

## OBRAZ NIEMCÓW W KONTEKŚCIE KRYZYSU MIGRACYJNEGO

### ANALIZA KOMENTARZY UŻYTKOWNIKÓW WYBRANYCH POLSKICH PORTALI INFORMACYJNYCH

#### WSTĘP

Wybór tematyki prezentowanego materiału podyktowany jest niebudzącą wątpliwości aktualnością i społeczną doniosłością, a także zainteresowaniami autora dotyczącymi statystycznej analizy komentarzy wybranych polskich portali informacyjnych. Problem wzmożonej migracji, związanej z konfliktem w Syrii, wraz z całym zbiorem towarzyszących mu zagadnień (m.in. polityki poszczególnych państw czy instytucji unijnych, problemem zagrożenia terrorystycznego *etc.*) stanowi nie tylko bardzo ważne wyzwanie dla całej Europy. Podejście do problemu uchodźców jest bowiem w dużej mierze uzależnione od coraz wyraźniej zarysowującego się, globalnego konfliktu ideologicznego. W wymiarze teoretycznym linię owego konfliktu można wyznaczyć pomiędzy szeroko pojętymi wartościami konserwatywnymi/prawicowymi z jednej strony, a równie szeroko ujmowanymi wartościami liberalnymi, neoliberalnymi i lewicowymi z drugiej. Oczywiście jest to obraz uproszczony, bowiem pamiętać należy o licznych wyjątkach od tego ogólnego modelu. Obszarem tej konfrontacji jest przede wszystkim sfera polityczna<sup>1</sup>, choć odnajdujemy ją także na wielu innych polach społecznej i jednostkowej aktywności<sup>2</sup>. Jest to zagadnienie na tyle obszerne, że zarówno sam jego opis, jak i próba wskazania przyczyn, wymagałyby osobnego opracowania. Poprzestano tu zatem na jego zasygnalizowaniu zaznaczając, iż dla niniejszego opracowania ma ono duże znaczenie. Kryzys migracyjny stanowi jedno z istotnych pól konfliktu: przedstawiciele poszczególnych jego stron znacznie różnią się co do prezentowanych (i wprowadzanych w życie) wizji i sposobów jego rozwiązania. Jest on także – co dla tego tekstu ma szczególne znaczenie – obszernie i chętnie komentowany. Mamy bowiem do czynienia ze zjawiskiem historycznym, powszechnie znanym, szeroko opisywanym i dyskutowanym zarówno w dyskursie naukowym (m.in. nauki społeczne: socjologia, ekonomia, kulturoznawstwo *etc.*), w obszarze publicystyki, jak i komunikacji politycznej. Temat kryzysu migracyjnego i tego, w jaki sposób kształtuje on nasze postrzeganie Niemców, jest istotny zarówno dla polskiej polityki wewnętrznej, stosunków dwustronnych oraz bezpieczeństwa europejskiego.

Istotne znaczenie dla podjętej problematyki ma fakt, iż według przeświadczenia zarówno większości polityków, jak i komentatorów sceny politycznej, w omawianym kryzysie migracyjnym duże znaczenie przypisywane jest polityce migracyjnej Niemiec, a konkretnie rządowi kanclerz Angeli Merkel. W konsekwencji Niemcy są obecnie nacją, której dotyczy wiele komentarzy, także w polskiej części Internetu.

<sup>1</sup> Ch. Mouffe, *Paradoks demokracji*, Wrocław 2005.

<sup>2</sup> Dobrym przykładem jest chociażby nauka, a w niej np. studia genderowe, ostro krytykowane oraz bronione przez strony wzmiarkowanego konfliktu.

Celem poniższego tekstu jest statystyczne ujęcie wizerunku Niemców w przestrzeni informacyjnej polskiego Internetu<sup>3</sup>, w kontekście obecnej niemieckiej polityki migracyjnej, nie zaś opis czy też refleksja nad samą tą polityką. Poważny problem migracji związanej z konfliktem syryjskim stanowi zatem jedynie tło analizy.

Podjmując przegląd warstwy komentarzy na portalach informacyjnych, zasygnalizować należy kilka kwestii wpływających na specyfikę tej formy przekazu. Pomimo praktycznie nieograniczonych możliwości komunikacyjnych, większość społeczeństw informacyjnych XXI w. żyje w – jak to określił Eli Pariser - bańce informacyjnej (*filter bubble*)<sup>4</sup>. Użytkownicy nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych (*ICT*) korzystają ze zdywersyfikowanej, imponującej oferty medialnej w taki sposób, że sięgają po tytuły elektroniczne zbieżne z ich własnymi poglądami i sympatiami ideologicznymi. *ICT* znacząco wspomagają proces budowania wspólnoty poglądów, ale skutkuje to także ich radykalizacją. Media elektroniczne stanowią dzisiaj (obok telewizji) jedno z głównych źródeł informacji, zwłaszcza tych dotyczących wydarzeń z zagranicy. Kapitałną właściwością źródeł internetowych jest przy tym możliwość komentowania zdarzeń i sytuacji, doświadczanych za pomocą komunikacji zapośredniczonej. Umieszczanie komentarzy, prowadzenie polemiki lub chociażby śledzenie elektronicznych wypowiedzi innych internautów, pozwala emocjonalnie dotknąć obserwowanego wycinka rzeczywistości. Daje to także możliwość poznania opinii innych ludzi, skonfrontowania jej z własną oraz, być może, wpłynięcia na punkt widzenia adwersarzy.

