

Rozdział 7.
Ocena mobilności młodych Polaków
w Europie i ich preferencji co do
wyboru miejsca nauki i pobytu

Niniejszy rozdział ma na celu przedstawienie wniosków z wyników badań przeprowadzonych w ramach projektu GANESA oraz ma zaprezentować ocenę mobilności młodych Polaków i ich preferencji co do wyboru miejsca nauki i pobytu oraz wpływu podróżowania na poglądy uczniów i studentów.

Młodzi Polacy w Europie to ludzie świadomi swojej wartości¹. W badaniu przyjęliśmy szerokie rozumienia pojęcia wartości – odnoszące się zarówno do etycznej strony funkcjonowania człowieka, aksjologicznych podstaw funkcjonowania państwa czy też formalnej struktury, w której jednostka egzystuje (w badaniu GANESA chodzi o Unię Europejską), ale też do kwestii korzyści, jakie jednostka może odnieść w związku z danym stanem rzeczy². Młodzi ludzie będący respondentami ankiety urodzili się w Polsce należącej do Unii Europejskiej. Oczywiście są dla nich takie wartości jak: wolność, demokracja, swoboda podróżowania i prawo do wyrażania swoich poglądów. Czują się obywatelami Europy i chcą korzystać z przywilejów, jakie daje im przynależność do niej. Studiują i pracują w krajach członkowskich UE³.

W badaniu przeprowadzonym w ramach projektu GANESA zapytano respondentów o to, jakie wartości kojarzą im się z Unią Europejską.

Wykres 7.1. przedstawia zbiorcze zestawienie wszystkich odpowiedzi respondentów, którzy zaznaczyli te wartości, z którymi najsilniej się identyfikują. Z badania wynika, że szczególnie istotna dla młodej generacji okazuje się swo-

¹ M.B. Boni, *Młodzi 2020 – w poszukiwaniu tożsamości*, Warszawa 2021, https://www.batory.org.pl/wp-content/uploads/2021/05/Mlodzi_2020.pdf [dostęp: 11.07.2022].

² Por. M. Tabernacka: Pojęcie wartości i przymiotnik „aksjologiczny” nie muszą być więc odnoszone jedynie do ich abstrakcyjnego rozumienia, dominującego w języku potocznym, które koduje pod tymi terminami konotacje o wymiarze przede wszystkim etycznym. Termin „wartości” ma w języku również odniesienie ściśle wymierne ekonomicznie — chodzi o rynkową czy też finansową wartość pewnych dóbr bądź działań. Ważne jest poza tym, by otrząsnąć się z hipokryzji oddzielania od siebie wartości w rozumieniu „duchowym” i w sensie ekonomicznym. Choć w praktyce może czasem dochodzić do kolizji tych sfer, to jednak, uwzględniając istotę potrzeb ludzkich i ich hierarchii, sklasyfikowanej na przykład przez Abrahama Masłowa, należy pamiętać, że to ekonomiczne podstawy egzystencji są gruntem, na którym można rozwijać realizację potrzeb tak zwanego wyższego rzędu. M. Tabernacka, *Aksjologia mediacji z udziałem przedsiębiorców – refleksje*, Acta Universitatis Wratislaviensis No 4101, PRAWO CCCXXXIV, Wrocław 2022, s. 197, <https://doi.org/10.19195/0524-4544.334.14>

³ Ocena wartości, poddana analizie w tym opracowaniu, jest wynikiem badań przeprowadzonych w ramach projektu naukowo – badawczego GANESA. Z badania przeprowadzonego na grupie prawie 700 respondentów (uczniowie liceum, technikum oraz studenci Uniwersytetu Wrocławskiego) wynika, że młodzi Polacy cenią w związku z członkostwem Polski w UE najbardziej: swobodę podróżowania, w tym programy stypendialne jak Erasmus +, swobodę przepływu osób, w tym możliwość podejmowania pracy w dowolnym kraju Unii Europejskiej, czy też możliwość studiowania na każdym unijnym uniwersytecie.

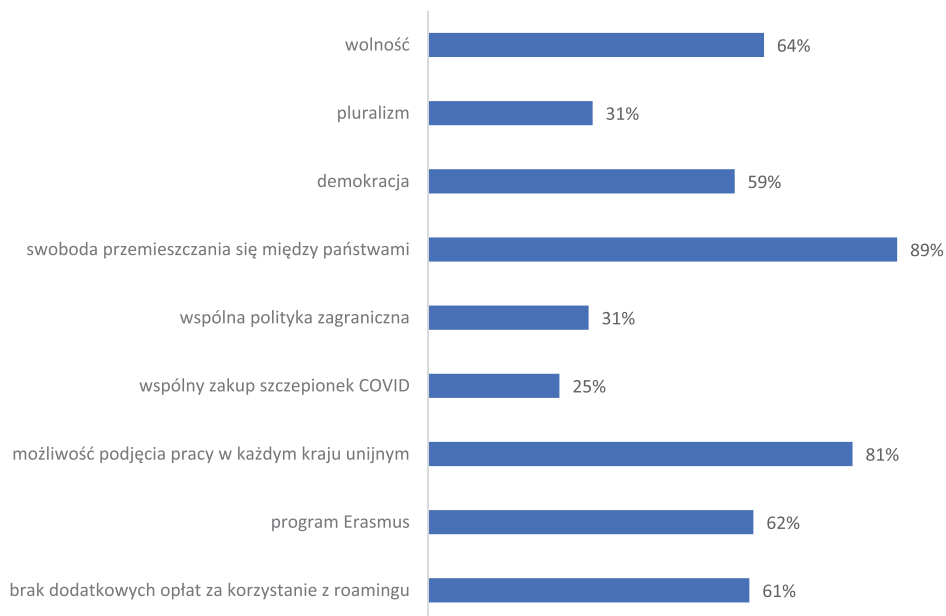
boda przemieszczania (89% odpowiedzi), jak również możliwość podejmowania pracy w każdym kraju unijnym (81% odpowiedzi). Ważne są także benefity wynikające z programów mobilnościowych typu Erasmus+ (62% odpowiedzi) oraz łącząca się z podróżowaniem wolność (64% odpowiedzi). Wszystkie zaznaczone wartości wpisują się w model współczesnego młodego Europejczyka. Jest nim człowiek ceniący przemieszczanie się, otwarty na świat i chcący czerpać z tego, co daje mu Europa bez granic i kontroli paszportowych. To Polak, który nie ma oporów w podejmowaniu studiów na europejskich uczelniach, gotowy podjąć pracę także poza ojczyzną.

Dla młodych Europejczyków – Polaków Europa to ich miejsce. Młodzi Polacy nie mają kompleksu niższości. Nie widzą różnic w funkcjonowaniu społecznym w Europie, między sobą a np. młodymi Niemcami, Duńczykami, czy Hiszpanami. Wnioski wynikające z badania ankietowego przeprowadzonego w ramach projektu GANESA korespondują z wnioskami wypracowanymi przez Instytut Spraw Publicznych w reprezentatywnym badaniu zatytułowanym *Make peace not war*⁴. Wśród Polaków poddanych wspomnianemu badaniu bardzo wysoko oceniona została wartość pokoju między państwami członkowskimi, jaki zapewnia Polsce przynależność do UE. Zaraz na drugim miejscu uplasowała się możliwość swobodnego zamieszkania i pracy w dowolnym kraju unijnym, jak również możliwość studiowania w innym państwie członkowskim. Europa jest zatem postrzegana jako miejsce, które stwarza możliwości: rozwoju, studiowania i poznawania ludzi, a także podjęcia pracy w każdym kraju unijnym. Europejczycy, bez względu na narodowość, czują się beneficjentami dóbr i wartości, jakie wynikają z członkostwa ich państwa w strukturach unijnych. Bycie Europejczykiem to brzmi dumnie, ale i bardzo normalnie oraz praktycznie – to fakt, który dla młodych ludzi jest pewny i niezaprzeczalny, a przede wszystkim daje wymierne korzyści.

