

A large graphic of a stylized eye is centered on the page. The eye is composed of several concentric shapes: a white outer shape, a teal middle shape, and a black inner circle. The right side of the eye is overlaid with a teal globe grid pattern. The background is split vertically into yellow on the left and orange on the right.

E-MIGRACJA. POLSKA DIASPORA TECHNOLOGICZNA

RAPORT Z II EDYCJI BADANIA

AUTORZY

Bartosz Chruścielski

Joanna Michałowska

Rafał Raczyński

Sebastian Tyrakowski

REDAKCJA NAUKOWA

Rafał Raczyński

Grupa, której poświęcone jest badanie (i raport), stanowi [...] najbardziej atrakcyjny przedmiot zainteresowania ze strony polityków poszukujących nowego modelu współpracy z diasporą. Tekst, który otrzymujemy, to nie tylko ważny i ciekawy głos w tej dyskusji. To także przykład rzetelnego podejścia badawczego, które odwołuje się do nowoczesnych metod pozyskiwania danych i łączy podejście ilościowe z jakościowym, co wciąż nie jest normą w badaniach migracyjnych [...]. Przedstawiony zestaw analiz tworzy bardzo ciekawy obraz polskich specjalistów, którzy dokonali wyboru migracyjnego. Obraz [...] bardzo wielowymiarowy, odnoszący się do procesu decyzyjnego (o migracji i ewentualnym powrocie), sytuacji zawodowej, tożsamości, postrzegania innych czy kontaktów z krajem pochodzenia.

dr hab. Paweł Kaczmarczyk

Konstrukcja raportu oraz prezentacja danych pozwalają [...] na dość dogłębne poznanie badanej problematyki. Poruszane są bardzo różne wątki, które składają się na w zasadzie pełny obraz polskiej diaspory technologicznej. Można śmiało powiedzieć, że zgromadzony materiał – zarówno ten jakościowy, jak i ilościowy – jest wartościowy, ciekawy i może stanowić ważne źródło wiedzy dla badaczy migracji oraz innych osób zainteresowanych tą problematyką. Należy podkreślić, że ma on także potencjał praktyczny, część bowiem wyników (np. te dotyczące kwestii powrotów czy też współpracy e-migracji z krajem) może posłużyć do sformułowania zaleceń dla praktyki społecznej i politycznej, związanej choćby z realizacją polityki diasporycznej czy też szeroko rozumianej polityki migracyjnej.

dr hab. Michał Nowosielski

SPIS TREŚCI

1

WSTĘP

Rafał Raczyński, Sebastian Tyrakowski

1.1.	CELE BADANIA I METODOLOGIA	5
1.2.	PRÓBA BADAWCZA I TERMIN REALIZACJI	6
1.3.	OGRANICZENIA RAPORTU	7

2

	KLUCZOWE WYNIKI BADANIA	10
--	-------------------------------	----

3

SZCZEGÓŁOWE WYNIKI BADANIA

Bartosz Chruścielski, Joanna Michałowska, Rafał Raczyński

3.1.	CHARAKTERYSTYKA POLSKIEJ DIASPORY TECHNOLOGICZNEJ NA EMIGRACJI	15
3.1.1.	Aspekty społeczno-demograficzne	15
3.1.2.	Aspekty zawodowe	17
3.2.	DOŚWIADCZENIA MIGRACYJNE	21
3.2.1.	Życie na emigracji – charakter i czas pobytu	25
3.2.2.	Zadowolenie z życia na emigracji	28
3.3.	RELACJE SPOŁECZNE	30

	3.4. POWROTY DO POLSKI	33
	3.5. POCZUCIE WIĘZI Z KRAJEM	40
	3.5.1. Obszar tożsamościowy	40
	3.5.2. Współpraca z krajem	42
	3.6. OBRAZ MIGRANTÓW – STEREOTYPY MIGRACYJNE	46
4	BIBLIOGRAFIA	50
5	SPIS WYKRESÓW	51
6	REPORT SUMMARY	53
7	ANEKS 1: KWESTIONARIUSZ WYWIADU WYKORZYSTANY W BADANIU ILOŚCIOWYM	59
8	ANEKS 2: SCENARIUSZ INDYWIDUALNEGO WYWIADU POGŁĘBIONEGO	65
9	NOTY BIOGRAFICZNE	67



WSTĘP

1.1. CELE BADANIA I METODOLOGIA

Badanie, którego wyniki prezentowane są w niniejszym raporcie, stanowi kontynuację projektu zrealizowanego w latach 2018–2019 przez Muzeum Emigracji w Gdyni oraz Fundację PLUGin. Przeprowadzone wówczas badania dostarczyły wiedzy na temat ogólnej charakterystyki polskiej diaspory technologicznej w obszarach społeczno-demograficznych, zawodowych, sytuacji rodzinnej, doświadczeń migracyjnych, relacji społecznych i zawodowych na emigracji, poczucia tożsamości i więzi z krajem, współpracy z polskimi organizacjami i biznesem oraz perspektyw powrotu do Polski.

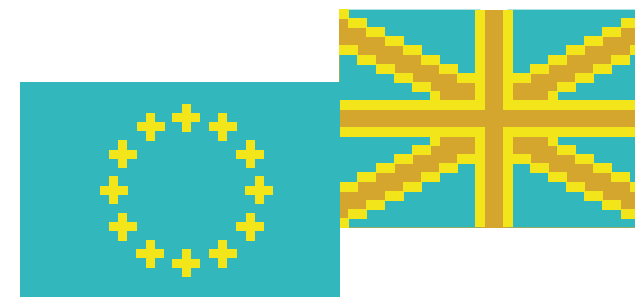
Projekt został podsumowany w publikacji *E-migracja. Polska diaspora technologiczna. Raport z badań*, pod redakcją Rafała Raczyńskiego [2019], którą można pobrać bezpłatnie na stronie <http://e-migracja.eu>. Duże zainteresowanie badaniem ze strony mediów i branży oraz samych respondentów skłoniło inicjatorów do jego kontynuacji.

Druga edycja miała na celu pogłębienie i poszerzenie wiedzy z pierwszej edycji. Dodano m.in. pytania odnoszące się do problematyki związanej ze stereotypami migracyjnymi oraz bieżącej sytuacji, np. na ile pandemia koronawirusa SARS-CoV-2 lub brexit wpłynęły na życie prywatne i zawodowe migrantów.

Badanie, podobnie jak wcześniejsze, zostało podzielone na dwa moduły: ilościowy oraz jakościowy. Jako metodę zbierania danych w badaniu ilościowym zastosowano wywiady kwestionariuszowe wspomagane komputerowo

(ang. *computer-assisted web interview*, CAWI), samodzielnie wypełniane przez respondentów. Analizy statystyczne dla rozkładów zmiennych przeprowadzono przy użyciu testu chi-kwadrat dla proporcji, natomiast porównanie średnich – za pomocą testu *t* dla grup niezależnych.

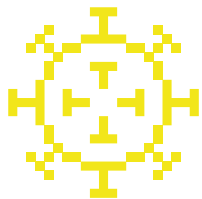
W badaniu jakościowym jako metodę zbierania danych wykorzystano indywidualne wywiady pogłębione (ang. *in-depth interview*, IDI). Należą one do podstawowych narzędzi używanych w jakościowych badaniach marketingowych i społecznych. Prowadzone są w swobodnej atmosferze z jedną osobą. Celem jest dotarcie do precyzyjnych informacji i poszerzenie wiedzy związanej bezpośrednio z tematem badania. Wywiady tego typu pozwalają na zebranie indywidualnych i szczerych opinii oraz spostrzeżeń osoby badanej.



Indywidualne wywiady pogłębione są przeprowadzane indywidualnie w domu lub w miejscu pracy

AUTORZY

Rafał Raczyński
Sebastian Tyrakowski



respondenta przez specjalnie przeszkolonego moderatora. Z uwagi na obostrzenia związane z pandemią wywołaną przez koronawirusa SARS-CoV-2 także badanie jakościowe zostało zrealizowane w formie zdalnej

(online). Przebieg rozmowy jest zazwyczaj rejestrowany (dyktafon, notatnik). Istotną rolę moderatora, który umiejętnie kierując rozmową, potrafi wydobyć bardzo szczegółowe informacje i szczere opinie. Moderator posługuje się wcześniej przygotowanym scenariuszem, ale nie musi sztywno się go trzymać. Każdorazowo sposób prowadzenia rozmowy dostosowuje do respondenta i rozwija wątki, które mogą mieć znaczenie dla badanego problemu.

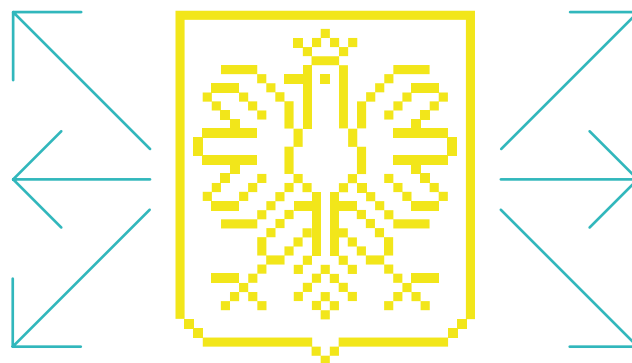
1.2. PRÓBA BADAWCZA I TERMIN REALIZACJI

Do udziału w badaniu zaproszeni zostali **polscy emigranci, osoby o polskich korzeniach oraz polscy transmigranci, ekspaci i współcześni nomadzi¹**, którzy pracują za granicą. Badanie skierowane było do wysoko wykwalifikowanych pracowników – członków polskiej diaspory zatrudnionych w nowoczesnych sektorach gospodarki, takich jak: informatyka, finanse, sztuka i rozrywka, consulting, marketing, media, fizyka i nauki ścisłe, biotechnologia i inżynieria medyczna, nieruchomości, turystyka, transport i logistyka, gry komputerowe i mobilne, bazy danych i big data (tzw. *warehousing*), start-upy (niezależnie od branży) itp. Podobnie jak w przypadku pierwszej edycji, punktem odniesienia przy określaniu kategorii pracowników wysoko wykwalifikowanych stanowiła dla nas definicja stosowana przez OECD, określająca ich jako tych, którzy ukończyli edukację na poziomie wyższym, oraz tych, którzy nie mają formalnych

1 Rozumiani jako osoby, które wędrują po świecie i żyją w wielu różnych miejscach, krążąc niekiedy pomiędzy Polską a innymi krajami. Zob. N. Hatałska (2017), *Wędrowcy. Raport o współczesnych nomadach*, Gdańsk: Hatałska.com.

kwalifikacji uzyskanych w ten sposób, ale są zatrudnieni w zawodzie zwykle wymagającym takich kwalifikacji [OECD, 2002: 13].

Tak jak w pierwszej edycji, chodziło nam o pozyskanie do badania osób zatrudnionych w sektorach nowoczesnych technologii i innowacji oraz branżach kreatywnych, a więc w tych dziedzinach gospodarki, w których kapitał ludzki – rozumiany jako wiedza, umiejętności i kompetencje – odgrywa zasadniczą rolę. W związku z tym do udziału w badaniach zaprosiliśmy zarówno osoby, które w pracy wykorzystują specjalistyczną wiedzę i umiejętności



technologiczne (np. programistów, UX designerów, inżynierów, naukowców), jak i osoby, które działają „w otoczeniu” środowiska technologicznego, wykonując prace zaradcze, doradcze czy kreatywne (właściciele start-upów, biznesmeni, project managerowie, lobbyści, influencerzy).

Wynika to z naszego przekonania – które podkreślaliśmy już we wstępie do raportu podsumowującego pierwszą edycję projektu – że nowoczesnych sektorów gospodarki nie należy utożsamiać tylko z tym, co Sheila Siar [2014] nazywa „wiedzą twardą” (tj. naukową, technologiczną lub też ekonomiczną), lecz także z „wiedzą miękką” (np. biznesową, handlową, menedżerską, a nawet kulturalną czy z zakresu umiejętności kreatywnych).

Ostateczną decyzję odnośnie do przynależności do grupy docelowej projektu – w przypadku badania ilościowego – pozostawiliśmy samym respondentom, zdając się na ich poczucie autoidentyfikacji z opisaną wyżej grupą. Analiza odpowiedzi udzielonych przez osoby, które zdecydowały się wypełnić ankietę, dokonana przez pryzmat wykształcenia oraz wykonywanego zawodu, potwierdza, że było to działanie właściwe².

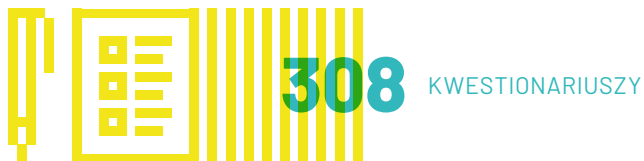
Uruchomieniu badania towarzyszyła intensywna promocja projektu. Jej główne składowe obejmowały:

- zaktualizowanie strony projektu wraz z linkiem do ankiety CAWI: <http://e-migracja.eu>,
 - zamieszczenie informacji prasowej na stronie Muzeum Emigracji w Gdyni: http://www.polska1.pl/pl/dzialania/aktualnosci/polscy_eksperc_i_z_branzy_tehnologicznych_badanie,
 - publikowanie postów w mediach społecznościowych informujących o kolejnym etapie badania (profil Muzeum Emigracji na Facebooku, LinkedIn, Twitterze, profil Fundacji PLUGin na Facebooku, LinkedIn, profil Innego Formatu na Facebooku, LinkedIn),
 - uruchomienie targetowanej kampanii na Facebooku i LinkedIn,
 - uruchomienie wysyłki newslettera, komunikatu prasowego i informacji prasowych do mediów oraz polskich instytucji i organizacji za granicą. Wśród odbiorców informacji o badaniu znaleźli się m.in.:
 - Gazeta Wyborcza
 - Forbes
 - Bussines Insider
 - Puls Biznesu
- 2 Rozszerzone informacje metodologiczne dotyczące zarówno badania, jak i grupy docelowej zawiera wstęp do raportu podsumowującego pierwszą edycję projektu: *E-migracja. Polska diaspora technologiczna. Raport z badań*, który można pobrać bezpłatnie na stronie <http://e-migracja.eu>.

- Prestiż
- Emerging Europe
- www.ican.pl/magazyn
- Brief.pl
- Rzeczpospolita
- Polish Weekly
- Polskie Radio
- Fundacja Fulbrighta
- Fundacja Kościuszkowska
- Instytuty Polskie
- Polska Agencja Inwestycji i Handlu
- Girls Carrots
- polskie placówki dyplomatyczne

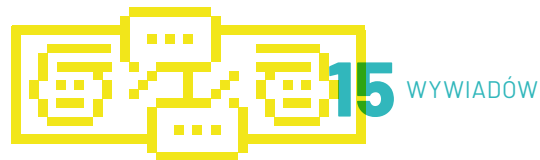
BADANIE ILOŚCIOWE

Badanie ilościowe zostało zrealizowane w formie ankiety udostępnionej online na stronie projektu: www.e-migracja.eu. W okresie od 15 października 2020 do 22 listopada 2020 wypełniło ją ponad 440 osób. Część kwestionariuszy była znacząco niekompletna (wywiady przerwano w początkowej części ankiety), stąd ostatecznie w zbiorze przeznaczonym do analiz pozostawiono 308 wywiadów.



Kwestionariusz wywiadu wykorzystany w badaniu ilościowym składał się z 27 pytań oraz metryczki. Został on nieco zmodyfikowany w stosunku do wersji z pierwszej edycji. Ankietę podzielono na dwie zasadnicze części. Pierwsza z nich powielała najistotniejsze z punktu widzenia celów projektu pytania z narzędzia wykorzystanego podczas realizacji poprzedniej edycji. Odnosiły się one do następujących obszarów badawczych: obszar eksploracyj-

no-opisowy, migracyjny, powroty do Polski i przyjazdy do kraju, obszar tożsamościowy oraz współpraca z krajem. Część druga natomiast poświęcona została problematyce stereotypów migracyjnych. Wybór tego tematu wynikał z faktu, że stereotypy migracyjne będą stanowiły główny



wątek programowy Muzeum Emigracji w 2022 r. W tej części zapytano respondentów zarówno o obraz Polaków – migrantów, jak i innych grup imigranckich.

Wzór kwestionariusza wywiadu wykorzystanego w badaniu ilościowym stanowi aneks 1.

BADANIE JAKOŚCIOWE

Wszystkie rozmowy w ramach badania jakościowego przeprowadzono przy użyciu elektronicznych komunikatorów (Skype, Zoom lub WhatsApp). Wywiady zrealizowano między 3 a 13 grudnia 2020. Wzięło w nich udział 15 osób pracujących na różnych stanowiskach związanych z innowacyjnymi technologiami i branżami kreatywnymi.

Scenariusz indywidualnego wywiadu pogłębionego, obok „rozgrzewki” wprowadzającej w tematykę projektu oraz informującej o zasadach realizacji badania, obejmował następujące obszary badawcze:

- historia emigracji;
- życie na emigracji, zadowolenie z życia, pandemia;
- sieciowanie i stereotypy;
- relacje z Polską, powroty.

Założono, że wywiady potrwać średnio około godziny, jednak w praktyce często trwały one dłużej.

Wzór scenariusza indywidualnego wywiadu pogłębionego wykorzystanego w badaniu jakościowym stanowi aneks 2.

Zespół projektowy tworzyli:

- Bartosz Chruścielski (Inny Format)
- Kinga Alina Langowska (Muzeum Emigracji w Gdyni)
- dr Tobiasz Mazan (Fundacja PLUGin Polish Innovation Diaspora)
- Joanna Michałowska (Inny Format)
- dr Rafał Raczyński (Muzeum Emigracji w Gdyni)
- Michał Sobczyk (Fundacja PLUGin Polish Innovation Diaspora)
- Sebastian Tyrakowski (Muzeum Emigracji w Gdyni)

Badania ilościowe i jakościowe zostały zrealizowane przy współpracy z firmą badawczą Inny Format sp. z o.o.

1.3. OGRANICZENIA RAPORTU

Podobnie jak w raporcie podsumowującym pierwszą edycję badania, chcielibyśmy zwrócić uwagę, że z przyjętej na użytek niniejszego projektu metodologii wynikają pewne ograniczenia, które należy uwzględnić przy analizowaniu wyników. W przypadku badań ilościowych dobór respondentów nie miał charakteru próby losowej, lecz selekcji celowej. W związku z tym badania te nie mają charakteru reprezentatywnego. Podobnie badania jakościowe z natury rzeczy dają ograniczone możliwości wnioskowania na temat całej badanej zbiorowości. Wyników projektu nie można zatem wprost ekstrapolować na całą populację wysoko wykwalifikowanych Polaków i osób o polskich korzeniach zatrudnionych za granicą w nowoczesnych sektorach gospodarki.

Jednocześnie wyników drugiej edycji projektu nie można wprost porównywać z wynikami pierwszej edycji.

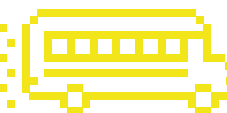
Analizując wyniki obu edycji, w szczególności należy być ostrożnym z formułowaniem autorytatywnych wniosków dotyczących zmian różnych zjawisk i postaw w czasie. Przeprowadzone w ramach projektu badania nie mają bowiem charakteru panelowego, tj. analizującego w czasie sytuację tych samych respondentów. W efekcie nie da się jednoznacznie stwierdzić, czy pojawiające się różnice w wynikach pomiędzy pierwszą a drugą edycją są odzwierciedleniem faktycznych zmian w postawach i zachowaniach, czy też są one raczej konsekwencją odmiennej struktury próby. W związku z tym pojawiające się w niektórych miejscach tego raportu odwołania do wyników pochodzących z raportu z 2019 r. mają służyć raczej zarysowaniu tła, niż stanowić podstawę do monitorowania trendów.

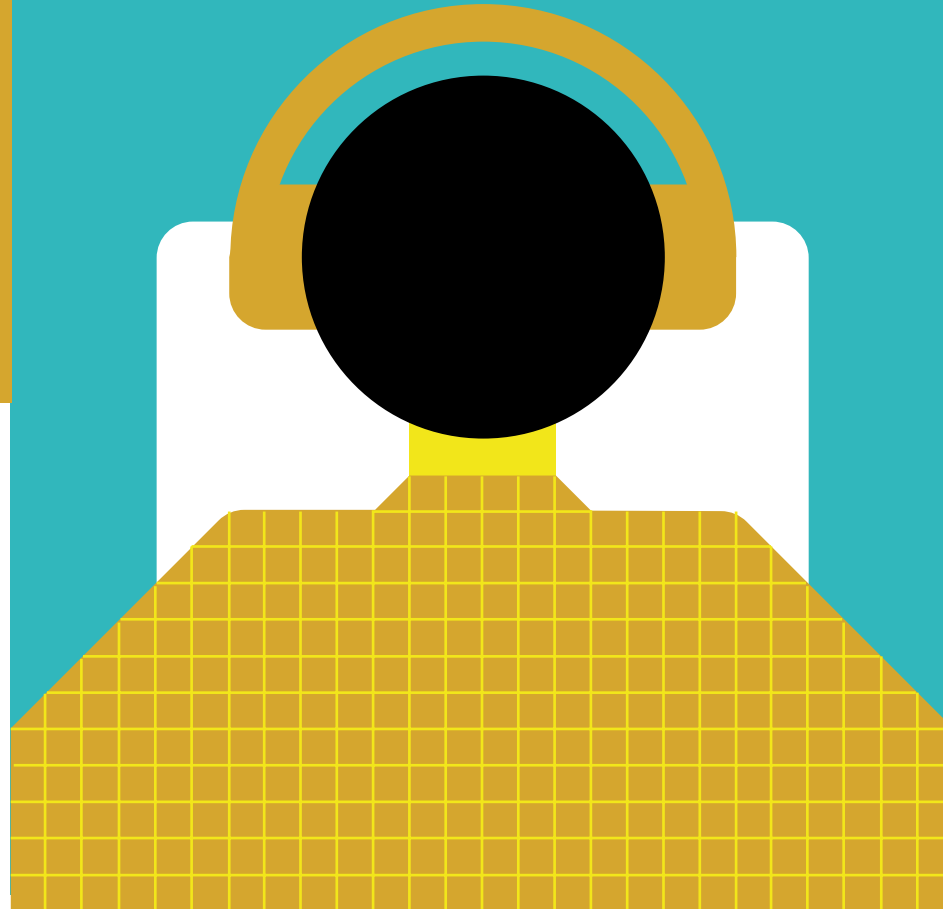
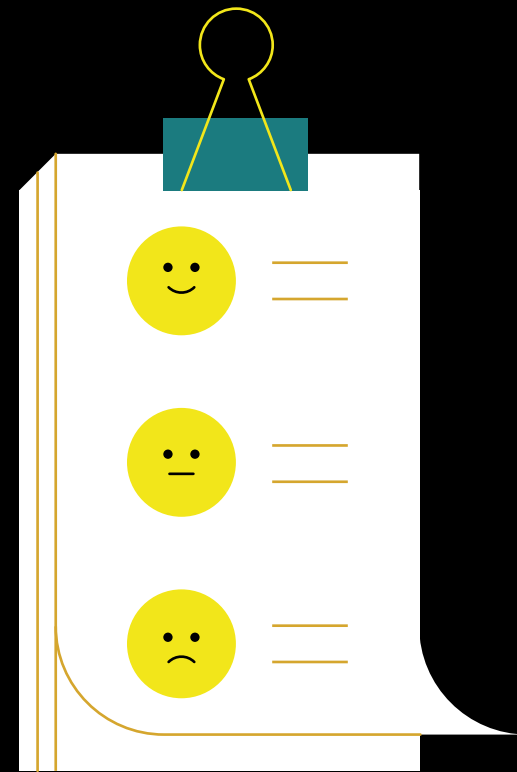
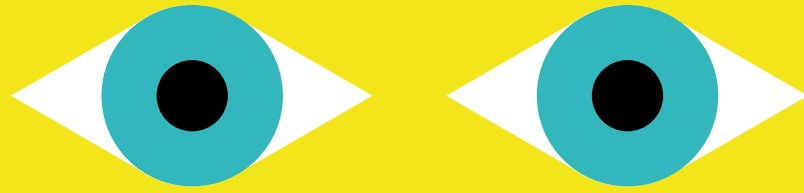
I EDYCJA ? II EDYCJA

Mając na uwadze powyższe ograniczenia, członkowie zespołu projektowego żywią przekonanie, że zaprezentowane w niniejszym raporcie wyniki badań w sposób właściwy wskazują na pewne trendy dotyczące tej grupy. Podsumowane w raporcie wyniki drugiej edycji są w dużej mierze zgodne z wynikami wcześniejszych badań.

Zespół badawczy, autorzy raportu oraz wydawca mają nadzieję, że niniejsza publikacja przyczyni się do lepszego zrozumienia uwarunkowań i mechanizmów współczesnych migracji Polaków oraz że będzie stanowiła przyczynek do prowadzenia dalszych, pogłębionych badań dotyczących migrantów wysoko wykwalifikowanych.

Wypowiedzi respondentów oznaczono w niniejszym raporcie kursywą.





TAK **MIE**

???

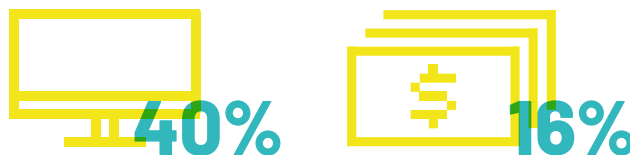


2

KLUCZOWE WYNIKI BADANIA

PROFIL EMIGRANTÓW

Badani przedstawiciele polskiej diaspory technologicznej to przeważnie osoby młode i w średnim wieku – zdecydowana większość ma mniej niż 50 lat. Są to także osoby bardzo dobrze wykształcone. Reprezentują najczęściej branżę informatyczną (40%) oraz finansową (16%). Najmłodszy tech-



nologiczni emigranci – osoby poniżej 30. roku życia – to głównie przedstawiciele branży informatycznej, start-upów, marketingu i biotechnologii.

Jeśli chodzi o zawód, najczęściej reprezentowane profesje to menedżer projektu, menedżer zespołu, programista lub analityk. Badanie pokazuje dość dużą mobilność zawodową, otwartość na nową wiedzę, doświadczenia i wyzwania. W czasie pandemii część emigrantów przebranżowiła się lub aktualnie się szkoli i zmienia zawód.

Najwięcej badanych przedstawicieli diaspory mieszka w Wielkiej Brytanii, Niemczech, Hiszpanii, a także w innych krajach Europy – Czechach, Holandii, Danii, Norwegii, Szwecji, Irlandii, Francji, Austrii oraz Szwajcarii. Spora grupa emigrantów technologicznych mieszka w krajach Ameryki Północnej i Azji.

DOŚWIADCZENIA MIGRACYJNE

HISTORIA EMIGRACJI

Główne powody wyjazdu za granicę są zbieżne z wynikami pierwszej edycji projektu. Podobnie jak wcześniej kluczowe motywy do opuszczenia Polski to ciekawość, chęć poznania świata, rozwój osobisty, a także lepsze perspektywy zawodowe i zarobkowe. Młodszy przedstawiciele diaspory technologicznej częściej wyjeżdżają w celach edukacyjnych. W tej grupie widoczny jest również w większym stopniu nacisk na rozwój osobisty (jako czynnik wyjazdu). Starsi natomiast częściej wskazują na brak perspektyw w Polsce czy też chęć połączenia rodziny, względy osobiste.

Badanie jakościowe, pogłębiające kwestie przyczyn emigracji, rzuca światło na ciekawy wątek związany z aspektem czysto zawodowym. Jak się okazuje, to wcale nie wysokie zarobki są dla badanych główną korzyścią pracy na

CIEKAWOŚĆ ŚWIATA WORK-LIFE BALANCE

emigracji. Najważniejsze są pozapłacowe elementy, takie jak kultura i etyka pracy, dobre relacje w zespole, mniejszy stres, efektywne i przyjazne zarządzanie firmą i zespołem, optymalny *work-life balance* czy też możliwość podejmowania nowych wyzwań.

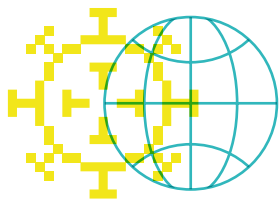
SATYSFAKCJA Z ŻYCIA NA EMIGRACJI

Badani bardzo dobrze oceniają swoje życie na emigracji – zarówno ogólnie, jak i w obszarach związanych z sytuacją zawodową, relacjami rodzinnymi czy zdrowiem. Obecna grupa respondentów nieco gorzej niż respondenci badania przeprowadzonego w 2018 oceniają takie aspekty jak:

- sytuacja zawodowa – spadek o 3 punkty procentowe w porównaniu z poprzednim badaniem,
- spędzanie czasu wolnego – spadek o 3 p.p.,
- życie towarzyskie – spadek o 4 p.p.,
- relacje z rodziną – wzrost o 4 p.p.

