



# SVR-Barometr Integracji 2016

## Streszczenie

Od opublikowania ostatniego Barometru Integracji SVR w roku 2014 politykę migracyjną w całej Europie zdominował aktualnie temat napływu uchodźców. W cieniu wielkiej polityki aktorzy społeczeństwa obywatelskiego organizowali pomoc, ugruntowując wizerunek nowych Niemiec jako kraju przyjaznego i otwartego wobec migrantów. Na tle ogólnie przyjaznych nastrojów społecznych, obawy i postawy obronne znalazły się w mniejszości. Barometr Integracji 2016 (od marca do sierpnia 2015 r.) przypadł właśnie na okres nasilania się kryzysu migracyjnego w Europie. Te badania demoskopowe, które w roku 2015 po raz pierwszy objęły swoim zasięgiem obszar całych Niemiec, służą przede wszystkim określeniu społecznej percepcji zjawiska integracji na podstawie tzw. „indeksu nastrojów integracyjnych” (*Integrationsklima-Index*). Indeks jest kluczowym wskaźnikiem Barometru, dzięki któremu można określić społeczne postrzeganie poziomu zintegrowania społeczeństwa imigracyjnego. Nastroje wokół integracji badane są przez pryzmat społecznego odbioru interakcji w różnych kluczowych sferach oddziaływań społecznych (w relacjach sąsiedzkich i międzyludzkich, na rynku pracy czy w systemie szkolnictwa). W tych wszystkich dziedzinach współżycia społecznego integracja przebiega jako (długo)trwały proces. W przypadku uchodźców, którzy dopiero niedawno przybyli do Niemiec, ten proces jest oczywiście dopiero w zalążku. Pierwsza faza imigracji zdominowana jest bowiem przez działania związane ze zorganizowaniem przyjęcia uchodźcom i zabezpieczenia im podstaw egzystencji. W ramach Barometru Integracji 2016 można mówić zatem tylko o ogólnym poziomie zintegrowania społeczeństwa Niemiec jako kraju imigracyjnego. Niemniej jednak Barometr Integracji 2016 dostarczył danych na podstawie których SVR opublikowała pierwsze szacunki dotyczące aktualnych migracji uchodźców. Wyniki Barometru Integracji 2016 co do ogólnego postrzegania integracji przez społeczeństwo współczesnych Niemiec okazały się jednoznaczne: większość respondentów - niezależnie od miejsca zamieszkania i indywidualnego statusu pochodzenia (z pochodzeniem migracyjnym czy bez takiego pochodzenia) - deklaruje przyjazny odbiór migracji uchodźców. Obecna, czwarta edycja Barometru Integracji potwierdza zatem zasadność wniosków z poprzednich badań, że wielopoziomowy proces integracyjny ma w Niemczech stabilne podstawy społeczne.



**(1) Klimat wokół integracji jest w Niemczech nadal przyjazny; wszyscy respondenci oceniają stan integracji ponownie na „czwórkę”.** Różnice w odbiorze nastrojów wokół integracji odczuwalne są w zależności od grup pochodzenia, co z kolei w dużym stopniu wynika z socjodemograficznego zróżnicowania tych grup.

**(2) Kontakty społeczne oraz indywidualne doświadczenia dyskryminacji najsilniej korelują z postrzeganiem współżycia w społeczeństwie.** Badania potwierdzają także wcześniej zaobserwowany związek: im silniejsze są kontakty między osobami z historią migracyjną a osobami bez takiego losu, tym lepiej takie osoby postrzegają integrację. Zależność ta widoczna jest zarówno u respondentów z pochodzeniem migracyjnym, jak i u tych bez pochodzenia migracyjnego. Międzykulturowe kontakty redukują przesady po obu stronach społeczeństwa imigracyjnego i sprzyjają optymistycznemu postrzeganiu współżycia w wielokulturowym społeczeństwie. Indywidualne doświadczenia dyskryminacji wpływają natomiast negatywnie na percepcję integracji; także ta zależność jest stosunkowo mocno odczuwalna, niezależnie od grupy pochodzenia, i koreluje z percepcją integracji silniej niż na przykład poziom wykształcenia respondentów.

**(3) Sfera kontaktów międzyludzkich po raz kolejny, także w Barometrze Integracji 2016, została oceniona najbardziej pozytywnie spośród wszystkich trzech badanych obszarów współżycia społecznego.** Najbardziej pesymistycznie respondenci oceniają natomiast dziedzinę edukacji; koreluje to najsilniej z generalnie negatywnymi ocenami jakości nauczania w szkołach z dużym odsetkiem imigrantów. Odczuwalny jest też sceptyczny dystans respondentów, którzy raczej nie chcą, by ich własne dzieci uczęszczały do takich szkół.

**(4) Uczestnictwo w rynku pracy większość respondentów, niezależnie od pochodzenia, postrzega jako najważniejsze kryterium przynależności do społeczeństwa Niemiec.** Inkluzja społeczna jest natomiast, rzadziej niż można by przypuszczać, definiowana przez pryzmat kategorii tj. urodzenie w Niemczech, niemieccy przodkowie czy przynależność do chrześcijańskiej wspólnoty religijnej.