W literaturze bardzo często za główne czynniki motywujące do podróżowania wskazuje się zdobywanie nowej wiedzy, poznawanie siebie i świata. Podróżnicy definiowani są jako ludzie otwarci na świat, budujący obraz rzeczywistości oparty na faktach, dalecy w swoich opiniach od stereotypowego upraszczania

⁴ <https://www.isp.org.pl/pl/aktualnosci/make-peace-not-war-mlodzi-europejczy-m-in-polacy-o-ue-zagrozeniu-terroryzmem-i-naplywie-uchodzcow> [dostęp: 04.07.2022]. Badanie zostało zrealizowane przez Instytut Spraw Publicznych w dniach 30 stycznia – 13 lutego 2017 roku za pomocą wywiadów on-line (CAWI) na reprezentatywnej próbie 3000 osób w wieku 15–24 lata w 6 krajach: w Polsce, Czechach, Słowacji, Niemczech, Austrii i na Węgrzech. W każdym kraju zostało przeprowadzonych 500 wywiadów, a próba dla każdego z krajów została przygotowana na podstawie oficjalnych statystyk UE (Eurostat). Badanie zostało zrealizowane na przełomie stycznia i lutego za pomocą wywiadów on-line (CAWI) na reprezentatywnej ogólnopolskiej próbie 500 mieszkańców Polski w wieku 15–24 lata. Próba została przygotowana na podstawie oficjalnych statystyk UE (Eurostat).

Wykres 7.1. Jeżeli cenisz którąś z poniższych wartości w Unii Europejskiej, zaznacz jedną lub więcej z poniższych opcji



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

drugiego człowieka. W starożytnej Grecji za główne czynniki skłaniające ludzi do podróży uznawano: poszerzanie własnych horyzontów, zdobywanie wiedzy o innych, starożytnych cywilizacjach, kulturach, czy poznawanie miejsc o których dotychczas podróżnicy tylko czytali lub słyszeli⁵. Przed erą mechanizacji i rozwoju infrastruktury transportowej, podróżowanie było przywilejem nielicznych.

Dziś, w dobie globalizacji, cyfryzacji, kiedy to komunikacja i transport są dużo łatwiejsze, liczba osób włączająca się do światowego ruchu turystycznego dynamicznie się powiększa. Potwierdzają to dane statystyczne publikowane przez United Nation World Tourism Organization UNWTO, które pokazują, że od 2009 roku (po tymczasowym załamaniu trendu wzrostowego spowodowanego międzynarodowym kryzysem gospodarczym) następował stały i systematyczny wzrost w przepływie międzynarodowych turystów osiągający rekordową liczbę ponad 1,5 miliarda turystów rocznie w 2019 roku⁶.

⁵ M.Cartwright, *Travel in the ancient Greek* <http://www.ancient.eu/article/605/travel-in-the-ancient-greek-world>, [access: 15.11.2018], za Shan Maryana, I "travel" as a Key Personality Element and Society Shaping Cocept in Republic by Plato, s. 383.

⁶ <https://www.unwto.org/international-tourism-growth-continues-to-outpace-the-economy> [data dostępu 05.07.2022].

Podobny trend utrzymywał się w Polsce, gdzie odnotowano nieprzerwany wzrost przyjazdów turystycznych zauważalny od czasu światowego kryzysu finansowego w 2009 roku. W rekordowym 2019 r. nasz kraj odwiedziło ponad 20 milionów turystów⁷. Na podobnym poziomie kształtowała się liczba wyjeżdżających poza granice naszego kraju. Zgodnie z Raportem GUS *Turystyka w Polsce w 2019 roku* 20,8 mln mieszkańców Polski w wieku 15 lat i starszych przynajmniej raz wyjechała za granicę, co odpowiadało za 64,1% mieszkańców Polski w tej grupie wiekowej⁸. Rok 2020 był kluczowym dla światowej i polskiej turystyki, głównie z uwagi na sytuację pandemiczną i w znacznym stopniu załamał trend utrzymujący się od dekady. W 2020 roku turystyka była jednym z sektorów polskiej gospodarki, która w największym stopniu dotknięta została przez skutki pandemii COVID-19.⁹ Zgodnie z danymi opublikowanymi przez GUS liczba mieszkańców naszego kraju uczestnicząca w przynajmniej jednym prywatnym wyjeździe turystycznym spadła w stosunku do roku poprzedniego o ponad 30% i wyniosła 14,1 mln osób (43,6% mieszkańców Polski w tej grupie wiekowej)¹⁰.

Badanie ankietowe w projekcie GANSA prowadzone było w pierwszej połowie 2020 roku, więc można uznać, że obrazuje typową tendencję sprzed pandemii, więc prawdopodobnie jest to trend, do którego młodzi Polacy powrócą, gdy ustaną ograniczenia związane z pandemią.

Ważnym zagadnieniem badawczym projektu GANESA było diagnozowanie mobilności uczniów i studentów województwa dolnośląskiego, szczególnie w odniesieniu do tego, w jakim stopniu podróże wpływają na otwartość młodych ludzi, ich opinie, sympatie, antypatie, cenione wartości i postrzegane korzyści, jakie płyną z przynależności Polski do Unii Europejskiej. Badanie pokazało, że młodzi ludzie podróżują dużo i często, a swoboda przemieszczania, która wynika z członkostwa Polski w Unii Europejskiej i przynależności do państw grupy Schengen jest dla nich jedną z najważniejszych wartości. Aż 89% młodych ludzi biorących udział w badaniu uznało, że swoboda przemieszczania się jest ważną wartością.

⁷ <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-10/poland.pdf> [data dostępu 05.07.2022] s. 1

⁸ Główny Urząd Statystyczny, *Turystyka w 2019 roku* <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-2019-roku,1,17.html>, s. 18.

⁹ Główny Urząd satystyczny, *Turystyka w 2020 roku*. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-2020-roku,1,18.html> [data dostępu 05.07.2022], s.17.

¹⁰ Główny Urząd Statystyczny, *Turystyka w 2020 roku*. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-2020-roku,1,18.html> [data dostępu 05.07.2022], s.18.

