcej informacji dotyczących wydarzeń związanych z polską kulturą w Niemczech. Przede wszystkim w tych tytułach drukowane są nie tylko omówienia, ale także zapowiedzi. Częściej także pojawiają się informacje o różnego rodzaju przedsięwzięciach – zarówno tych dotyczących kultury wysokiej, jak i popularnej.

### Działania związane z tworzeniem tożsamości

- Stosunkowo duża grupa badanych (35,1%) deklaruowała, że poświęca czas na własną aktywność artystyczno-twórczą. Najczęściej są to prace ręczne i rzemieślnicze (20,3%), aktywności z zakresu sztuk wizualnych (15,3%), a w dalszej kolejności działalność muzyczna, taniec i pisanstwo.
- Również wyniki wywiadów pogłębionych z migrantami z Polski w Niemczech wskazują, że aktywność twórcza indywidualna jest dla

niektórych bardzo ważna. Może ona przyjmować różne formy. Wśród form aktywności indywidualnej przeważają działania związane z plastyką, pisarstwem oraz szeroko rozumianymi formami rzemiosła. Wśród form grupowych dominowały takie aktywności jak: uprawianie muzyki, taniec oraz zaangażowanie w działalność teatralną.

- Ważnym elementem działań związanych z tworzeniem tożsamości jest zaangażowanie w działalność stowarzyszeń. Wyniki badań ilościowych wskazują, że możemy mówić o raczej ograniczonej partycypacji. Jedynie 10% respondentów zadeklarowało, że angażuje się w działalność jakiegokolwiek stowarzyszenia kulturalnego. Podobne odsetki badanych wskazywały na zaangażowanie w działalność stowarzyszeń kulturalnych niemieckich (3,8%), polonijnych (4%) oraz pracę na rzecz nieformalnych grup prowadzących działalność kulturalną (4,2%). Jedynie niecałe 0,5% respondentów zadeklarowało, że angażują się w działalność innych niż polonijne stowarzyszeń imigranckich.

### Poczucie zakorzenienia i związek z kulturą polską

#### Poczucie zakorzenienia

- Respondenci biorący udział w badaniu ilościowym pytani o to, gdzie czują się „jak u siebie”, najczęściej wskazywali Niemcy (45,6%), nieco rzadziej Polskę (39,7%). Pozostali badani (13,5%) deklarowali jako miejsce zakorzenienia Europę.
- Dane pochodzące z wywiadów pogłębionych pozwalają wyodrębnić różne kategorie zakorzenienia polskich migrantów. Dominowały wśród nich wskazania na Polskę lub Niemcy, ale pojawiały się także często pośrednie „strategie” zakorzenienia, polegające na umiejscawianiu się w obu krajach, „pomiędzy” nimi, lub też deklarowaniu poczucia „rozdarcia”.
  - a) osoby deklarujące zakorzenienie w Polsce uzasadniały je, powołując się na takie argumenty jak: poczucie bliskości kulturowej

z Polską, przywiązanie do rodziny w Polsce i odczuwanie szczególnej więzi emocjonalnej. Część badanych wspominała także o negatywnych doświadczeniach w Niemczech, szczególnie zaś o doznaniu dyskryminacji.

b) w przypadku osób deklarujących przywiązanie do Niemiec, padały argumenty dotyczące między innymi poczucia wrośnięcia, zadomowienia w Niemczech, faktu wychowania w Niemczech (szczególnie ważne dla migrantów z drugiego pokolenia i pokolenia 1,5). Część rozmówców powoływała się także na własne doświadczenia – albo pozytywne doświadczenia życia w Niemczech, albo trudne lub traumatyczne osobiste wspomnienia związane z Polską.

c) niektóre z badanych osób wskazywały jednak na inne postrzeżenie swego zakorzenienia. Część z nich można interpretować jako doświadczenia pozytywne – poczucie bycia u siebie w obu krajach. Część jednak wiąże się z dyskomfortem, poczuciem rozdarcia lub nawet wykorzenienia.

- Miejsce zakorzenienia wydaje się wpływać na charakterystykę korzystania z kultury. Badani migranci, deklarujący, że bardziej „czują się u siebie” w Niemczech, intensywniej uczestniczą w kulturze (wydatkują na to więcej czasu i przeznaczają większe środki finansowe), są także ze swojego uczestnictwa bardziej zadowoleni.
- Badani eksperci zauważają pojawienie się nowego kosmopolitycznego pokolenia migrantów z Polski, którzy – w odróżnieniu od wcześniej pojawiających się wzorów zachowań – z jednej strony nie eksponują swojej przynależności narodowej, z drugiej zaś nie negują i nie ukrywają swojej przynależności do języka czy kultury polskiej. Te postawy związane są z wejściem Polski do Unii Europejskiej oraz wychowaniem młodych ludzi nieodczuwających kompleksów z powodu różnic w jakości i stylu życia. Podobnie jak w publikowanych wcześniej wynikach badań, można postawić tu tezę o pokoleniowym uwarunkowaniu wykształcania się orientacji poliwalencyjnej – czyli identyfikowaniem się z różnymi kulturami.