Choć różnice mieszczą się w zakresie błędu statystycznego, to mogą one sygnalizować pewien proces, który wyraźniej widoczny jest dzięki analizie danych jakościowych. Z dużą dozą prawdopodobieństwa można stwierdzić, że to przede wszystkim pandemia mogła wpłynąć na satysfakcję respondentów w tych obszarach. Badani przyznają, że obostrzenia związane z walką z pandemią wywołaną przez koronawirusa SARS-CoV-2 znacząco wpłynęły na ograniczenie możliwości spędzania wolnego czasu – w tym na budowanie i podtrzymywanie relacji zawodowych i towarzyskich.

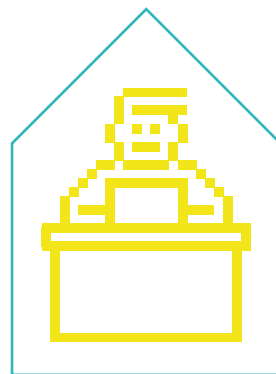
Uczestnicy badania zauważają, że sytuacja na rynku pracy w branżach wysokospecjalistycznych, innowacyjnych zmieniła się w związku z pandemią na gorsze.



Warto jednak odnotować, że sami respondenci nie obawiają się utraty pracy, a wręcz zmiany funkcjonowania w wymiarze zawodowym związane z pandemią oceniają pozytywnie.

Lockdown to dla nich czas rozwoju lub stabilizacji zawodowej. Chwalą sobie możliwość pracy zdalnej – oznaczającej większą elastyczność, większą ilość czasu spędzonego z rodziną, brak konieczności dojazdów do biura i mniejszy poziom stresu.

W rozmowach z przedstawicielami diaspory technologicznej – w kontekście satysfakcji z życia – widoczny



jest wątek satysfakcji z relacji w miejscu pracy. Reprezentanci branży informatycznej bardzo często obecną kulturę pracy i relacje zawodowe porównują do warunków pracy w Polsce. Podkreślają, że styl zarządzania firmami i zespołami był tam bardzo niesatysfakcjonujący. W pracy panowały zazwyczaj toksyczne relacje, a jej tryb odbijał się mocno na życiu prywatnym.

RELACJE SPOŁECZNE. SIECIOWANIE

Badani przedstawiciele diaspory technologicznej są bardzo otwarci na relacje z mieszkańcami kraju zamieszkania oraz imigrantami innych narodowości (podobnie jak w poprzedniej edycji projektu). Z drugiej strony rzadko utrzymują kontakty z innymi Polakami emigrantami czy przedstawicielami diaspory technologicznej.

Analiza wywiadów pogłębionych pokazuje, że mimo dużej otwartości badani żyją częściowo w pewnych

„bankach społecznych” – które zostały pogłębione przez lockdown. Emigranci technologiczni skupiają się przede wszystkim na podtrzymywaniu relacji prywatnych – z rodziną, przyjaciółmi, najbliższymi znajomymi. Najczęściej ten krąg społeczny nie przekracza kilku osób. Kontakty zawodowe – niezależnie od narodowości – są dość ograniczone i powierzchowne. Emigranci mieszkający np. w Niemczech, Hiszpanii czy Kanadzie zauważają, że ludzie z tych krajów niezbyt chętnie lub bardzo długo nawiązują głębsze relacje, które wychodziłyby poza poprawne kontakty zawodowe.

To, co charakteryzuje badane osoby z obecnej edycji projektu, to otwarcie na nawiązywanie kontaktów z innymi Polakami emigrantami poprzez media społecznościowe (np. grupy facebookowe). Widzą jednak pewne ograniczenia tych narzędzi, zwłaszcza hejt internetowy.

POCZUCIE WIĘZI Z KRAJEM. TOŻSAMOŚĆ PRZEDSTAWICIELI DIASPORY

Badani reprezentanci diaspory technologicznej deklarują dość silne poczucie więzi z polską kulturą. Niezależnie od wieku, płci czy stażu emigracji badani przeważnie silnie identyfikują się z językiem, literaturą i kuchnią. Silne jest też poczucie tożsamości polskiej (średnia 8,0 na 10-stopniowej skali), niemal równe z poczuciem tożsamości europejskiej (średnia 8,7). To także cecha charakterystyczna osób badanych biorących udział w tej edycji projektu.

Dla niektórych badanych tożsamość polska jest ważna, bo pozwala im na silną identyfikację. Pojedynczy respondenci podkreślali, że to w Polsce zdobyli wykształcenie i nabyte tam wartości umożliwiają im sprawne funkcjonowanie na emigracji.

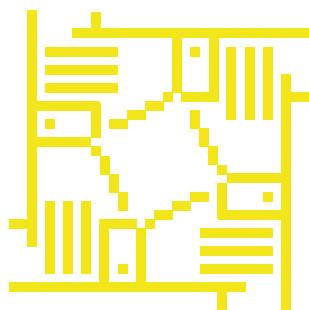
Pewnym przejawem owego silnego sentymentalnego stosunku do Polski jest otwartość części osób na udział w wydarzeniach organizowanych przez domy polskie czy ambasady. Warto przy tym zauważyć, że dotyczy to głów-

nie tych emigrantów, którzy mieszkają daleko od kraju (np. Argentyna, Singapur).

Jedyny aspekt, który w tej tożsamości wydaje się marginalizowany czy wręcz odrzucany, to związek z aktualną sytuacją społeczno-polityczną w kraju. Większość badanych się z nią nie identyfikuje, odrzuca ją. Stanowi ona także wyzwanie w kontaktach z obcokrajowcami w kontekście „tłumaczenia” zmian, jakie obecnie zachodzą w Polsce.

WSPÓŁPRACA Z POLSKĄ

Chęć współpracy z Polską deklarowana przez przedstawicieli polskiej diaspory technologicznej, którzy wzięli udział w najnowszym badaniu, jest mniejsza niż w przypadku deklaracji uczestników poprzedniej edycji. Emigranci z branż wysokospecjalistycznych są najbardziej zainteresowani budowaniem pozytywnego wizerunku Polski za granicą – co zresztą w większości z powodzeniem robią już teraz. Wyniki badania ilościowego pokazują, że jest otwartość na



współpracę z polskimi firmami, organizacjami trzeciego sektora czy uczelniami. Jednak pogłębione rozmowy na ten temat z respondentami uwydatniają pewien sceptycyzm, oparty na negatywnych doświadczeniach części badanych emigrantów.

Pojedynczy uczestnicy badania prowadzą w Polsce firmy, współpracują z polskimi przedsiębiorstwami lub myślą o współpracy biznesowej – np. w formie importu/eks-

portu produktów/usług. Niektórzy przedstawiciele diaspory są otwarci na współpracę z Polakami w formie mentoringu zawodowego, przekazywania wiedzy, know-how na temat tego, w jaki sposób rozwijać karierę zagraniczną, wśród polskich studentów i pracowników myślących o emigracji.

POWROTY DO POLSKI

Obecnie zdecydowanie mniej przedstawicieli diaspory technologicznej myśli o powrocie do kraju, niż miało to miejsce w przypadku grupy z 2018 r. (36% vs 49% w 2018 r.). Kluczowe obszary, które demotywią badanych do powrotu, to przede wszystkim:

- sytuacja polityczna w kraju – wymieniana częściej niż w 2018 r.,
- sytuacja ekonomiczna w kraju – wskazywana znacznie częściej niż w 2018 r.,
- jakość życia.

Dodatkowo niechęć do powrotu pogłębia ustabilizowana sytuacja rodzinna (założenie rodziny, wychowywanie dzieci, kupno mieszkania) oraz zawodowa (stabilna, dobrze płatna, satysfakcjonująca praca na etacie).

W kontekście jakości życia badani bardzo chwalą sobie głównie takie elementy jak:

- wysoka kultura pracy,
- kwestie ochrony środowiska i jakości powietrza,
- wysoka jakość służby zdrowia i systemu edukacji.

O tym, jak silny jest związek z jakością życia i pracy na emigracji, świadczą deklaracje części badanych na temat obecnych zarobków. Przyznają oni, że praca na podobnym

stanowisku w Polsce wiązałaby się z większymi zarobkami i często wyższym materialnym standardem życia niż obecnie, a mimo to nie decydują się na powrót do kraju.

UŁATWIENIA DLA EMIGRANTÓW

Instytucjonalne, systemowe ułatwienia i programy wspierające powroty z emigracji mają raczej niewielki wpływ na ewentualne plany osób badanych. Zdecydowana większość przedstawicieli diaspory (72%) nie słyszała o nich, a 28% respondentów uznało, że nie miałyby absolutnie żadnego wpływu; w sumie ponad połowa (59%) wskazała na wpływ minimalny lub jego brak.

Jeśli już badani mieliby rozważać powrót do kraju, rozwiązaniami, które brałoby pod uwagę, byłyby ewentualnie aspekty ekonomiczno-gospodarcze: ulgi podatkowe, udogodnienia dla osób prowadzących działalność gospodarczą oraz dostęp do rynku pracy dla członków rodzin. Część respondentów przyznaje, że trudno znaleźć w Polsce pracę dla partnerów, szczególnie obcokrajowców.

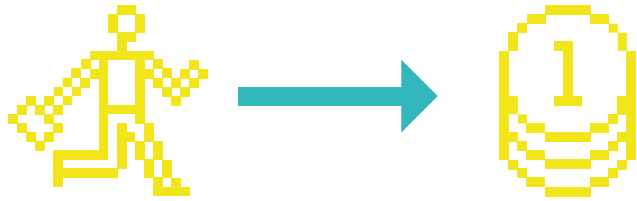
OBRAZ EMIGRANTÓW. STEREOTYPY



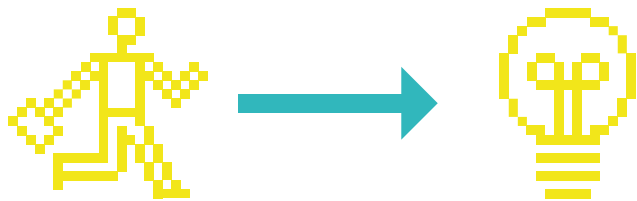
Obraz Polaka emigranta jest bardzo pozytywny – zarówno w subiektywnie postrzeżonej świadomości lokalnej społeczności, jak i wśród samych przedstawicieli diaspory technologicznej. W opinii badanych

Polacy pracujący i mieszkający za granicą są pracowici i sumienni, są dobrymi fachowcami, wręcz ekspertami w swojej dziedzinie, a także są zaradni i potrafią się odnaleźć w każdej sytuacji.

Warto podkreślić, że prezentowany w badaniu stereotyp jest pewnym amalgamatem cech – widzianych z perspektywy mieszkańców danego kraju, jak i własnych obserwacji oraz doświadczeń badanych emigrantów. Ci drudzy rozróżniają dwa główne stereotypy:



1. Emigranci zarobkowi – stereotyp ten przeważa wśród przedstawicieli społeczności, w której żyją badani. Emigranci ci pracują przede wszystkim w sektorach usługowych: jako budowlańcy (Norwegia, Islandia), osoby sprzątające (Norwegia, Hiszpania), pracownicy gastronomii (Niemcy, Wielka Brytania) czy kurierzy (Niemcy). Są postrzegani przez członków społeczności jako osoby zaradne, ciężko pracujące, często cwane (w pozytywnym sensie). Sami badani zauważają, że negatywnym rysem tego stereotypu jest to, że wśród jego przedstawicieli panuje duża rywalizacja („podkładanie sobie świni”), konsumpcjonizm oraz luźne podejście do poszanowania cudzej własności.



2. Emigranci „intelektualni” – to z nimi identyfikują się uczestnicy badania. Emigranci ci pracują w nowoczesnych sektorach gospodarki opartych na wiedzy: jako lekarze, architekci, inżynierowie, konsultanci, menedżerowie wysokiego szczebla, programiści. Są postrzegani przez współpracowników i członków społeczności jako osoby bardzo dobrze wykształcone, otwarte, ciekawe świata, zaradne, ambitne, mające wysokie kompetencje zawodowe i interpersonalne. Część badanych zauważa, że osoby te przeważnie nie są zbyt chętne do pomagania innym Polakom emigrantom.

STEREOTYP PRZEDSTAWICIELA POLSKIEJ DIASPORY TECHNOLOGICZNEJ

Reprezentant tego stereotypu to przeważnie mężczyzna, programista, bardzo dobrze wykształcony i mający duże doświadczenie w branży, zdobyte w Polsce lub za granicą. Jest cenionym specjalistą w swojej dziedzinie. Jest inteligentny, ambitny, przykładą bardzo dużą wagę do szczegółów oraz jakości i efektów swojej pracy. Jest bardzo rzetelny, pracowity, cały czas podnosi swoje kompetencje, uczy się. Jest raczej introwertykiem, rzadko buduje głębokie relacje.

Warto podkreślić, że struktura próby z badania ilościowego przeczy temu stereotypowi, choćby w kontekście płci – w obu edycjach badania (2018 i 2020) rozkład płci osób badanych jest niemal równomierny, mniej więcej połowę respondentów stanowią kobiety.

Ponadto programiści stanowią jedynie 19% próby z roku 2020, a ogólnie osoby pracujące w branży informatycznej – 40%.

Zatem stereotyp polskiego migranta z branży high-tech jest dość daleki od obiektywnego obrazu tej grupy. W tym kontekście decyzja o podjęciu oraz kontynuacji badania tego zagadnienia, a także o jak najszerszym upowszechnianiu jego wyników wydaje się tym bardziej uzasadniona. Może bowiem rzucić prawdziwe światło na istotny aspekt polskiej tożsamości, kultury i gospodarki – zarówno na arenie międzynarodowej, jak i w naszej ojczyźnie.



SZCZEGÓŁOWE WYNIKI BADANIA

AUTORZY

Bartosz Chruścielski

Joanna Michałowska

Rafał Raczyński

3.1. CHARAKTERYSTYKA POLSKIEJ DIASPORY TECHNOLOGICZNEJ NA EMIGRACJI

3.1.1. Aspekty społeczno-demograficzne

Rozkład płci osób badanych jest niemal równomierny – ankietę wypełniło nieznacznie więcej kobiet niż mężczyzn: 53% vs 47%. W wywiadach pogłębionych wzięło udział 7 kobiet i 8 mężczyzn.



Wykres 1. Struktura próby badawczej ze względu na płeć

Zdecydowana większość badanych to osoby młode – poniżej 40. roku życia. Co piąty respondent (20%) jest w wieku 20–29 lat, a co drugi (50%) – w wieku 30–39 lat. Niemal 1/3 (19%) to badani w średnim wieku (40–49 lat), a co dziesiąty ankietowany (11%) jest powyżej 50. roku życia.



Wykres 2. Struktura próby badawczej ze względu na wiek

W starszych grupach wiekowych znalazło się nieco więcej (o 9 p.p.) mężczyzn, a w młodszych – nieco więcej kobiet. Średni wiek badanych mężczyzn to 38,5 roku, a średni wiek kobiet – 36,4 roku.

W jakościowej części badania również reprezentowane były wszystkie grupy wiekowe:

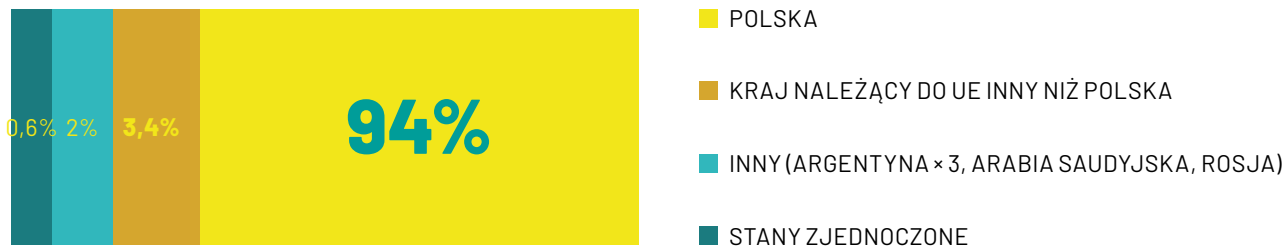
- 3 osoby w wieku 25–30 lat,
- 9 osób w wieku 31–40 lat,
- 3 osoby w wieku 41–55 lat.

Struktura próby badawczej w zakresie wykształcenia rozkłada się w następujący sposób: niemal 2/3 (62%) legitymuje się wykształceniem wyższym magisterskim (II stopnia), 19% – wyższym I stopnia (licencjackie lub inżynierskie), a 12% – wyższym III stopnia (tj. ze stopniem naukowym). Pozostałe 7% osób badanych deklaruje wykształcenie średnie. Warto podkreślić, że struktura ta jest niemal idealnie zgodna z rozkładem z poprzedniej edycji. Wśród polskiej diaspory technologicznej więcej mężczyzn niż kobiet legitymuje się wykształceniem średnim (9% mężczyzn vs 4% kobiet), natomiast więcej kobiet niż mężczyzn

deklaruje uzyskanie wykształcenia wyższego magisterskiego (65% kobiet vs 58% mężczyzn).

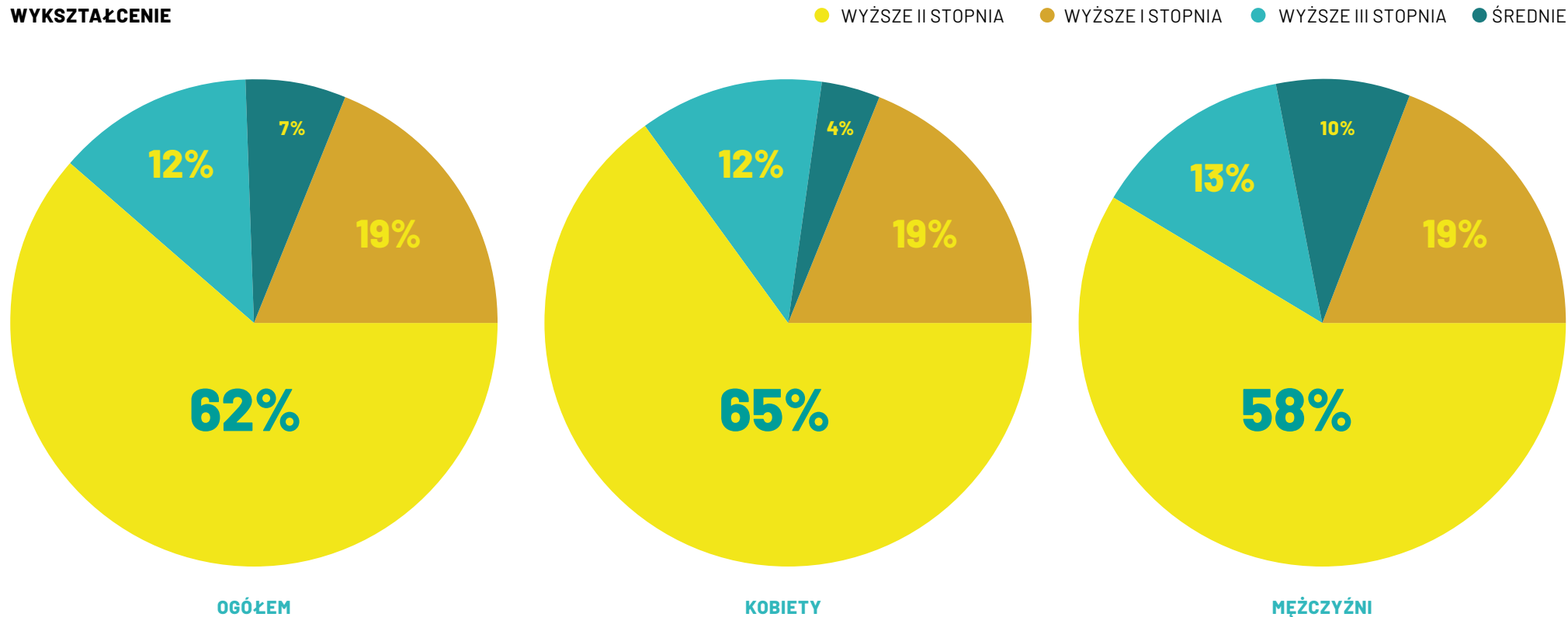
Ogromna większość, bo 94% osób badanych, zadeklarowała, że ich krajem urodzenia jest Polska. W kraju należącym do Unii Europejskiej innym niż Polska urodziło się 3,4% respondentów, w Stanach Zjednoczonych – 0,6%, a pozostałe 2% – gdzie indziej (znalazło się m.in. kilka osób urodzonych w Argentynie). W poprzedniej edycji badania osoby urodzone w Polsce również stanowiły zdecydowaną większość, bo 97% próby.

W JAKIM KRAJU SIĘ PAN(I) URODZIŁ(A)?



Wykres 4. Struktura próby badawczej ze względu na kraj pochodzenia

WYKSZTAŁCENIE



Wykres 3. Struktura próby badawczej ze względu na wykształcenie

3.1.2. Aspekty zawodowe

Największą grupę badanych (40%) stanowią przedstawiciele branży informatycznej, przy czym istotnie częściej są to mężczyźni (50%) niż kobiety (33%), natomiast przynależność do tej dziedziny biznesu wyraźnie maleje wraz z wiekiem, co prezentuje wykres 6.

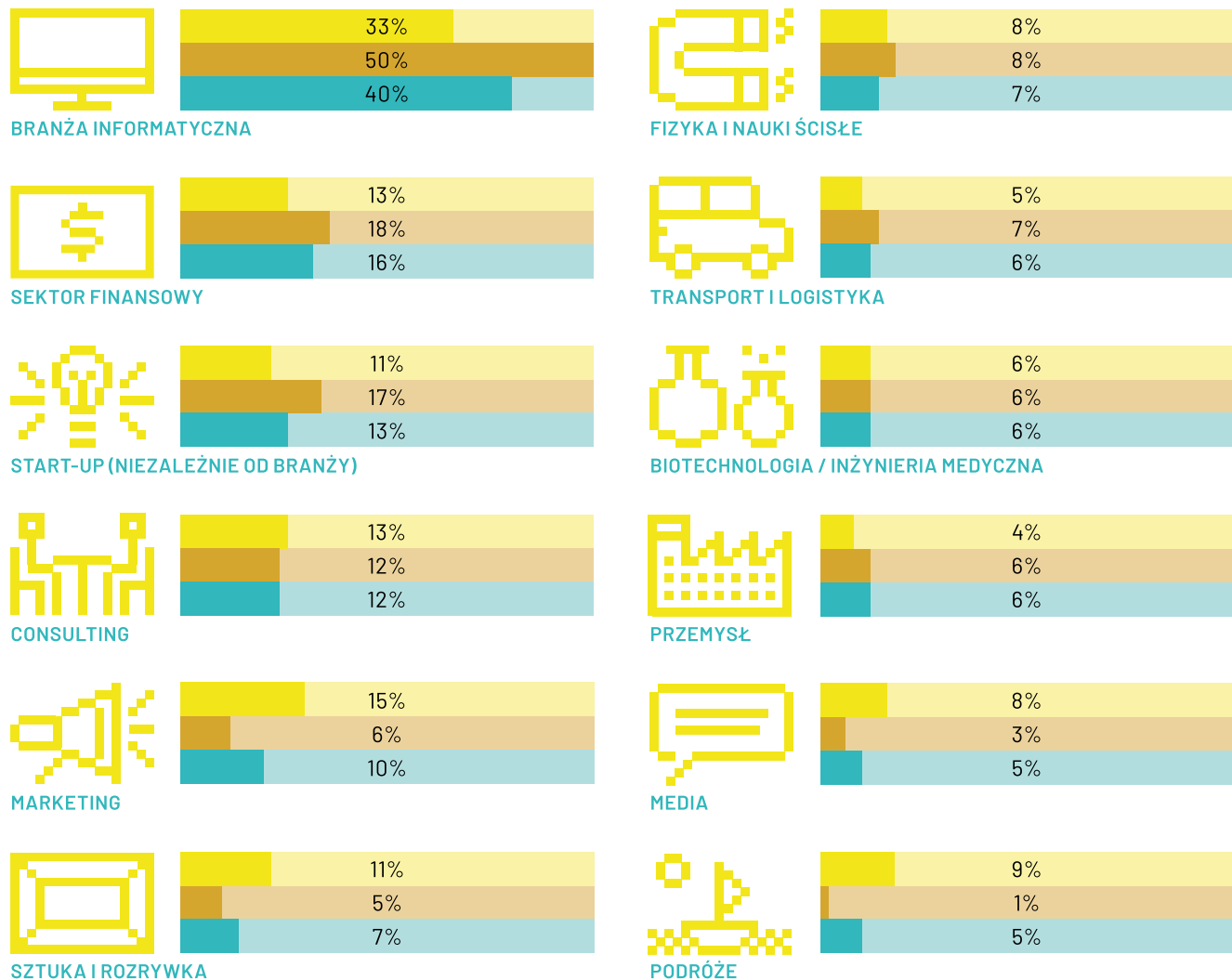
Na drugim miejscu pod względem częstości występowania uplasowali się przedstawiciele sektora finansowego – 16%. Natomiast 13% badanych deklaruje, że są związani ze start-upami – niezależnie od branży.

Z kolei 12% uczestników związanych jest zawodowo z consultingiem, a 10% – z marketingiem. Dane dotyczące pozostałych, rzadziej reprezentowanych branż przedstawione zostały na wykresie 5 oraz w tabeli 1.

Warto odnotować, że wybrane sektory biznesu mogą korelować z wiekiem – mogą na to wskazywać dane zaprezentowane na wykresie 6. Branże zdominowane przez najmłodszych przedstawicieli diaspory, którzy wzięli udział w badaniu, to przede wszystkim: informatyka, start-upy, marketing oraz biotechnologia. Z kolei zdobyte przez lata doświadczenie procentuje wyraźnie np. w consultingu.

BRANŻA / SEKTOR BIZNESU (MIN. 5% WSKAZAŃ)

■ KOBIETA ■ MĘŻCZYZNA ■ OGÓŁEM



Wykres 5. Struktura próby badawczej ze względu na branżę / sektor biznesu, z którymi współpracują badani - ogół vs płeć

Na pytanie o rodzaj czynności zawodowych wykonywanych przez badanych, czyli tzw. zawód wykonywany, największa grupa udzieliła odpowiedzi „inne” (30%), co może świadczyć o dużym zróżnicowaniu form aktywności zawodowej i specjalizacji polskiej diaspory technologicznej na emigracji.