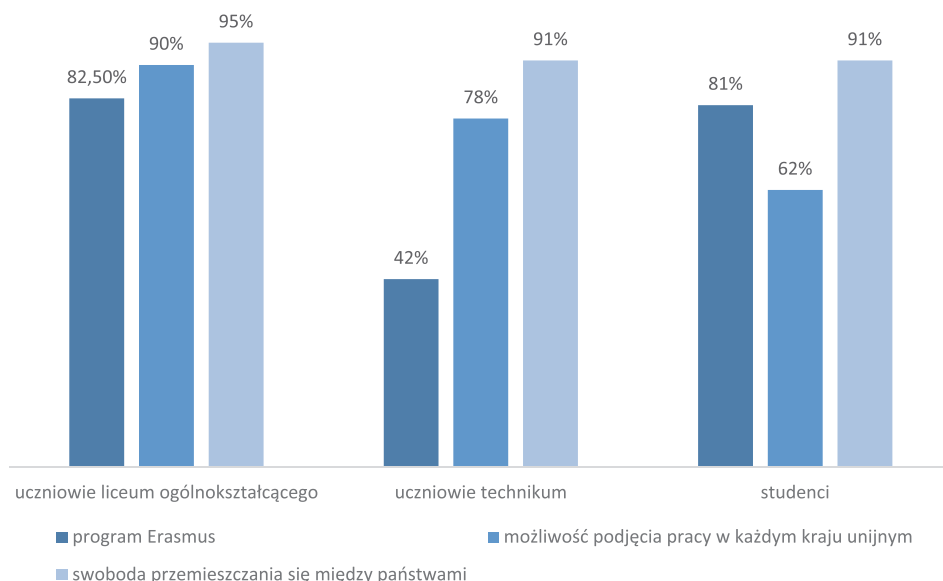
Uczniowie i studenci podróżują po świecie i często szukają swojego miejsca w dorosłym życiu, upatrując możliwości podjęcia studiów i pracy za granicą w przyszłości. Aż 81% respondentów ankiety wskazuje, że brak barier przy podjęciu pracy w państwach UE jest dla nich ważny. Istotne okazują się również programy mobilnościowe takie jak Erasmus – wartość programu doceniło ponad 60% badanych.

Postrzeganie korzyści, jakie niesie za sobą członkostwo w Unii Europejskiej różni się jednak w zależności od grupy respondentów. Okazuje się, że nieco inne priorytety mają studenci, inne uczniowie liceum, a jeszcze inne uczniowie technikum.

Swoboda przemieszczania się okazała się szczególnie istotna dla uczniów liceum ogólnokształcącego i studentów. Wartość tę za istotną wskazało odpowiednio 90% uczniów oraz 91% studentów. Uczniowie liceum podobnie jak studenci docenili również rolę programów mobilnościowych takich jak program Erasmus – aż 82,5% uczniów liceum ogólnokształcącego i 81% studentów wskazało go za wartościową korzyść płynącą z członkostwa Polski w Unii Europejskiej. Tą samą korzyść za wartościową uznaje zaledwie 59% uczniów technikum.

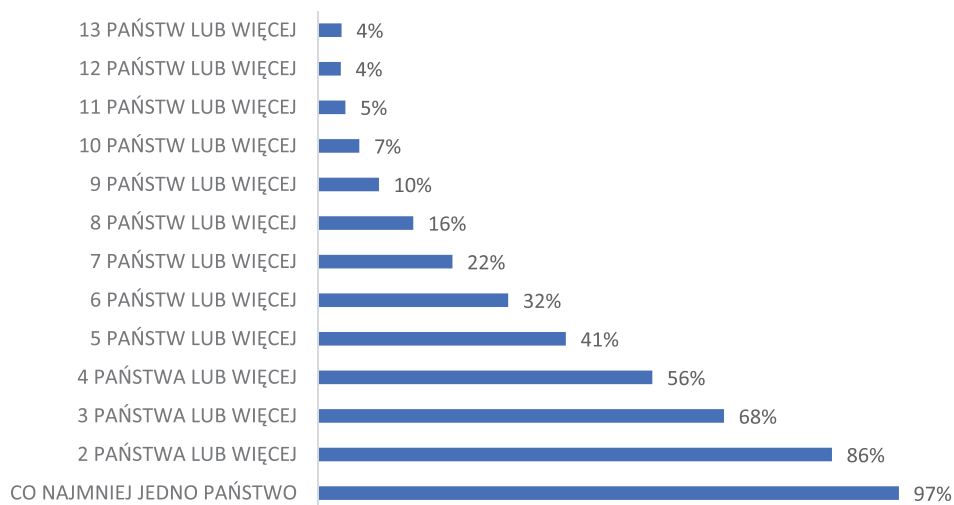
Młodzi ludzie aktywnie włączają się do europejskiego ruchu turystycznego. Podróżują z rodzicami, z przyjaciółmi, korzystają z programów mobilnościowych finansowanych z funduszy unijnych. Do najbardziej popularnych należą

Wykres 7.2. Odsetek respondentów doceniających wartości związane z mobilnymi korzyściami przynależności do UE wg rodzajów szkół



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Wykres 7.3. Skumulowana liczba państw odwiedzonych przez respondentów w latach 2016–2020

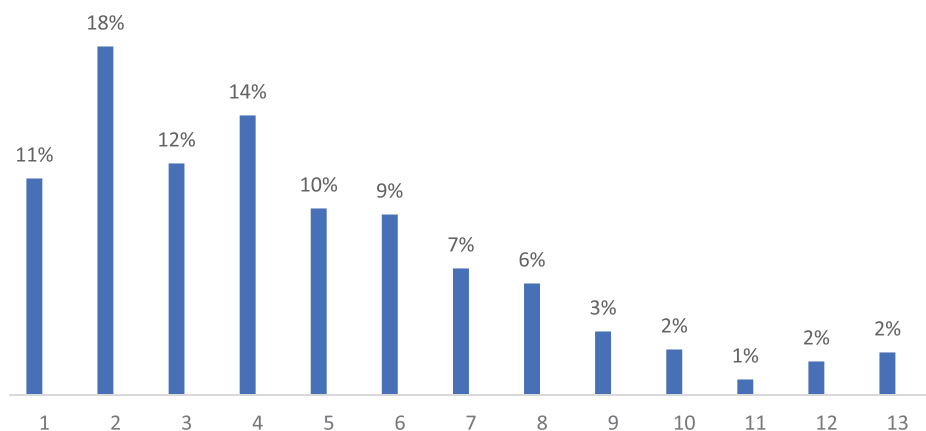


Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Erasmus, Discover EU, POWER. Młodzi poznają Europę także dzięki wycieczkom szkolnych i wymianom międzynarodowym.

Uczniowie i studenci, zapytani o ich doświadczenia podróży zagranicznych w ostatnich pięciu latach poprzedzających badanie, wykazali się bardzo wysoką mobilnością. Aż 97% respondentów wskazało, że w okresie ostatnich pięciu lat odbyli co najmniej jedną podróż zagraniczną. Wyniki badań wskazują, że nieco większą mobilnością charakteryzują się uczniowie niż studenci. Poza

Wykres 7.4. Liczba państw odwiedzonych przez respondentów w 2016–2020



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

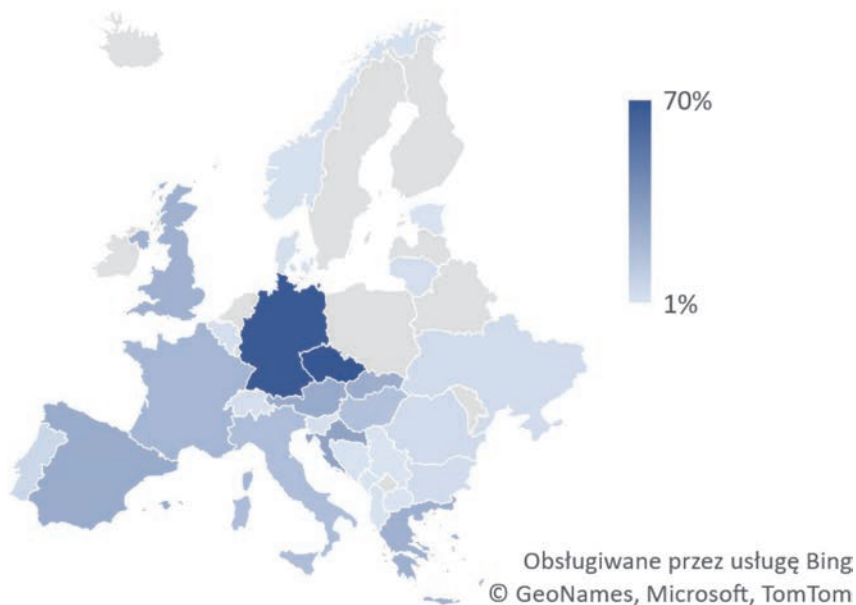
granicę naszego kraju nie wyjechało wcale w latach 2016-2020 2,6% uczniów i 3,6% studentów.