- Analiza danych ilościowych wskazuje, że poczucie zakorzenienia jest czynnikiem istotnie różnicującym preferencje uczestniczenia w kulturze w języku polskim lub niemieckim, mierzone przeciętnym udziałem wytworów kultury w danym języku, z których korzystają badani. Dzieje się tak w odniesieniu do wszystkich objętych badaniem typów przekazu kultury. W przypadku osób silniej zakorzenionych w Polsce, średni udział: polskich książek w księgozbiorze, książek przeczytanych w minionym roku i prasy czytanej w języku polskim, a także czasu oglądania telewizji i filmów w języku polskim, jest istotnie wyższy.

### Związek z kulturą narodową

- Pytani o swój związek z kulturą narodową badani migranci z Polski w Niemczech byli bardziej jednoznaczni w swoich wyborach. W badaniu jakościowym, gdzie pojawiał się ten wątek, większość deklarowała silniejszą więź z kulturą polską.
- Swoją silną więź z kulturą polską badani uzasadniali, powołując się na:
  - a) wychowanie – wynikającą z procesów socjalizacji „naturalność” ważności kultury polskiej;
  - b) wyższe wartościowanie kultury polskiej – często oparte na takich przesłankach jak fakt, że kultura polska wydaje się badanym, np. lepszą, ciekawszą, czy bliższą ich wrażliwości;
  - c) odrzucanie wielokulturowości – przywiązanie do kultury polskiej części badanych było podkreślane ze względu na kontrast w stosunku do trudnej do zaakceptowania przez nich wielokulturowości;
  - d) różnice mentalnościowe między Polakami a Niemcami – krytyczne podejście do „niemieckiego sposobu myślenia” przeciwstawianego mentalności polskiej.

## Chęć utrzymania kontaktu dzieci z polską kulturą

- W badaniu jakościowym migrantów z Polski w Niemczech pojawił się wątek chęci podtrzymywania związków dzieci osób badanych z kulturą polską, przede wszystkim poprzez naukę języka polskiego.
- Badani przyjmowali różne strategie uczenia dzieci języka oraz kultury polskiej. Dominującą było używanie języka polskiego w domu, czasami uzupełniane udostępnianiem dzieciom polskich książek, filmów bądź nagrań lub też kontaktem z rodziną w Polsce. Obecny – choć raczej rzadki – był również wątek zinstytucjonalizowanych form kontaktu z polskim językiem za pośrednictwem różnego rodzaju szkół. Język stanowił główny nośnik i czynnik podtrzymujący kontakt z kulturą.
- Rozmówcy uzasadniali swoją chęć podtrzymania związków dzieci z polską kulturą za pomocą trzech argumentów: rodzinnych – powołując się na możliwość utrzymania kontaktu dzieci z bliskimi w Polsce, patriotycznych – podkreślając, że język jest narzędziem podtrzymywania więzi z polskością oraz użytecznych – twierdząc, że ze względu na wciąż otwartą możliwość powrotu do Polski, dzieci powinny znać język.
- Część badanych uznawała jednak, że nauka języka polskiego nie jest elementem tworzenia polskiej tożsamości, ale raczej swoistej mozaiki kulturowej. Takie podejście do nauki języka polskiego występowało w sytuacjach, gdy język polski traktowany był jako jeden z wielu języków do nauki. Opisywana sytuacja pojawiała się w rodzinach wielokulturowych lub w przypadku podejścia użytecznego, gdy język polski traktowany był jako jeden z wielu, potencjalnie przydatny w przyszłości dziecka.
- Choć w badaniach jakościowych wątek instytucjonalnej nauki języka polskiego okazał się być marginalny (wielu z badanych rodziców nie korzystało z takich możliwości lub wręcz o nich nie wiedziało), to badanie ilościowe dostarcza więcej informacji na ten temat. Przede wszystkim nieco ponad 61% badanych mających dzieci w wieku szkolnym zadeklarowało zainteresowanie instytucjonalnym nauczaniem języka polskiego. Najczęściej wskazywano nauczanie języka polskiego w szkole niemieckiej jako języka obcego (43,6%) oraz nauczanie języka polskiego w szkole niemieckiej jako języka ojczystego (42,1%). Nieco rzadziej deklarowano zainteresowanie nauczaniem w szkołach polonijnych (39,6%), czy w punktach szkolnych przy polskich placówkach konsularnych i dyplomatycznych (28,1%).
- W opinii badanych ekspertów nauczanie języka polskiego dzieci migrantów z Polski w Niemczech powinno być ważnym, jeśli nie najważniejszym zadaniem środowisk polonijnych oraz instytucji polskich. Jednocześnie podkreślano, że takie działania muszą być wspierane przez władze niemieckie. Miejscem, którego rolę eksperci szczególnie podkreślali jest szkoła, także niemiecka.