**(5) Ambiwalentne okazały się postawy wobec islamu.** Prawie nieodczuwalne były osobiste awersje w sensie odmowy instytucjonalnego równouprawnienia, manifestującego się na przykład przez dostępność do nauczania islamu jako przedmiotu w szkole. Społeczna większość akceptuje także ewentualne zwiększenie prezencji islamu w architekturze przestrzeni publicznej; większość



respondentów zgodziłoby się na budowę meczetu w sąsiedztwie. Silne różnice pomiędzy poszczególnymi grupami etnicznymi wystąpiły natomiast w odpowiedziach na abstrakcyjne pytanie, czy islam jest częścią Niemiec. Zwłaszcza respondenci bez pochodzenia migracyjnego są raczej niezdecydowani, podczas gdy niektóre grupy imigrantów (w szczególności respondenci pochodzący z Turcji) są o tym stanowczo przekonane.

**(6) Integracja postrzegana jako wspólne zadanie wszystkich.** Podobnie jak w Barometrze Integracji SVR na rok 2012, także aktualne badania potwierdzają, że większość respondentów traktuje integrację migrantów jako wspólne zadanie państwa, większości społecznej oraz samych imigrantów. Dostrzegalne są natomiast różnice w rozłożeniu akcentów co do stopnia tej odpowiedzialności. Gros odpowiedzialności wszystkie grupy widzą jednak zgodnie po stronie samych imigrantów; nie ma tu rozbieżności między opiniami imigrantów a większości społecznej.

## Informacja 1 Metodologia Barometru Integracji SVR

Aktualne badania (przeprowadzone od marca do sierpnia 2015 r.) odbyły się w formie wywiadów z udziałem 5.396 respondentów z terenu całych Niemiec. W grupie tej znalazło się 1.333 osób bez pochodzenia migracyjnego, 999 przesiedleńców bądź późnych przesiedleńców, 1.003 osób pochodzenia tureckiego, 1.037 imigrantów z jednego z krajów UE lub ich potomków oraz 1.024 osoby „z reszty świata”. Imigranci z krajów członkowskich UE stanowili w ostatnich latach najliczniejszą podgrupę cudzoziemców przebywających na stałe w Niemczech. Z tego względu w ramach badań przeprowadzono rozmowy z nieproporcjonalnie dużym odsetkiem imigrantów z innych krajów UE. Dla określenia reprezentatywności opinii w tej podgrupie wprowadzono rozróżnienie: grupa pochodzenia „EU ≤ 2000” złożona była z 532 respondentów (osoby, które do końca 2000 r. same wyemigrowały z innego kraju członkowskiego UE bądź potomkowie imigrantów kolejnej generacji). W grupie pochodzenia „EU > 2000” znalazło się 505 osób, które przybyły do Niemiec po 2001 r. Rozróżnienie na te podgrupy imigrantów wprowadzono po to, by je przełożyć na relację do ogólnej struktury społecznej. Dodatkowo, każda pojedyncza grupa etniczna, wyodrębniona na podstawie cech socjodemograficznych (m.in. poziom wykształcenia, wiek, płeć, status zatrudnienia), została przyrównana do ogólnego stosunku ludności, wyodrębnionej na podstawie szczegółowych parametrów i obliczeń, przeprowadzonych w Mikrocensusie. Dzięki temu udało się zebrać reprezentatywne opinie osób z pochodzeniem migracyjnym oraz bez takiego



pochodzenia. Wywiady przeprowadzono telefonicznie, przez telefon stacjonarny bądź komórkowy; W tym celu wykorzystano telefoniczną bazę danych Wspólnoty do Spraw Badań Demoskopowych Niemieckich Instytutów Badań Rynkowych i Społecznych (*Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.*). Łącznie 75,7 procent respondentów zrekrutowano przez telefon stacjonarny (43,5%) lub komórkowy (32,1%). Dalsze 12,7 procent przypada na respondentów zrekrutowanych metodą onomastyczną, tzn. wyboru numeru na podstawie nazwiska (tzn. przez telefon stacjonarny lub komórkowy), a pozostałe 11,6 procent na podstawie numerów telefonów, wybranych ze specjalnej bazy danych operatorów telefonii komórkowej, wyspecjalizowanych w marketingu etnicznym. W każdym z tych gospodarstw domowych przeprowadzono wywiad z osobą, która ukończyła co najmniej 15 rok życia, wybraną przypadkowo na podstawie procedury *last birthday*. Wywiady przeprowadziły osoby dwujęzyczne, posługujące się językiem niemieckim, angielskim, tureckim bądź rosyjskim. Kwestionariusze pytań zostały sporządzone w każdym z tych języków, po przeprowadzeniu kognitywnego pretestu, a - po ich odpowiedniej adaptacji - przetestowane w warunkach badań terenowych. Badania demoskopowe przeprowadziła spółka BIK Aschpurwis + Behrens GmbH. Szczegółowy raport metodologiczny wraz z dokumentacją poszczególnych kroków badawczych jest dostępny na stronie internetowej SVR.