Najczęściej młodzi ludzie wskazywali, że w ciągu ostatnich pięciu lat odwiedzili dwa różne państwa (18% badanych). Jednak aż ponad połowa badanych wyjechała do co najmniej czterech różnych państw, a siedem procent respondentów podróżowało do 10 krajów lub więcej. Większymi globtroterami okazują się uczniowie. Odpowiednio niemal 8% uczniów miało okazję odwiedzić 10 krajów lub więcej w porównaniu do 6% badanych studentów.

Najwięcej młodych ludzi odwiedziło państwa europejskie, a w szczególności państwa sąsiadujące z Polską tj. Czechy (70% badanych) i Niemcy (69% badanych). Może to wynikać przede wszystkim z bliskości tych państw w stosunku do województwa dolnośląskiego, jak i samego Wrocławia. Kolejne według popularności państwa to: Chorwacja (31%), Austria i Hiszpania (po 27%), Słowacja (26%), Grecja i Wielka Brytania (po 24%). Czechy i Niemcy to państwa, najczęściej wskazywane przez respondentów, którzy w ostatnich pięciu latach mieli okazję tylko raz wyjechać poza granicę naszego kraju.

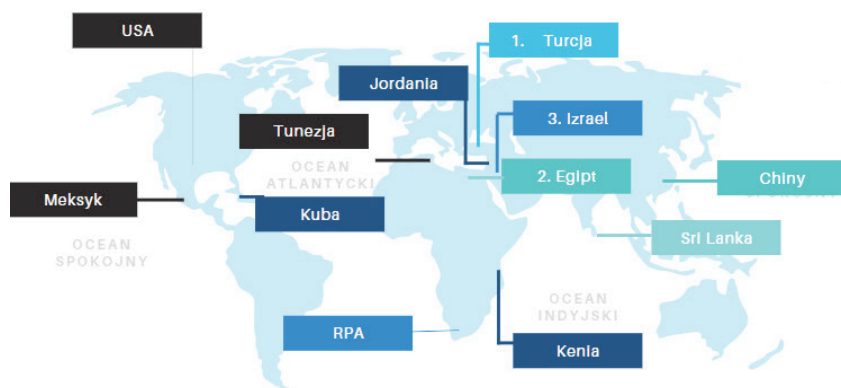
Najczęściej odwiedzanym krajem Europy spoza Unii Europejskiej była (poza Wielką Brytanią, która do końca 2020 należała jeszcze formalnie do UE) Ukraina, Szwajcaria i Norwegia. Należy jednak pamiętać, że zarówno Szwajcaria jak i Norwegia należą do państw strefy Schengen.

Wykres 7.5. Odsetek respondentów, którzy odwiedził dany kraj europejski



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Wykres 7.6. Kraje odwiedzone przez uczniów i studentów spoza Europy



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Najczęściej odwiedzane państwa spoza Europy to: Turcja, Egipt i Tunezja. Nieliczne osoby wskazywały jako cel swoich podróży również: Izrael, Chiny czy USA, a także Meksyk, Jordanię czy RPA. Pojedynczy respondenci odwiedzali Kubę, Sri Lankę czy Kenię.

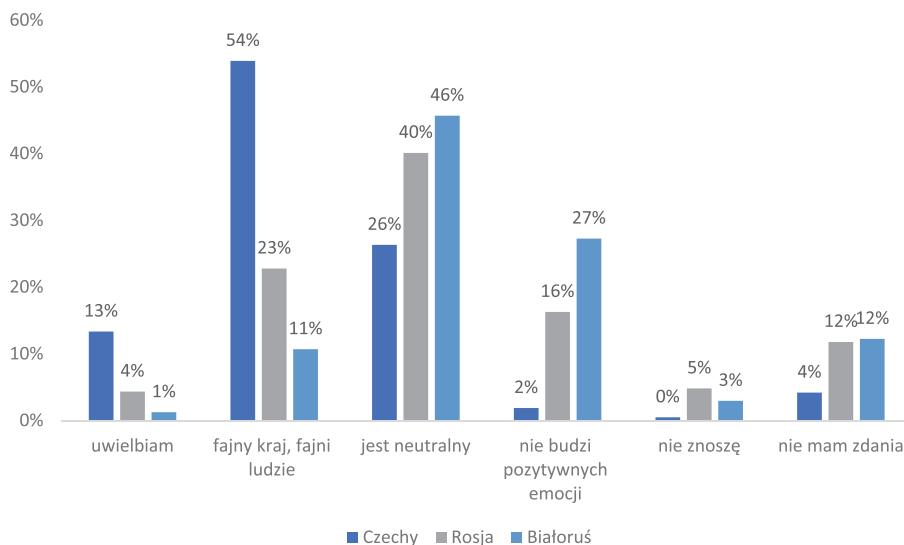
Podsumowując, najważniejszymi czynnikami wpływającymi na kierunki zagranicznych wyjazdów młodych Polaków są: bliskość geograficzna danego państwa, jak również atrakcyjność i popularność wakacyjna danych kierunków.

W ramach badań naukowych projektu GANESA zajęto się też kwestią oceny przez młodych Polaków relacji z sąsiadami. Zbadano, jakie emocje w młodym pokoleniu budzi kraj sąsiadujący z Polską, jak i jego mieszkańcy.

Z badania przeprowadzonego podczas trwania projektu GANESA wynika, że Polacy największą sympatią darzą Czechów. Pozytywny stosunek do naszych południowych sąsiadów wykazało aż 67% respondentów, a 13% ogółu badanych wskazało, że Czechów wręcz uwielbia. Jeszcze większą sympatię budzą nasi bliscy sąsiedzi wśród osób, które miały okazję odwiedzić ten kraj. Badanie wskazuje, że 96% badanych, którzy byli w Czechach, darzy naszych południowych sąsiadów pozytywnymi emocjami. Zaledwie 4% respondentów, którzy byli w tym kraju zaznacza negatywne emocje w stosunku do tego państwa i jego obywateli. Sporą sympatią Polaków cieszą się również Słowacy (43% pozytywnych opinii) i Niemcy (42% pozytywnych opinii).

Najmniej pozytywne emocje wśród badanych budziły: Rosja i Białoruś. Ponad 30% respondentów wskazywało na swój negatywny stosunek do Białorusi. Liczba respondentów wyrażająca negatywne emocje do Rosji była nieco niższa i kształtowała się na poziomie 21%, jednak w tym przypadku więcej odpowiedzi było bardziej radykalnych – aż 5% respondentów stwierdziło, że Rosji wręcz nie znosi.