## II. Rekomendacje

### Rekomendacje dla instytucji polskich

#### Ułatwienie dostępu do treści cyfrowych związanych z polską kulturą

##### KLUCZOWY WNIOSEK:

- Daje się zaobserwować silne „ucyfrowienie” uczestnictwa w kulturze migrantów z Polski w Niemczech. Dotyczy ono przede wszystkim korzystania z różnych form kontaktu z kulturą za pośrednictwem Internetu czy nośników elektronicznych. Korzystanie z mediów cyfrowych może ułatwiać kontakt z kulturą rodzimą. Jednocześnie należy zauważyć, że z przeprowadzonych analiz wyłania się zainteresowanie badanych korzystaniem treści cyfrowych związanych z polską kulturą.

##### ZALECENIA:

- W związku z „ucyfrowieniem” uczestnictwa w kulturze, instytucje polskie zajmujące się utrzymywaniem relacji z migrantami z Polski mieszkającymi w Niemczech powinny w większym stopniu zapewniać dostęp do treści cyfrowych związanych z polską kulturą. Przede wszystkim w większym stopniu powinny one dostarczać cyfrowych, dostępnych *on-line*, treści kulturowych dedykowanych migrantom w celu podtrzymania ich kontaktu z kulturą rodzimą.
- Polskie instytucje kultury, które nie specjalizują się utrzymywaniu relacji z migrantami, a które posiadają zasoby treści cyfrowych związanych z polską kulturą, powinny w swojej strategii udostępniania i propagowania dostępu do tych treści silniej uwzględniać mi-

grantów, którzy mogliby się stać ważną kategorią odbiorców. Oznacza to jednocześnie, że warto przygotowane treści różnicować pod kątem trudności językowej, np. uwzględniać: dwujęzyczność (wersje równoległe treści w języku polskim i niemieckim), słabszą znajomość języka polskiego (np. wprowadzając odniesienia o charakterze słownikowym – wyjaśniające pojęcia w języku niemieckim i/lub polskim) czy mniejsze doświadczenie w korzystaniu z treści kulturowych (np. różnicując je wg długości i trudności językowej).

- Szczególna uwaga powinna zostać poświęcona treściom kulturowym, które adresowane są do dzieci. Poszerzenie dostępu do zasobów cyfrowych z takimi treściami pomoże dostarczyć rodzicom narzędzi do utrzymania kontaktu z polską kulturą i polskim językiem. Jednocześnie należy przy ich opracowywaniu uwzględniać zarówno wiek dziecka, jak i poziom jego zaawansowania w rozumieniu treści kultury i języka (uwzględniając fakt, że nie zawsze idzie to w parze).
- Zasoby te powinny także uwzględniać włączenie rodziców w kontynuację wątków, np. poprzez propozycje wspólnych działań (poszukiwanie treści czy przykładów w otoczeniu; prace artystyczne czy tworzenie treści), zwiększając aktywność kulturową także pokolenia rodziców.

## Zwiększenie intensywności kontaktu z migrantami polskich instytucji kultury działających na terenie Niemiec

### KLUCZOWY WNIOSEK:

- Jednym z problemów jakie dotyczą polskie instytucje kultury działające w Niemczech – przede wszystkim zaś Instytuty Polskie – jest niski poziom znajomości tych instytucji oraz ich oferty wśród migrantów z Polski w Niemczech. Jeszcze do niedawna Instytuty w mniejszym stopniu postrzegały migrantów jako swoją grupę docelową, jednak z czasem zaczęło się to zmieniać. Wymaga to podjęcia kroków, które zwiększyłyby zarówno poziom znajomości samych Instytutów, jak i dostępność ich oferty.

### ZALECENIA:

- Instytucje te, w większym niż do tej pory stopniu, powinny dbać o rozwój – przede wszystkim cyfrowych – kanałów kontaktu z migrantami z Polski w Niemczech. Szczególną rolę powinny tu odgrywać media społecznościowe, które wydają się być jedną z bardziej efektywnych dróg przekazywania informacji. Dzięki swojej interaktywności mogą one także służyć nie tylko jako środek przekazywania informacji, ale także jako sposób tworzenia trwalszych relacji i angażowania bardziej aktywnych/zainteresowanych migrantów.

## Wsparcie dla nauczania języka polskiego

### KLUCZOWY WNIOSEK:

- Badania wskazują, że z jednej strony migranci z Polski w Niemczech są zainteresowani tym, by ich dzieci podejmowały naukę języka polskiego w systemie instytucjonalnym, z drugiej zaś mają w tym zakresie stosunkowo małe doświadczenie i częściej dbają o to, by samodzielnie ułatwiać dzieciom kontakt z językiem i kulturą polską. Ten rozdźwięk może wynikać z dwóch przyczyn: po pierwsze, z nikłej znajomości oferty nauczania języka polskiego w Niemczech (zarówno przez szkoły niemieckie, jak i polskie organizacje), po drugie, z faktu, że oferty te są często lokalnie niedostępne.