Interaktywne właściwości Internetu sprawiają, że jest on traktowany jako przestrzeń umożliwiająca zapoznanie się z niezależnymi poglądami użytkowników. Jest on zatem pojmowany jako narzędzie ujawniające „prawdziwe” zdanie większości ludzi. W ten sposób sieć korzysta ze specyficznej obiektywności, jako medium w którym liczy się przede wszystkim „opinia zwykłych ludzi”, przy czym dzieje się tak pomimo coraz bardziej rozpoznawanego i coraz częściej opisywanego<sup>5</sup>, znacznego potencjału Internetu w dziedzinie przekazu perswazyjnego. Potencjał ów wynika z charakterystycznej dla tego sposobu komunikacji niejasności kontekstowej, utrudniającej (czasem uniemożliwiającej) odróżnienie komunikatu informacyjnego od manipulacyjnego (np. reklamy) czy typowo rozrywkowego. Właściwość ta wykorzystywana jest zarówno w celach czysto komercyjnych, jak i politycznych. Przykładem pierwszej okoliczności są np. profesjonalne kampanie marketingowe prowadzone w mediach elektronicznych, a koncentrujące się przede wszystkim na aktywności w warstwie komentarzy w mediach społecznościowych, portalach i forach branżowych, hobbyistycznych oraz informacyjnych. Przykładem politycznego wykorzystania sieci jako platformy manipulacyjnej jest chociażby eksploatacja otwartej dla komentarzy przestrzeni teleinformatycznej w celu popierania określonych wartości (idei, celów) oraz

<sup>3</sup> Zagadnienie dotyczy tej części informacyjnych portali internetowych, które są otwarte dla komentatorów.

<sup>4</sup> E. Pariser, *The Filter Bubble. What the Internet Is Hiding from You*, New York 2011.

<sup>5</sup> J. Dijk van, *Społeczne aspekty nowych mediów. Analiza społeczeństwa sieci*, Warszawa 2010.

dezawuowania innych. Skala tego zjawiska jest bardzo duża, wciąż opisywana, zaś przeciętnemu obserwatorowi dała się ona poznać w pełni stosunkowo niedawno, wraz z początkiem tzw. kryzysu ukraińskiego<sup>6</sup>. Wiadomo także, iż poszczególne partie polityczne korzystają (okresowo bądź ciągle) z usług *copywriterów* (dzisiaj nazywanych najczęściej „trollami”), których aktywność koncentruje się przede wszystkim na cyberprzestrzeni. Także poszczególni politycy korzystają z usług mniej lub bardziej profesjonalnych operatorów/administratorów kont i profili w mediach społecznościowych. Nie przeszkadza to jednak w powszechnej percepcji przestrzeni teleinformatycznej jako obiektywnej i niezależnej. Dla prezentowanego tutaj badania wzmiankowane ograniczenia (zarówno całej sieci, jak i tej specyficznej jej części, jaką stanowią komentarze portali informacyjnych), nie powinny fałszować wyników analizy. Zakłada się tu bowiem brak stałego przekazu propagandowego skierowanego przeciwko naszemu zachodnim sąsiadom<sup>7</sup>.

Przestrzeń teleinformatyczna jako przedmiot analiz stawia przed badaczem wiele wyzwań, różnych ze względu na postępującą jej defragmentację oraz specyfikę poszczególnych nisz. Warstwa komentarzy polskich portali informacyjnych stanowi dość skomplikowany przykład. W wielu przypadkach jest to przestrzeń wypełniona coraz powszechniejszym zjawiskiem „hejtu”, a także „trollingu”. Ten ostatni stanowi szczególną przeszkodę utrudniającą identyfikację prawdziwych emocji i postaw odbiorców komentowanej wiadomości. *Trolling* internetowy to fenomen dość specyficzny, dla którego opisu przywołać można termin wprowadzony przez klasyka nowożytnej teorii wojskowości Karla von Clausewita: „mgła wojny” (*Nebel des Krieges*)<sup>8</sup>. O ile bowiem dysponujący pewnym doświadczeniem badacz cyberprzestrzeni jest w stanie z określonym prawdopodobieństwem zidentyfikować efekt pracy internetowego trolla, o tyle nigdy nie będzie miał co do tego 100% pewności. W tej sferze wciąż brakuje twardych dowodów, zaś samemu zagadnieniu poświęcono stosunkowo niewiele publikacji naukowych (znacznie szerszej temat ten traktuje publicystyka). Niniejszego badania nie należy zatem uznawać za probierz emocji czy postaw Polaków wobec Niemców. Aby zbadać te postawy i emocje należałoby bowiem skorzystać z innych narzędzi, takich jak chociażby klasycznie pojmowana ankieta (tradycyjna lub elektroniczna) czy wywiad pogłębiony.

Niniejszy artykuł traktować należy jako analizę ważnego, zdaniem autora, obszaru przestrzeni publicznej, tworzonych przez wypowiedzi polskich internautów. Nie jest to też – co również dość istotne – analiza poglądów internautów na temat Niemców. Takie bowiem postawienie sprawy wymagałoby wyjaśnienia ważnej kwestii, w jaki sposób komentarze internetowe stanowią materiał umożliwiający w miarę klarowną

<sup>6</sup> Sprawozdanie z 14 października 2016 r. w sprawie unijnej komunikacji strategicznej w celu przeciwdziałania wrogiej propagandzie stron trzecich, Parlament Europejski, [dostęp: grudzień 2016], Dostępny w Internecie: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A8-2016-0290+0+DOC+XML+V0//PL>.

<sup>7</sup> Inaczej niż ma to miejsce np. w przypadku wiadomości dotyczących kryzysu ukraińskiego, czy wojny domowej w Syrii, prezentowanych na portalach informacyjnych.