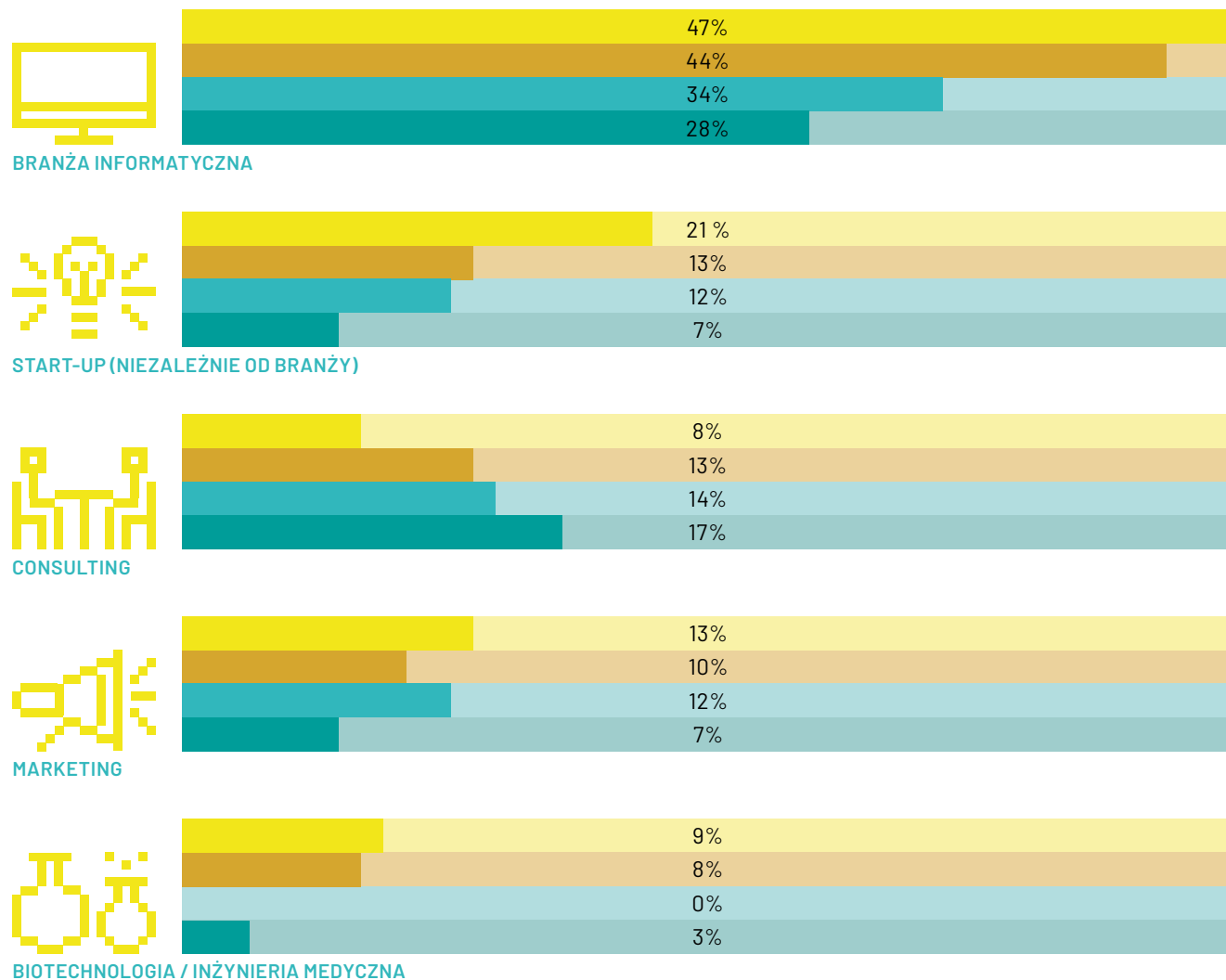
BRANŻA / SEKTOR BIZNESU, Z KTÓRYMI WSPÓŁPRACUJĄ BADANI

BRANŻA / SEKTOR BIZNESU	% WSKAZAŃ
GRY KOMPUTEROWE I MOBILNE	4%
BAZY DANYCH I BIG DATA (WAREHOUSING)	4%
RYNEK NIERUCHOMOŚCI	3%
EDUKACJA I SZKOLNICTWO	2%
MEDYCYNĄ	2%
INŻYNIERIA (RÓŻNE DZIEDZINY)	1%
HANDEL	1%
INNE, W TYM M.IN.: ARCHITEKTURA, BEZPIECZEŃSTWO, ENERGETYKA, HR, MOTORYZACJA, SEKTOR PUBLICZNY, TELEKOMUNIKACJA	12%

Tabela 1. Branża / sektor biznesu, z którymi współpracują badani – mniej niż 5% wskazań

BRANŻA / SEKTOR BIZNESU (WYBRANE)

■ 20-29 LAT ■ 30-39 LAT ■ 40-49 LAT ■ 50+ LAT



Wykres 6. Struktura próby badawczej ze względu na branżę / sektor biznesu, z którymi współpracują badani (wybrane) – rozkład w grupach wiekowych

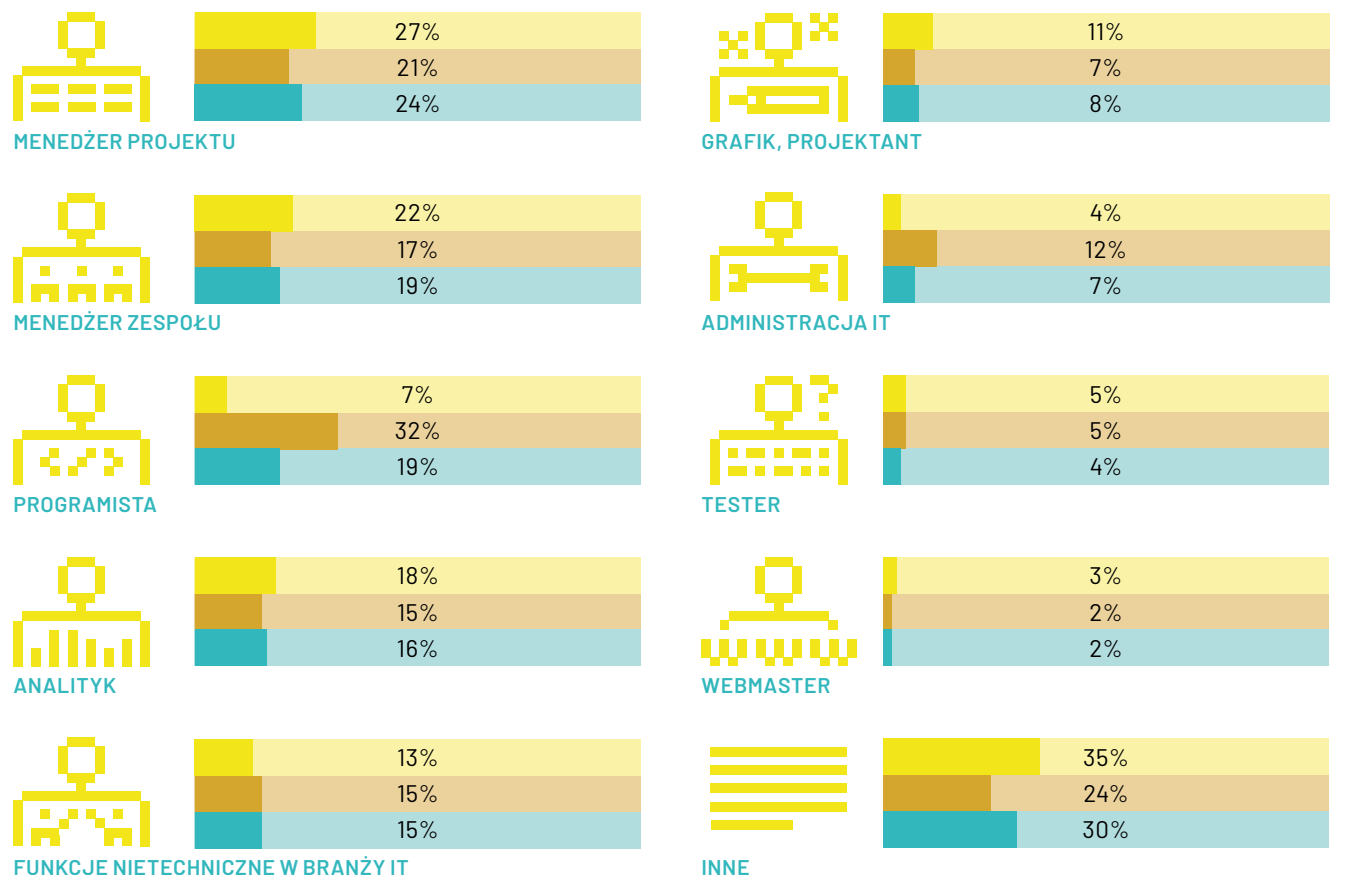
Najliczniej reprezentowane zawody to:

- **menedżer projektu** (24%, poprzednio 13%),
- **menedżer zespołu** (19%, poprzednio 13%),
- **programista** (19%, poprzednio 16,5%),
- **analityk** (16%, poprzednio 9%),
- **funkcje nietechniczne w branży IT** (15%, poprzednio 13%).

W niektórych zawodach zauważyć można wyraźne zróżnicowanie pod względem płci oraz wieku osób wybierających daną aktywność zawodową. I tak np.:

- menedżerami projektu czy też menedżerami zespołu są częściej kobiety niż mężczyźni (27% vs 21% oraz 22% vs 17%; patrz: wykres 7),
- wśród programistów oraz administratorów IT wyraźnie dominują mężczyźni (32% vs 7% oraz 12% vs 4%; patrz: wykres 7),
- programistami i analitykami są zdecydowanie częściej osoby najmłodsze (zwłaszcza w wieku 20–29 lat; patrz: wykres 8),
- wraz z wiekiem wzrasta udział osób badanych w takich zawodach jak: menedżer zespołu, funkcje nietechniczne w branży IT czy też administracja IT (porównaj: wykres 8).

ZAWÓD WYKONYWANY



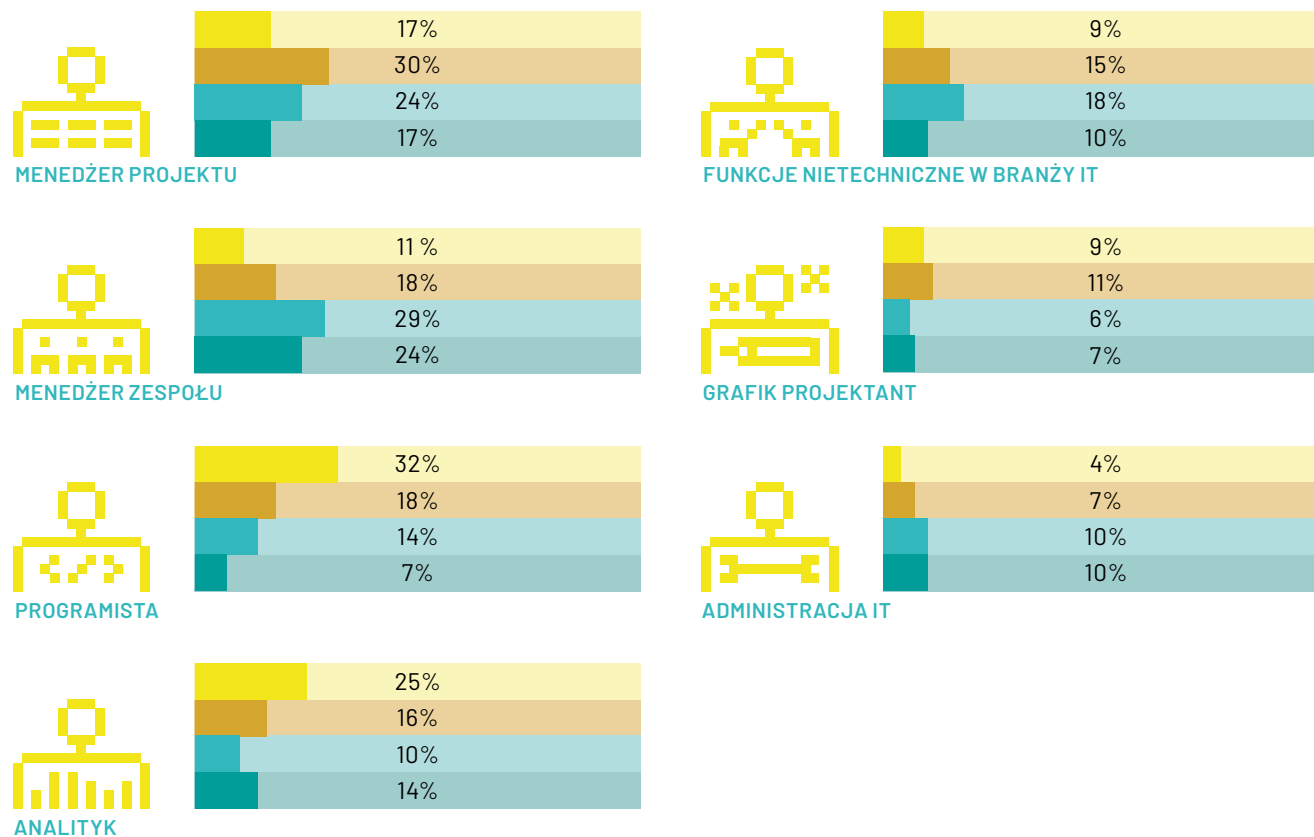
Wykres 7. Struktura próby badawczej ze względu na wykonywany zawód – ogół vs płeć

Pogłębienie kwestii zawodowych, zwłaszcza czynności zawodowych i stanowiska pracy, pokazuje, jak trudna do jednoznacznego zdefiniowania jest sytuacja zawodowa przedstawicieli diaspory technologicznej. Same czynności zawodowe oraz branże, w jakich pracują niektórzy z respondentów, wymagają pewnej „hybrydowości”, tj. łączenia umiejętności i doświadczenia kilku dziedzin, np. sprzedaży/marketingu, grafiki komputerowej i umiejętności programistycznych.

Analiza danych jakościowych wskazuje wyraźnie, jak sytuacja zawodowa emigrantów w innowacyjnych branżach jest płynna. Duża część badanych, niezależnie od wieku i płci, jest w trakcie zmiany branży i zdobywania nowych umiejętności lub niedawno się przebranżowiła.

ZAWÓD WYKONYWANY (WYBRANE)

■ 20-29 LAT ■ 30-39 LAT ■ 40-49 LAT ■ 50+ LAT



Wykres 8. Struktura próby badawczej ze względu na wykonywany zawód (wybrane) – rozkład w grupach wiekowych

CASE STUDIES

Archeolożka, która przeszła syndrom wypalenia zawodowego, pracuje w firmie geofizycznej jako geoinformatyk oraz studiuje geodezję i geofizykę na Berlińskim Uniwersytecie Technicznym.

Filolożka hiszpańska pracująca w firmie z branży reklamowej w Buenos Aires skończyła kurs user experience. Obecnie pracuje jako UX writerka w Online Travel Agency. O dużej otwartości na zmiany zawodowe u niej i w jej najbliższym otoczeniu może świadczyć także postawa jej męża Argentyńczyka, który z żołnierza piechoty morskiej przekwalifikował się na programistę zajmującego się wizualizacją danych.

Project manager w firmie zajmującej się facility managementem zrezygnował z pracy ze względu na niesatysfakcjonujące relacje międzyludzkie. Z powodu problemów ze zdrowiem i lockdownu znalazł czas na studia podyplomowe z metodyki Scrum, Agile i planuje rozpocząć pracę w sektorze związanym z IT.

Bioinformatyk z doktoratem z zakresu projektowania algorytmów do analizy sekwencyjnej DNA pracował jako post-doc przy projekcie naukowo-badawczym w Cambridge oraz we Francji. Obecnie, aby utrzymać stabilne zatrudnienie, pracuje jako programista machine-learning w Royal Bank of Canada.

Ja mieszkam w Londynie 7 lat, zajmuję się prowadzeniem sklepu e-commerce jednej z większych marek beauty w Stanach, ale biura ma w Londynie i Hongkongu, więc ja się zajmuję globalnym sklepem.

Kobieta, 27 lat, W. Brytania

[...] akurat opuściłem tę pracę ze względu na słabe relacje międzyludzkie, nawet nie dotyczyło to mnie, ale mnie to mierzilo. I to opuszczenie pracy to była najlepsza decyzja w moim życiu. [...] I przyszła pandemia. Zaczęłam się dużo uczyć, sporo czytać, a że po zwolnieniu przysługiwało mi zasiłek dla bezrobotnych, a że jestem po pięćdziesiątce, to przysługiwało mi skierowanie na studia i się teraz uczę od pół roku project managementu, Prince 2, Scrum, Agile. [...] Przez całe życie zajmowałem się nieruchomościami, a teraz stałem się entuzjastą Agile. Mój syn pracuje w IT, moja żona pracuje w IT i pomyślałem sobie, że też nie jestem na to za stary.

Mężczyzna, 51 lat, Niemcy

Pracuję od 3 lat w firmie SAP, niemieckiej firmie. [...] Od sierpnia robię również wewnętrzne praktyki. Zajmuję się sprzedażą rozwiązań customer experience. Praktykę robię w zespole niemieckim, który pracuje na Europie Środkowo-Wschodnią.

Mężczyzna, 32 lata, Hiszpania

Generalnie jest to firma zajmująca się bezpieczeństwem internetowym. Na początku stricte antywirus islandzki. Później firma została wciągnięta przez międzynarodową. I teraz robimy antyspam, antymalware, cały pakiet dla firm głównie.

Mężczyzna, 40 lat, Islandia

Pracuję w Telenor. To jest operator telekomunikacyjny, tutejszy, największy. I pracuję w IT. Zajmuję się systemami analizy danych. To jest dokładnie moja branża –

powiązane ze studiami. Chyba lepiej nie mogłam wybrać. I w tym miejscu, na stanowisku pracuję już od ponad 2 lat.

Kobieta, 35 lat, Norwegia

Pracuję w geofizyce jako freelancer, dużo jeździmy po całej Europie, zostałam przyjęta chyba, bo jestem kobietą i to jest ewenement – facet, który jest w wieku moich rodziców, stwierdza, że kobiety są nierówno traktowane, i on postanawia zatrudniać same kobiety. Szuka profesjonalistów, ale daje szansę kobietom.

Kobieta, 32 lata, Niemcy

Jestem projektantem gier komputerowych. Aktualnie zajmuję się projektowaniem aktywności gracza w otwartym świecie. Poprzednio pracowałem przy dość znanym projekcie Star Citizen, który jest uznawany za najdroższą grę w historii świata.

Mężczyzna, 35 lat, W. Brytania

3.2. DOŚWIADCZENIA MIGRACYJNE

Jak wspomniano wcześniej, zdecydowana większość osób badanych, bo 94%, urodziła się w Polsce. Osoby te poproszono o wskazanie powodów opuszczenia kraju. Na taką decyzję wpływa, jak się okazuje, wiele czynników. Najczęstszym motywem, zwłaszcza wśród kobiet (51% vs 36% u mężczyzn), jest po prostu ciekawość, **chęć poznawania świata** (43% wskazań ogółu badanych).

Nieznacznie rzadziej **motywem emigracji są lepsze perspektywy zawodowe (37%) oraz lepsze zarobki (30%)**. Aspekty czysto zawodowe istotnie częściej kierują mężczyznami niż kobietami (43% vs 35% oraz 40% vs 23%).

Obecna edycja badania, podobnie jak poprzednia, pokazuje dość wyraźnie, że przedstawiciele diaspory technologicznej mają taką konstrukcję psychiczną, która

niejako predestynuje ich do „wychodzenia ze strefy komfortu” – poszukiwań swojego miejsca, poszukiwania wyzwań, poznawania innych krajów i kultur.

W tym kontekście ważny wydaje się ich rozwój, zarówno osobisty, jak i zawodowy. Wątek ten jest szczególnie podkreślany przez respondentów. Dla dużej części reemigrantów kluczowe jest poszukiwanie „pracy idealnej”. Wiele osób jest na takim etapie kariery, że coraz ważniejszą wagę przykładają do pozapłacowych elementów środowiska pracy – dobrych relacji w zespole, firmie, lepszego *work-life balance* czy możliwości podejmowania nowych wyzwań, budowania wartości dodanej w miejscu pracy oraz ogólnie w branży. Element większego wynagrodzenia jest także częścią tego procesu, ale nie jest on najważniejszy. Warto podkreślić, że bardzo ważne dla części osób są kultura i etyka pracy oraz przyjazne relacje w miejscu pracy, w zespole. W niektórych przypadkach ma to ogromny wpływ na chęć reemigracji lub faktyczną dalszą emigrację.

Wylądowałem na post-docu w Cambridge. Tam byłem trochę ponad 3 lata. Niestety, ten projekt okazał się ogólną porażką z przyczyn niezwiązanych ze mną, poza tym atmosfera w Cambridge. [...] Kiedy otrzymaliśmy duży grant na to, który ja też pomogłem napisać, wtedy zauważyłem, że nawet przy tym grantie to i tak będę musiał jeszcze rok tam czekać, zanim oni to ogarną, więc stwierdziłem, że ja nie chcę już tam dłużej być, zwłaszcza że ja nie lubiłem tego miejsca, nie lubiłem atmosfery, która tam panowała, taki wyścig szczurów. I przeniostem się do Francji.

Mężczyzna, 37 lat, Kanada

Przeniostem się do Edynburga, bo jest tu trochę łatwiej znaleźć pracę dla emigranta. Nie mówię o sobie, tylko o mojej partnerce. Poza tym w Edynburgu jest taki hub producentów gier komputerowych i mieści się tu super gigant tworzący gry komputerowe – Rock Star

Games. Praca tam jest marzeniem każdego dewelopera. Zobaczymy, jak to będzie ze mną. [...] Manchester jest miastem typowo zakupowym. Sam w sobie nie jest taki ładny, zabytków nie ma tak dużo. W Edynburgu jest zupełnie inaczej, miasto jest tak piękne, że aż chce się wychodzić. Ma wszystko: góry, morze, rzeki, jest całe zielone, ścieżki spacerowe, rowerowe. Mnóstwo czasu spędzamy na zewnątrz, zwiedzając miasto, muzea, starówkę. Jest co robić.

Mężczyzna, 35 lat, W. Brytania

Dla wielu polskich emigrantów ważnym kontekstem wyjazdu jest również sytuacja rodzinna. W badaniu jakościowym widoczne są osoby, które idą za „głosem serca” – wchodzą w związek z partnerem/partnerką innej narodowości i w pewnej mierze spontanicznie decydują się dołączyć do niego/niej za granicą i tam ustabilizować swoją sytuację zawodową oraz rodzinną. Część badanych osób, będąc w związku, decyduje się na wyjazd do kraju, w którym partner/partnerka łatwiej będą mogli się zaadaptować – w wymiarze kulturowym (np. wspólnota języka, większa tolerancja) lub zawodowym (np. lepsze możliwości znalezienia pracy, lepsze możliwości rozwoju zawodowego).

Cały ten wyjazd był spontaniczny. Kiedy się poznaliśmy, to różnica w linii prostej była 3,5 tys. km. Nie było łatwo tego w głowie poukladać, ale serce mówiło swoje. Spodziewałam się, że tu się odnajdę i zostaną przyjęta ciepło. Była też druga opcja, że mój partner przyjedzie do Polski. Ale ja zawsze siebie widziałam w ciepłym kraju, więc dobrze się złożyło.

Kobieta, 39 lat, Portugalia

Były różne czynniki, które za tym przemawiały. Najważniejszy jest taki, że moja żona jest Argentynką. W Polsce mieszkaliśmy z żoną 3 lata. Miała problemy z odnalezieniem się w Polsce. Nie ze względów zawodowych,

a prywatnych. Innym czynnikiem było to, że ja chciałem zawsze spróbować swoich sił poza Polską. Poza tym różne komplikacje rodzinne o tym zdecydowały. No i wydawało mi się, że to będzie fajna przygoda i szansa na rozwój osobisty. [...] Wybraliśmy Hiszpanię ze względu na żonę, ze względu na znajomość języka i atrakcyjność kultury i kraju. Wydawało mi się, że kultura jest inna od polskiej pod względem otwartości ludzi, również krajobrazowo. Hiszpania ma do zaoferowania ciekawe miejscowości, ciekawe miejsca natury, bo to nie tylko plaża, ale też góry. Cała kultura gastronomiczna też jest bardzo ciekawa.

Mężczyzna, 32 lata, Hiszpania

Wyniki badania uwidaczniają różnicę w motywacji wyjazdów migracyjnych wśród młodszych i starszych członków diaspory. Powody wskazywane ogólnie najczęściej (tj. ciekawość świata, rozwój osobisty, lepsze zarobki i perspektywy zawodowe) zdecydowanie częściej wymieniali ludzie młodzi i w średnim wieku niż najstarsi, tj. 50+ (patrz: wykres 10). Podobną tendencję zauważamy w odniesieniu do kilku innych odpowiedzi, wskazywanych w skali całej próby badawczej nieco rzadziej, tj. chęć zdobycia doświadczenia (20% ogółu; tylko 4% i 13% w grupach najstarszych) czy chęć zdobycia formalnego wykształcenia (13%; tylko 6% i 0% wśród najstarszych).

Jak miałam rok, a moja siostra dwa lata, mój tata wyjechał do UK i pracował tam przez jakiś czas, żeby zarobić na budowę domu w Polsce. Od kiedy wrócił, bardzo chciał wyjechać, chciał nas zabrać za granicę. Chciał, żebyśmy zaznały życia za granicą. Uczylałam się intensywnie języka niemieckiego. Teraz wiem, że to było częściowo przez tatę, ale wtedy sobie nie zdawałam z tego sprawy. Uczylałam się bardzo chętnie niemieckiego, wyjeżdżałam na różne projekty.

Kobieta, 32 lata, Niemcy

Ja sobie wymyśliłam ten kierunek studiów, bo zawsze się interesowałam modą, to było coś, czego chciałam się nauczyć, a w Polsce do dnia dzisiejszego nie ma takiego kierunku, który by proponował wszystko, co oferują uczelnie zagraniczne.

Kobieta, 27 lat, W. Brytania

Z kolei starsi uczestnicy badania, a więc osoby w wieku 40+, częściej od młodszych podejmowali decyzję o wyjeździe z kraju z uwagi na brak perspektyw w Polsce, względy rodzinne oraz sytuację społeczną i polityczną w naszym kraju (patrz: wykres 10).

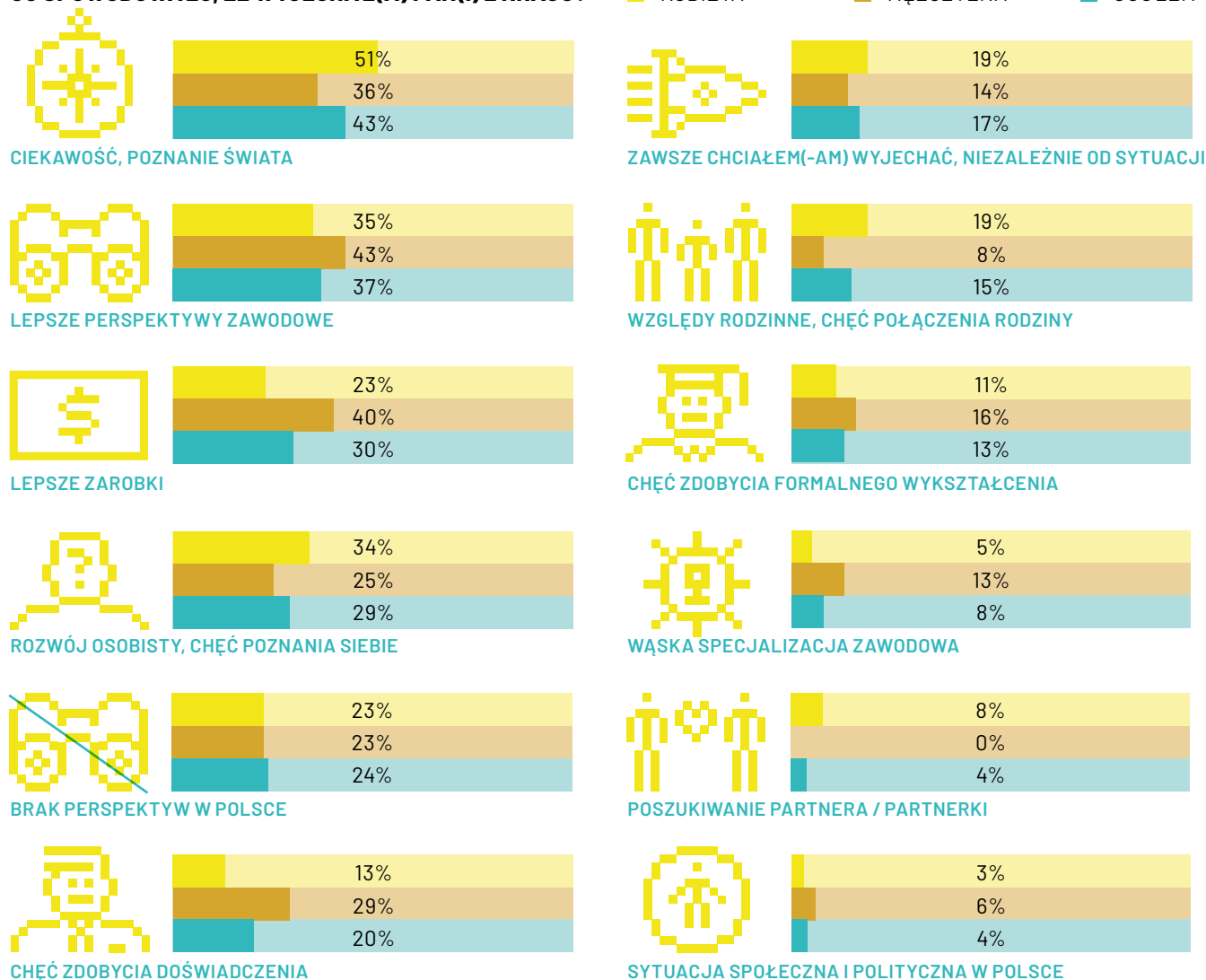
W porównaniu z poprzednią edycją badania nie zanotowano istotnych różnic w deklarowanych powodach wyjazdów migracyjnych – dwa lata wcześniej również najczęściej wskazywanym powodem była ciekawość i chęć poznawania świata, choć warto odnotować, że wskazywano ten powód znacznie częściej niż obecnie (w 2018 – 58%, w 2020 – 43%). Na drugim miejscu w obu edycjach i z podobnym wynikiem uplasowały się lepsze perspektywy zawodowe (36% vs 37%). Wcześniej na trzecim, a obecnie na czwartym miejscu pod względem częstości wskazań wystąpiła chęć poznania siebie, rozwój osobisty (35% vs 29%).

Trzy lata temu większa grupa respondentów jako motywację do wyjazdu migracyjnego z Polski podawała chęć zdobycia doświadczenia (34% wówczas vs 20% obecnie).

Pozostałe powody, jakimi kierowali się uczestnicy badania, decydując się na emigrację zarobkową, w obu edycjach wskazywane były z taką samą lub bardzo zbliżoną częstością, np. lepsze zarobki – 29% vs 30%, brak perspektyw w Polsce – 21% vs 24%.

Warto dodać, że pewna część badanych – niezależnie od wieku i płci – przyznaje, że decyzja o wyjeździe była w dużej mierze spontaniczna i wiązała się z dużą dozą niepewności czy braku pogłębionej wiedzy o miejscu docelowym. Niektórzy z nich wyjechali, nie mając zapewnionej pracy ani zakwaterowania na miejscu.