### ZALECENIA:

- Kluczowym wydaje się być zapewnienie dostępu do nauczania języka polskiego w niemieckich szkołach. Wyniki badań dotyczące zainteresowania migrantów z Polski w Niemczech taką formą nauczania języka polskiego mogą być użyte w rozmowach dotyczących realizacji zapisów Traktatu między Rzeczpospolitą Polską a Republiką Federalną Niemiec o dobrym sąsiedztwie i przyjaznej współpracy z 17 czerwca 1991 r. w tym zakresie. Dowodzą one bowiem, że wielu z rodziców jest zainteresowanych taką ofertą.
- Jednocześnie należy pamiętać, że samo stworzenie możliwości nauki języka polskiego w szkołach nie jest wystarczające. Potrzebne jest także sprawniejsze informowanie o takich możliwościach. Powinno być ono rozwijane i wspierane zarówno przez stronę niemiecką, jak i polską.
- Niezależnie od egzekwowania stworzenia lepszego systemu nauczania języka polskiego w niemieckich szkołach, należy pamiętać, że także polskie organizacje działające na terenie Niemiec mają taką ofertę i część z badanych jest nią zainteresowana. W związku z powyższym władze Polski powinny w dalszym stopniu aktywnie wspierać szkolnictwo polonijne w Niemczech. Wsparcie to powinno dotyczyć bieżącego funkcjonowania szkół (w tym opłacanie kadry oraz właściwych pomieszczeń do nauki, a także pozyskiwanie nowoczesnych materiałów dydaktycznych) oraz strategii ich rozwoju w miejscach, które do tej pory były „białymi plamami” na mapie polskiej edukacji w Niemczech. Niezwykle ważnym elementem wsparcia powinno być stworzenie możliwości (przede wszystkim finansowych, poprzez zapewnienie dodatkowych środków na ten cel) lepszego informowania o ofercie edukacyjnej organizacji, tak by dotarła ona do szerszego grona odbiorców.
- Dodatkowo – biorąc pod uwagę, że część rodziców jest zainteresowana samodzielnym rozwijaniem znajomości języka polskiego swoich dzieci – należy nadal dbać o rozwój oferty

internetowej. Dotyczy to dostępności do szkół internetowych, a także do materiałów – dydaktycznych i dodatkowych, potrzebnych do indywidualnej pracy rodzica z dzieckiem, uwzględniających nie tylko wytyczne dydaktyczne (np. dostosowanie do wieku), ale też specyficzny kontekst migracji (np. zachowujące dużą wrażliwość na zagrożenie etnocentryzmem). Konieczne wydaje się konsultowanie treści z przedstawicielami rodziców oraz z ekspertami i działaczami doświadczonymi w zakresie relacji polsko-niemieckich. Szczególnie ważne wydaje się być w tym kontekście zapewnienie możliwości bezpłatnego dostępu do polskich treści kulturowych dla dzieci i młodzieży.

### Systemowe wsparcie polskich organizacji imigranckich zajmujących się propagowaniem kultury polskiej

#### KLUCZOWY WNIOSEK:

- Wyniki badań zwracają uwagę na słabą znajomość oferty polskich organizacji imigranckich oraz małe zaangażowanie migrantów z Polski w Niemczech w ich działalność. Jednocześnie analiza zebranego materiału wskazuje, że ze względu na stosunkowo rozwiniętą własną aktywność artystyczno-twórczą, istnieje potencjał rozwoju tego zaangażowania. Jednak warunkiem zwiększenia zainteresowania migrantów z Polski w Niemczech ofertą organizacji polskich wydaje się być wzmocnienie tych organizacji, m.in. w zwiększaniu zakresu działań (oferty wydarzeń i warsztatów) i ich jakości, poprawie skali komunikowania o wydarzeniach (promocja) oraz zwiększaniu dostępności czasowej i przestrzennej.

#### ZALECENIA:

- Polskie instytucje zajmujące się wsparciem diaspory powinny w większym stopniu wspierać działalność podstawową organizacji, szczególnie zaś poszukiwać możliwości dofinansowania promocji organizacji wśród migrantów z Polski w Niemczech. Jednym z ważnych problemów organizacji jest brak systematycznej działalności z zakresy PR i marketingu – szczególnie cyfrowego, które pozwoliłyby im poszerzyć

grono odbiorców. Polskie instytucje powinny wspierać w tym zakresie organizacje – zarówno poprzez przeznaczenie na ten cel środków finansowych, jak i transfer *know-how*.