<sup>8</sup> C. Clausewitz, *O wojnie*, Kraków 2007.

identyfikację sporej przeciw grupy użytkowników sieci<sup>9</sup>. Na pytanie czym zatem jest ten artykuł, należy udzielić następującej odpowiedzi: jest to analiza stanu faktycznego. To analiza samych komentarzy oraz tego, co one wyrażają. Pojawić się może w związku z tym pytanie o zasadność dokonywania takich analiz – skoro bowiem nie reprezentują one opinii panujących w społeczeństwie, nie są także wyznacznikiem postaw większości aktywnych internautów (ponieważ nie możemy wnioskować na ten temat na podstawie tego materiału) – po cóż zatem przedmiotową przestrzeń badać? Odpowiedź jest następująca: warstwa komentarzy portali informacyjnych głównego nurtu stanowi ważny wycinek wirtualnego pejzażu rzeczywistości medialno-komunikacyjnej. Przestrzeń ta jest wykorzystywana przez audytorium w porównywalnym wymiarze, co powiązany z nią właściwy przekaz (*news*, artykuł), zaś jej treść oddziałuje na odbiorcę. Bez względu na to, czy ostateczny kształt tej przestrzeni jest wynikiem frustracji wąskiego grona aktywnych komentatorów („hejterów”), czy też żmudnej pracy internetowych „trolli” (zarówno tych działających z pobudek czysto merkantylnych, jak i tych motywowanych ideologicznie), bez względu na dyskusyjną jakość prowadzonej w niej debaty publicznej, ona sama stanowi pewną rzeczywistość, otwartą dla naukowego poznania oraz opisu.

#### METODOLOGIA

Podjętym w tekście zagadnieniem jest obraz Niemców, wyłaniający się z wypowiedzi elektronicznych, pomimo więc niewątpliwie dużej wagi problemu, autor nie koncentruje się na kwestii uchodźców oraz związanych z nią tematami. Wybór komentarzy do analizy dyktowany był jedyną arbitralną przesłanką: zebrane zostały tylko te komentarze, które odnosiły się (bezpośrednio lub pośrednio) do wizerunku Niemców. Odrzucano zatem wszystkie wypowiedzi nieposiadające takiego odniesienia, a dotyczące np. polityki migracyjnej Niemiec, uchodźców, islamu, Angeli Merkel itd. Pierwszym krokiem było ustalenie obowiązującej w badaniu siatki kategorialnej, przygotowanie narzędzia badawczego oraz jego walidacja. W tym celu zrealizowano krótkie badanie pilotażowe na testowej próbie 50 wybranych komentarzy<sup>10</sup>. Test wykazał przydatność narzędzia, a podział na zmienne i kategorie prezentuje się następująco:

##### ZMIENNA 01) WIZERUNEK NIEMCÓW:

neutralny

nierozsądny/nieświadomy

rozsądny/mądry

<sup>9</sup> Dodatkowo uściślenia wymagałoby samo pojęcie, dość już leciwe i bardzo obszerne, internauty. W realiach komunikacyjnych XXI w. postawić można dość śmiałą tezę, iż w szerokim rozumieniu pojęcia za internautę uznać możemy każdą jednostkę korzystającą z technologii informacyjno-komunikacyjnych. Problemem wówczas okazałoby się nie tyle to, kogo zaliczyć można do grona internautów, ile to, kto obecnie internautą nie jest.

<sup>10</sup> Badanie przeprowadzone zostało 19.11.2016 r.

## ZMIENNA 02) STOSUNEK NIEMCÓW DO POLAKÓW:

neutralny  
przyjacielski  
wrogi

## ZMIENNA 03) STOSUNEK KOMENTATORA DO NIEMCÓW:

pozytywny  
obojętny  
negatywny

## ZMIENNA 04) PORTAL

Onet.pl  
Interia.pl  
Wp.pl

Zmienna 01) porządkuje obserwacje pod kątem prezentowanego w nich wizerunku Niemców. Wizerunek ten został okrojony<sup>11</sup> do trzech podstawowych kategorii, najlepiej opisujących prowadzone obserwacje. W analizowanych komentarzach Niemcy są zatem albo „neutralni wizerunkowo” (choć dotyczący ich opis może być kategoryzowany w ramach pozostałych zmiennych), „nierozsądni/niemądrzy”, lub też „rozsądni/mądrzy”. Zmienna 02) oznacza stosunek Niemców do Polaków, wyrażony analizowanym komentarzem. Zmienna 03) odnotowuje stosunek autorów wypowiedzi do naszych zachodnich sąsiadów. Ostatnia zmienna porządkuje obserwacje ze względu na ich pochodzenie. Do analizy wybranych zostało 211 komentarzy pochodzących z 3 polskich portali informacyjnych (Onet.pl, Wp.pl i Interia.pl). Komentarze te skojarzone są z informacjami<sup>12</sup> dotyczącymi polityki migracyjnej Niemiec oraz obecnego kryzysu migracyjnego, co ma na celu zachowanie spójności kontekstowej badanych wypowiedzi. Badanie przeprowadzono między grudniem 2016 a kwietniem 2017 r. Wybór źródeł materiału podyktowany był tym, iż Onet.pl, Wp.pl oraz Interia.pl stanowią czołówkę polskich portali informacyjnych, przyciągają ogromne rzesze użytkowników i odbiorców, cieszą się olbrzymią popularnością i imponującymi wskaźnikami wyświetleń stron. W swoim gatunku (portali informacyjnych) są to zatem media głównego nurtu, zaś publikowany na nich przekaz ma znaczącą nośność<sup>13</sup>. Dobór wiadomości z konieczności przeprowadzony został w sposób arbitralny, zaś kluczową wskazówkę w wyborze stanowiła ich tematyka.