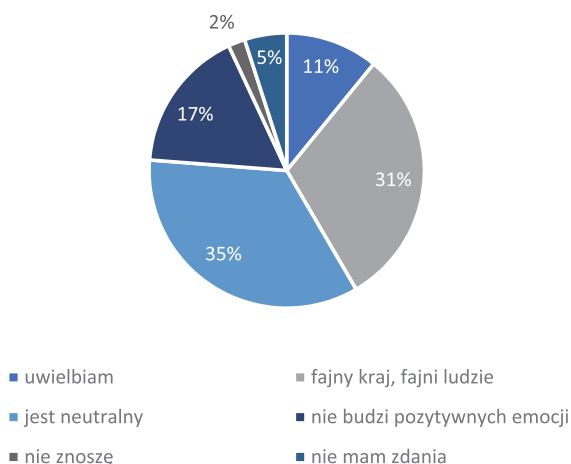
Wykres 7.7. Jakie emocje budzi w Tobie sąsiadujący kraj?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

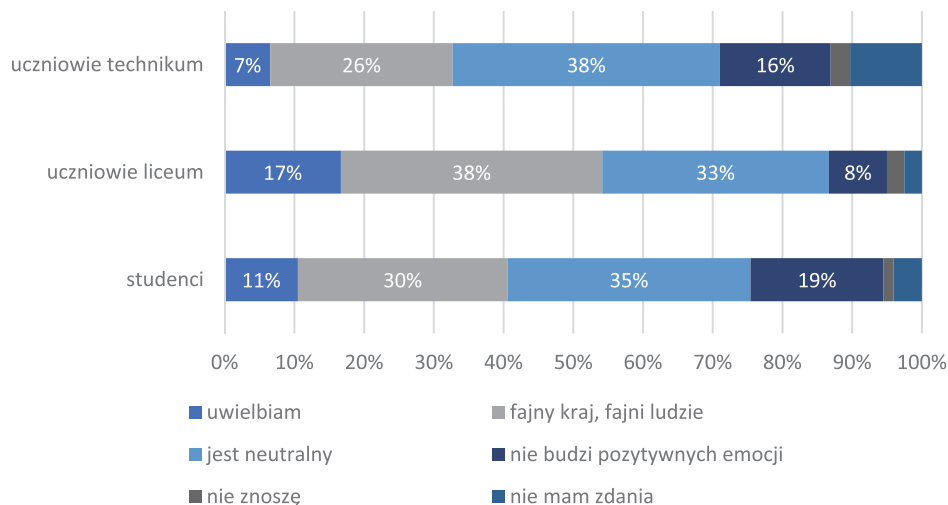
Analiza relacji polsko-niemieckich została w ramach projektu GANESA bardziej pogłębiona. Zbadano nie tylko, jakie emocje w młodym pokoleniu budzi kraj sąsiadujący z Polską, jak i jego mieszkańcy, ale również to, jak młodzi Polacy postrzegają wzajemne sympatie i antypatie, zarówno swoje, jak i swoich zachodnich sąsiadów oraz jakie są ich wrażenia z bezpośrednich kontaktów z niemieckimi rówieśnikami.

Wykres 7.8. Zaznacz, jakie emocje budzą w Tobie Niemcy



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Wykres 7.9. Zaznacz, jakie emocje budzą w Tobie Niemcy

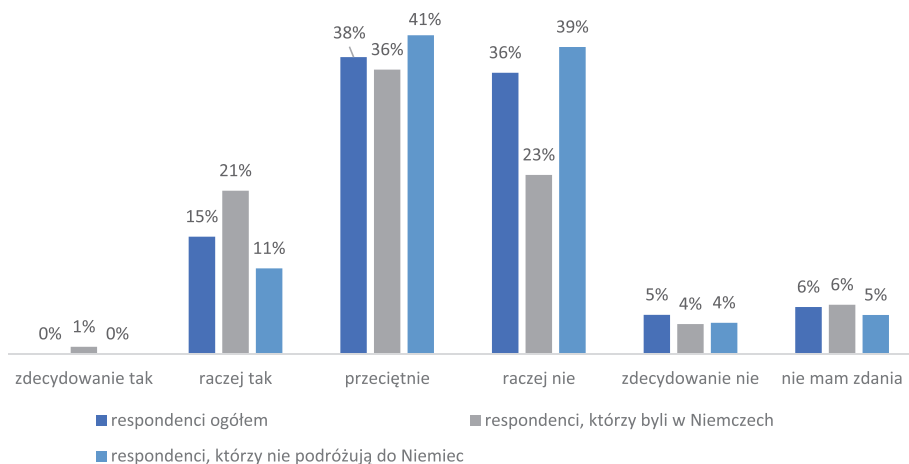


Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Jak już wspomniano, 42% respondentów zapytanych o emocje w stosunku do Niemiec i Niemców wyraziło w badaniu swoje pozytywne odczucia (odpowiedzi: *uwielbiam* oraz *fajny kraj, fajni ludzie*). 35% badanych wyraziło swoje neutralne emocje, a 19% stwierdziło, że ich emocje są negatywne

Największą sympatią darzą naszych zachodnich sąsiadów uczniowie liceum, ponad 55% z nich wyraziło sympatię do Niemiec i Niemców. Najmniej pozytywnych odczuć względem Niemców wyrazili uczniowie technikum.

Wykres 7.10. Czy Polacy lubią Niemców?



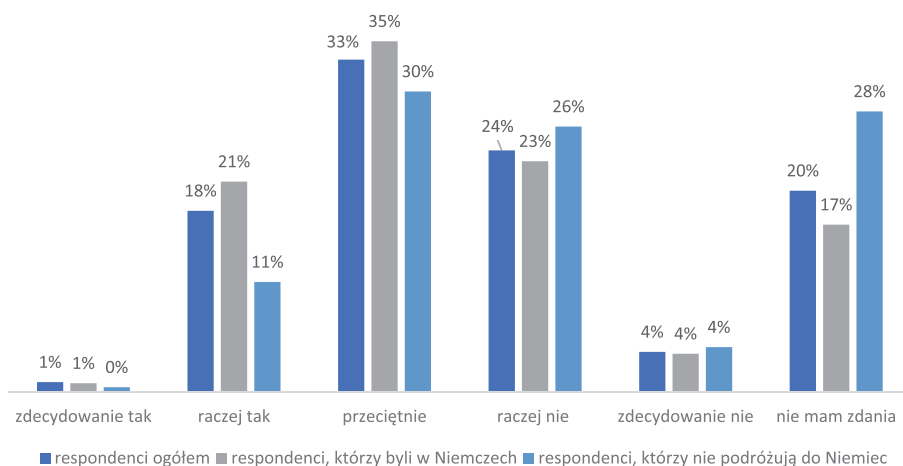
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

W ramach projektu GANESA zapytano również młodych ludzi o to, czy uważają, że Polacy lubią Niemców. Okazuje się, że wyobrażenie młodych ludzi na temat stosunku swoich rodaków do naszych zachodnich sąsiadów jest zdecydowanie bardziej negatywne niż ich własne odczucia. Zaledwie 15% badanych uważa, że Polacy raczej lubią Niemców, a aż ponad 40% badanych sądzi, że Polacy darzą Niemców negatywnymi uczuciami (36% wskazało odpowiedź *raczej nie*, a 5% *zdecydowanie nie*). Osobiste odczucia uczniów i studentów za prezentowane na wykresie 8. są więc bardziej przychylne niż ich wyobrażenia o tym, co myślą inni rodacy (wykres 10).