- Obecnie najsilniej wspiera się te z polskich organizacji w Niemczech, które prowadzą działalność z zakresu afirmacji kulturowej i podtrzymywania tożsamości polskiej. Należy także rozważyć możliwość poszerzenia wsparcia dla polskich organizacji w Niemczech, które zajmują się propagowaniem kultury polskiej w Niemczech wśród migrantów także nie wprost, np. poprzez realizację różnorodnych hobby. Wydaje się, że z jednej strony mogą one przyciągnąć do organizacji więcej zainteresowanych niż tradycyjne organizacje polonijne, a jednocześnie mogą stanowić efektywne narzędzie kontaktu z szeroko rozumianą polską kulturą.
- Przejawiana przez przedstawicieli migracji poakcesyjnej własna aktywność (m.in. twórcza) powinna znaleźć wsparcie w postaci tworzenia warunków dla oddolnych inicjatyw zrzeszających migrantów, np. poprzez umożliwienie wykorzystania miejsca jakim dysponuje instytucja. Ma to umożliwić przeniesienie kontaktów ze sfery wirtualnej (portale społecznościowe). Uwzględniając różnorodne doświadczenia i oczekiwania migrantów, instytucje część swojej aktywności powinny przekształcać w działalność facylitującą (w miejsce organizowania i ofertowania wydarzeń).

### Rekomendacje dla instytucji niemieckich

#### Wsparcie dla organizacji polskich działających w Niemczech

#### KLUCZOWY WNIOSEK:

- Wyniki badań sugerują, że na terenie Niemiec mieszka wielu migrantów z Polski, którzy jednocześnie zachowują silną tożsamość polską i dobrze czują się w swoim kraju pobytu. To sytuacja, którą należy ocenić pozytywnie i która może stanowić zasób dobrych praktyk, potencjał doświadczeń, do których można się odwoływać.

**ZALECENIA:**

- Z tego punktu widzenia instytucje niemieckie powinny starać się aktywniej wesprzeć te z instytucji – zarówno polskie organizacje w Niemczech, jak i instytucje niemieckie – które dostarczają migrantom z Polski w Niemczech możliwości kontaktu z polską kulturą. Będzie to nie tylko wyrazem realizacji zapisów traktatu, ale także wyraźnym wsparciem dla społeczności migrantów z Polski, które nie wpłynie negatywnie na ich integrację w kraju pobytu. Środki przeznaczane na ten cel przez Beauftragter der Bundesregierung für Kultur und Medien wydają się być zbyt niskie, by ten cel realizować efektywnie.

## Rozwój nauczania języka polskiego w Niemczech

**KLUCZOWY WNIOSEK:**

- Badania wyraźnie sugerują, że wśród migrantów z Polski posiadających dzieci w wieku szkolnym istnieje potrzeba nauczania języka polskiego w ramach systemu szkolnictwa niemieckiego.

**ZALECENIA:**

- Niemieckie instytucje zajmujące się edukacją powinny dążyć do poszerzenia i zwiększenia dostępności oferty nauczania języka polskiego w niemieckich szkołach. Będzie to nie tylko wyrazem woli lepszej realizacji traktatu, ale także – jeśli nie przede wszystkim – wsparciem dla migrantów z Polski w Niemczech, którzy chcą podtrzymywać kontakt swoich dzieci z językiem i kulturą polską.
- Poza stworzeniem możliwości instytucjonalnych, należy w większym niż do tej pory stopniu dbać o rozpropagowanie oferty nauczania języka polskiego w niemieckich szkołach wśród migrantów z Polski. Wydaje się, że w wielu wypadkach nie zdają sobie oni sprawy z istnienia takich możliwości.

## Edukacja polityczna skierowana do migrantów z Polski w Niemczech

**KLUCZOWY WNIOSEK:**

- Problemem, który można dostrzec w wyniku

analizy zebranego materiału jest występujące u części migrantów z Polski w Niemczech niezrozumienie niemieckiej polityki wobec imigracji i integracji oraz swoista nieufność wobec zróżnicowania kulturowego. Szczególnie dotyczy to dystansu wobec kultur związanych z islamem.

**ZALECENIA:**

- Wydaje się, że w związku z tym należy rozważyć skierowanie do migrantów z Polski działań z zakresu edukacji politycznej zmierzających do: (1) wyjaśnienia podstaw niemieckiej polityki imigracyjnej i integracyjnej, (2) przybliżenia migrantom z Polski innych kultur występujących w Niemczech, w tym (3) stwarzania szans (okazji) doświadczenia realnego kontaktu (nie tylko na poziomie poznawczym, ale i wspólnego zaangażowania). Konsekwencją powinno być wypracowanie neutralnych i pozytywnych postaw wobec zróżnicowania kulturowego występującego w Niemczech.

## Rekomendacje dla polskich organizacji w Niemczech

### Ucyfrowienie oferty polskich organizacji

**KLUCZOWY WNIOSEK:**

- Wyniki badań wskazują, że polskie organizacje w Niemczech nie są powszechnie znane wśród migrantów z Polski w Niemczech. Ich oferta dociera do ograniczonej liczby odbiorców. Może to wynikać z dwóch powodów. Po pierwsze, ich oferta może nie odpowiadać potrzebom potencjalnych odbiorców. Oznacza to, że częścią działań organizacji powinno być prowadzenie regularnych diagnoz tych potrzeb. Po drugie, informacja o tej ofercie może być dla migrantów z Polski w Niemczech niedostępna lub trudno dostępna.