Analizie poddawano poszczególne wypowiedzi niezależnie od tego, jakie miejsce zajmowały w tzw. wątku. Spośród wypowiedzi wybierano jedynie te, których retoryka odnosiła się w niebudzący większych wątpliwości sposób do problematyki badania. Wyjaśnić należy w tym miejscu, że wybór ponad dwustu komentarzy stanowi efekt

<sup>11</sup> Specyfika badania opisywanej tu formy wypowiedzi internetowych (komentarze na portalach informacyjnych) wymaga zastosowania dość uproszczonych kategorii.

<sup>12</sup> Artykuły, z którymi skojarzone są analizowane komentarze, zostały wyszczególnione w bibliografii jako źródła elektroniczne.

<sup>13</sup> Geminus Polska, (dostęp: kwiecień 2017), Dostępny w Internecie: <<https://www.geminus.pl/wydawcy-aktualnosci/top10-najpopularniejszych-stron-internetowych-ostatniego-tygodnia.html>>.

analizy znacznie obszerniejszego materiału (autor nie zliczał komentarzy niezaklasyfikowanych do badania), zaś owe 211 przypadków to efekt owej eksploracji. Każdy analizowany komentarz rozpatrywany był pod kątem obecności określonej cechy. Jako przykład posłużyć może hipotetyczny komentarz następującej treści: „Niemcy byli naszymi wrogami, ale dzisiaj są naszymi przyjaciółmi. W niektórych kwestiach działają rozsądnie, ale generalnie się mylą”. Obserwacja ujawnia następujące cechy: dla zmiennej 01 - nierozsądny/niemądry (wypowiedź wskazuje na przewagę nierozsądności), dla zmiennej 02 - przyjaciel (wrogość jest tu bowiem wspomniana jako cecha historyczna).

### STATYSTYCZNA ANALIZA DANYCH

Trzy najważniejsze pytania stanowiące przedmiot analizy dotyczą opinii internautów na temat stosunku Niemców do Polaków, wizerunku samych Niemców oraz stosunku do nich komentujących. Badanie pozwala również odpowiedzieć na pytanie, czy wyrażony stosunek/wizerunek uzależniony jest od pochodzenia obserwacji, a więc czy internetowe wypowiedzi różnią się w zależności od portalu. Aby odpowiedzieć na te pytania, dokonano analizy częstości zgromadzonych danych. Wykonano również analizę profili kolumnowych, analizę reszt standaryzowanych oraz analizę reszt skorygowanych. Zabieg ten umożliwił wgląd w strukturę zebranych danych. Dla wykazania siły badanego związku oraz wskazania na istotność statystyczną uzyskanych wyników obliczono także współczynnik korelacji. Badane zjawiska opisane są zmiennymi jakościowymi, wyrażonymi na skali nominalnej, zastosowano zatem wykorzystywany dla tego poziomu pomiaru współczynnik kontyngencji. Przyjęto typowy dla badania zjawisk społecznych poziom istotności  $P = 0,05$ . Wszystkich obliczeń dokonano w oparciu o oprogramowanie SPSS, w wersji 24.

### ANALIZA CZĘSTOŚCI:

		<i>Wizerunek Niemców</i>			
		Częstość	Procent	Procent ważnych	Procent skumulowany
Ważne	neutralny	115	54,5	54,5	54,5
	nierozsądny/niemądry	75	35,5	35,5	90,0
	rozsądny/mądry	21	10,0	10,0	100,0
	Ogółem	211	100,0	100,0	

Analiza częstości ukazana została w prezentacji liczebności obserwowanych oraz procentowo. Jak widać, większość komentarzy (115 obserwacji, czyli 54,5%) buduje neutralny wizerunek Niemców. 75 komentarzy (35,5%) określa Niemców jako nierozsądnych/niemądrych, zaś 21 (10%) jako rozsądnych/mądrych.

<i>Stosunek Niemców do Polaków</i>					
		Częstość	Procent	Procent ważnych	Procent skumulowany
Ważne	neutralny	92	43,6	43,6	43,6
	przyjacielski	67	31,8	31,8	75,4
	wrogi	52	24,6	24,6	100,0
	Ogółem	211	100,0	100,0	

Większość komentujących (92, a więc 43,6%) uznaje stosunek Niemców do Polaków za neutralny. Ilość internautów określających ten stosunek jako przyjacielski to 67 (31,8%), zaś jako wrogi 52 (24,6%).

<i>Stosunek komentatora do Niemców</i>					
		Częstość	Procent	Procent ważnych	Procent skumulowany
Ważne	pozytywny	60	28,4	28,4	28,4
	obojętny	135	64,0	64,0	92,4
	negatywny	16	7,6	7,6	100,0
	Ogółem	211	100,0	100,0	

Stosunek komentujących do Niemców jest przeważnie obojętny (135 obserwacji, czyli 64%), w dużej mierze pozytywny (60 obserwacji, czyli 28,4%), rzadziej (16 obserwacji: 7,6%) negatywny.