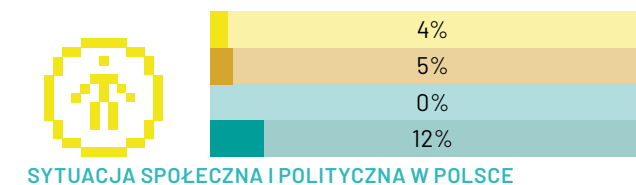
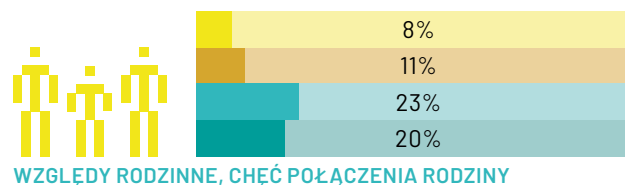
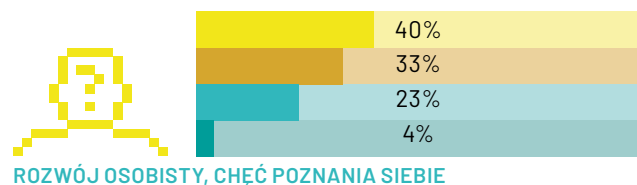
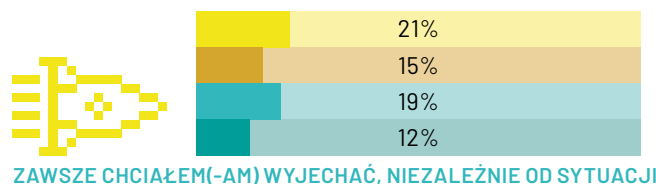
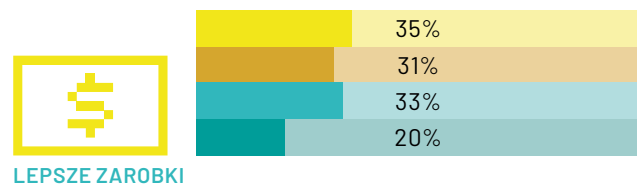
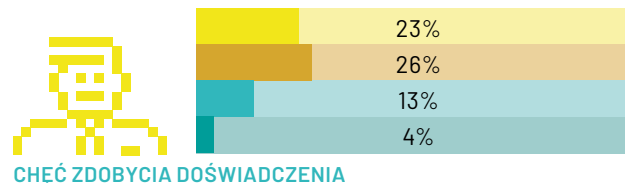
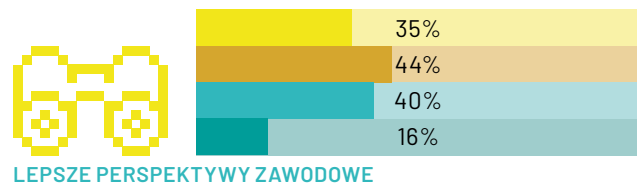
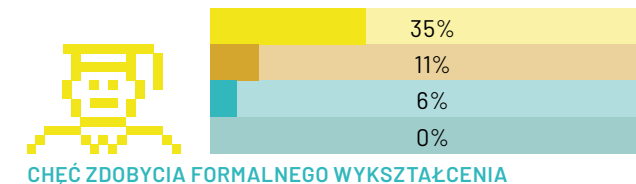
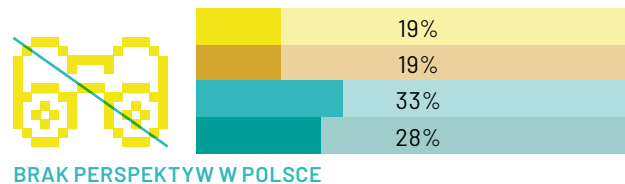
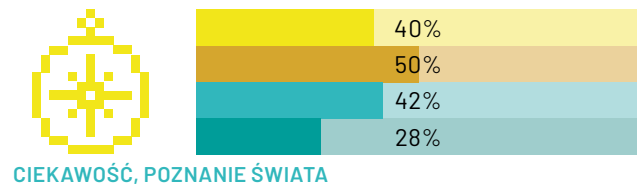
CO SPOWODOWAŁO, ŻE WYJECHAŁ(A) PAN(I) Z KRAJU?



Wykres 9. Motywy wyjazdu z Polski - ogółem vs płeć

CO SPOWODOWAŁO, ŻE WYJECHAŁ(A) PAN(I) Z KRAJU?

20-29 LAT 30-39 LAT 40-49 LAT 50+ LAT



Wykres 10. Motywy wyjazdu z Polski – rozkład w grupach wiekowych

I w pewnym momencie dostałam propozycję w Oslo, i jedna była idealna. I nie zastanawialiśmy się, stwierdziliśmy, że jedziemy. Co było szalonym pomysłem z mojego punktu widzenia. Ja zapłaciłam za to dość dużym stresem. Mimo że wiedziałam, że ja tę decyzję podejmuję. Jechałam do kraju męża.

Kobieta, 35 lat, Norwegia

Przyjechałam tutaj, bo nikogo nie znałam, to taka próba charakteru, nie znam nikogo, muszę sobie poradzić, potrzebuję takiego challenge'u życiowego.

Kobieta, 32 lata, Niemcy

3.2.1. Życie na emigracji – charakter i czas pobytu

Zdecydowana większość (72%) przedstawicieli polskiej diaspory technologicznej deklaruje, że przebywa na stałe w kraju, w którym mieszka. W grupie tej przeważają osoby powyżej 30. roku życia. Jedynie połowa spośród najmłodszej grupy wiekowej (20–29 lat) deklaruje, że osiedliła się na stałe w kraju emigracji.

Z kolei 22% badanych stanowiły osoby, dla których aktualny kraj zamieszkania to przystanek do kraju docelowego – dominują tu osoby najmłodsze (20–29 lat: 38%, 30–39 lat: 25%, znacznie rzadziej osoby w wieku 40+: 6–8%).

Pomiędzy kraj ojczysty i zagranicę dzieli swoje życie 6% ogółu respondentów (w tym nieco więcej, bo co dziesiąty ankietowany z najmłodszej grupy, częściej mężczyźni niż kobiety, tylko 4% osób 30+).

Badani przedstawiciele diaspory technologicznej przeważnie mieszkają na tyle długo w obecnej lokalizacji, że czują się związani z miejscem swojego pobytu. Pojedynczy respondenci deklarują słabszą relację lub jej brak, przy czym jest to zapewne związane ze znaczącymi różnicami kulturowymi, np. językiem, obyczajami, ustrojem.

Warto podkreślić, że spora część badanych deklaruje większe przywiązanie przede wszystkim do miejsca, w którym żyją i pracują (miasto, firma), niż ogólnie do kraju i jego kultury.

Nie wiedziałem, czego się spodziewać w Singapurze. Problem z podróżami służbowymi – nie zna się miejsca ani nie zna się ludzi. De facto zna się hotele, lotniska, taksówką się jeździ. [...] Na początku bardzo przyjemne jest wrażenie bezpieczeństwa. Coś, co zaskakuje w drugą stronę. Jak my jesteśmy z postkomunistycznego kraju. Tam totalitaryzm po cichu jest bardzo wysoko. Tam jest państwo policyjne – nie można nic zrobić. Jeśli się dłużej tam jest, czuć, że oni nie bardzo lubią ekspatów, którzy im pieniądze zostawiają. Nie rozumieją, na jakiej

zasadzie oni to robią. Zaczynają się jakieś nacjonalistyczne, głupie ruchy. Czuć, że nie jesteśmy za bardzo akceptowani przez tamto społeczeństwo. Są dwie mafie, które rządzą. Jedna jest hinduska, druga muzułmańska. Jak się nie należy do żadnej z nich, to bardzo trudno jest cokolwiek osiągnąć.

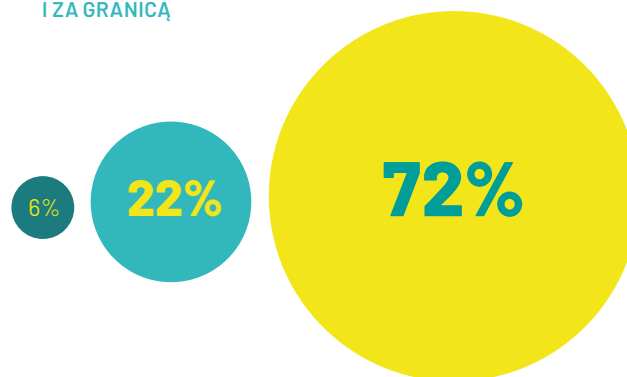
Mężczyzna, 53 lata, Singapur

Wcześniej nie znałam Berlina, pracowałam w Monachium w czasie przerwy studenckiej, ale wiedziałam, że to nie będzie to miasto. Teraz jestem związana z miastem, ale nie z krajem. Znajomi żartują, że Niemcy kończą się na granicy Berlina, tu jest dużo obcokrajowców, dużo Niemców ma korzenie innych narodowości. Ja po 6 latach nauczyłam się niemieckiego, czasem bywa tak, że nie używam polskiego, tylko angielski i niemiecki.

Kobieta, 32 lata, Niemcy

JAK OKREŚLIŁ(A)BY PAN(I) SWÓJ POBYT ZA GRANICĄ?

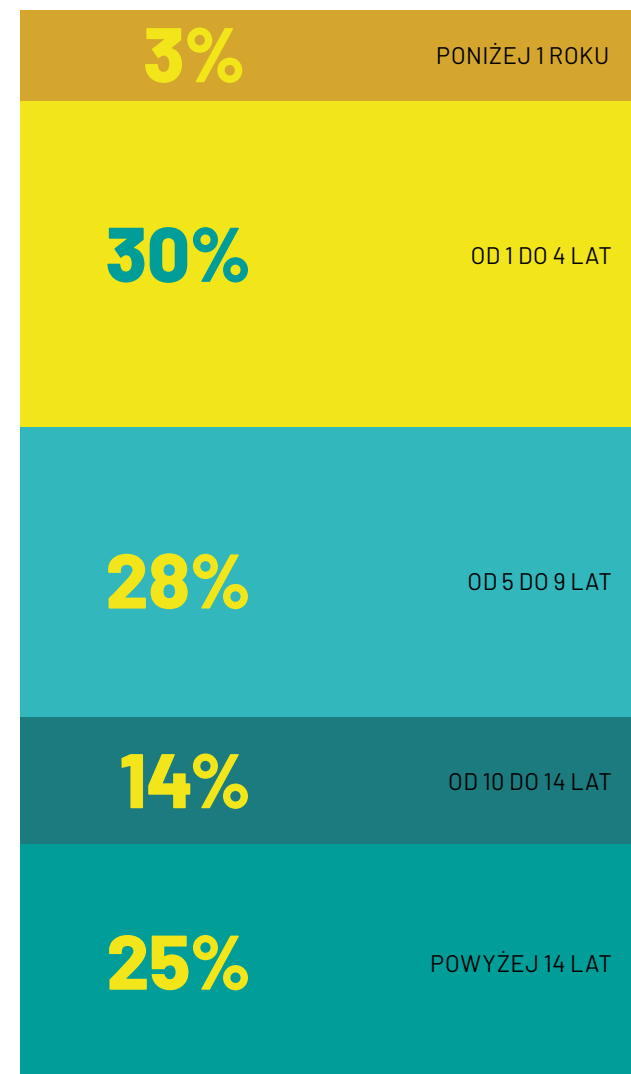
- POBYT NA STAŁE W KRAJU, W KTÓRYM MIESZKAM
- POBYT NA STAŁE, ALE OBECNY KRAJ ZAMIESZKANIA TO PRZYSTANEK DO KRAJU DOCELOWEGO
- REGULARNE POBYTY OKRESOWE, PÓŁ NA PÓŁ W KRAJU I ZA GRANICĄ



Wykres 11. Charakter pobytu za granicą

Ponad połowa badanych (61%) opuściła Polskę w ciągu minionych 9 lat. Osoby, które na emigracji przebywają dłużej niż 14 lat, stanowiły 25% respondentów.

JAK DŁUGO TRWA PANA(-NI) POBYT ZA GRANICĄ?



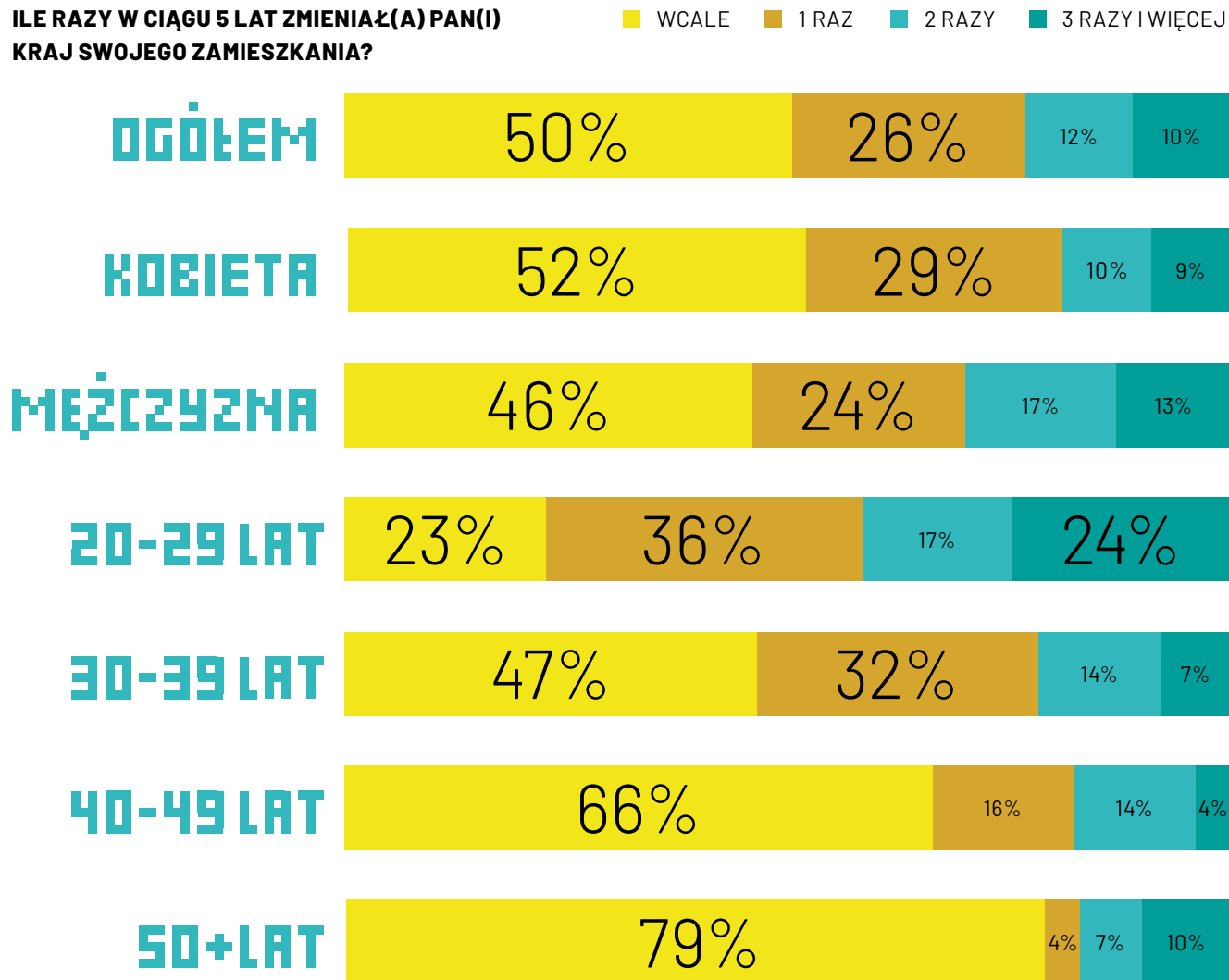
Wykres 12. Długość pobytu za granicą

Połowa badanych przynajmniej raz w ciągu ostatnich pięciu lat zmieniła kraj swojego zamieszkania – 26% tylko 1 raz, 12% – 2 razy, a 10% – 3 razy lub więcej. Osoby te (z pominięciem tych, które nie przeprowadzały się wcale) zmieniały miejsce zamieszkania średnio 1,9 raza. Wynik ten jest identyczny jak w badaniu zrealizowanym dwa lata wcześniej.

Bardziej mobilni są mężczyźni – częściej niż kobiety przeprowadzali się minimum 2 razy (średnio 2,1 vs 1,7).

Mobilność wyraźnie maleje wraz z wiekiem – jedynie 23% najmłodszych (20–29 lat) nie przeprowadzało się wcale, podczas gdy w starszych grupach wiekowych osoby niemobilne stanowiły odpowiednio 47%, 66% oraz aż 79% w grupie najstarszej (50+). Odsetek osób przeprowadzających się 3 i więcej razy jest zdecydowanie najwyższy w grupie najmłodszej (24% vs 4–10% w pozostałych grupach).

ILE RAZY W CIĄGU 5 LAT ZMIENIAŁ(A) PAN(I) KRAJ SWOJEGO ZAMIESZKANIA?

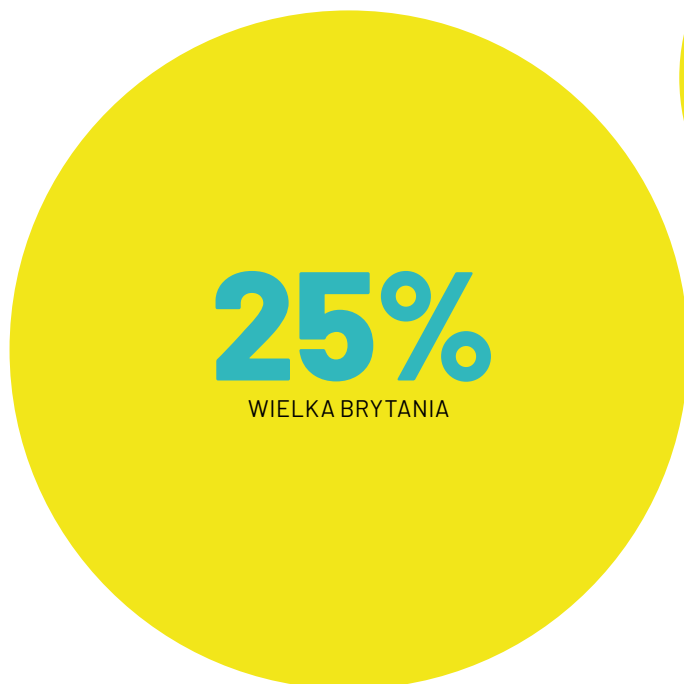


Wykres 13. Częstość zmian kraju zamieszkania w ciągu ostatnich 5 lat

W nowej próbie badawczej, podobnie zresztą jak dwa lata wcześniej, najwięcej było osób mieszkających w Wielkiej Brytanii – stanowiły one ¼ próby badawczej.

- Państwo to wybierają częściej mężczyźni niż kobiety (28% vs 21%) i zdecydowanie częściej osoby najmłodsze (niemal połowa przedstawicieli grupy 20–29 lat: aż 45%).
- Połowa z nich osiedliła się w Londynie – inne miasta wskazywano pojedynczo lub co najwyżej 2–3 razy (w tym Cambridge i Belfast).
- Drugim pod względem popularności kierunkiem emigracji są Niemcy (12%).
- 44% naszych rodaków w Niemczech osiedliło się w Berlinie, 19% – w Monachium.

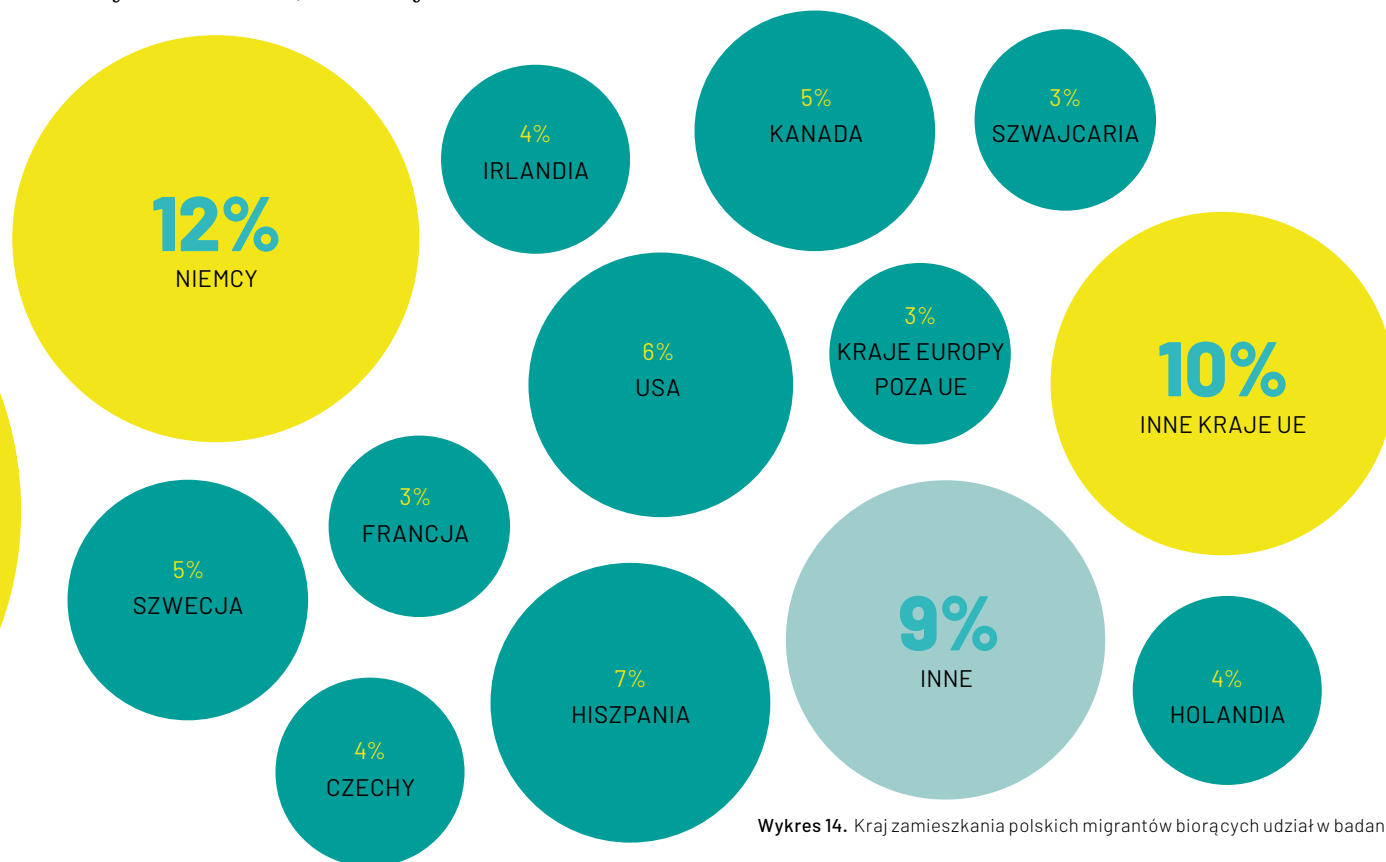
W JAKIM KRAJU OBECNIE PAN(I) ŻYJE – MIESZKA, PRACUJE?



- Na trzecim miejscu znalazła się Hiszpania, którą jako kraj docelowy wybrało 7% polskich migrantów.
- Niemal ⅓ badanych Polaków w Hiszpanii mieszka w Madrycie, co czwarty – w Barcelonie.
- Odsetek polskich migrantów, którzy osiedlili się w Stanach Zjednoczonych, wyniósł 6%.
- Polacy z USA, którzy wzięli udział w badaniu E-migracja, rozproszeni są po całym kraju – wskazano 15 różnych amerykańskich miast, m.in. Chicago i Nowy Jork.
- Po 5% osób mieszka w Kanadzie oraz Szwecji, po 4% – w Irlandii i Holandii, a po 3% – we Francji oraz Szwajcarii.
- Polska diaspora technologiczna w Kanadzie skupiona jest w Vancouver, a w Szwecji – w Sztokholmie.

- Inne miasta, w których skupiona jest polska diaspora technologiczna, to: Praga, Dublin, Amsterdam, Eindhoven, Paryż, Zurych, Wiedeń, Kopenhaga, Oslo, Singapur, Sydney.

W jakościowej, pogłębionej części badania również wzięły udział w większości osoby mieszkające w Europie (11 spośród 15 badanych): po 3 osoby z Wielkiej Brytanii oraz Niemiec, 2 osoby z Hiszpanii oraz po 1 osobie z Portugalii, Norwegii i Islandii. Pozostali respondenci (4 osoby) to mieszkańcy Argentyny, Australii, Kanady oraz Singapuru.



Wykres 14. Kraj zamieszkania polskich migrantów biorących udział w badaniu

3.2.2. Zadowolenie z życia na emigracji

Mimo zawirowań związanych z sytuacją pandemiczną lub zmianą pracy zdecydowana większość badanych jest zadowolona lub nawet bardzo zadowolona ze swojego życia – zarówno w wymiarze osobistym, rodzinnym, jak i zawodowym. Podobnie jak dwa lata wcześniej, wyraźnie dominują oceny pozytywne (bardzo zadowolony[-na] i raczej zadowolony[-na]).

W kontekście pracy część osób bardzo ceni sobie poczucie stabilności zawodowej, deklarując, że mają gwarancję stałej, stabilnej i dobrze płatnej pracy zgodnej z oczekiwaniami i planami życiowymi.

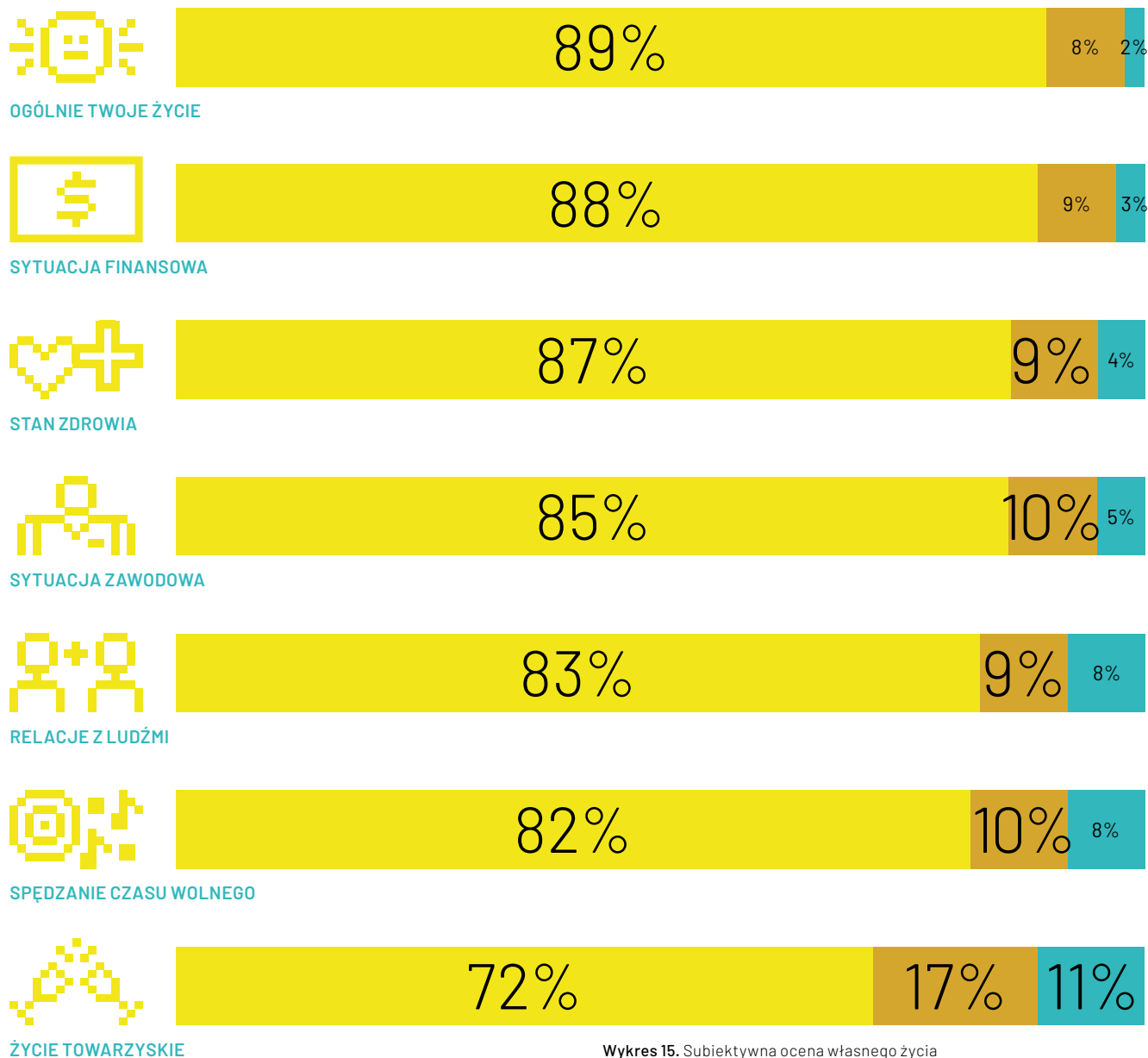
Bardzo lubię Norwegię. Nie jestem Norweżką, nie chcę nią być, nie chcę udawać. Ja mam inny temperament. Inne rzeczy mi się podobają, inne rzeczy lubię jeść. Natomiast czuję się tu bardzo dobrze. To, w jaki sposób się tu żyje, w jaki sposób podchodzi się do prawa stanowionego w kraju, w jaki sposób rząd prowadzi dialog z ludźmi... mi to bardzo odpowiada – tak jak ja bym chciała być traktowana jako obywatelka, jako osoba mieszkająca. I dobrze mi się tu żyje.