**ZALECENIA:**

- Rozwiązaniem tych problemów może być zwrócenie przez część organizacji większej niż do tej pory uwagi na ucyfrowienie swojej działalności. Przede wszystkim chodzi o zwiększa-

nie oferty w Internecie, dzięki czemu może się ona stać bardziej dostępna dla odbiorców niemających polskich organizacji w pobliżu miejsca zamieszkania.

- Ucyfrowienie przekazu może także być pozytywnie przyjęte przez odbiorców, którzy w mniejszym stopniu są zainteresowani ofertą instytucji kultury i wolą bardziej samodzielnie – także używając źródeł internetowych – poszukiwać interesujących ich treści kulturowych.
- Organizacje powinny także dbać o rozwój cyfrowych kanałów kontaktu z migrantami z Polski w Niemczech. Biorąc pod uwagę wyniki badań, należy stwierdzić, że szczególną rolę powinny odgrywać media społecznościowe, które mogą stać się środkiem przekazywania informacji oraz tworzenia i utrzymywania relacji z migrantami.

## Rozwój oferty polskich organizacji

### KLUCZOWY WNIOSEK:

- Wiele z polskich organizacji w Niemczech prowadzi działalność z zakresu afirmacji kulturowej i podtrzymywania tożsamości polskiej. Jednak wyniki badań sugerują, że wśród migrantów z Polski w Niemczech zapotrzebowanie na tego typu ofertę jest stosunkowo niskie. Ze względu na procesy globalizacji, dostęp do polskiej kultury jest znacznie łatwiejszy niż miało to miejsce jeszcze np. 20 lat temu. Wynika stąd potrzeba przededefiniowania podstawowych funkcji organizacji.

### ZALECENIA:

- Biorąc pod uwagę znaczącą liczbę osób, które deklarują, że chętnie angażują się we własną aktywność artystyczno-twórczą, organizacje

mogłyby dostarczać im odpowiedniej oferty w tym zakresie. Prowadzenie różnego rodzaju warsztatów, np. malarskich, pisarskich, ale także kulinarnych czy hobbystycznych, może przyciągnąć więcej zainteresowanych niż klasycznie rozumiana działalność propagatorska. Z jednej strony pozwoliłoby to organizacjom na bardziej aktywne budowanie relacji z odbiorcami, z drugiej zaś dałoby możliwość bardziej efektywnej realizacji podstawowych celów organizacji w postaci zapewniania kontaktu z szeroko rozumianą polską kulturą. Istotne jest przy tym budowanie relacji i otwartość na spotkania łączące przedstawicieli różnych kultur.

- Istotnym elementem działalności powinny być aktywności o charakterze facylitującym, jako wsparcie dla przejawianej przez przedstawicieli migracji poakcesyjnej własnej aktywności (m.in. twórczej). Taka rola instytucji i organizacji obejmuje tworzenie warunków dla oddolnych inicjatyw zrzeszających migrantów, np. poprzez umożliwienie wykorzystania miejsca jakim dysponuje instytucja, co pozwala na przeniesienie kontaktów ze sfery wirtualnej (portale społecznościowe) i jej dalsze różnicowanie.
- W tworzeniu oferty warto uwzględnić oczekiwania rodziców i realizować spotkania czy warsztaty prowadzone równoległe dla dzieci i rodziców, co pozwoli zarówno zaspokoić dążenie rodziców do włączenia dzieci w kulturę polską, jak i samym dorosłym da możliwość uczestniczenia w wydarzeniach, które zaspokajają ich potrzeby. Dodatkowo taka organizacja spotkań pozwala rozwiązać problem sprawowania opieki nad dziećmi w czasie, gdy rodzice uczestniczą w wydarzeniach, które nie są dedykowane dzieciom.

## III. O projekcie

Projekt „Migranci z Polski w Niemczech – aspekty kulturowe” realizowany był w latach 2016-2018. Instytucją wnioskującą oraz głównym wykonawcą projektu był początkowo Instytut Zachodni w Poznaniu, a od 2017 r. Ośrodek Badań nad Migracjami Uniwersytetu Warszawskiego (OBM UW). Niemieckim partnerem przedsięwzięcia był Deutsches Polen-Institut z Darmstadt (DPI). Projekt wspierany był przez Polsko-Niemiecką Fundację na rzecz Nauki.

W skład międzynarodowego i interdyscyplinarnego projektu wchodził: dr Agnieszka Jeran (Instytut Socjologii UAM), dr Łukasz Kumięga (DPI), dr Peter Oliver Loew (DPI) – koordynator po stronie niemieckiej, dr Witold Nowak (OBM UW), dr hab. Michał Nowosielski (OBM UW) – kierownik projektu, dr Marcin Poprawski (Instytut Kulturoznawstwa UAM).