<i>Portal</i>					
		Częstość	Procent	Procent ważnych	Procent skumulowany
Ważne	Onet.pl	75	35,5	35,5	35,5
	Interia.pl	68	32,2	32,2	67,8
	Wp.pl	68	32,2	32,2	100,0
	Ogółem	211	100,0	100,0	

#### ANALIZA RESZT REGRESJI W TABELACH KRZYŻOWYCH ORAZ KORELACJE

Tabela krzyżowa

*Wizerunek Niemców \* Stosunek Niemców do Polaków*

			Stosunek Niemców do Polaków			Ogółem
			neutralny	przyjacielski	wrogi	
Wizerunek Niemców	neutralny	% z Stosunek Niemców do Polaków	56,5%	70,1%	30,8%	54,5%

		Reszta standaryzowana	,3	1,7	-2,3	
		Reszta skorygowana	,5	3,1	-4,0	
	nierozsądny/ niemądry	% z Stosunek Niemców do Polaków	29,3%	17,9%	69,2%	35,5%
		Reszta standaryzowana	-1,0	-2,4	4,1	
		Reszta skorygowana	-1,7	-3,7	5,8	
	rozsądny/ mądry	% z Stosunek Niemców do Polaków	14,1%	11,9%	0,0%	10,0%
		Reszta standaryzowana	1,3	,5	-2,3	
		Reszta skorygowana	1,8	,7	-2,8	
Ogółem		% z Stosunek Niemców do Polaków	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

<i>Miary symetryczne</i>			
		Wartość	Istotność przybliżona
Nominalna przez Nominalna	Współczynnik kontyngencji	,395	,000
N ważnych obserwacji		211	

Powyższa tabela kontyngencji ukazuje związek pomiędzy zmiennymi „Wizerunek Niemców” (zmienna zależna) i „Stosunek Niemców do Polaków” (zmienna niezależna). Ukazuje ona, jak zmienia się wizerunek Niemców w zależności od przeświadczenia komentującego co do nastawienia Niemców wobec Polaków. Autor założył, że związek ten jest istotny statystycznie, to znaczy, że przekonanie o tym, jaki stosunek mają do nas Niemcy, wpływa na ich wizerunek. Zgodnie z zasadami statystycznymi, hipoteza zerowa zakłada tu brak związku.

Analiza tabeli ujawnia, że zdecydowana większość komentatorów (56,5%) uznających stosunek Niemców do Polaków za neutralny, deklaruje również neutralny stosunek do zachodnich sąsiadów. 29,3% z tej grupy badanych uznaje Niemców za nierozsądnych/niemądrych, zaś 14,1% za rozsądnych/mądrych. W grupie komentatorów uważających stosunek Niemców do Polaków za przyjacielski, aż 70,1% wypowiedzi zinterpretować można jako takie, w których wizerunek zachodnich sąsiadów przedstawiony jest w sposób neutralny. 17,9% komentatorów z tej grupy opisuje Niemców jako nierozsądnych/niemądrych, zaś 11,9% jako rozsądnych/mądrych. W grupie komentatorów uznającej stosunek Niemców do Polaków jako wrogi, najwięcej wypowiedzi określa samych Niemców jako nierozsądnych/niemądrych. 30,8% z tej grupy komentarzy odnosi się do wizerunku Niemców w sposób neutralny. W tym miejscu wypada zwrócić uwagę na pewien problem interpretacyjny. Często poza ogólnym stwierdzeniem, że Niemcy są negatywnie nastawieni wobec Polaków, komentarz zawierał także informacje pozwalające na przypisanie go do konkretnej kategorii zmiennej „Wizerunek Niemców”. W niektórych jednak



przypadkach nie odnotowano takiej dodatkowej przesłanki. Wówczas komentarz klasyfikowany był jako neutralny w ramach wzmiankowanej zmiennej. Oznaczać to może, iż liczba komentarzy wypełniających komórkę łączącą kategorię „wrogi” zmiennej „Stosunek Niemców do Polaków” oraz kategorię „neutralny” zmiennej „Wizerunek Niemców” może być zawyżona, co jednak - jak zobaczymy dalej - nie wpływa na ostateczny wynik analizy. Nie odnotowano natomiast komentarzy określających stosunek Niemców do Polaków jako wrogi, a jednocześnie uznających Niemców za rozsądnych/mądrych.

Analiza reszt standaryzowanych pozwala na określenie, które z komórek tabeli najsilniej odstają od hipotetycznego modelu tabeli homogenicznej. Jeśliby między zmiennymi nie występował związek, a więc jeśli wizerunek Niemców prezentowany w komentarzach nie byłby zależny od deklarowanego w tych samych komentarzach stosunku Niemców do Polaków, wówczas tabela powinna być bliska modelowi homogenicznemu. Taki stan rzeczy zakłada wspomniana już hipoteza zerowa. W tym wypadku najwyższy wynik (4,1) obserwujemy w komórce grupującej komentarze określające Niemców jako niemądrych/nierozsądnych (Zmienna „Wizerunek...”) a jednocześnie uznające stosunek Niemców do Polaków jako wrogi (zmienna „Stosunek...”). Analiza ta pozwala na wgląd w strukturę zależności między zmiennymi, czyli w to, które komórki decydują szczególnie silnie o tym, że między zmiennymi występuje związek. Wysokie wyniki (-2,4) obserwujemy również w komórkach łączących kategorię „przyjacielski” zmiennej „Stosunek...” oraz kategorię „nierozsądny/nieświadomy” zmiennej „Wizerunek...”. Podobnie (-2,3) w przypadku komórki łączącej kategorię „wrogi” zmiennej „Stosunek...” z kategorią „neutralny” zmiennej „Wizerunek...”. A zatem te komórki stanowią najistotniejszy czynnik determinujący zależność.

Analiza reszt skorygowanych pozwala z kolei na określenie, którą z komórek zinterpretować możemy jako wynik istotny statystycznie. Zgodnie z przyjętym poziomem istotności (0,05), wartość skorygowanej reszty regresji uznajemy za istotną statystycznie, jeśli jest co do wartości bezwzględnej większa od 1,96. Jak widać, pięć z dziewięciu przypadków zinterpretować można jako wynik istotny statystycznie. Ogólną zależność między zmiennymi określi jednak dopiero współczynnik kontyngencji.