Kobieta, 35 lat, Norwegia

W tej edycji badania w rozmowach z przedstawicielami diaspyry technologicznej na pierwszy plan w obszarze poziomu satysfakcji z życia wychodzą relacje w miejscu pracy. Spora grupa osób bardzo chwali sobie kulturę pracy oraz bardzo dobre relacje w zespole. Szczególnie często respondenci zestawiają swoją obecną sytuację z pracą w Polsce – zwłaszcza w branży informatycznej. Podkreślają, że w krajowych firmach bardzo nie podobał im się styl zarządzania, przede wszystkim ludźmi. W zespołach panowały często toksyczne relacje, a „turbokapitalistyczny” model pracy korporacyjnej bardzo mocno odbijał się na życiu prywatnym (duża liczba nadgodzin, presja zadań, wysoki poziom stresu).

SUBIEKTYWNA OCENA RÓŻNYCH ASPEKTÓW ŻYCIA

■ BARDZO + RACZEJ ZADOWOLONY ■ ANI ZADOWOLONY, ANI NIEZADOWOLONY ■ BARDZO + RACZEJ NIEZADOWOLONY



Wykres 15. Subiektywna ocena własnego życia

Jest dużo możliwości z tego powodu, jest jeden sztyld, ale jest wiele różnych przedsięwzięć, widzę tu dla siebie dużo możliwości, więc jest to na pewno fajne, czuję poza tym bezpieczeństwo, z dziećmiakami firma jest opiekuńcza, ogólnie zero stresu, dostajemy nowe benefity, żeby nas odciążać w covidowych czasach.

Mężczyzna, 40 lat, Australia

Ludzie na Zachodzie się bardziej szanują. Jeśli mam szefa na wysokim stanowisku, to on rozmawia ze mną jak z osobą sobie równą. Nie traktuje mnie jak niewykwalifikowanego robotnika, który robi mu grę. W Polsce robiliśmy rzeczy dużo szybciej i one były bardzo wysokiej jakości, ale one były okupione stratami moralnymi. Ludzie się wypalali. W moim zespole 75% chodziło do psychoterapeuty. Taka gonitwa za pieniędzmi, porównywanie się. W Polsce moi szefowie lubili się obnosić z tym, jakie mają luksusowe samochody. Co roku kupowali sobie nowe. Tutaj pracujemy nad najdroższą grą na świecie, gdzie ludzie zarabiają ogromne pieniądze, a ludzie jeżdżą starymi furami. Nie mają potrzeby, żeby się pokazać. O pieniądzach się nie rozmawia. Ludzie są szczęśliwi z tego, co mają. To jest takie fajne uczucie, mogłem się pozbyć tej presji.

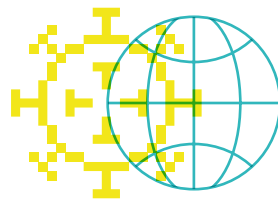
Mężczyzna, 35 lat, W. Brytania

Pandemia

Wyniki badania wskazują, że pandemia wywołana przez koronawirusa SARS-CoV-2 znacząco wpłynęła na życie respondentów – zarówno w wymiarze zawodowym, jak i towarzyskim. Należy jednak podkreślić, że większość badanych, przede wszystkim związanych z branżami technologicznymi czy IT, ocenia zmiany wywołane przez pandemię zdecydowanie pozytywnie. Te osoby zauważają, że okres ten był dla nich czasem rozwoju lub pewnej stabilizacji zawodowej. Większość chwali sobie pracę zdalną, która

pozwała na bardziej elastyczne podejście do wykonywanych obowiązków zawodowych, daje możliwość poświęcenia większej ilości czasu bliskim oraz zmniejsza poziom stresu. Dla części osób lockdown i ograniczenia w poruszaniu się oznaczają także oszczędność czasu – brak konieczności dojazdów do biura.

Z drugiej jednak strony część osób – nawet tych, które nie obawiają się o utratę pracy – zauważa, że sytuacja na rynku pracy w branżach wysokospecjalistycznych zmieniła się na gorsze. Pojedynczy respondenci przyznają, że obecnie nie mieliby możliwości swobodnej i szybkiej zmiany pracy. Jeden z badanych natomiast przyznaje, że spodziewa się zwolnienia w 2021 r.



W mojej pracy nie wydaje mi się, że coś tu się może złego stać. W branży IT możemy pracować z domu, opieramy się na technologii, nie ma problemu. Nie słyszeliśmy o żadnej redukcji etatów. Ja staram się brać udział w różnych projektach, nie tylko w moim dziale, ale też w innych. Te praktyki, które robię, myślę, że też pozwolą mi w razie problemów w dziale przenieść się do innego działu, nawet do innego kraju, jeśli byłaby taka potrzeba.

Mężczyzna, 32 lata, Hiszpania

Po pandemii szanse na pracę są mniejsze, ale nie uważałem tego jeszcze na własnej skórze. Wiem, że do końca roku na pewno mnie stąd nie zwolnią, bo takie było przyrzeczenie na początku pandemii ze strony banku, co znaczy, że będą zwolnienia w przyszłym roku.

Mężczyzna, 37 lat, Kanada

Podczas pandemii zmieniłam pracę. Ta cała historia z przebranzowaniem trwała od marca. U nas lockdown trwał od marca do listopada i był najdłuższy na świecie. Po drodze już ludzie zaczęli wychodzić i aż tak się nie przejmowali. Z początkiem marca zaczęliśmy pracować zdalnie. Kurs zaczęłam w lutym. W maju rzuciłam pracę w agencji reklamowej. Kontynuowałam kurs zdalnie. W październiku dostałam pracę w obecnej firmie. Do tej pory pracuję zdalnie. Pandemia mi w niczym nie przeszkodziła, podczas pandemii rozwinęłam skrzydła. Zaczęłam pracować w firmie, która mi się bardzo podoba, z ludźmi, którzy są fantastyczni i wiedzą ogrom rzeczy. Uczę się non stop.

Kobieta, 30 lat, Argentyna

[...] bardzo mi się podoba z punktu zawodowego to, że można pracować więcej zdalnie. Pokazało to wielu różnym firmom, że to może się wydarzyć, i jakby cieszę się z tego, że bardzo dużo czasu zaoszczędziłem na tym, że wstaję sobie z łóżka i idę pracować, a nie spędzam – w Londynie w szczególności – godziny na dojazdach.

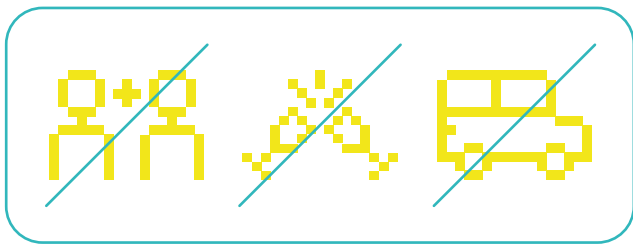
Mężczyzna, 28 lat, W. Brytania

W badaniu znalazły się także osoby, przeważnie kobiety, pracujące w wolnych zawodach. Przyznają one, że pandemia zmieniła ich życie zawodowe w sposób zdecydowanie negatywny. Borykają się ze znaczącym spadkiem zleceń i obawiają się, że ich sytuacja zawodowa i finansowa nie ulegnie poprawie w roku 2021.

Niestety w ostatnich miesiącach dużo się zmieniło w związku z pandemią. Wcześniej, przed pandemią, miałam cały czas pracę. Mogłam częściej latać do Polski. Było mi łatwiej pozyskiwać i nadzorować projekty, mieć fizyczny kontakt z klientem. Ja niestety mocno odczułam pandemię. Borykam się z trudnościami, jeśli chodzi o pozyskiwanie nowych projektów. Są dwie przyczyny.

Pierwsza to trudności moich potencjalnych klientów: niewiedza związana z tym, co będzie. Moja usługa nie jest usługą pierwszej potrzeby. Oni na pewno odkładają decyzje o projekcie na lepsze czasy. Drugi powód: nie ma mnie na miejscu. Wcześniej byłam i mówiłam, że mogę być częściej. Teraz nie mogę tego zagwarantować. Ile się nie mówi o pracy zdalnej, to jednak kontakt fizyczny jest ważny.

Kobieta, 39 lat, Portugalia



Wszyscy badani podkreślają, że pandemia miała zdecydowanie negatywny wpływ na życie towarzyskie i możliwość podróżowania – także do rodziny w Polsce. Ponadto pojedynczy respondenci zwracają uwagę na zwiększenie poziomu stresu w pracy oraz obserwują u siebie i wokół siebie niższy poziom zaufania społecznego spowodowany lękiem przed zarażeniem się wirusem.

Teraz pracuje mi się ciężko z powodu koronawirusa. Na nowym stanowisku byłam 3 dni: poznałam biurko, krzesło, kolegów i zostałam wysłana do domu. Problemem jest, że nie znam tych ludzi. Ta praca jest bardzo wymagająca. Mam dziennie 5–6 telekonferencji, do tego projekty, prezentacje. Pracowałam nawet 14 godzin dziennie, teraz już pracuję do 10 godzin maksymalnie. Ciężko mi się pracuje, bo to są nowe, skomplikowane dla mnie tematy. Nie miałam wprowadzenia, nie mam mentora. Muszę sama czytać, a czas goni.

Kobieta, 32 lata, Niemcy

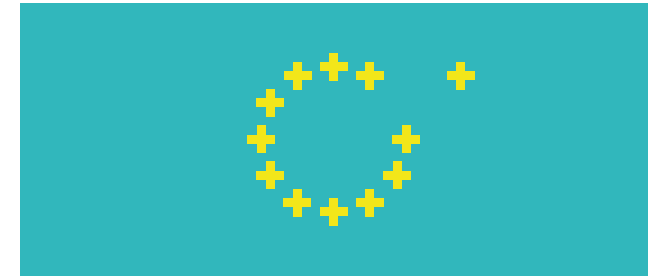
Brexit

Rozmowy z przedstawicielami diaspory technologicznej żyjącymi w Wielkiej Brytanii prowadzone były przed zakończeniem okresu przejściowego oraz przed zakończeniem negocjacji między brytyjskim rządem a Komisją Europejską. Jedynie 3 respondentów badania jakościowego mieszka obecnie na terenie Zjednoczonego Królestwa – 2 w Anglii i 1 w Szkocji. Wszystkie te osoby przyznają, że procesy związane z brexitem nie wpłynęły w znaczący sposób na ich życie, decyzje. Kwestie, które rozważali w kontekście wyjścia ze struktur Unii Europejskiej, to obywatelstwo (ewentualne koszty i konsekwencje w podróżowaniu, głównie do USA), stabilność zatrudnienia oraz ubezpieczenie zdrowotne.

Jeden z badanych deklaruje, że jeszcze podczas studiów, kiedy trwała „kampania brexitowa”, był adresatem agresywnego zachowania ze strony nastolatków.

Jedyne, co mogło to tak naprawdę zmienić, to jest to, że zastanowię się dwa razy, czy będzie mi się opłacało wyrabiać brytyjski paszport, bo to kosztuje chyba około 1500 funtów. Nie chodzi tylko o pieniądze, ale wiadomo, że jak Wielka Brytania była w Unii i była kwestia też bezwizowego ruchu do Stanów, to mógł to być jakiś argument, ale aktualnie to, szczerze, nie ma z tego korzyści na ten moment. Brexit w jakiś sposób mnie dotknął, w ten sposób, że podczas kampanii brexitowej, jak jeszcze byłam na studiach w Nottingham, zdarzyło się kilka takich incydentów, że w miejscach publicznych zdarzyło się, że ktoś usłyszał, że rozmawiam po polsku lub w innym języku niż angielski przez telefon, i zdarzyło się, że ludzie na mnie pluli, wyzywali mnie. Najbardziej było – teraz mogę powiedzieć „zabawne”, ale wtedy niekoniecznie – jak dzieci, przedział około 10–12 lat, zaczęły na mnie pluć i kopać mnie w autobusie, że zabieram ich pracę.

Mężczyzna, 28 lat, W. Brytania



3.3. RELACJE SPOŁECZNE

Przedstawiciele polskiej diaspory technologicznej są otwarci na socjalizację, kontakty i budowanie relacji społecznych z reprezentantami różnych grup narodowościowych. Z drugiej jednak strony częściowo przyznają, że żyją w pewnego rodzaju „bańkach społecznych”, które w dużej mierze wynikają z obostrzeń związanych z pandemią.

Ankietowana grupa najczęściej utrzymuje kontakty społeczne z rodowitymi mieszkańcami danego kraju oraz z innymi imigrantami, niezależnie od ich narodowości. Z Polakami na emigracji, w tym z innymi członkami polskiej diaspory technologicznej, regularne kontakty utrzymuje stosunkowo niewielka grupa badanych (16–21%), a niemal co trzeci respondent (31%) w ogóle nie kontaktuje się z innymi przedstawicielami grupy stanowiącej przedmiot zainteresowania niniejszego badania.

Zawodowe relacje utrzymuję najbardziej z Argentyńczykami i Wenezuelczykami (w Argentynie jest ich wielu) i w obecnej, i w poprzedniej pracy. Mam też kontakt z Brazylijczykami. Najbliższe relacje mam z kilkoma Argentyńczykami. Dwie najbliższe przyjaciółki to mieszkające tutaj dwie Polki. Poznałam je tutaj. To relacje strictly prywatne. One pracują w międzynarodowej korporacji. Poznałam je na grupie FB „Polacy w Buenos Aires”.

Kobieta, 30 lat, Argentyna

Zostaliśmy bardzo szybko zaakceptowani przez społeczność, w której mieszkaliśmy. Może przez to, że najmłodsza córka odbiega urodą od innych. Jest blondynką z niebieskimi oczami, uśmiechnięta. Więc wszyscy zwracali uwagę. Tam na tym Wet Market, gdzie chodziliśmy na jedzenie lokalne, tam bardzo fajnie. Wszyscy nas znali, a moja żona poznała się z handlarzami warzyw i przypraw. My trzymaliśmy się bardziej w kręgu międzynarodowo-polskim. Zaprzyjaźniliśmy się z Australijczykami. Ja mam rodzinę w Australii i oni są z tej samej części. Ja tam prawie wujkiem zostałem. Byłem zaadoptowany jako wujek dla ich najmłodszej córki. Ona piała, jak tam byłem. Hiszpanie i Polacy. Przez to, że dzieci chodziły do międzynarodowej szkoły, to kontakty filipińsko-koreańskie. Jakieś hinduskie chyba. A tak byliśmy w tym międzynarodowym świecie: Australia, Hiszpania, Polska, Korea, Indie.

Mężczyzna, 53 lata, Singapur



Odnotować należy, że postawy te bardzo różnicują starszych i młodszych respondentów:

- Osoby najmłodsze (20–29 lat) zdecydowanie najczęściej utrzymują relacje z imigrantami różnych narodowości, nieco rzadziej z rodowitymi mieszkańcami danego kraju, najrzadziej z Polakami.
- Z kolei w grupie najstarszej (wiek 50+) relacje z rodowitymi mieszkańcami deklaruje aż 76% badanych. Są oni też znacznie bardziej otwarci na relacje z Polakami pracującymi poza granicami naszego kraju, w tym na kontakty z członkami polskiej diaspory technologicznej. Grupa ta jest natomiast dużo bardziej sceptyczna wobec kontaktów z imigrantami z innych krajów.
- Wyniki omawianej edycji są zbliżone do tych uzyskanych dwa lata wcześniej.

Z KIM NAWIĄDUJE PAN(I) KONTAKTY I RELACJE?

■ PRZED W SZYSTKIM ■ SPORADYCZNIE ■ W OGÓLE



57%

38%

5%

Z RODOWITYMI MIESZKAŃCAMI DANEGO KRAJU



47%

48%

5%

Z IMIGRANTAMI, NIEZALEŻNIE OD ICH NARODOWOŚCI



21%

63%

16%

Z POLAKAMI NA EMIGRACJI



16%

53%

31%

Z CZŁONKAMI POLSKIEJ DIASPORY TECHNOLOGICZNEJ

Wykres 16. Kontakty społeczne podczas pobytu za granicą

Wydaje się, że respondenci biorący udział w tej edycji badania skupiają się na pielęgnowaniu kontaktów prywatnych – z rodziną, przyjaciółmi i najbliższymi znajomymi. Są to przeważnie kontakty z mieszkańcami danego kraju lub innymi obcokrajowcami – rodzinami partnerów, rodzicami dzieci uczęszczających do przedszkoli i szkół razem z ich dziećmi.

Kontakty zawodowe są w większości ograniczone i wydają się dość powierzchowne. Kilkoro badanych przyznaje, że mieszkańcy danego kraju niezbyt chętnie lub bardzo długo nawiązują pogłębione relacje, wychodzące poza poprawne kontakty zawodowe (np. Niemcy, Hiszpanie, Kanadyjczycy).

Kontakty utrzymywane na miejscu z innymi Polakami emigrantami to zazwyczaj bliskie relacje prywatne – ograniczające się do 1–2 osób. Warto zauważyć, że to przede wszystkim kobiety emigrantki deklarują pielęgnowanie tego typu relacji. Kontakty te dotyczą głównie Polaków spoza diaspory technologicznej – osób o wysokim statusie społecznym i materialnym (dobrze wykształceni specjaliści, wolne zawody, pracujący na wysokich stanowiskach w korporacjach).

To, co charakteryzuje badane osoby w obecnej edycji projektu, to otwarcie na nawiązywanie kontaktów z innymi Polakami emigrantami poprzez media społecznościowe (np. grupy facebookowe). Wydaje się, że narzędzia

te są traktowane głównie jako źródło informacji o wydarzeniach o charakterze polonijnym i związanych z poszukiwaniem pracy. To, co odręcza niektórych badanych od polskich grup w Internecie, to wyraźnie widoczne i dość powszechne zjawisko hejtu.

Na miejscu mam kilku sąsiadów, z którymi utrzymujemy powierzchowne relacje. Mam kolegę, z którym jeździłem na wakacje, na wycieczki, na rowery. Z nim mam głębszy kontakt. Najbardziej ubolewałem nad kontaktami ze współpracownikami, bo nie są chętni do głębszych relacji. Nie tylko ze mną, ale też między sobą. Ewentualnie jakiś lunch podczas pracy i raczej nic więcej. Z tego, co zauważyłem ja i inni Polacy, Hiszpanie mają swoje grono starych znajomych, ze szkoły, z rodziny, i raczej nie poszerzają tego grona i bardzo się trzymają w tym swoim zakłętym kole. Trudno to przebić.

Mężczyzna, 32 lata, Hiszpania

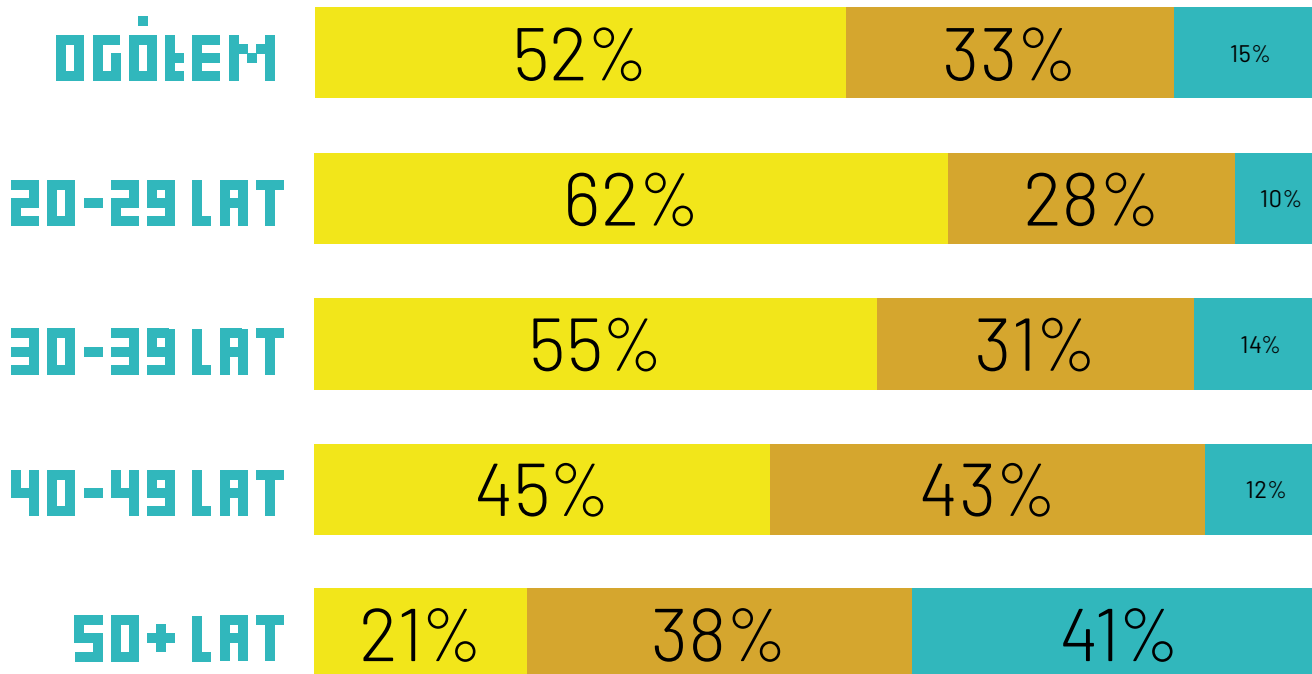
Mam kilka koleżanek. Spotykamy się i kontaktujemy stosunkowo regularnie. I w większości one są Polkami. Mieszkają w Norwegii. Z jedną z nich pracowałam w pierwszym miejscu pracy. Drugą poznałam przez przypadek. Ona niedaleko mnie mieszka. Więc mam znajomych, tak zwanych. Poznałam ich przez dzieci – czyli rodzice kolegów i koleżanek. I to jest super sprawa w ten sposób ludzi poznawać. Bo nie są zainteresowani nowymi znajomościami. Mają znajomych z przedszkola i więcej nie trzeba. Więc zawieranie przyjaźni z Norwegami jest trudne.

Kobieta, 35 lat, Norwegia

Tu jest ogromna liczba kobiet Polek. One się udzielają społecznie, widać je. Mężczyźni też są, ale się ich nie widzi. Na pewno można powiedzieć, że my się integrujemy. To pewnie niezależnie od narodowości. Jak obcokrajowcy się spotykają w obcym kraju, to mamy wiele

CZY BIERZE PAN(I) UDZIAŁ W ŻYCIU POLONIJNYM?

■ NIE ■ TAK, SPORADYCZNIE ■ TAK, CZĘSTO



Wykres 17. Udział w życiu polonijnym

wspólnego, łatwiej nam się poznać. Widzę wsparcie wśród Polaków, których poznałam na żywo. Jest też grupa Polaków, których poznałam na FB. Jest to grupa „Polacy w Berlinie”. Jest też druga grupa – „Polacy w Berlinie bez nienawiści”. To mówi samo przez się. Te grupy facebookowe są straszne. Ja się przestałam udzielać. Jakikolwiek pytanie wiąże się z hejtem: „Dlaczego sama nie umiesz sobie tego wygooglować?”, „Skoro znasz język, to czemu szukasz pracy przez znajomości?”.

Kobieta, 32 lata, Niemcy

Tylko co drugi przedstawiciel polskiej diaspory technologicznej bierze udział w życiu polonijnym, np. uczestniczy w spotkaniach organizowanych przez ambasadę, konsul, polską parafię lub lokalną grupę Polaków, jest aktywnym członkiem jakiejś organizacji polonijnej lub sieci skupiającej Polonię itp. Podobne wyniki zanotowano dwa lata wcześniej (48% nie brało udziału, 12% brało udział często).

Zmienna ta bardzo różnicuje badanych z różnych grup wiekowych – wraz z wiekiem wyraźnie rośnie odsetek osób zaangażowanych w życie polonijne.

3.4. POWROTY DO POLSKI

Jedynie nieco ponad co trzecia osoba badana (36%) zadeklarowała, że myśli o powrocie lub przeniesieniu się do Polski. O powrocie do Polski znacznie częściej myślą mężczyźni niż kobiety (43% vs 29%; patrz: wykres 18). W poprzedniej edycji projektu osób rozważających powrót było więcej – stanowiły połowę ówczesnej próby badawczej. Ponadto nie odnotowano wówczas tak istotnych różnic pomiędzy płciami.

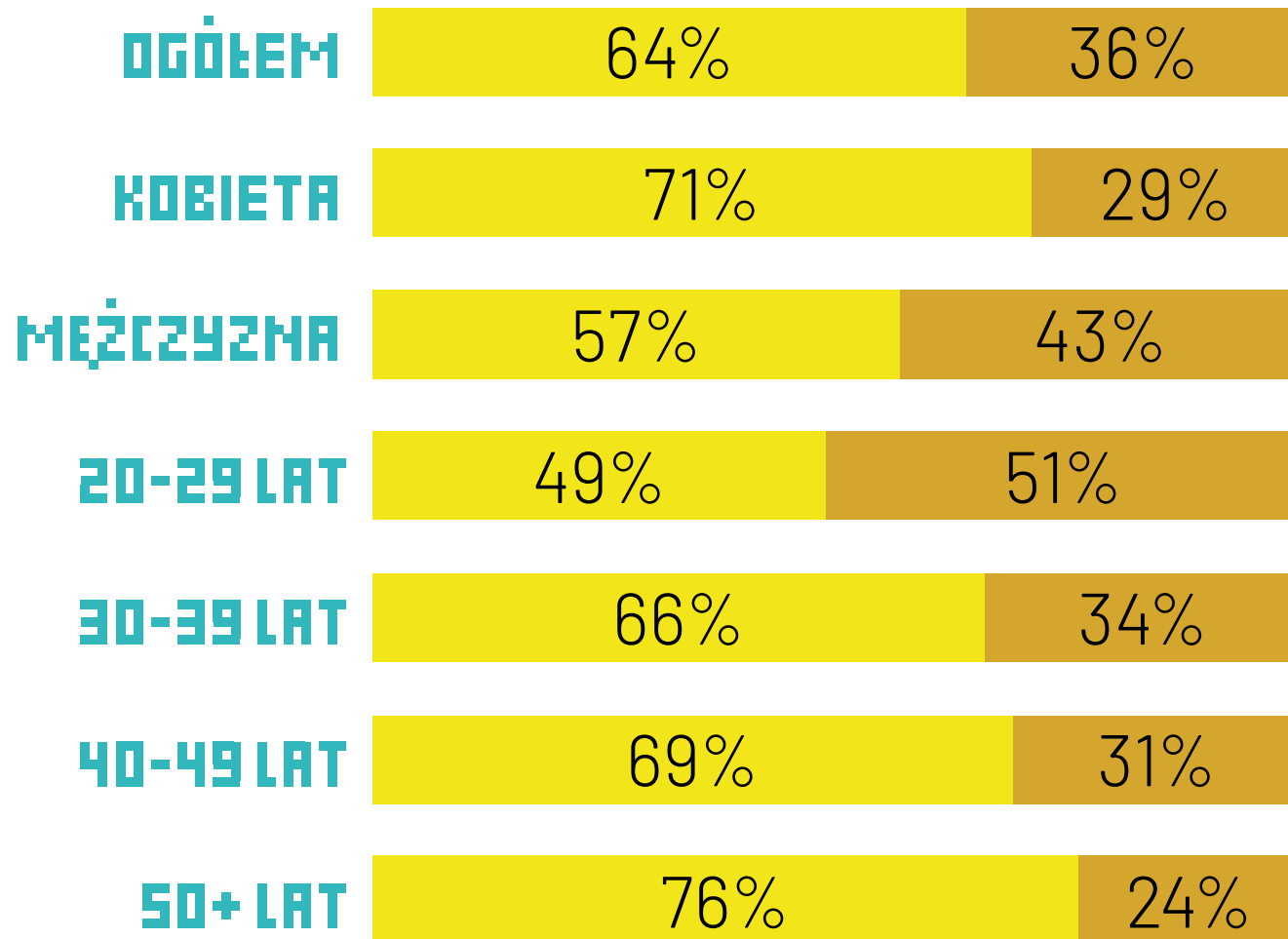
Rozważania o ewentualnym powrocie do ojczyzny towarzyszą najczęściej osobom najmłodszym (51%), a najrzadziej – najstarszym (24%; patrz: wykres 18). Dwa lata wcześniej sytuacja wyglądała zupełnie inaczej: osoby w wieku 20–29 oraz 30–39 lat równie często deklарowały, że zdarza im się myśleć o powrocie do kraju (48–50%), znacznie rzadziej deklарowała tak grupa wiekowa 40–49 lat (41%), a zdecydowanie najczęściej – najstarsi respondenci (65%).