Wyniki ankiet pokazują jednak, że młodzi ludzie, którzy podróżują do Niemiec mają znacznie bardziej przychylne wyobrażenie o stosunku Polaków do Niemców, niż ich rówieśnicy, którzy nigdy za naszą zachodnią granicą nie byli. Spośród uczniów i studentów podróżujących do Niemiec 21% stwierdziło, że Polacy lubią Niemców, podczas gdy tylko 11% respondentów, którzy nigdy w Niemczech nie byli, miało podobną opinię. Uczniowie i studenci, którzy nie wyjechali dotąd do Niemiec analogicznie utrzymują, że Polacy *raczej nie* lubią Niemców (39%), podczas gdy ci, którzy w Niemczech byli, uważają, że Niemców nie darzy sympatią 23% Polaków, a więc znacznie mniej. Okazuje się więc, że mobilność młodych ludzi może mieć wpływ na ich postrzeganie rzeczywistości.

Uczniów i studentów zapytano również o to, czy w ich odczuciu Niemcy lubią Polaków. Wyniki badań pokazują, że młodzi respondenci sądzą, że Niemcy bardziej lubią Polaków, niż Polacy Niemców. Podczas gdy tylko 15% badanych twierdzi, że Polacy lubią Niemców, to 18% wskazuje, że Niemcy lubią Polaków, a więc trzy procent więcej. Jeszcze większe różnice pojawiają się przy anali-

Wykres 7.11. Czy Niemcy lubią Polaków?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

zie antypatii. Podczas gdy 36% młodych uważa, że Polacy nie lubią Niemców, znacznie mniej, bo tylko 24% badanych sądzi, że Niemcy *raczej nie lubią* Polaków. Przy analizie tego pytania badawczego również potwierdza się trend, że ci, którzy podróżują do Niemiec, mają bardziej pozytywne odczucia o sympatii naszych zachodnich sąsiadów. Co piąty badany nie miał zdania w tej kwestii.

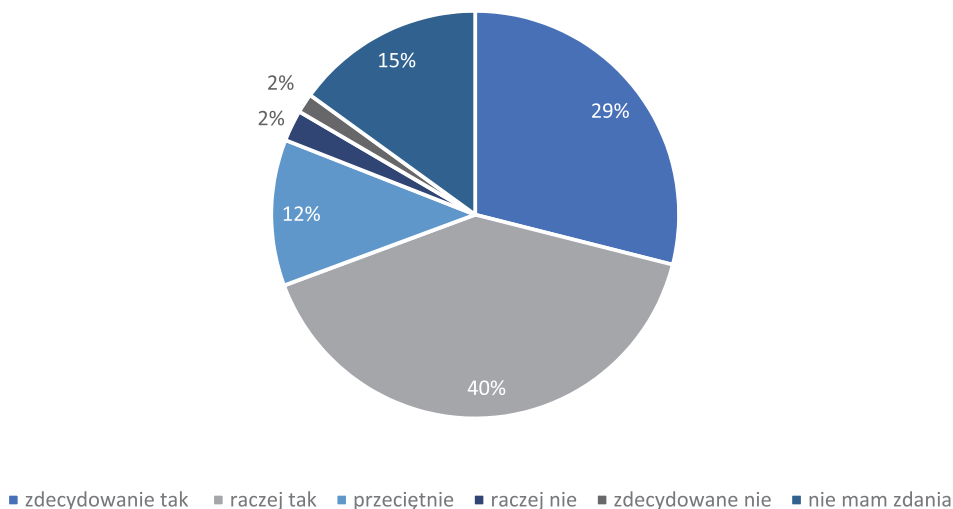
Młodzi ludzie również bardzo dobrze i dobrze oceniają swoje dotychczasowe kontakty z młodymi Niemcami – także te przypadkowe. Zdecydowanie pozytywnie relacje polsko – niemieckie oceniło 29% respondentów, a *raczej* pozytywnie aż 40% respondentów. Tylko 4% badanych wyraziło się negatywnie o swoich dotychczasowych relacjach z Niemcami. W badaniu 15% respondentów określiło, że nie ma zdania i nie potrafi ocenić swojego stosunku do relacji z młodymi Niemcami.

Wnioski z badań w ocenie stosunków polsko – niemieckich przeprowadzonych w ramach projektu GANESA korespondują z wnioskami wynikającymi z badania „Barometr Polska – Niemcy”¹¹ – popularnego i rozpoznawalnego, przeprowadzanego od wielu lat przez Instytut Spraw Publicznych. Sympatie i antypatie młodych miały z pewnością wpływ na ich wybory dotyczące kraju, w którym mogliby podjąć naukę, studia, a także chętnie zamieszkaliby. Analizie poddano kraje sąsiadujące z Polską, a więc zarówno te, które są członkami Unii Europejskiej (a więc Niemcy, Czechy, Słowacja i Litwa) i te, które do Wspólnoty nie należą (Ukraina, Białoruś i Rosja).

Z badania wynika, że niemal 60% procent respondentów wybrałoby Niemcy jako kraj do zamieszkania czy też studiowania. Drugim w kolejności krajem wyboru młodych okazują się Czechy, niemal 30% respondentów wskazało, że mogłoby tam mieszkać lub studiować. 6% respondentów byłoby zainteresowanych studiowaniem bądź przeprowadzką do Słowacji. Kraje pierwszego wyboru są członkami Unii Europejskiej, co może wskazywać na fakt, że uczniowie doceniają swobody, jakie niesie za sobą przynależność do UE. Państwa, z którymi młodzi respondenci nie wiązali w dużej mierze planów na przyszłość to: Białoruś, Ukraina, Litwa i Rosja, a więc nasi wschodni sąsiedzi. Żaden respondent nie wykazał chęci studiowania w Białorusi.

¹¹ „Barometr Polska – Niemcy” to projekt realizowany wspólnie przez Instytut Spraw Publicznych, Deutsches Polen-Institut (Niemiecki Instytut Spraw Polskich), Fundację Konrada Adenauera w Polsce i Fundację Współpracy Polsko-Niemieckiej. Prowadzony od ponad dwudziestu lat mierzy „atmosferę” relacji polsko-niemieckich, odpowiadając na pytania o to, jak Polacy i Niemcy postrzegają siebie nawzajem i jak oceniają stan dwustronnych stosunków oraz działania drugiego kraju w różnych sferach polityki. <https://www.isp.org.pl/pl/publikacje/polacy-i-niemcy-jak-dalecy-jak-bliscy-barometr-polska-niemcy-2022> [dostęp: 04.07.2022].