Współczynnik kontyngencji wskazuje dla analizowanych zmiennych wartość 0,395, co w naukach społecznych można zinterpretować jako wynik wysoki, mówiący o wyraźnej zależności. Ponadto przybliżona istotność statystyczna przyjmuje tutaj wartość 0,000, co przy przyjętym poziomie istotności (0,05) oznacza mniejsze od zakładanego prawdopodobieństwo wystąpienia błędu pierwszego rodzaju, polegającego na odrzuceniu prawdziwej hipotezy zerowej. Taki wynik stanowi podstawę do odrzucenia hipotezy zerowej, zakładającej brak korelacji w populacji. Można zatem mówić o wyraźnym związku pomiędzy wizerunkiem Niemców a przeświadczeniem komentujących co do stosunku Niemców do Polaków. Strukturę tego związku wyjaśnia prezentowana wyżej tabela kontyngencji.

Tabela krzyżowa  
*Wizerunek Niemców \* Stosunek komentatora do Niemców*

			Stosunek komentatora do Niemców			Ogółem
			pozytyw-ny	obojętny	negatyw-ny	
Wizerunek Niemców	neutralny	% z Stosunek komentatora do Niemców	55,0%	54,1%	56,3%	54,5%
		Reszta standaryzowana	,1	-,1	,1	
		Reszta skorygowana	,1	-,2	,1	
	nierozsądny/nieświadry	% z Stosunek komentatora do Niemców	31,7%	36,3%	43,8%	35,5%
		Reszta standaryzowana	-,5	,1	,6	
		Reszta skorygowana	-,7	,3	,7	
	rozsądny/mądry	% z Stosunek komentatora do Niemców	13,3%	9,6%	0,0%	10,0%
		Reszta standaryzowana	,8	-,1	-1,3	
		Reszta skorygowana	1,0	-,2	-1,4	
Ogółem		% z Stosunek komentatora do Niemców	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

  

<i>Miary symetryczne</i>			
		Wartość	Istotność przybliżona
Nominalna przez Nominalna	Współczynnik kontyngencji	,116	,576
N ważnych obserwacji		211	

Powyższa tabela ukazuje związek pomiędzy zmiennymi „Wizerunek Niemców” (zmienna zależna) i „Stosunek komentatora do Niemców” (zmienna niezależna). Ukazuje ona jak zmienia się wizerunek Niemców w zależności od nastawienia wobec nich komentatorów. Analiza tabeli ujawnia, że zdecydowana większość komentarzy (55%) wyrażających pozytywny stosunek do Niemców, kreśli neutralny wizerunek naszych sąsiadów. Również dla pozostałych kategorii zmiennej „Stosunek Polaków do Niemców” dominuje neutralny wizerunek Niemców. Ciekawy wynik (56,3%) odnotowano w komórce grupującej kategorię „negatywny” zmiennej „Stosunek komentatora do..” i kategorię „neutralny” zmiennej „Wizerunek”. Oznacza to, że wiele komentarzy ujawniających negatywny stosunek komentatora do Niemców zawiera także informacje pozwalające na uznanie kreślonego w nich wizerunku Niemców jako neutralnego (chodzi tu np. o wypowiedzi typu: „nie lubię ich, ale...”). Pamiętać

również należy, że samych wypowiedzi ujawniających negatywny stosunek komentujących do Niemców jest stosunkowo niewiele (16 obserwacji). Nie odnotowano komentarzy ujawniających negatywny stosunek komentatora do Niemców, a jednocześnie uznających Niemców za rozsądnych/mądrych.

Analiza reszt standaryzowanych ujawnia, że najsilniej (choć nie jest to wysoka wartość) od hipotetycznego modelu tabeli homogenicznej odróżnia się komórka łącząca kategorię „rozsądny/mądry” zmiennej „Wizerunek...” oraz kategorię „negatywny” zmiennej „Stosunek komentatora do...”. W komórce tej – jak wiadomo – nie mieści się żadna z odnotowanych obserwacji.

Analiza reszt skorygowanych ujawnia z kolei, że żadna z analizowanych komórek nie zawiera wyniku istotnego statystycznie. Pozwala to zakładać brak związku zachodzącego między analizowanymi zmiennymi. Potwierdza to współczynnik kontyngencji, który wskazuje wartość 0,116. Wynik ten można zinterpretować jako umiarkowany (a więc mogący świadczyć o występowaniu związku), jednakże przybliżona istotność statystyczna przyjmuje tutaj wartość 0,576, co przy przyjętym poziomie istotności (0,05) oznacza dużo większe od zakładanego prawdopodobieństwo wystąpienia błędu pierwszego rodzaju, polegającego na odrzuceniu prawdziwej hipotezy zerowej. Taki wynik nie pozwala na odrzucenia hipotezy zerowej, zakładającej brak korelacji w populacji. Nie można zatem mówić (choć może to dziwić) o związku pomiędzy wizerunkiem Niemców a stosunkiem komentujących do Niemców. Brak związku może wynikać z tego, iż większość komentarzy kreśli po prostu neutralny wizerunek zachodnich sąsiadów.