W tym miejscu należy raz jeszcze zaznaczyć, że wnioskowanie na temat ewentualnych zmian w czasie lub trendów w postawach i zachowaniach polskiej diaspory technologicznej jest mocno ograniczone z powodu metody doboru próby badawczej. W obu edycjach próby miały charakter celowy, a nie losowy, zatem nie są one prawdopodobnie reprezentatywne. Dodatkowo obie próby charakteryzują się niezbyt wysoką ogólną liczebnością (w 2018 r. $n = 243$, w 2020 r. $n = 308$), zatem analizowane podgrupy płci i wieku są także bardzo nieliczne, co ogranicza możliwości ekstrapolacji wyników na badane populacje.



CZY MYŚLI PAN(I) O POWROTCIE LUB PRZENIESIENIU SIĘ DO POLSKI?

■ NIE ■ TAK



Wykres 18. Rozważanie możliwości powrotu lub przeniesienia się do Polski

Osobom, które rozważają myśl o powrocie do kraju, zadano pytanie, na ile konkretne są plany przenosin. Odpowiedzi udzielano w skali od 1 do 10, gdzie 1 oznaczało, że jest to zaledwie luźna myśl, a 10 – „walizki spakowane, bilet kupiony”.

Ponad 1/3 tych osób (43% – skumulowane odpowiedzi 1, 2 i 3 na 10-stopniowej skali) przyznało, że jest to w tej chwili raczej luźna myśl, a jedynie mniej niż co dziesiąta osoba (8% – skumulowane odpowiedzi 8, 9 i 10) podjęła prawdopodobnie jakieś konkretne działania w tym zakresie.

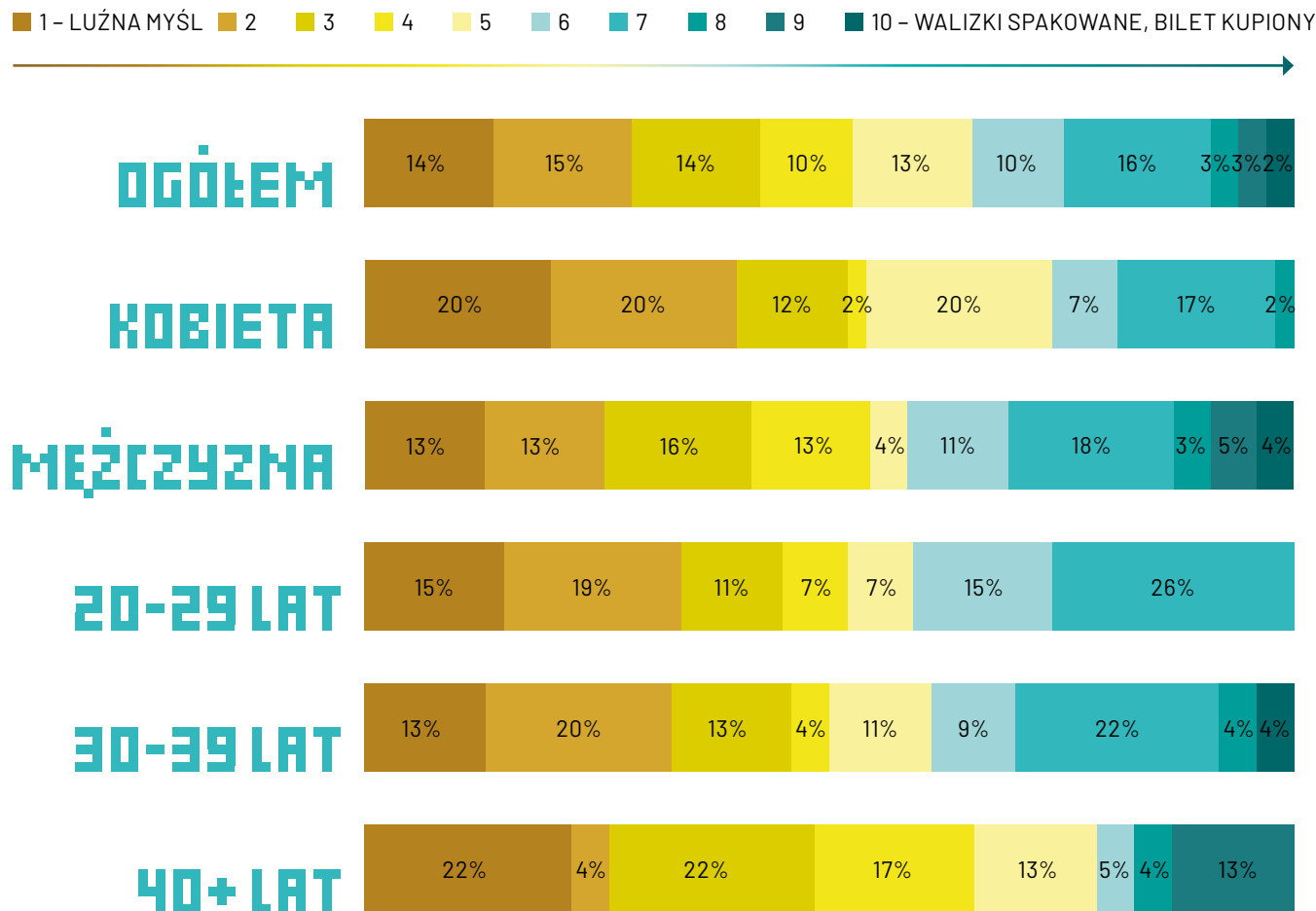
Mężczyźni istotnie częściej niż kobiety deklarowali, że ich plany odnośnie do przenosin do Polski są bardziej konkretne (12% vs 2%).

Osoby w wieku 40+ częściej niż młodsi badani twierdzą, że mają konkretne plany powrotu do kraju (17% vs 0% i 8%; patrz: wykres 19).

Wyniki poprzedniej edycji badania różnią się od aktualnych. W 2018 r. co prawda więcej osób rozważało powrót do Polski (49% vs 36% obecnie), ale przeważająca część z nich przyznała, że były to jedynie luźne myśli (suma odpowiedzi 1, 2, 3 to aż 65%, w tym aż 45% dla odpowiedzi 1).

NA ILE KONKRETNE SĄ EWENTUALNE PLANY PRZENOSIN?

SKALA 1-10: 1 – LUŻNA MYŚL, 10 – WALIZKI SPAKOWANE, BILET KUPIONY



Wykres 19. Skala natężenia konkretności planów przenosin do Polski – ogół vs płeć i wiek

Uwarunkowania ewentualnego powrotu

Przy rozważaniu decyzji o ewentualnym powrocie do Polski brane są pod uwagę różne uwarunkowania i wydarzenia w ojczyźnie. Najbardziej zniechęcająca jest sytuacja polityczna (podobnie jak dwa lata wcześniej). Również sytuacja ekonomiczna oraz sytuacja branży, w której pracują badani, w ich opinii nie sprzyjają obecnie podejmowaniu decyzji o powrocie. W przypadku grupy z 2018 r. aspekty te oceniane były nieco bardziej pozytywnie.

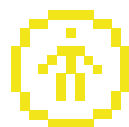
Jedynie sytuacja osobista (rodzina, przyjaciele, znajomi) niezmiennie pozostaje w oczach uczestników badania elementem skłaniającym ich do ewentualnych przenieśin do Polski.

Wywiady pogłębione rzucają dodatkowe światło na kwestię decyzji o powrocie. Przedstawiciele diaspory objęci badaniem przyznają, że czasami rozważają tę możliwość. Jednak istnieją dwa zasadnicze powody, dla których raczej tego nie zrealizują. Przede wszystkim duża część badanych ma ustabilizowaną sytuację rodzinną i zawodową, zatem jakikolwiek wyjazd wiązałby się z ogromnymi zmianami na tych polach.

Po drugie respondenci są mocno przywiązani do bardzo wysokiej jakości życia na emigracji. Porównują ją do warunków polskich i porównanie to wypada jednoznacznie na korzyść obecnego miejsca zamieszkania. Badani wymieniają dwie grupy powodów, które „zniechęcają do powrotu”:

CZY SYTUACJA PANUJĄCA W POLSCE W WYMIENIONYCH NIŻEJ SFERACH SKŁANIA LUB NIE SKŁANIA DO EWENTUALNEGO PRZENIESIENIA SIĘ DO POLSKI?

■ NIE, NIE SKŁANIA ■ ANI TAK, ANI NIE ■ TAK, SKŁANIA



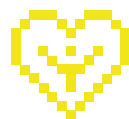
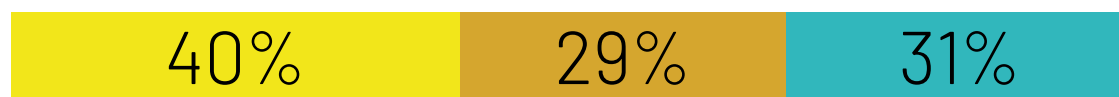
SYTUACJA POLITYCZNA



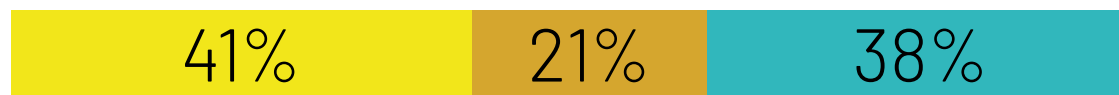
SYTUACJA EKONOMICZNA



SYTUACJA BRANŻY, Z KTÓRĄ JEST PAN(I) ZWIĄZANY(-NA)



JAKOŚĆ ŻYCIA, NP. DOSTĘPNOŚĆ USŁUG, INFRASTRUKTURA



SYTUACJA OSOBISTA (RODZINA, PRZYJACIELE, ZNAJOMI)



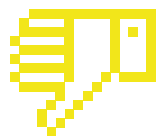
Wykres 20. Znaczenie sytuacji w Polsce wobec planów ewentualnych przenieśin do ojczyzny

Mocne strony życia na emigracji



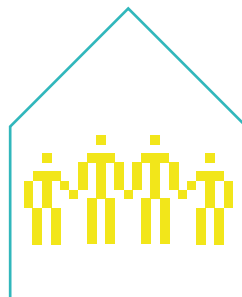
- Wysoka kultura pracy na emigracji – mniej stresująca praca, szacunek dla pracownika, bardzo dobry *work-life balance*.
- Kwestie związane z ochroną środowiska – niektórzy badani zwracają przede wszystkim uwagę na bardzo dobrą jakość powietrza w miejscu obecnego zamieszkania.
- Wysoka jakość i dobra organizacja służby zdrowia.
- Wysoka jakość systemu edukacji.
- Pakiety socjalne, ułatwienia dla osób zmieniających zawód.
- Koszty życia porównywalne do polskich – część państw, np. Niemcy.

Słabe strony życia w Polsce



- Sytuacja społeczno-polityczna w Polsce – prawie wszyscy przedstawiciele diaspory zwracają uwagę, że obecna sytuacja w kraju odstręcza ich od myśli o ponownym zamieszkaniu i pracy w Polsce. Badani nie akceptują polityki obecnego rządu, ale także obserwowanych negatywnych zmian społecznych – pogłębiających się nierówności społecznych, zmiany mentalności Polaków (np. coraz bardziej widoczne: nietolerancja, agresja). Warto zauważyć, że wywiady pogłębione były realizowane w czasie protestów społecznych związanych z publikacją wyroku Trybunału Konstytucyjnego w sprawie zmiany prawa aborcyjnego w Polsce. Kwestia ta nie była poruszana bezpośrednio przez badanych, jednak wydaje się, że sytuacja ta mogła mieć wpływ na opinie dotyczące ewentualnego powrotu do kraju i ogólnie na ich aktualny stosunek do ojczyzny.
- Brak szacunku do pracy i jej wartości.

O tym, jak silny jest związek z jakością życia i pracy na emigracji, świadczą deklaracje części respondentów na temat zarobków i sytuacji ekonomicznej. Niektóre osoby przyznają, że praca na podobnym stanowisku w Polsce wiązałaby się z większymi zarobkami i często wyższym materialnym standardem życia niż na emigracji – mimo to nie decydują się na powrót do kraju.



Powrót – nie rozważamy. Bo nam tu jest dobrze. Dziewczyny są w szkole. Jestem bardzo zadowolona z systemu edukacji – jak one się uczą i czego. Więc mam swoje wątpliwości, jak to jest w Polsce. Bo moja koleżanka ma córkę w tym samym wieku co moje dziecko, więc mam rozpoznanie. Po pierwsze – zostając tutaj, dziewczyny będą miały trochę lepszy start. Po drugie – nam tu jest bardzo dobrze. Mieszkamy w domu z widokiem na fiord. Nie ma absolutnie żadnego powodu, dla którego mielibyśmy wracać.

Kobieta, 35 lat, Norwegia

Na moją decyzję o powrocie do kraju mogłaby wpłynąć poprawa sytuacji politycznej. Będąc w Polsce, nie czuliśmy się komfortowo przy tej sytuacji politycznej. Ze względu na narodowość żony i ze względu na nasze przekonania. Sposób zarządzania w polskich firmach ma wiele wspólnego z sytuacją polityczną i też nie było to komfortowe.

Mężczyzna, 32 lata, Hiszpania

Absolutnie nie rozważam powrotu do Polski. To chodzi o dwie rzeczy: służbę zdrowia i ochronę środowiska. Tutaj jest ekstremalnie czyste powietrze i czysta woda, więc dzieci nie chorują. Mam znajomych Polaków, ona mniej wykształcona, on pracuje dla firm jak Porsche, byli w różnych miejscach na świecie i oni pomyśleli sobie: mamy hajs, wynajmiemy duży dom pod Wrocławiem, 1000 euro miesięcznie, nie jest to dużo. Pojechali. Fajnie było, lipiec, sierpień, wrzesień jeszcze było ciepło, grille, a później zaczęła się polska jazda. Korki na drogach, tłok, zezwierzczenie ludzi w sklepach. Służba zdrowia, w której nagle te pieniądze, które się zarabia, to nagle nikną, nie ma ich, a to za antybiotyki trzeba zapłacić, a to do lekarza trzeba iść znowu.

Mężczyzna, 51 lat, Niemcy

W pewnym momencie zaproponowano mi bardzo fajną pracę w Warszawie. Robiłbym to samo co tu. Pensja bardzo dobra. Ale pomyślałem sobie: ja zarabiałbym 20 razy więcej niż najniższa krajowa. Mój pełen etat dałby mi 20 razy więcej niż ktoś, kto też pracuje 8 godzin. Spojrzałem z tego poziomu, jak tu się myśli o tym. Tu mówi się o tych godzinach. I w pewnym sensie czy ta moja praca jest 20 razy bardziej warta? Czy ja jestem 20 razy bardziej wartościowy? I to mi dało do myślenia, że ktoś może dostać 20 razy więcej niż ktoś inny za te same godziny, to jak wygląda społeczeństwo? Jakie są nierówności niesamowite. Później wchodzi się w taki pakiet. Trzeba przeprowadzić się na grodzone osiedle, wynajmając pokojówkę z Ukrainy. Na każdym kroku są podziały. To jest jeden z czynników, które mnie nie ciągną do Polski – niesamowite nierówności społeczne. Z tym politycy nie umieją się zmierzyć. To jest temat tabu albo coś. To mi dało do myślenia i nie zdecydowałem się na to. Oprócz tego pracuje się jak w Stanach. Trzeba być pod telefonem 24 godziny na dobę. I pracuje się megadużo. Oprócz tego jest duży seksizm, podział płci.

Mężczyzna, 40 lat, Islandia

Ułatwienia dla emigrantów – programy przyciągające

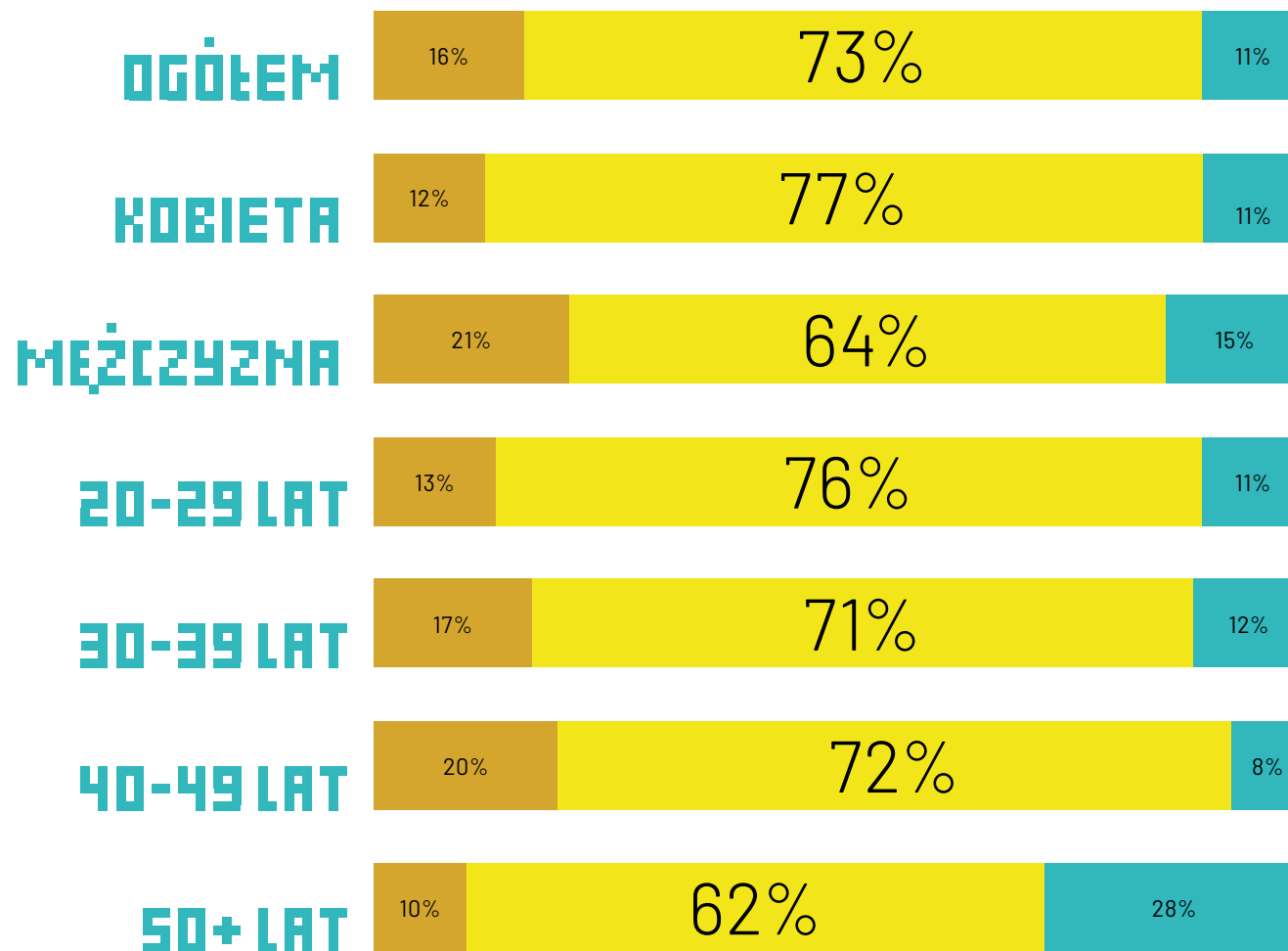
Tylko 1 na 6 osób badanych (16%) słyszała o polskich programach lub ułatwieniach dla emigrantów powracających do ojczyzny.

Częściej taką wiedzę deklarują mężczyźni (21% vs 12% kobiet), rzadziej – osoby najstarsze (wiek 50+ jedynie 10%) oraz najmłodsze (20–29 lat – 13%).

Nieco częściej twierdząco na to pytanie odpowiadały osoby, które myślą o powrocie do Polski (19%), a zwłaszcza te spośród nich, które mają już „walizki spakowane, bilet kupiony” (22%). Wśród osób, które nie rozważają obecnie przenosin do ojczyzny lub mają jedynie „luźne myśli” z tym związane, odsetek deklarujących znajomość jakichkolwiek polskich programów przyciągających wynosi 15–16%.

CZY ZNA PAN(I) LUB SŁYSZAŁ(A) PAN(I) O POLSKICH PROGRAMACH LUB UŁATWIENIACH DLA EMIGRANTÓW POWRACAJĄCYCH DO OJCZYZNY?

■ TAK ■ NIE ■ TRUDNO POWIEDZIEĆ



Wykres 21. Znajomość polskich programów przyciągających emigrantów

Teoretycznie na ewentualną decyzję o powrocie do Polski największy wpływ miałyby kwestie gospodarcze – ułatwienia podatkowe, czyli zwolnienia i ulgi (37%), oraz udogodnienia dla prowadzących własną działalność gospodarczą (33%).

Ulgi podatkowe są istotne szczególnie dla mężczyzn – niemal co drugi (46%) zwrócił na to uwagę, kobiety – nieco rzadziej (32%), natomiast znacznie częściej od mężczyzn oczekiwałyby oferty edukacji językowej dla członków rodziny (20% vs 13% mężczyzn). Innych różnic w zakresie płci nie odnotowano.

Dla osób rozważających przenosiny do kraju ojczystego pewien wpływ na decyzję mogłyby mieć ponadto: dostęp do rynku pracy dla członków rodziny (26%) oraz ułatwienia w pozyskaniu mieszkania (22%).

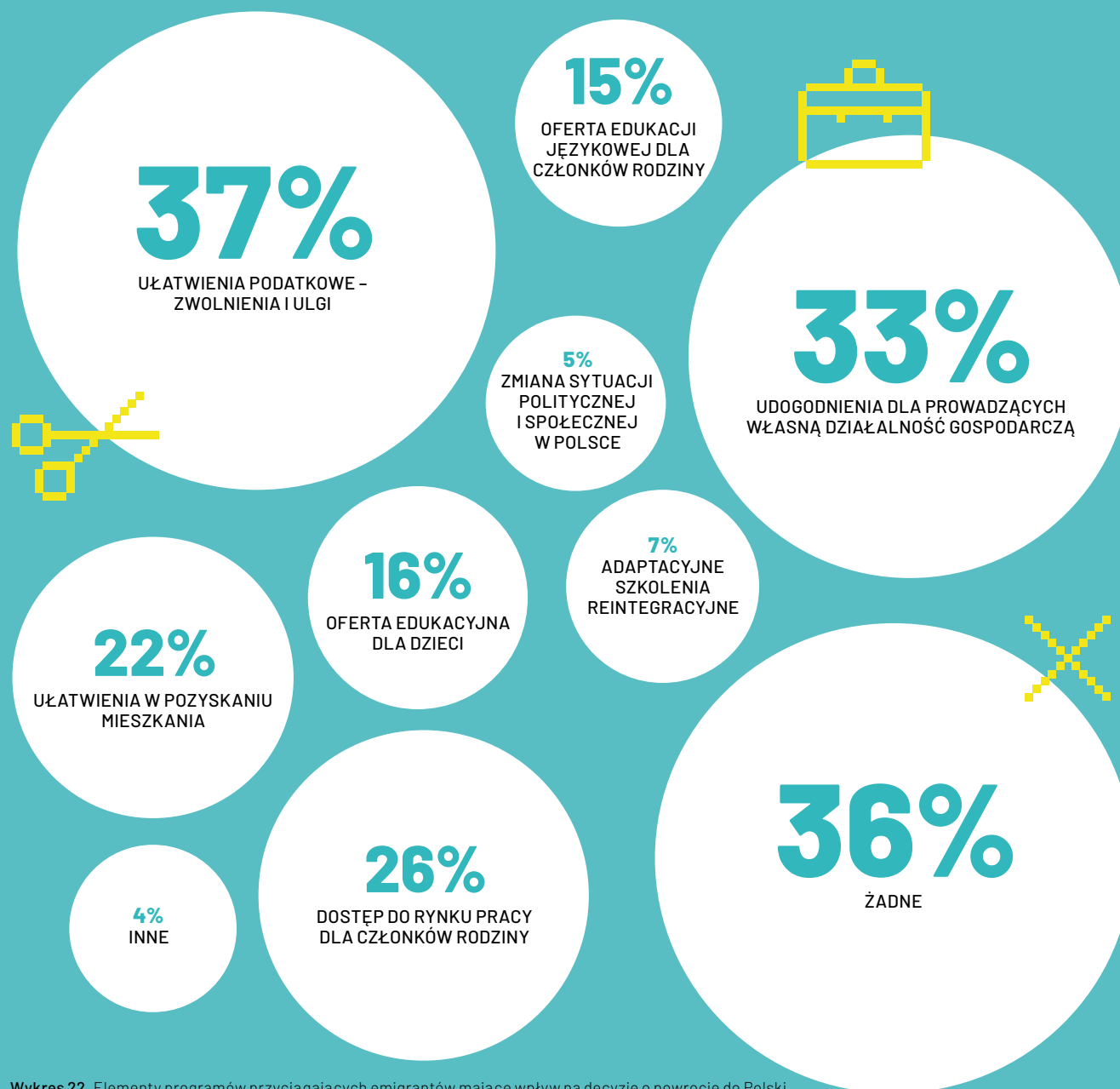
Nieco ponad 1/3 respondentów (36%) zadeklarowała, że żadne z wymienionych w badaniu udogodnień nie miałyby wpływu na ich decyzję o powrocie do Polski. Taką opinię wyraziły niemal wyłącznie osoby, które już wcześniej przyznały, że nie rozważają przenosin do kraju, ewentualnie jedynie bardzo luźno o tym myślą. Osoby te nie mają ponadto żadnej wiedzy na temat polskiego systemu udogodnień dla emigrantów powracających do ojczyzny.

Z kolei osoby rozważające powrót do Polski, zwłaszcza te, które mają nieco bardziej konkretne plany w tym kierunku („walizki spakowane, bilet kupiony”), znacznie częściej od pozostałych wskazywały większość omawianych w badaniu elementów jako mogące wpłynąć pozytywnie na ich decyzję o powrocie do kraju.

Na tę chwilę nie ma niczego, co by mogło mnie zachęcić do powrotu do Polski, nawet dobra oferta pracy. Jestem realistą.

Mężczyzna, 51 lat, Niemcy

KTÓRE ROZWIĄZANIA MIAŁYBY WPŁYW NA PANA(-NI) DECYZJĘ O POWROCIE DO POLSKI?



Wykres 22. Elementy programów przyciągających emigrantów mające wpływ na decyzję o powrocie do Polski

W Polsce musiałabym wszystko zacząć od zera. W Hiszpanii już mam pewną pozycję zawodową. W Polsce może jest więcej programów, dotacji dla nowych firm. Ja jestem łodzianką, w Łodzi jest ta strefa ekonomiczna. Ja już nawet na to patrzyłam, gdybym tam chciała firmę założyć. Może takie programy pomocy, dotacji dla przedsiębiorczości mogłyby mieć na to wpływ. Musiałaby to być decyzja opłacalna.

Kobieta, 44 lata, Hiszpania

Zachęty do powrotu. Myślę, że nie. Nie wiem, co to musiałoby być, żebym wróciła. Bo my jesteśmy międzynarodową rodziną. Oferta pracy wów nie rozwiązuje problemu. Bo obcokrajowcom bardzo ciężko znaleźć pracę w Polsce.

Kobieta, 35 lat, Norwegia

Badani zgodnie przyznają, że jakiegokolwiek programy powrotowe czy wsparcie miałyby co najwyżej marginalny wpływ na zmianę ich decyzji. Absolutnie żadnego wpływu nie miałyby one dla 28% respondentów, a ponad połowa (52%) wskazała na wpływ zerowy lub minimalny (suma odpowiedzi 1, 2 i 3 na 10-stopniowej skali; patrz: wykres 23). Silny wpływ (odpowiedzi 8, 9, 10) tego typu programy miałyby jedynie dla 10% ankietowanych.