Rezultatami projektu są raporty:

1. Agnieszka Jeran, Witold Nowak, Michał Nowosielski, *Migranci z Polski w Niemczech – aspekty kulturowe. Raport z badań*;
2. Agnieszka Jeran, Witold Nowak, Michał Nowosielski, Marcin Poprawski, *Raport z badań jakościowych – opinie działaczy kulturalnych*;
3. Agnieszka Jeran, Witold Nowak, Michał Nowosielski, Marcin Poprawski, *Raport z badań jakościowych – studia przypadków*;
4. Agnieszka Jeran, Witold Nowak, Michał Nowosielski, Marcin Poprawski, *Raport z badania ilościowego (CAWI)*;
5. Łukasz Kumięga, *Raport z analizy prasy*;
6. Niniejsza ekspertyza.

### Realizacja badań

Badania w ramach projektu prowadzono wykorzystując triangulację metod i źródeł. Łącznie zrealizowano badania obejmujące cztery odmienne procedury badawcze, dzięki czemu uzyskano możliwość porównawczego wykorzystywania ustaleń badawczych dla wzbogacania interpretacji. Były to:

1. badanie ilościowe realizowane techniką wspomaganego komputerowo wywiadu przy pomocy strony WWW (CAWI – Computer-Assisted Web Interview);
2. badanie jakościowe realizowane strategią studium przypadku rodzin migrantów z Polski;
3. badanie jakościowe realizowane techniką indywidualnego wywiadu pogłębionego, skierowane do działaczy kulturalnych z terenu Niemiec;
4. badanie treści przekazów prasowych, obejmujące analizę dyskursu poświęconego polskiej kulturze.

### CAWI

Badanie to realizowano w dniach 17-31 stycznia 2018 roku na próbie N= 1249 osób. Rekrutacja uczestników badania odbywała się dwutorowo – poprzez strony ogólnopolskich portali informacyjnych odwiedzane z terenu Niemiec oraz portale polonijne dedykowane migrantom z Polski

w Niemczech. W doborze próby uwzględniono zróżnicowanie miejsca zamieszkania respondentów, odtwarzając różnice w terytorialnym rozkładzie populacji migrantów z Polski w Niemczech – największy udział wśród respondentów mieli mieszkańcy Nadrenii Północnej-Westfalii (35,7%), w dalszej kolejności Bawarii (11,7%) i Badenu-Wirtembergii (10,6%). Kwestionariusz badania liczył około 60 pytań, w większości o charakterze zamkniętym. Interpretując wyniki tego badania, należy brać pod uwagę, że zastosowany dobór próby i technika badawcza powodują, iż nieco nadreprezentowane są osoby z wyższym wykształceniem oraz większym kapitałem kulturowym.

### Studia przypadków

Tę część badania realizowano wykorzystując dobór celowy w oparciu o kryterium maksymalnego zróżnicowania. W okresie od kwietnia do listopada 2017 roku przeprowadzono 22 studia przypadków, na które składały się wywiady indywidualne pogłębione bądź diady homogeniczne, uzupełniane dzienniczkami czasu wolnego. Badaniem objęto gospodarstwa domowe migrantów z Polski mieszkających w Bawarii, Berlinie, Dolnej Saksonii, Nadrenii Północnej-Westfalii, Meklemburgii-Pomorza Przedniego oraz Saksonii, zachowując zarówno zróżnicowanie geograficzne miejsca zamieszkania migrantów z Polski, jak i różnorodność społeczno-demograficzną – badaniem objęto osoby z różnych fal migracyjnych, o różnym statusie, sytuacji ekonomicznej czy typie relacji partnerskiej.

### Wywiady z działaczami kulturalnymi

Indywidualne wywiady pogłębione z działaczami kulturalnymi aktywnymi na terenie Niemiec (N= 28) realizowano na terenie sześciu niemieckich krajów związkowych: Bawarii, Berlina, Dolnej Saksonii, Nadrenii Północnej-Westfalii, Meklemburgii-Pomorza Przedniego oraz Saksonii, w okresie od kwietnia do listopada 2017 roku. Za istotną cechę doboru uznano zróżnicowanie doświadczeń – stąd zróżnicowanie ośrodków, środowisk, sektorów czy typów aktywności, które charakteryzowało badanych.

### Analiza prasy

Analiza prasy objęła teksty pochodzące z dwóch ogólnokrajowych tytułów prasowych: „Süddeutsche Zeitung” oraz „Die Welt” oraz z trzech tytułów lokalnych: „Berliner Zeitung”, „General Anzeiger” oraz „Sächsische Zeitung”. Analizie poddano cztery roczniki, z których trzy (2006, 2011 i 2016) objęły okresy charakteryzujące się większą aktywnością w stosunkach polsko-niemieckich (Rok Polski w 2006 oraz 20. i 25. rocznica podpisania polsko-niemieckiego traktatu o dobrym sąsiedztwie – 2011 i 2016), zaś czwarty (2013) był referencyjny, pozbawiony okolicznościowych kontekstów. Metodą analizy przyjętą w projekcie była analiza treści oparta na analizie dyskursu. Na jej potrzeby wygenerowano z wykorzystaniem słowa kluczowego „kultura polska” (niem. *Polnische Kultur*) korpus obejmujący 1112 tekstów.