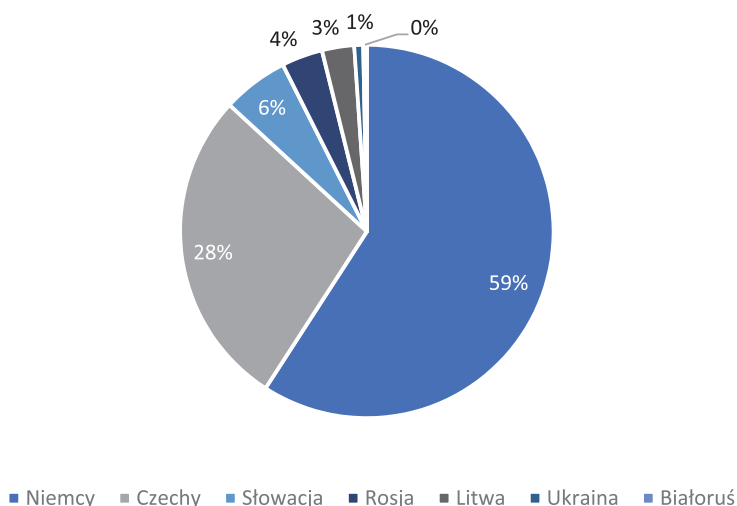
Wykres 7.12. Czy Twoje dotychczasowe kontakty (nawet przypadkowe) z Niemcami w Twoim wieku oceniasz pozytywnie?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

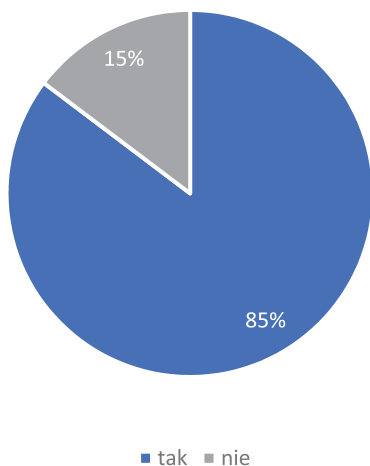
Liczne wyjazdy zagraniczne młodych ludzi, a także możliwość studiowania poza granicami naszego kraju kształtują również potrzebę nauki języków obcych. Język angielski jest powszechnie uznawany za język wiodący, bez którego uczniom i studentom może być trudno odnaleźć się na współczesnym rynku

Wykres 7.13. W którym z wymienionych krajów sąsiednich zamieszkał(a)byś lub studiował(a)byś najchętniej?



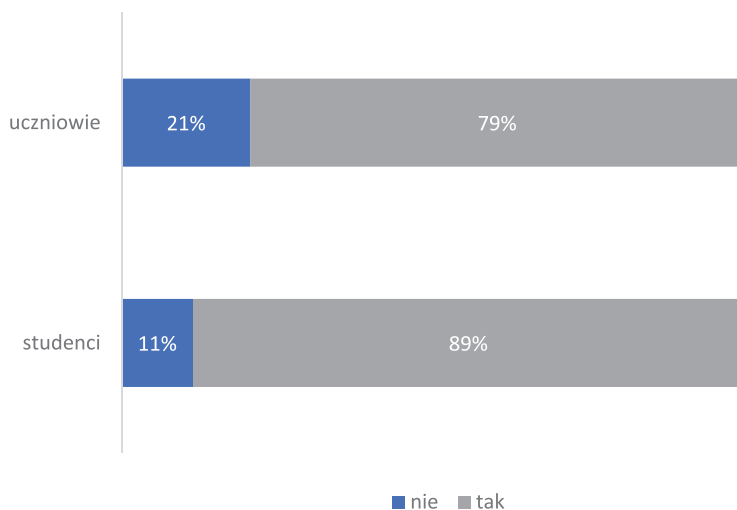
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Wykres 7.14. Czy widzisz potrzebę uczenia się języka obcego innego niż angielski?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Wykres 7.15. Czy widzisz potrzebę uczenia się języka obcego innego niż angielski?

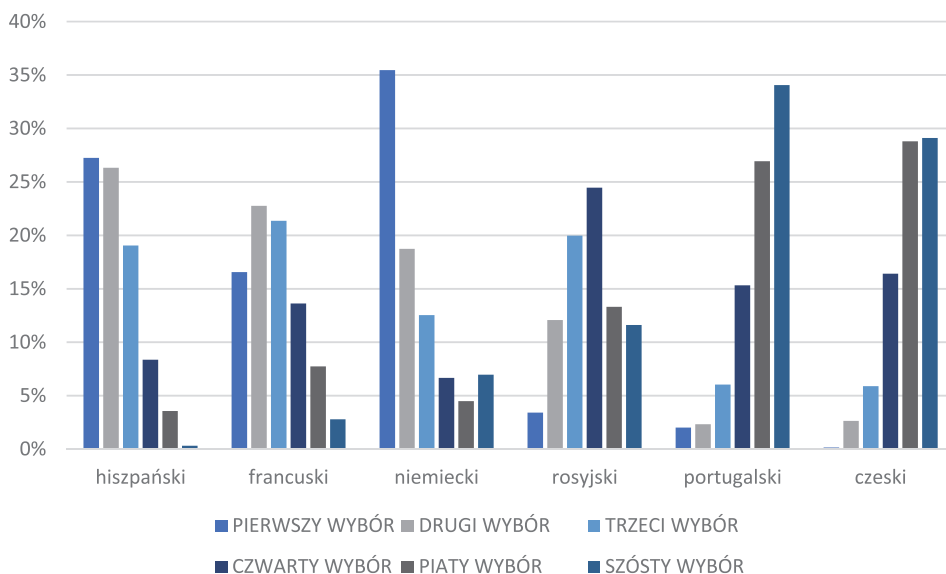


Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

pracy. Okazuje się jednak, że młodzi ludzie uważają za potrzebne, aby uczyć się również innych języków obcych. Aż 85% młodych przebadanych w ramach projektu GANESA wskazało, że widzi taką potrzebę.

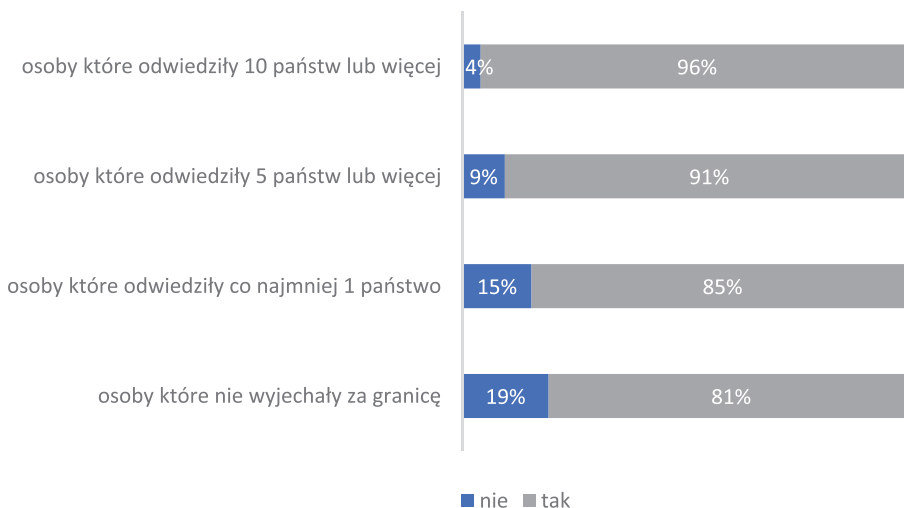
Potrzeba uczenia się języka obcego innego niż język angielski jest jednak zróżnicowana w zależności od statusu respondentów. 21% uczniów uważa, że nauka innego niż angielski języka obcego jest im zbędna, podczas gdy wśród studentów odsetek ten stanowi zaledwie 11%. Najmniejszy entuzjazm do na-

Wykres 7.16. Uszereguj języki według swoich preferencji



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

Wykres 7.17. Czy widzisz potrzebę uczenia się języka obcego innego niż angielski?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

uki innego języka obcego wykazują jednak uczniowie technikum – aż 40% uczniów nie czuje potrzeby nauki innego języka obcego.