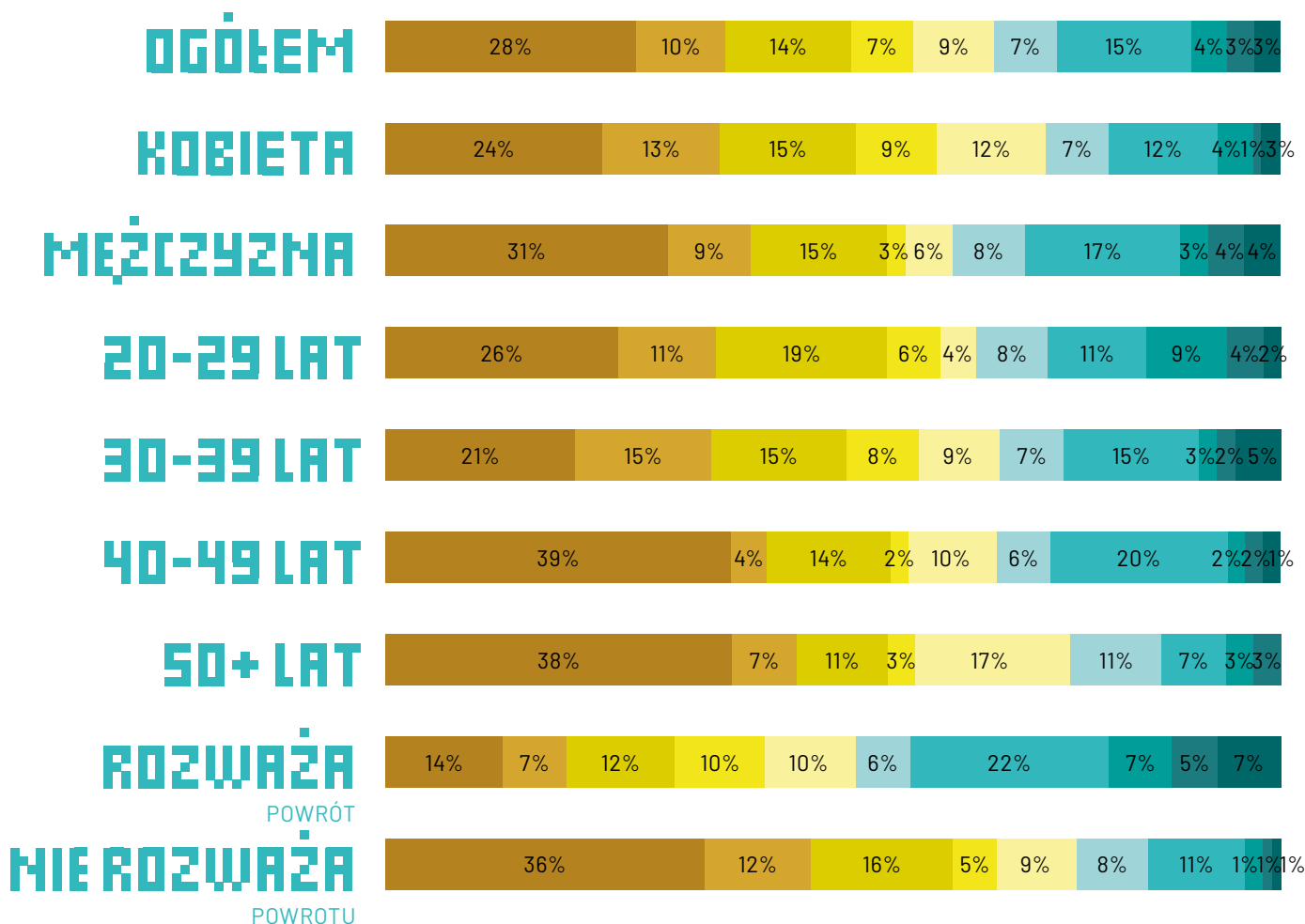
Programy przyciągające są nieco bardziej atrakcyjne dla osób młodszych (20–39 lat). Starszych (40+) w większości nie przekonałyby do powrotu do kraju.

Jak można oczekiwać, istnieje silna korelacja pomiędzy oceną wpływu omawianych systemów udogodnień a podjętą już decyzją lub planowaniem powrotu – osoby rozważające przenosiny do Polski w znacznie większym stopniu skłonne są uwzględnić w swojej decyzji istnienie różnego rodzaju ułatwień i programów przyciągających emigrantów.

CZY ISTNIENIE UŁATWIEŃ DLA POWRACAJĄCYCH EMIGRANTÓW MIAŁOBY WPŁYW NA PANA(-NI) DECYZJĘ O POWROCIE DO POLSKI?

SKALA 1-10: 1 - BRAK WPŁYWU, 10 - BARDZO SILNY WPŁYW

■ 1 - BRAK WPŁYWU ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ 7 ■ 8 ■ 9 ■ 10 - BARDZO SILNY WPŁYW



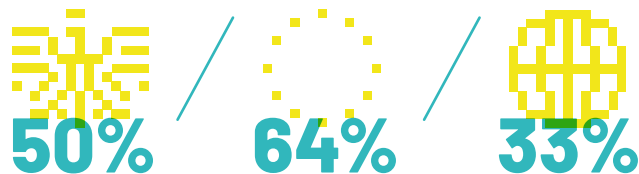
Wykres 23. Skala natężenia wpływu istnienia programów przyciągających na decyzję o powrocie do Polski

3.5. POCZUCIE WIĘZI Z KRAJEM

3.5.1. Obszar tożsamościowy

Przedstawiciele polskiej diaspory technologicznej najczęściej określają siebie mianem Europejczyka/Europejki – na 10-stopniowej skali, gdzie 1 oznacza „w ogóle nie czuję się”, a 10 – „zdecydowanie czuję się”, aż 64% wybrało odpowiedź 10, natomiast uśredniona wartość wszystkich wskazań wynosi aż 8,7.

Jednocześnie bardzo wiele spośród tych osób utożsamia się także z polskością – niemal połowa zdecydowanie czuje się Polakiem/Polką (odpowiedź 10), dalsze



25% utożsamia się z Polską w wysokim stopniu (odpowiedzi 7, 8, 9). Uśredniona wartość wskazań dla określenia „czuję się Polakiem/Polką” wyniosła 8,0.

To, co charakteryzuje respondentów biorących udział w wywiadach i co różni ich od osób z pierwszej edycji, to zdecydowane deklarowanie poczucia tożsamości polskiej. W obecnej edycji badania owa podwójna tożsamość wydaje się „bardziej pojemna”, obie funkcjonują u badanych na „równych prawach” – nikt nie czuje się bardziej Polakiem czy bardziej Europejczykiem.

Niezależnie od wieku, płci czy stażu emigracji badani przeważnie silnie identyfikują się z polską kulturą, językiem ojczystym, literaturą, kuchnią. Dla niektórych badanych tożsamość polska jest ważna, bo pozwala im na silną identyfikację. Pojedynczy badani podkreślają, że to w Polsce zdobyli wykształcenie i tam nabyte wartości pozwalają im sprawnie funkcjonować na emigracji.

Czuję się Polką. Jest to dla mnie ważne, za co dostaję trochę rykoszetem. Ja uważam, że jestem rewelacyjnym człowiekiem. Że dużo umiem, w wielu sytuacjach umiem sobie poradzić. I uważam, że to, jakim jestem człowiekiem, wynika z tego, że tak mnie ukształtowało wszystko wokół – rodzice, koledzy, koleżanki. I wszystko to związane jest z Polską. Uważam, że system wartości, który mam, z którego jestem bardzo dumna, to też ukształtował się w Polsce. Dużo zawdzięczam Polsce. Chodzę i nie mam żadnych problemów, żeby powiedzieć, skąd jestem. Regularnie moich znajomych z pracy i poza pracą edukuję odnośnie do tradycji z Polski. Polska to rewelacyjny kraj.

Kobieta, 35 lat, Norwegia

Bycie Polakiem oznacza dla mnie kultywowanie pewnych tradycji i pewnych wartości. Bycie również częścią szerszej kultury europejskiej. Czuję się w 100% Polakiem i również Europejczykiem. Nie ma tu dla mnie problemu z byciem jednym i drugim. W żadnym wypadku nie czuję się Hiszpanem. Jestem dumny z tego, że jestem Polakiem, ale to nie znaczy, że inni ludzie są ode mnie gorsi. To poczucie polskiej narodowości jest dla mnie ważne. Nie mam nigdy problemu, kiedy ktoś pyta, żeby powiedzieć, że jestem z Polski. Nie mam problemu z argumentowaniem przeciwko stereotypom o Polakach, mówieniem, jak to u nas wygląda. Prostuje te historie.

Mężczyzna, 32 lata, Hiszpania

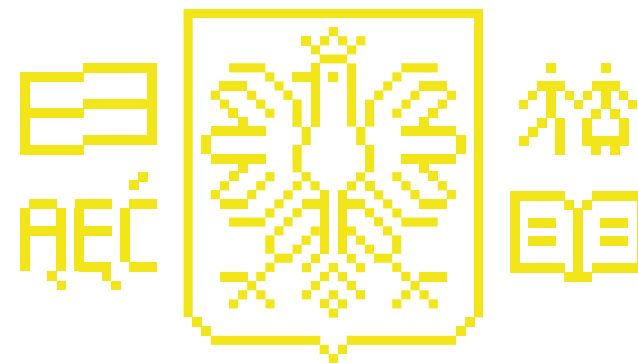
Pewnym przejawem owego dość silnego sentymentalnego stosunku do Polski jest otwartość części osób na udział w wydarzeniach organizowanych przez domy polskie czy ambasady. Warto przy tym zauważyć, że dotyczy to głównie tych emigrantów, którzy mieszkają daleko od kraju (np. w Argentynie, Singapurze).

Jedyny aspekt, który w tej tożsamości wydaje się marginalizowany czy wręcz odrzucany, to związek z ak-

tualną sytuacją społeczno-polityczną w kraju. Większość badanych się z nią nie identyfikuje, odrzuca ją. Stanowi ona także wyzwanie w kontaktach z obcokrajowcami w kontekście „tłumaczenia” zmian, jakie obecnie zachodzą w Polsce.

Czuję się Polką. Opisuję siebie jako Polkę. Choć czasem zapominam polskiego, bo mówię rzadko po polsku. Partner, znajomi mówią po hiszpańsku. Nawet z moimi najbliższymi Polkami, jak się spotykamy i brakuje nam słów, to wrzucamy słówka hiszpańskie. Językowo to mogę kuleć. Głosowałam teraz w tych wszystkich możliwych wyborach polskich. Jestem strasznie anty-PiS-owska. Gdyby nie to, że moi rodzice mnie prosili, żebym głosowała, tobym nie głosowała, bo mnie tam nie ma i nie będzie. [...] Ja lubię taki polski rock starszy, nawet poezję śpiewaną, ambitniejszy polski pop. Lubię polską muzykę. Czytam ciągle książki po polsku. Taka polska literatura piękna jest u mnie cały czas aktualna.

Kobieta, 30 lat, Argentyna



Nieco niższa jest identyfikacja osób badanych w zakresie przynależności do społeczności całego świata – co trzecia osoba badana zdecydowanie czuje się obywatelem/obywatelką świata, średnia zaś ze wszystkich wskazań wyniosła 7,1. W wywiadach pogłębionych ta kwestia w zasadzie nie była poruszana przez respondentów.

Warto zauważyć, że praktycznie wszystkie analizowane w niniejszym badaniu podgrupy w największym stopniu utożsamiają się z europejskością/Europą, a w stosunkowo najmniejszym stopniu z całym światem (patrz: wykres 24). Istnieją jednak ciekawe wyłamania od tej ogólnej reguły.

I tak: kobiety w takim samym stopniu czują się Polkami oraz obywatelkami świata (średnia dla obu określeń: 7,8), natomiast zdecydowanie najbardziej (średnia aż 9,3) wolą określenie „Europejka”.

U mężczyzn różnica pomiędzy poczuciem europejskości a polskości jest stosunkowo niewielka (8,3 vs 8,0).

Młodzi polscy emigranci (grupy wiekowe 20–29 lat i 30–39 lat) wpisują się w ogólną tendencję obserwowaną dla całej badanej zbiorowości.

Grupa wiekowa 40–49 lat jest szczególna z uwagi na bardzo wysokie poczucie tożsamości ogólnoeuropejskiej (średnia 9,3) oraz najniższe ze wszystkich grup poczucie polskości (7,3), które w tej grupie jest niższe nawet niż poczucie europejskości (7,9).

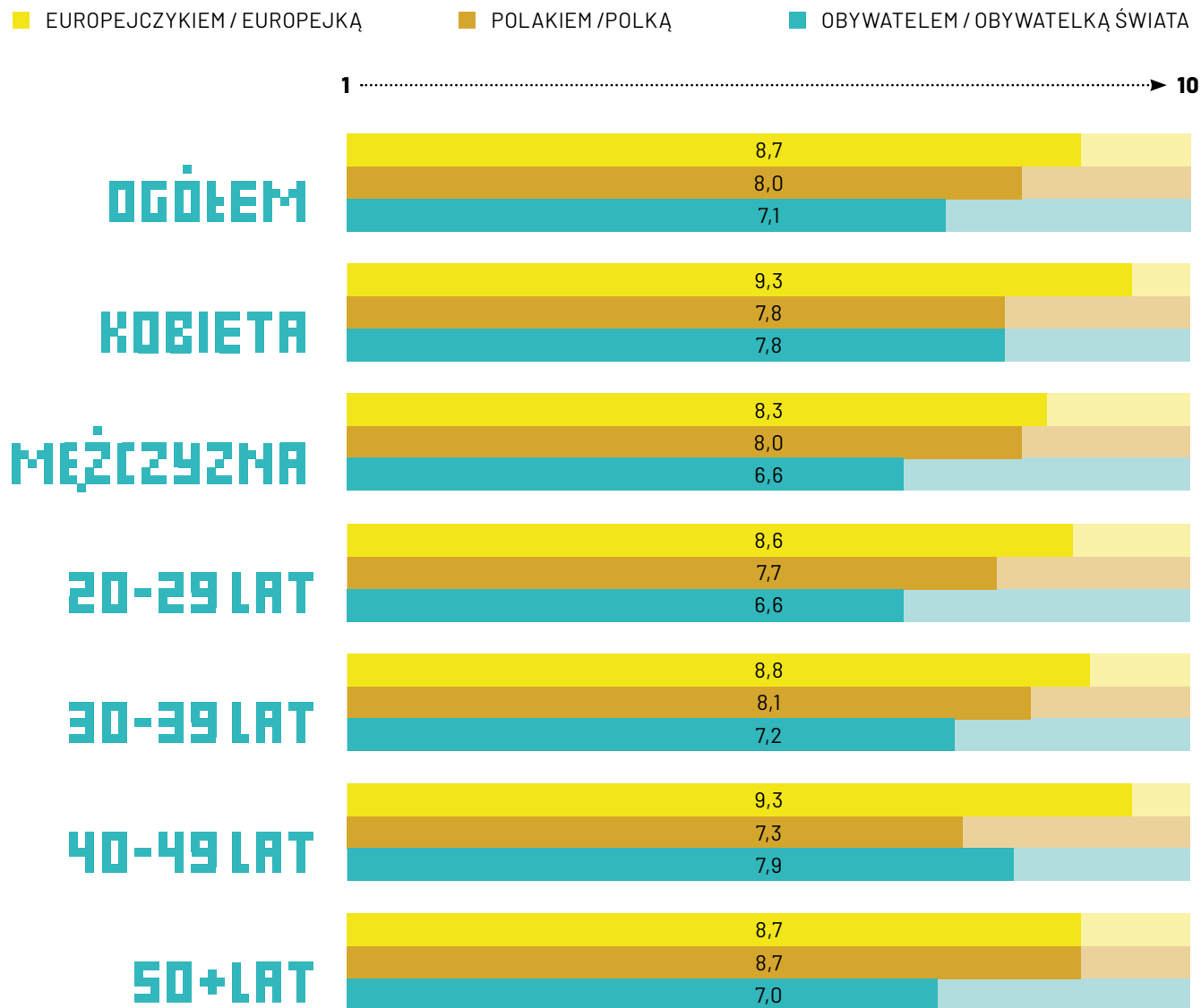
Najstarsza grupa wiekowa (50+) czuje się w takim samym stopniu Polakami i Europejczykami (średnia 8,7).

Długość okresu przebywania za granicą nie wpływa na stopień poczucia tożsamości europejskiej lub ogólnoświatowej, istotnie koreluje natomiast z poczuciem polskości – wraz z wydłużaniem się tego okresu wyraźnie rośnie poczucie tożsamości z krajem ojczystym:

- u osób przebywających za granicą krótko (do 4 lat) wynosi 7,6,
- u przebywających nieco dłużej (5–9 lat) wzrasta do 7,9,
- u emigrantów ze stażem 10–14 lat wynosi już 8,0,
- u najdłużej przebywających na obczyźnie (ponad 14 lat) wynosi aż 8,5.

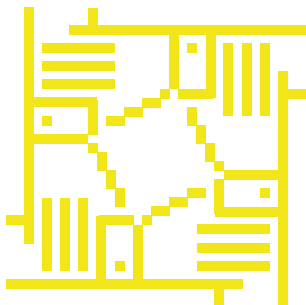
JAK OKREŚLIŁ(A)BY PAN(I) SWOJĄ TOŻSAMOŚĆ?

SKALA 1-10: 1 – W OGÓLE NIE CZUJĘ SIĘ, 10 – ZDECYDOWANIE CZUJĘ SIĘ



Wykres 24. Poczucie tożsamości

3.5.2. Współpraca z krajem



Badani przedstawiciele polskiej diaspory technologicznej nie są zbyt mocno zainteresowani współpracą z polską gospodarką, większe zainteresowanie deklarują wobec działalności propolskiej, ale na obczyźnie.

Ponad połowa badanych (58%) wyraziła bardzo duże zainteresowanie budowaniem pozytywnego wizerunku Polski za granicą. Uśredniony stopień tego zainteresowania na skali 1–10, gdzie 1 oznacza „w ogóle nie jestem zainteresowany(-na)”, a 10 – „jestem zainteresowany(-na)”, wyniósł 7,3.

Prawie 40% uczestników badania jest mocno zainteresowanych wspieraniem polskich instytucji działających za granicą – średnia 5,8.

Nieco mniejsze zainteresowanie wyrażono wobec współpracy gospodarczej z Polską (5,3) oraz promowania za granicą polskiego biznesu, polskich przedsiębiorców, współpracy gospodarczej (5,2) – około 30% badanych wyraziło wysoki stopień zainteresowania tymi aspektami, a około 40% – zerowy lub bardzo niski.

Zainteresowanie poszczególnymi formami współpracy z Polską wzrasta wraz z wiekiem osób badanych, a także wraz z długością okresu przebywania na emigracji. Nie zanotowano natomiast różnic w deklarowanych postawach pomiędzy osobami mieszkającymi w różnych krajach (analizowano trzy najbardziej liczne podpróby migrantów: z Wielkiej Brytanii, Niemiec i Hiszpanii).

Uczestnicy poprzedniej edycji badania wyrażali nieco większe zainteresowanie wszystkimi analizowanymi formami współpracy z krajem ojczystym, jednak co do meritum wyniki obu edycji nie różnią się znacząco.

Wywiady pogłębione pokazują duży dystans do zinstytucjonalizowanej współpracy. Wydaje się, że główne powody takiego stanu rzeczy to:

- brak czasu – zbyt duże zaangażowanie w życie zawodowe i rodzinne,
- złe doświadczenia współpracy,
- negatywne nastawienie do sytuacji politycznej i społecznej w kraju.

Część badanych stawia wyraźne warunki, by współpraca tego typu mogła zaistnieć. Po pierwsze, to konieczność poczucia budowania pewnej wartości dodanej – i przez emigrantów, i przez stronę polską. Po drugie, musiałyby zostać wyraźnie określone organizacyjne ramy takich relacji (np. źródła finansowania).

Nie za bardzo widzę potrzebę kontaktów. Nie to, że nie chcę. Interes narodowy, społeczny, kulturowy nijak się mają do tego, co się robi. Jedną z cech tej branży jest sterylizacja z kulturowego czynnika i opakowanie w uniwersalną paczkę czytelną dla wszystkich. Wszystko jest po angielsku, wszystko jest czytelne. Jeśli ktoś jest devops, to on może się przenieść na cały świat. To jest piękne w tym. Świat oderwany od narodowości. [...] I robić coś dlatego, że mamy tę samą narodowość, wydaje mi się sztuczne i na siłę. Jakby to miało jakąś korzyść i byłby to jakiś fajny projekt, który zawiera elementy branży informatycznej, to z chęcią wskoczyłbym w to na główkę. Ale trzeba przekroczyć granicę finansową – kto finansuje, w jakim celu. To są ważne pytania. To musiałyby być praktyczny projekt.

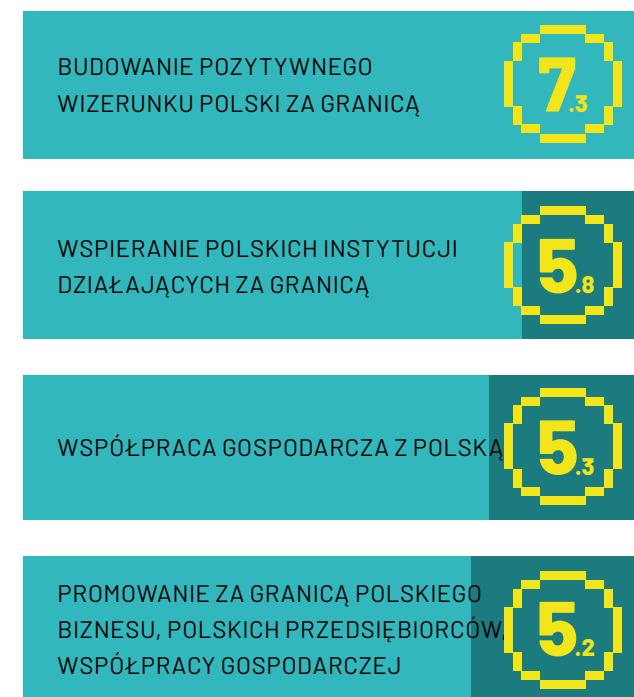
Mężczyzna, 40 lat, Islandia

Miałem jedną współpracę z firmą genetyczną i było to dosyć dziwne doświadczenie, ponieważ kultura biznesowa była zupełnie inna od tego, co bym sobie wyobrażał, bo jakby całe moje doświadczenie zawodowe było w Wielkiej Brytanii i jakby miałem ekspozycję na polską kulturę. Jakby największy problem, jaki miałem, to było to, że nie czułem, że ta osoba, która chce coś ode mnie, traktuje mnie z jakimś szacunkiem, tylko po prostu „masz młody, weź zrób”.

Mężczyzna, 28 lat, W. Brytania

W JAKIM STOPNIU W POLU PANA(-NI) ZAINTERESOWAŃ ZNAJDUJE SIĘ:

SKALA 1-10: 1 – W OGÓLE, 10 – W BARDZO DUŻYM STOPNIU



Wykres 25. Zainteresowanie współpracą z krajem

Co najmniej 2 na 3 badanych przedstawicieli polskiej diaspory technologicznej wyraziło zainteresowanie współpracą z wybranymi podmiotami lub instytucjami związanymi z krajem ojczystym. Najwięcej osób skłonnych jest współpracować z:

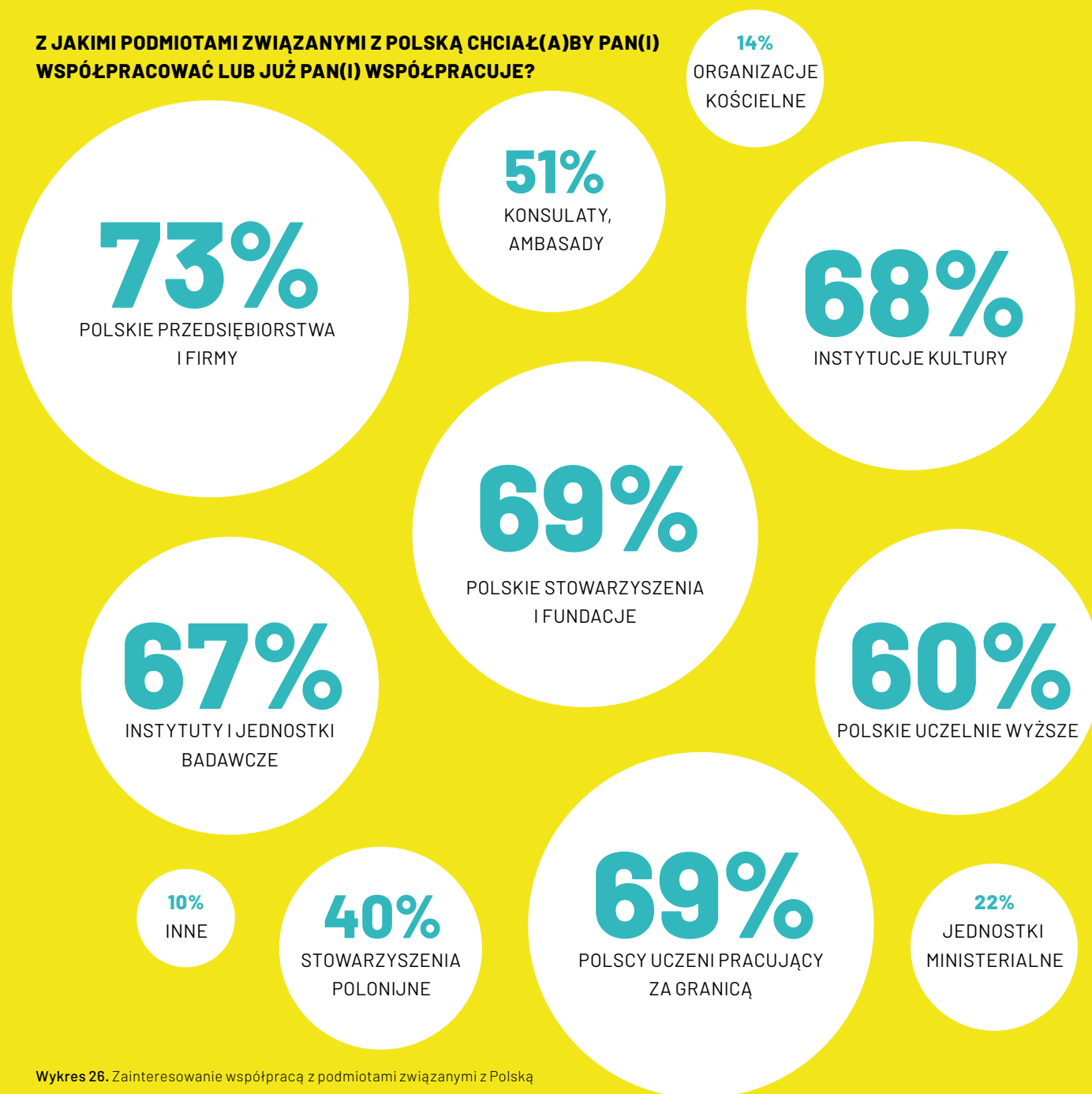
- polskimi firmami i przedsiębiorstwami (73%),
- polskimi stowarzyszeniami i fundacjami (69%),
- polskimi uczonymi pracującymi za granicą (69%),
- instytucjami kultury (68%),
- instytutami i jednostkami badawczymi (67%),
- polskimi uczelniami wyższymi (60%).

Najmniejsze zainteresowanie wyrażono współpracą z organizacjami kościelnymi (14%) oraz jednostkami ministerialnymi – aparatem państwowym (22%).

Mężczyźni są bardziej zainteresowani współpracą biznesową z polskimi firmami i przedsiębiorstwami, natomiast kobiety – ze stowarzyszeniami i fundacjami, instytucjami kultury, polskimi uczonymi, uczelniami oraz instytutami i jednostkami badawczymi.

W ubiegłej edycji badania wyrażono zainteresowanie tymi samymi podmiotami i jednostkami.

Z JAKIMI PODMIOTAMI ZWIĄZANYMI Z POLSKĄ CHCIAŁ(A)BY PAN(I) WSPÓŁPRACOWAĆ LUB JUŻ PAN(I) WSPÓŁPRACUJE?



Wykres 26. Zainteresowanie współpracą z podmiotami związanymi z Polską

Osoby badane zapytano też, w jakiej formie chciałyby współpracować lub już współpracują. Największą popularnością cieszą się:

- wspólne projekty (44%),
- konsultacje (42%),
- przekazywanie wiedzy (42%).

Wyniki te są zbieżne z wynikami pierwszej edycji.

Kobiety częściej niż mężczyźni wskazywały na prospołeczne formy współpracy: wspólne projekty, przekazywanie wiedzy oraz know-how, natomiast mężczyźni – na bardziej indywidualne: konsultacje (jako konsultant), opinie eksperckie (jako ekspert), a także uczestniczenie w sieciach kontaktów i współpraca biznesowa.