### Dr Agnieszka Jeran

Socjolog i towaroznawca, adiunkt w Instytucie Socjologii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Kierownik i uczestnik projektów badawczych poświęconych m.in.: kulturze, społeczeństwu informacyjnemu i obywatelskiemu, wolontariatowi oraz pracy. Interesuje się metodologią badań społecznych.

Najważniejsze publikacje:

Jeran A., 2016, *Niedoceniana młodość? Młodzi dorośli na rynku pracy*, *Polityka Społeczna*, 4: 8-14.

Dudzik T., Gruszka E., Ilczuk D., Jeran A., 2015, *Artyści na rynku pracy*, Kraków: Wydawnictwo Attyka, 210 ss.

Jeran A., 2014, *The Social Capital of Internet Users – A Diagnosis of Diversity*, *Kultura i Edukacja*, 6 (106): 147-158.

Basińska A., Jeran A., 2014, *The perception of benefits of short-term volunteering – a case study of young Poles*, *Polish Sociological Review*, 3: 367-380.

Jeran A. (red.), 2012, *Diagnoza systemu kultury Bydgoszczy*, Bydgoszcz: Wydawnictwo WSG, 149 ss.



### Dr Witold Nowak

Socjolog, adiunkt w Instytucie Filozofii, Socjologii i Dziennikarstwa Uniwersytetu Gdańskiego, badacz w Ośrodku Badań nad Migracjami Uniwersytetu Warszawskiego. Kierował i uczestniczył w realizacji kilkunastu projektów badawczych w różnych obszarach nauk społecznych. Specjalizuje się w socjologicznych analizach zjawisk migracyjnych i funkcjonowania mniejszości społecznych oraz w socjologii organizacji i zarządzania. Członek European Sociological Association, certyfikowany menedżer projektów (IPMA Certified Project Management Associate).

Najważniejsze publikacje:

Nowak W., Nowosielski M., 2018, *The State, Diaspora Policy and Immigrant Organizations – Lessons from the Polish Case*, *Rocznik Instytutu Europy Środkowo-Wschodniej*, 16 (5): 159-176.

Fiń A., Nowak W., 2015, *Między absencją a zaangażowaniem. Diaspora polska wobec organizacji polonijnych (komunikat z badań)*, *Studia Migracyjne – Przegląd Polonijny*, 2 (156): 145-164.

Nowak W., 2013, *Problemy tożsamości społecznej Polaków mieszkających w Niemczech*, *Przegląd Zachodni*, 3: 257-272.

Nowak W., 2012, *Bariery integracji społecznej Niemców w Polsce*, *Przegląd Zachodni*, 3: 85-105.



### Dr hab. Michał Nowosielski

Socjolog, badacz w Ośrodku Badań nad Migracjami Uniwersytetu Warszawskiego, dziekan Wydziału Nauk Humanistycznych i Społecznych Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Płocku, członek Komitetu Badań nad Migracjami Polskiej Akademii Nauk oraz Centrum Badań Migracyjnych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, były dyrektor Instytutu Zachodniego w Poznaniu. Kierownik i uczestnik licznych projektów badawczych. Interesuje się problemami migracji – szczególnie organizacjami imigracyjnymi, Polakami w Niemczech oraz polityką wobec diaspory. Ponadto prowadził badania nad aktywnością społeczną, społeczeństwem obywatelskim oraz nierównościami społecznymi.

Najważniejsze publikacje:

Nowak W., Nowosielski M., 2018, *The State, Diaspora Policy and Immigrant Organizations – Lessons from the Polish Case*, Rocznik Instytutu Europy Środkowo-Wschodniej, 16 (5): 159-176.

Nowak W., Nowosielski M., 2017, „*Nowa polityka polonijna*” — *obszar tworzenia wspólnoty czy przestrzeń gry interesów?*, Problemy Polityki Społecznej. Studia i Dyskusje, 37 (2): 73-90.

Nowosielski M., 2016, *Polskie organizacje w Niemczech. Stan i uwarunkowania*, Poznań: Instytut Zachodni, 432 ss.

Nowosielski M., 2014, *Zaangażowanie Polaków mieszkających za granicą w działalność organizacji polonijnych*, Kultura i Edukacja, 1: 146-168.

Nowosielski, M., 2012, *Polish organizations in Germany – their preset status and needs*, Frankfurt am Main: Peter Lang, 171 ss.

Nowak W., Nowosielski M. (red.), 2008, *Jak badać społeczeństwo obywatelskie? Doświadczenia praktyków*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM, 218 ss.