Spośród języków obcych (innych niż angielski) największą popularnością cieszy się wśród młodych ludzi język niemiecki, hiszpański i francuski. Młodzi ludzie

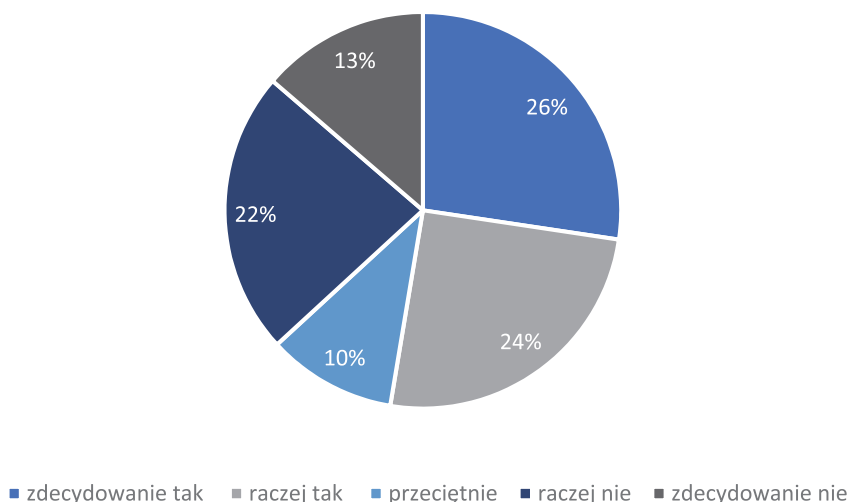
zdecydowanie najbardziej chcą uczyć się języka niemieckiego – językowi temu dają także zdecydowane pierwszeństwo przed pozostałymi (jako język pierwszego wyboru wskazało go 35% uczniów i studentów). 27% badanych jako język pierwszego wyrobu wskazało hiszpański. Językiem pierwszego wyboru dla niemałej grupy uczniów był również język francuski (wskazało go 17% respondentów).

Uczniowie i studenci wykazywali najmniejszą potrzebę nauki języka portugalskiego i czeskiego. Co ciekawe, również w tym aspekcie wyniki badania pokazują, że istnieje pozytywna zależność pomiędzy aktywnością turystyczną uczniów i studentów a chęcią podjęcia nauki języka innego niż język angielski. Niemal co piąta osoba, która nigdy nie była za granicą nie widzi takiej potrzeby. Wśród osób, które charakteryzuje duża mobilność wyjazdów zagranicznych (a którzy w ciągu pięciu lat od daty przeprowadzenia badania odwiedzili co najmniej 10 różnych krajów) istnieje dużo większa potrzeba nauki języków obcych innych niż angielski (zaledwie 4% nie dostrzega takiej potrzeby).

Badanie przeprowadzone w ramach projektu GANESA skoncentrowane było także na analizie pewnych, określonych wymiarów oceny relacji polsko-niemieckich i niemiecko-polskich. Między innymi zapytano respondentów o praktyczność uczenia się języka niemieckiego i znaczenie tego języka dla kształtowania się kolejnych etapów edukacyjnych – studiowanie, potencjalna praca w przyszłości, mobilność.

Język niemiecki jest postrzegany przez młodych ludzi jako zdecydowanie praktyczny i użyteczny w kształtowaniu ich planów edukacyjnych oraz zawo-

Wykres 7.18. Czy język niemiecki jest/może być przydatny w Twoich planach na dalszą edukację lub/i zawodową przyszłość?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

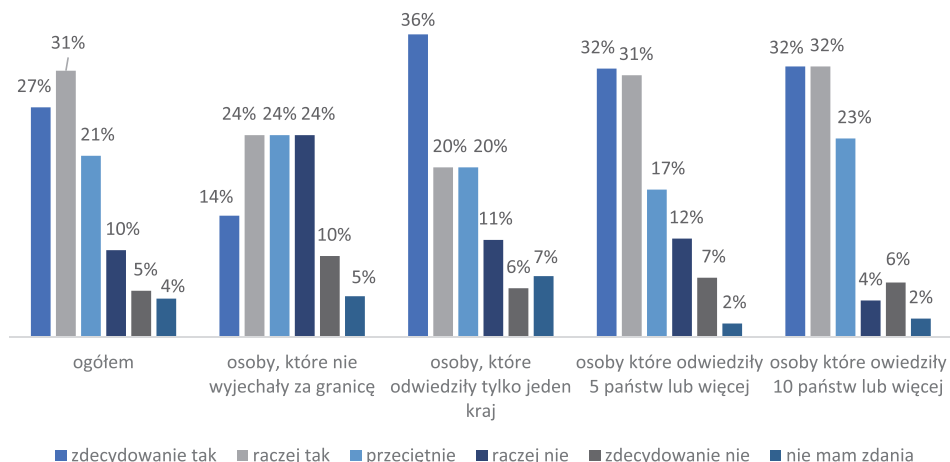
dowych. Zdecydowanie tak i raczej tak oceniło język niemiecki aż 50% respondentów. Odsetek ten jest jeszcze większy (o 5%) spośród tych, którzy przynajmniej raz odwiedzili Niemcy. Raczej nie i zdecydowanie nie wskazało 35% badanych.

Podsumowując, mobilność młodych Polaków ma wpływ na ich poglądy dotyczące relacji polsko-niemieckich. Uczniowie i studenci, którzy mieli szansę podróżować, wykazują się większą sympatią do obywateli państw, które odwiedzili, co potwierdzają ich odczucia chociażby w stosunku do Niemców czy Czechów. Młodzi, którzy mieli okazję zwiedzać świat, widzą też większą potrzebę uczenia się języków innych niż język angielski.

Powyższa analiza dowodzi również, że korzyści, jakie niesie za sobą członkostwo Polski w Unii Europejskiej, szczególnie te związane ze swobodą przemieszczania, możliwością podejmowania pracy w każdym kraju unijnym oraz benefity wynikające z programów mobilnościowych typu Erasmus+ oraz łącząca się z podróżowaniem wolność są dla młodych ważne. Uczniowie i studenci w większości pozytywnie oceniają poszczególne przywileje, jakich osobie mogą doświadczać w swoim codziennym życiu, będąc obywatelem Unii Europejskiej. Są też konsekwentni w swoich opiniach i poglądach, co pokazuje wykres 13. przedstawiający rozkład odpowiedzi uczniów i studentów na pytanie o ocenę integracji Polski z Unią Europejską.

Badania pokazują, że 58% respondentów pozytywnie ocenia integrację Polski z Unią Europejską, 15% zaś ocenia integrację negatywnie, przy czym 5% zdecydowanie nie odnosi się do niej pozytywnie. Powyższy wykres wyraźnie dowodzi również, że najmniejszy entuzjazm do procesu integracji mają

Wykres 7.19. Czy integrację Polski z Unią Europejską oceniasz pozytywnie?



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań GANESA

osoby, które nigdy nie wyjechały poza granice naszego kraju. Najwięksi Euroentuzjaści reprezentują grupę, która jest najbardziej mobilna. Osoby, które w ostatnich pięciu latach odwiedziły dziesięć lub więcej państw, w największym stopniu wyrażają się pozytywnie o integracji Polski z Unią Europejską (64% respondentów udzieliło odpowiedzi zdecydowanie tak i raczej tak).