Tabela krzyżowa  
Wizerunek Niemców \* Portal

			Portal			Ogółem
			Onet.pl	Interia.pl	Wp.pl	
Wizerunek Niemców	neutralny	% z Portal	52,0%	57,4%	54,4%	54,5%
		Reszta standaryzowana	-,3	,3	,0	
		Reszta skorygowana	-,5	,6	,0	
	nierozsądny/ niemądry	% z Portal	33,3%	36,8%	36,8%	35,5%
		Reszta standaryzowana	-,3	,2	,2	
		Reszta skorygowana	-,5	,3	,3	
	rozsądny/ mądry	% z Portal	14,7%	5,9%	8,8%	10,0%
		Reszta standaryzowana	1,3	-1,1	-,3	
		Reszta skorygowana	1,7	-1,4	-,4	
Ogółem	% z Portal	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Miary symetryczne			
		Wartość	Istotność przybliżona
Nominalna przez Nominalna	Współczynnik kontyngencji	,123	,518
N ważnych obserwacji		211	

Ostatnia analizowana para zmiennych to „Wizerunek Niemców” (zmienna zależna) i „Portal” (zmienna niezależna). Powyższa tabela ukazuje, jak zmienia się wizerunek Niemców, w zależności od pochodzenia wirtualnych wypowiedzi. W tym przypadku autor przypuszcza, że związek ten nie występuje, to znaczy, że wizerunek Niemców wynikający z komentarzy jest taki sam (lub bardzo podobny) dla wszystkich internetowych portali informacyjnych. Przypuszczenie to pokrywa się z hipotezą zerową.

Analiza tabeli ujawnia, że poszczególne kategorie zmiennej „Wizerunek...” uzyskują podobne wyniki w odniesieniu dla wszystkich portali. Potwierdza to również analiza reszt standaryzowanych i skorygowanych. Współczynnik kontyngencji wskazuje wartość 0,123 (wynik umiarkowanie niski), zaś przybliżona istotność statystyczna przyjmuje tutaj wartość 0,518, co przy przyjętym poziomie istotności (0,05) oznacza dużo większe od zakładanego prawdopodobieństwo wystąpienia błędu pierwszego rodzaju, polegającego na odrzuceniu prawdziwej hipotezy zerowej. Taki wynik nie pozwala na odrzucenie hipotezy zerowej, zakładającej brak korelacji w populacji. Nie można zatem mówić o związku pomiędzy wizerunkiem Niemców a pochodzeniem określającego ten wizerunek komentarza. Na wszystkich portalach wizerunek kreślony jest bardzo podobnie i jak wspomniano, jest on przeważnie neutralny.

#### PODSUMOWANIE

Analiza warstwy komentarzy ujawnia częste przypadki tzw. *crosspostowania*, a więc powielania niektórych wypowiedzi (ich „przeklejania”) na wszystkich przeglądanych forach. Większość komentarzy, w tym także te powielane w zasadniczo niezmiennianej formie na różnych portalach, ma wymiar zdecydowanie antyimigrancki i antymuzułmański, jednakże – jak wiadomo – nie to stanowi sedno artykułu. Obraz Niemców wyłaniający się z internetowych wypowiedzi polskich internautów jest neutralny, aczkolwiek niejednorodny. W świetle kryzysu migracyjnego mieszkańcy Niemiec postrzegani są jako ci, którzy poprzez swoje stereotypowe posłuszeństwo obywatelskie stali się niejako „ofiarami” decyzji politycznych. Część komentarzy przypisuje naszym sąsiadom także naiwność, część zaś oparta jest na modelu argumentacyjnym wyrażającym się stwierdzeniem „sami są sobie winni”. Przykładowo, użytkownik „~Robert” pisze<sup>14</sup>:

<sup>14</sup> We wszystkich cytowanych komentarzach zachowano pisownię oryginalną.

„Mi osobiście Niemców nie szkoda sami sobie zgotowali ten stan rzeczy niech Angela nadal twierdzi że to był dobry pomysł. Mam nadzieję że Polska władza nie zgodzi się na tych ludzi”<sup>15</sup>.

Pewna, choć mniej liczna, grupa wypowiedzi pozwala na dostrzeżenie specyficznej satysfakcji piszących, odczuwanej w związku z trudną sytuacją Niemców. Retoryka tych komentarzy odnosi się do szerszego kontekstu historycznego i prezentuje zachodnich sąsiadów jako przedmiot swego rodzaju sprawiedliwości dziejowej. Pojawiają się również wypowiedzi przypisujące Niemcom tchórzostwo, naiwność, krótkowzroczność. Odnotować można także wypowiedzi prezentujące Niemców w świetle szerszego stereotypu „dekadenskiego zachodu”. Tu przypisywane jest im z kolei lenistwo, stanowiące zresztą – wedle komentatorów – jedną z przyczyn otwarcia się Niemiec (a także całej Europy) na fale uchodźców. Przykładowo użytkownik „~wulf” pisze:

„(...) Po co ich biera? bo potrzebują wojska. Niemcy nie mają ochoty isc do wojska. Nie myśl, że robi sie cos z sentymentow”<sup>16</sup>.

Wypada odnotować, że analizowana przestrzeń zdominowana jest przez wypowiedzi skrajne, skonstruowane przy użyciu obelżywych epitetów, często balansujące na krawędzi dopuszczalności publikacji na forum<sup>17</sup>. Jest to niebudzący wątpliwości język nienawiści, jednak nienawiść ta nie jest skierowana przeciwko niemieckim obywatelom. Ostrze radykalnej krytyki dosięga wprawdzie niemieckie elity polityczne (określane często zbiorczo mianem „lewactwa” lub „międzynarodówki” etc.), jest ona jednak wymierzona przede wszystkim przeciwko imigrantom.

Niemcy raczej nie są przedstawiani jako nieprzychylnie, czy też wrogo nastawieni do Polaków i Polski, lecz jako kierujący się własnymi priorytetami. Wizerunkowi temu towarzyszy wspomniany już stereotyp posłuszeństwa, objawiający się w perspektywie kryzysu migracyjnego „naiwnością” niemieckiego społeczeństwa. Naiwność ta – zdaniem komentatorów – dotyczy niedostrzegania zagrożenia związanego z wciąż napływającą falą uchodźców. Zdaniem niektórych internautów Niemcy wprawdzie dostrzegają to zagrożenie, jednak ich kulturowo uwarunkowane posłuszeństwo wobec władzy uniemożliwia im reakcję obronną. Reakcja taka wiązałaby się bowiem z aktem społecznego nieposłuszeństwa. Nie brak również opinii zdradzających rozgoryczenie, wedle których imigranci z Bliskiego Wschodu traktowani są w Niemczech lepiej, niż przebywający tam w celach zarobkowych Polacy. Przykładowo użytkownik „~anka” pisze:

<sup>15</sup> Niemcy: szef MSW zamierza przedłużyć o kolejne miesiące kontrole granicy. Onet.pl, [Dostęp: grudzień 2016], Dostępny w Internecie: <<http://wiadomosci.onet.pl/forum/niemcy-szef-msw-zamierza-przedluzyc-o-kolejne-mies,0,3014525,231700474,czytaj.html>>, komentarze do artykułu.

<sup>16</sup> Niemcy: szef MSW zamierza przedłużyć o kolejne miesiące kontrole granicy. Onet.pl, [Dostęp: grudzień 2016], Dostępny w Internecie: <<http://wiadomosci.onet.pl/forum/niemcy-szef-msw-zamierza-przedluzyc-o-kolejne-mies,0,3014525,231693896,czytaj.html>>, komentarze do artykułu.

<sup>17</sup> Podczas analizy autor natrafiał na ślady moderacji forów poprzez usuwanie komentarzy zawierających niedopuszczalne treści.

„(...) Całkiem niedawno deportowaliście Polaków setkami z byle powodu i bez skrupułów. Chociaż wcale nie byliśmy przestępcami. (...) Pokazaliście nam nie raz wasze umiłowanie prawa i porządku. Teraz historia zadzwiała z was samych, takich prze-porzędnych i zawsze układnych. Wasi goście mają z was niezła polewkę. Płacicie im kasę niczego nie otrzymując w zamian. Nasz naród wykazał się większym rozsądkiem”<sup>18</sup>.

Niemcy postrzegani są jako żyjący we względnym dobrobycie naród, postawiony przed poważnym problemem migracyjnym. Być może wizerunek Niemców byłby inny (bardziej negatywny), gdyby przedmiotem analizy była warstwa wirtualnych wypowiedzi skojarzona np. z informacjami o tematyce historycznej. Wybór tematu polityki migracyjnej podyktowany został jego aktualnością oraz znacznym społecznym zainteresowaniem. Badanie komentarzy internetowych, ze względu na specyfikę tej formy wypowiedzi nie należy do zadań przyjemnych<sup>19</sup>. Jest to w zasadzie wgląd w przestrzeń wypełnioną agresją, nietolerancją oraz wszelkimi formami stereotypizacji i teorii spiskowych<sup>20</sup>. Można do tego doliczyć wspomniany na wstępie potencjał manipulacyjny. Aby zminimalizować te niedogodności, kontekst wybranych informacji celowo nie dotyczył bezpośrednio przedmiotu analizy. Pomimo braku „antyniemieckiego” wydzźwięku zdecydowanej większości komentarzy, brak jest tu również (poza nielicznymi przypadkami) śladów wyraźnej empatii. Dominują krótkie, dosadne wypowiedzi eksponujące punkt widzenia komentatora, przy czym wyrażane stanowisko jest zazwyczaj skrajne i mieści się w kategoriach albo-albo.

Piotr Pawlak  
GNIEZNO

**Dr Piotr Pawlak**, Instytut Kultury Europejskiej UAM w Gnieźnie (piotr.pawlak@amu.edu.pl)

**Słowa kluczowe:** Niemcy, wizerunek, stereotyp, portale informacyjne

**Keywords:** Germans, image, stereotype, information portals

<sup>18</sup> Merkel: niebezpieczeństwo minęło, zagrożenie terrorystyczne pozostało. Onet.pl, [Dostęp: grudzień 2016], Dostępny w Internecie: <<http://wiadomosci.onet.pl/swiat/merkel-niebezpieczenstwo-minelo-zagrozenie-terrorystyczne-pozostalo/hwpwbmx>>, komentarze do artykułu.

<sup>19</sup> Autor badał już wcześniej fora internetowe, w odniesieniu m.in. do problemów konfliktu politycznego. P. Pawlak (2016), *Charakter dyskusji politycznej na portalach informacyjnych. Studium przypadku*, „Studia Europaea Gnesnensia”, nr.13, 2016, Gniezno, s. 201-224.

<sup>20</sup> F. Czech (red.), *Struktura teorii spiskowych. Antologia*, Kraków 2014; A. Łysiak (red.), *Nietolerancja*, Gdańsk 2013 oraz: K. Milewska, *Stereotyp w etnologii i psychologii społecznej. Próba porównania stanowisk*, Poznań 2003.

## ABSTRACT

*Serious migration and humanitarian crisis related to the conflict in Syria, is particularly associated with the Germans, and German politics. Therefore, attention of many observers from Europe (and not only) is focused largely on the Germans, who are thus one of the most widely commented nations. This applies especially to the Polish part of the Internet. The intent of the author is to present the image of Germans in the context of German immigration policy, that emerges from the comments in Polish news portals.*