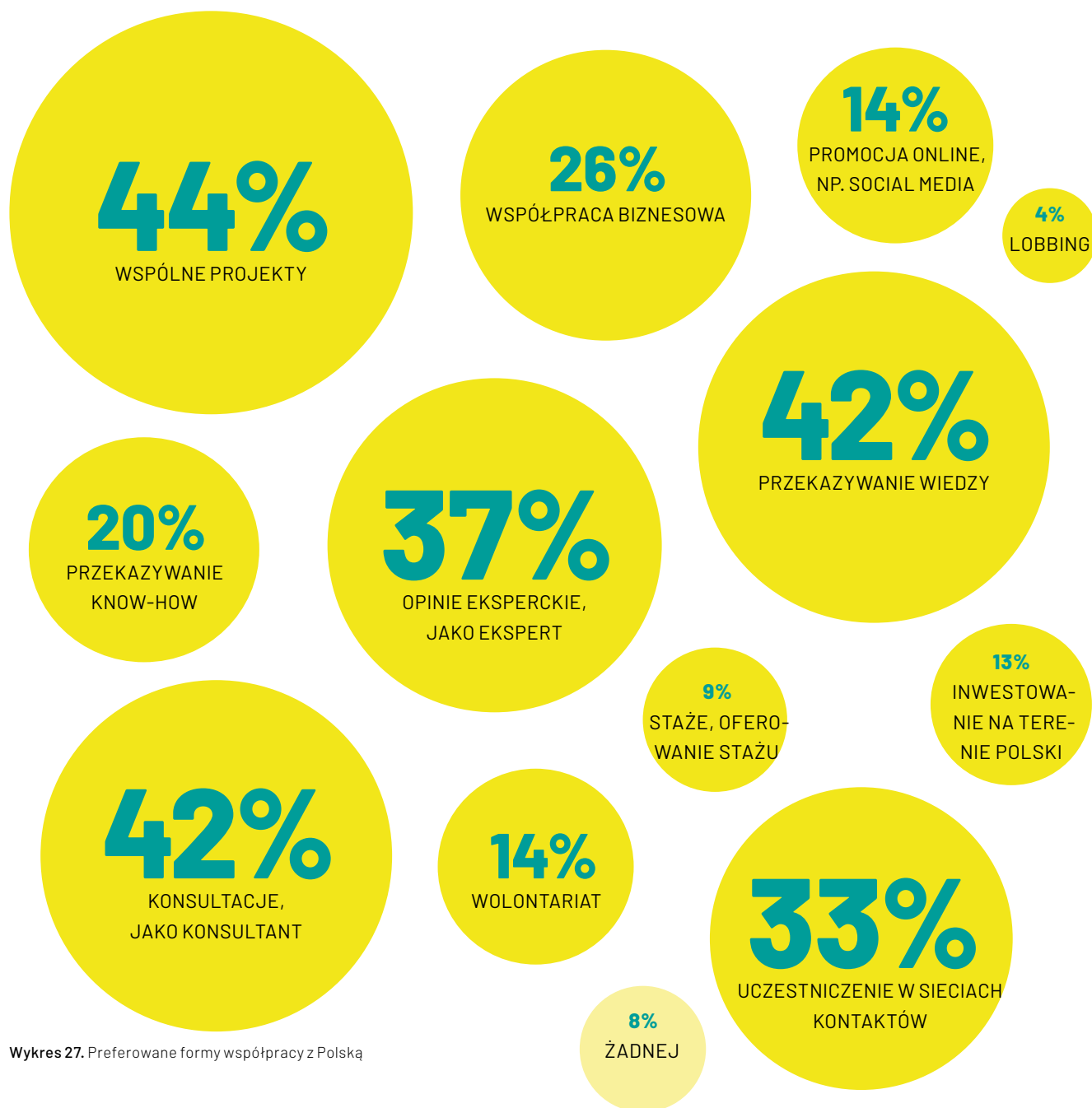
Pojedyncze osoby prowadzą w Polsce firmy, współpracują z polskimi przedsiębiorstwami lub myślą o współpracy biznesowej, np. w formie importu/eksportu produktów. Niektórzy przedstawiciele diaspory są otwarci na współpracę z Polakami w formie mentoringu zawodowego, przekazywania wiedzy, know-how na temat tego, w jaki sposób rozwijać karierę zagraniczną wśród polskich studentów i pracowników myślących o emigracji.

Od czasu do czasu mam mniejsze zlecenia od polskich klientów. Wiele rzeczy muszę pominąć, ponieważ obowiązuje mnie klauzula tajności w tej firmie, w której pracuję. Ale odzywają się do mnie cały czas, a ponieważ natura pracy jest zdalna, to nie jest problem. To są ludzie z firm, w których dawniej pracowałem, lub tacy, z którymi pracowałem, a teraz założyli własne firmy.

Mężczyzna, 35 lat, W. Brytania

Tu w Argentynie i Latynoameryce działa taka grupa Mas Mujeres en UX (Więcej Kobiet w UX). Taka feministyczna grupa, girl power. Robią ogrom dobrej roboty w kontekście

W JAKIEJ FORMIE CHCIAŁ(A)BY PAN(I) WSPÓŁPRACOWAĆ LUB JUŻ PAN(I) WSPÓŁPRACUJE?



Wykres 27. Preferowane formy współpracy z Polską

tęgo, jak zdobyć pracę. Organizują rozwojowe workshopy dla dziewczyn. Mi to strasznie pomogło, dlatego chcę nieść też ten kaganek oświaty do Polski. [...] W Mas Mujeres en UX spodobała mi się idea jednoczenia kobiet. Niektóre workshopy były skierowane wyłącznie do kobiet, które łączyły dziewczyny, które dopiero chciały wejść w UX, z tymi kobietami, które już były bardziej doświadczone w tym temacie, w podziale na różne specjalizacje. Te szkolenia łączyły te osoby z ich mentorkami. Mi się ta idea bardzo spodobała. Można byłoby tak wykorzystać tych Polaków porzucanych po świecie, ich wiedzę, która może być innym punktem widzenia na tę branżę. Mogłoby to być zorganizowane przez jakąś platformę łączącą osoby chętne do bycia mentorem z osobami chętnymi do bycia mentorowanymi. Oczywiście online. Mogłabym zostać takim mentorem. Sama z tego skorzystałam i dużo mi to dało, więc chcę teraz się dzielić tym dalej.

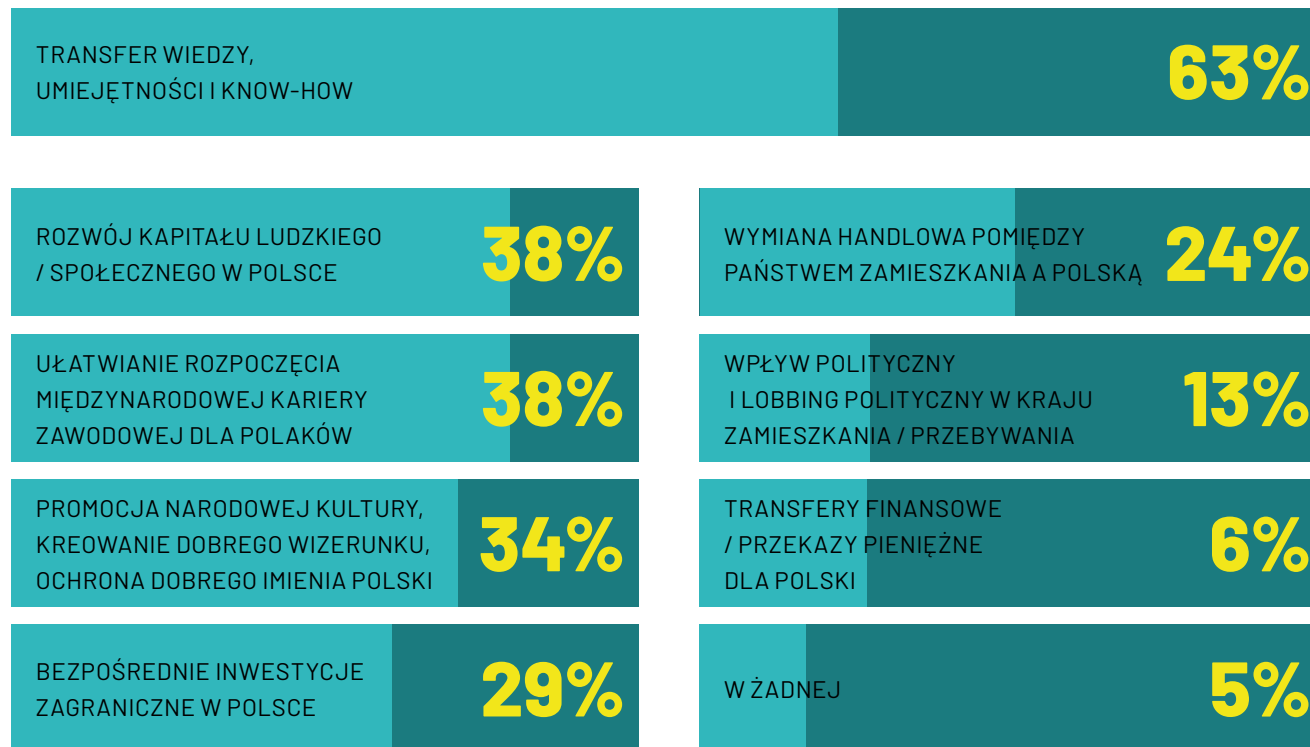
Kobieta, 30 lat, Argentyna

Jeśli chodzi o kwestie know-how, badanie jakościowe pokazuje też ciekawą relację – w branżach, w których pracują badani (np. finanse, analiza danych, game-tech), polskie rozwiązania są często uznawane za lepsze od tych funkcjonujących za granicą. Z tej przyczyny transfer wiedzy może odbywać się z Polski za granicę.

Jeśli chodzi o finanse, to my się uczymy od Polaków. Polacy od Niemców nie nauczą się wiele. Jeżeli robię w pracy analizę rynków finansowych w Europie albo sposobów płatności, to Polska jest na pierwszym miejscu. Moi szefowie też to wiedzą i mówią: „Bo Polacy mają coś takiego jak BLIK, weź sprawdź, czy my w Niemczech też możemy coś takiego wprowadzić”. My z Polski bierzemy przykład. W Polsce wszystko dużo lepiej funkcjonuje, jeśli chodzi o finanse. Tu przelew z Niemiec do Niemiec idzie 2–3 dni. Tutaj kart płatniczych za bardzo się nie używa.

Kobieta, 32 lata, Niemcy

W JAKICH SFERACH POLSKA DIASPORA TECHNOLOGICZNA MOGŁABY ODGRYWAĆ WAŻNĄ ROLĘ DLA POLSKI?



Wykres 28. Proponowane sfery oddziaływania polskiej diaspory technologicznej na Polskę



Poza wątkami indywidualnych doświadczeń i preferencji związanych ze współpracą diaspory z krajem ojczystym badanie obejmowało także aspekt bardziej ogólny, czyli to, w jakich sferach diaspora mogłaby odgrywać ważną rolę dla Polski. Odpowiedzi ponownie są zgodne z tymi, które uzyskano dwa lata wcześniej.

Zdecydowanie najwięcej respondentów, bo niemal ⅔, rolę diaspory widzi w przekazywaniu do Polski wiedzy, umiejętności oraz know-how.

Ponad ⅓ badanych zwróciła uwagę także na inne sfery, w tym:

- rozwój kapitału ludzkiego/społecznego w Polsce (38%),
- ułatwianie rozpoczęcia międzynarodowej kariery zawodowej dla Polaków (38%),
- promocję narodowej kultury, kreowanie pozytywnego wizerunku, ochronę dobrego imienia Polski (34%).

W zakresie badanego zagadnienia nie odnotowano istotnych różnic pomiędzy osobami w różnym wieku i obu płci.

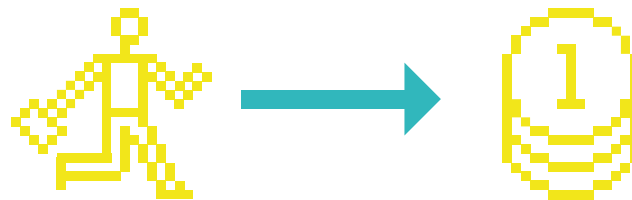
3.6. OBRAZ MIGRANTÓW – STEREOTYPY MIGRACYJNE

Nowym elementem badania polskiej diaspory sektora nowych technologii były zagadnienia związane z obrazem migrantów. Badaczy interesowało, jaki obraz migranta – zarówno migranta z Polski, jak i innych krajów – rysuje się w oczach przedstawicieli polskiej diaspory technologicznej, jak – zdaniem jej członków – migrantów postrzega lokalna społeczność w krajach pobytu oraz czym różni się stereotyp migranta polskiego od migranta innych narodowości. Definicja migranta została w tych pytaniach rozszerzona poza członków diaspory technologicznej – oceniano całą społeczność Polaków oraz osób innych narodowości mieszkających i pracujących w danym kraju, wykonujących różne prace i zawody, nawet tych, którzy w danym miejscu zamieszkali, ale nie pracują.

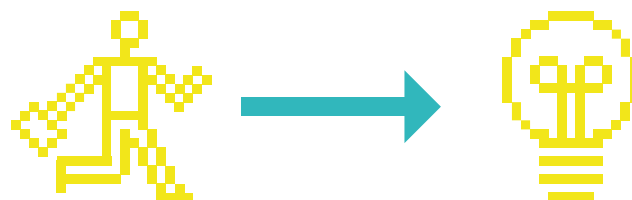
Rozmowy z badanymi pokazują, że stereotypy tworzone są przeważnie na podstawie doświadczenia – w trakcie kontaktów respondentów z przedstawicielami narodowości kraju, w którym aktualnie przebywają, oraz innymi Polakami emigrantami. Podczas części wywiadów temat definicji stereotypu nie był pogłębiany, jednak niektórzy badani podawali mniej lub bardziej precyzyjną definicję słownikową tego terminu.

Kwestie stereotypów są bardzo złożone. Przeważnie są one trudne do zdefiniowania dla badanych w tak krótkim czasie, jakim jest jednorazowa rozmowa z moderatorem czy udział w ankiecie. Aspekt stereotypów ma także wiele warstw i zależności – m.in. sposób definiowania i tworzenia stereotypu, doświadczenia ze „stereotypem stereotypu” Polaka emigranta w danym kraju czy też doświadczanie stereotypów innych nacji w społeczności, w której się mieszka.

Generalnie można wyróżnić dwa stereotypy Polaków emigrantów, z którymi spotykają się badani – i zasadniczo są one pozytywne:



1. Emigranci zarobkowi – stereotyp ten przeważa wśród przedstawicieli społeczności, w której żyją badani. Emigranci ci pracują przede wszystkim w sektorach usługowych: jako budowlańcy (Norwegia, Islandia), osoby sprząające (Norwegia, Hiszpania), pracownicy gastronomii (Niemcy, Wielka Brytania) czy kurierzy (Niemcy). Zdaniem badanych są postrzegani przez członków społeczności jako osoby zaradne, ciężko pracujące, często cwane (w pozytywnym sensie). Badani zauważają, że negatywnym rysem tego stereotypu jest to, że wśród jego przedstawicieli panuje duża rywalizacja („podkładanie sobie świni”), konsumpcjonizm czy luźne podejście do poszanowania cudzej własności.



2. Emigranci „intelektualni” – to z nimi identyfikują się sami badani. Emigranci ci pracują głównie w nowoczesnych sektorach gospodarki opartych na wiedzy: jako lekarze, architekci, inżynierowie, konsultanci, menedżerowie wysokiego szczebla, programiści. Są postrzegani przez współpracowników i członków społeczności jako osoby bardzo dobrze wykształcone, otwarte, ciekawe świata, zaradne, ambitne, mające wysokie kompetencje zawodowe i interpersonalne. Część badanych zauważa, że osoby te są przeważnie niezbyt chętne do pomagania innym Polakom emigrantom.

Jeden z badanych zauważa, że przedstawiciele polskiej diaspory na Islandii cechuje eskapizm społeczno-kulturowy i antyklerykalizm. Inna osoba zauważa, że Polacy są przesadnie i niepotrzebnie skromni.

Większość jest Polaków z małych miejscowości. Oni uciekają przed beznadzieją. Przed brakiem perspektyw. Przed tym, że są z małej miejscowości i są skazani na bycie obywatelami drugiej kategorii. A tu się mogą odnaleźć, wynaleźć się. Po drugie charakterystyką tutejszej Polonii jest antyklerykalizm. To jest ciekawe. To by się wpisywało w stereotyp Polaka, który ucieka. Zwłaszcza ze ściany północno-wschodniej.

Mężczyzna, 40 lat, Islandia

Podsumowując jednak złożony obraz zebrany z wielu źródeł, uznać należy, że przedstawiciele diaspory prezentują **bardzo pozytywny obraz polskiego migranta**. Ich zdaniem Polacy pracujący i mieszkający za granicą są pracowici i sumienni, są **dobrymi fachowcami, wręcz ekspertami w swojej dziedzinie, a także są zaradni i potrafią się odnaleźć w każdej sytuacji**.

Bardzo rzadko przypisywali im cechy negatywne, takie jak: niebezpieczni, stwarzający zagrożenie, negatywnie wpływający na rynek pracy czy też żerujący na garnuszku państwa i opiece społecznej.

Przymiotniki opisujące Polaków: to zależy, jaki typ emigracji. Jeśli emigracja ekonomiczna, tobym ich określiła: konsumpcjonizm. To jest coś, co może charakteryzować każdą emigrację ekonomiczną. Ja wyjechałam z powodu barier socjalnych, społecznych barier, które widziałam w Polsce, a tutaj mogę je sobie omijać, chociaż tu korzystam z karty emigranta i mówię, że nie rozumiem. Właśnie ten typ ludzi, którzy nie uciekają tylko za pieniędzmi, tylko szukają czegoś innego, czego nie mogą znaleźć w Polsce, tobym mogła powiedzieć: ambicje.

Kobieta, 32 lata, Niemcy

Na pewno Polacy są pilni w pracy. Potrafią załatwić wszystko szybciej. Niemcy potrzebują dużo czasu, żeby coś ustalić. Koleżanka Niemka dzwoni do mnie, żeby mi przeczytać maila do kogoś innego, żebym ja jej powiedziała, czy takie sformułowanie będzie dobre. [...] Wychodzi na to, że my, Polacy, nie potrafimy się chwalić naszą pracą. Jak zrobiłam ¼ swojej pracy, to mi wstyd, że nie zrobiłam więcej, a Niemcy są bardzo dumni z tego i wszędzie o tym trąbią. My, Polacy, jesteśmy skromni i zorientowani na wyniki pracy, a nie sam przebieg.

Kobieta, 32 lata, Niemcy

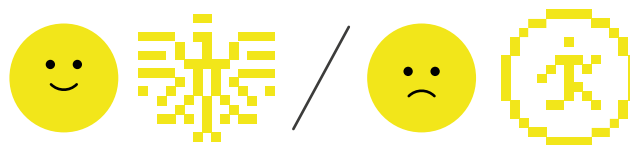
Nie traktują nas jako najwyższe zagrożenie. Nie jesteśmy traktowani jak Australijczycy, których nie lubią bardzo. Nie jesteśmy traktowani jak Holendrzy, których się boją. Z poprzednich lat kolonii się to bierze. Nie traktują nas jako najeźdźców, Anglików, którzy... tam jest większość Anglików, a nie Angoli. A różnica jest taka jak między Polakami a Polaczkami. Tak że to jest o tyle lepsze.

Mężczyzna, 53 lata, Singapur

Zdaniem osób badanych lokalna społeczność ma nieznacznie gorszą opinię o polskich migrantach, jednak zasadniczo również pozytywną, choć cechy negatywne przypisywano polskim migrantom w nieco większym stopniu, np. polscy migranci jako negatywnie oddziałujący na lokalny rynek pracy – w opinii samej diaspory jedynie w stopniu 2,6 na 10-stopniowej skali, a już w opinii lokalnej społeczności – aż 4,3.

Należy w tym miejscu podkreślić bardzo ważny aspekt metodologiczny badania – w ankiecie nie brali udziału przedstawiciele lokalnej społeczności, a jedynie członkowie polskiej diaspory technologicznej (grupa docelowa badania). Ankietowani Polacy (i osoby o polskich korzeniach) wypowiadali się więc „w imieniu” lokalnych mieszkańców, przedstawiali ich opinię, ale przez pryzmat

własnych doświadczeń i postaw. Prezentowane dane nie są więc obiektywnym wynikiem badania lokalnej społeczności z kraju emigracji, lecz subiektywną opinią samych respondentów, wyrażaną na zasadzie projekcji. Wyniki te zatem



z jednej strony pokazują stereotypy postrzegania Polaków i innych narodowości za granicą, z drugiej strony – bazują przede wszystkim na stereotypach utrwalonych u samych respondentów. Dodatkowo obarczone są typowym błędem poznawczym, według którego ludzie faworyzują własną grupę – w tym przypadku Polacy lepiej oceniają Polaków niż ludzi innych narodowości.

Migranci innych narodowości są postrzegani dużo bardziej negatywnie – cechy pozytywne (np. pracowici, sumienni, dobrzy fachowcy, zaradni, integrujący się z lokalną społecznością) przypisywane są im znacznie rzadziej niż Polakom, z kolei cechy negatywne (np. żerujący na garnuszku państwa, niebezpieczni, wprowadzający zagrożenie, negatywnie oddziałujący na rynek pracy) – częściej niż naszym rodakom.

Poza tym Polacy w Niemczech są pracowici, bardzo dużo Polaków u nas się pojawiło, bo robimy dużo dla Amazona i kurierzy Polacy są świetni, szybcy, precyzyjni, dużo lepsi niż np. ludzie z Bliskiego Wschodu. Ci z Bliskiego Wschodu muszą przelamać swoje postrzeganie świata i jak przychodzi kurier, a ja mieszkam na parterze, więc teraz, gdy się uczę i jestem w domu, to odbieram paczki dla całego domu. I Arab, gdy przychodzi, to będzie stał i trzymał palec na guziku, a Polak dzyń, dzyń, Polacy są rzetelni w tym, co robią.

Mężczyzna, 51 lat, Niemcy

Badanie jakościowe pokazuje bardzo wyraźnie, że stereotypy innych narodowości w dużej mierze zależą od kraju, w którym żyją respondenci. Na przykład w Skandynawii, Niemczech i Hiszpanii zdaniem badanych dominują ukryte negatywne stereotypy dotyczące emigrantów z Bliskiego Wschodu i Afryki.

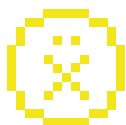
Z uwagi na bardzo małą liczbę wskazań poszczególnych grup narodowo-etnicznych wyniki badania ankietowego dotyczące postrzegania migrantów różnych narodowości analizować można jedynie łącznie, a nie w odniesieniu do każdej grupy etnicznej osobno.

Należy także pamiętać, że „migranci innych narodowości” to grupa ogromnie zróżnicowana – nie tylko inna w każdym kraju, gdzie ankietowani byli członkami polskiej diaspory, np. w Wielkiej Brytanii, Niemczech czy Hiszpanii, ale też w każdym z nich bardzo zróżnicowana wewnętrznie. Na przykład w Wielkiej Brytanii wskazano kilkanaście różnych nacji, które zdaniem badanych są w szczególny sposób postrzegane stereotypowo przez Brytyjczyków, w tym Hindusi, Rumuni, muzułmanie czy Pakistańczycy. W Niemczech stereotypowo postrzeganą grupą migrantów są przede wszystkim Turcy, ale wspomniano także o Arabach, muzułmanach czy ogólnie uchodźcach. W Hiszpanii najczęściej postrzeganą stereotypowo grupą są Latynosi, rzadziej Rumuni, Marokańczycy, Włosi czy kilka innych nacji.

Jest duża grupa Marokańczyków i narodowości z północnej Afryki: Tunezja, Ghana. Wobec nich jest duże nastawienie negatywne. Jest duża nietolerancja. Ludzie starsi i niżej wykształceni mają poczucie, że ci ludzie zabierają im pracę, korzystają z pomocy socjalnej. Tym bardziej że to są Arabowie. Ich zwyczaje religijne budzą kontrowersje, np. nie jedzą wieprzowiny, a w Hiszpanii są te szynki. To są proste rzeczy, które jednak są iskrą konfliktu.

Kobieta, 44 lata, Hiszpania

Część badanych w kontekście stereotypów emigrantów podkreśla aspekt poprawności politycznej. W ich otoczeniu zazwyczaj nie mówi się o pewnych grupach emigrantów w taki sposób, by stawiać ich w złym świetle.



Natomiast jest jeszcze dość duża mniejszość uchodźców z Afryki, z Pakistanu. Norwegia przyjęła dość dużo uchodźców. Wydaje mi się, że tutaj duże znaczenie ma tzw. poprawność polityczna, że na tych ludzi się nie narzeka. Ich się zostawia w spokoju. My tego nie odczuwamy. Nas można krytykować do woli. Natomiast ta grupa uchodźców ma fory. Poprawność nie dotyczy Polaków. Oni się już trochę nacierpieli, coś się w ich życiu wydarzyło. Natomiast my tu jesteśmy, żeby zarobić.

Kobieta, 35 lat, Norwegia

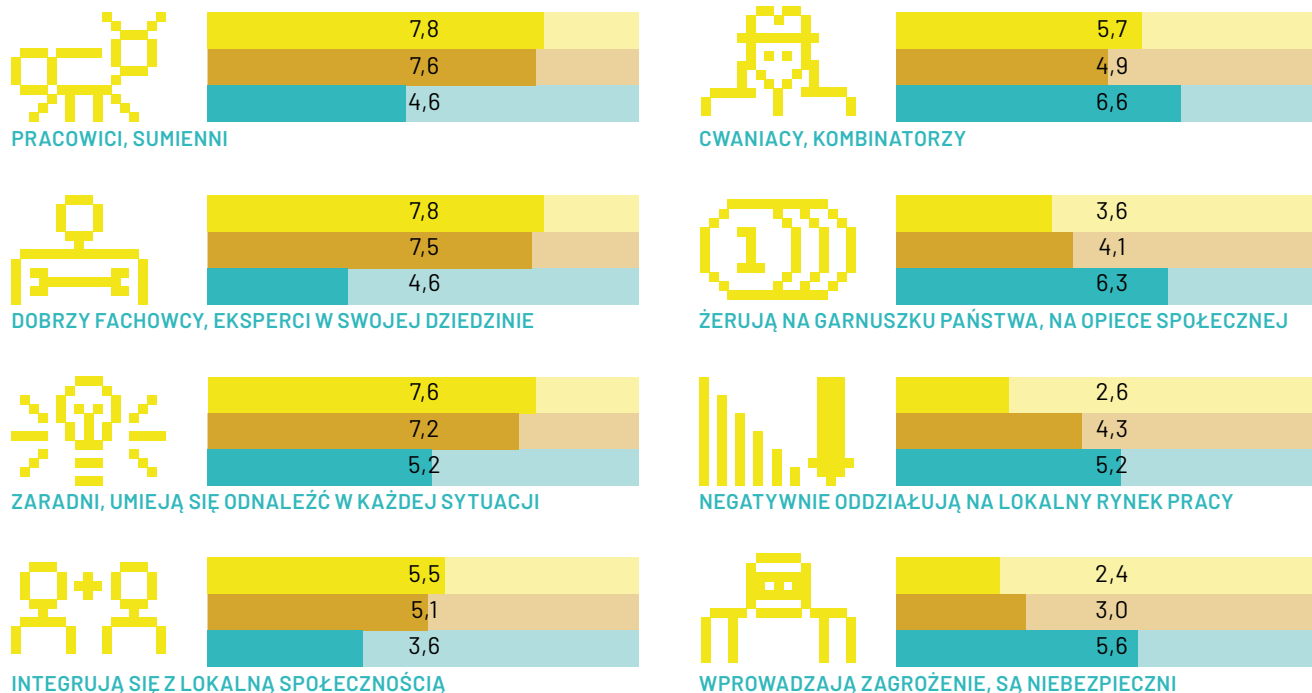
Inne pojawiające się w rozmowach stereotypy dotyczą:

- Brazylijczyków – „rozrywkowa”, „kolorowa” nacja, lubią się bawić, spędzać wspólnie czas;
- Hindusów – bardzo dobrze wykształceni, mają problemy ze znalezieniem pracy;
- Chińczyków – dobrze funkcjonują w sektorach związanych z IT, szybko adaptują się do lokalnej kultury, przedsiębiorczy, prowadzą sklepy.

POSTRZEGANIE MIGRANTÓW – POLAKÓW I INNYCH GRUP IMIGRANCKICH

SKALA 1-10: 1 – W OGÓLE NIE PASUJE, 10 – W ZNACZNYM STOPNIU PASUJE

- POLSKA DIASPORA O POLSKICH IMIGRANTACH
- LOKALNA SPOŁECZNOŚĆ O POLSKICH MIGRANTACH
- LOKALNA SPOŁECZNOŚĆ O MIGRANTACH INNYCH NARODOWOŚCI



Wykres 29. Obraz migrantów

Brazylijczycy są najbardziej widoczni. Portugalia jest multikulturowa. Tu jest wielu ludzi z różnych krajów. Brazylijczycy są mocno zauważalni, bo mają inny akcent. Jest taki stereotyp, a nawet prawda, że Brazylijczycy lubią się bawić, cieszyć się życiem, gromadzić wspólnie na grilla, biorą małe grille na plażę. Każda sytuacja jest dobra do tańca. Portugalczycy są do nich

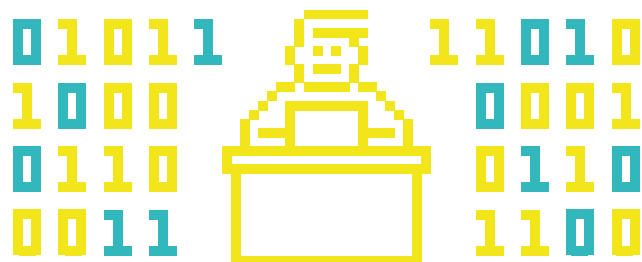
przyzwyczajeni. Brazylijki wprowadziły tutaj modę na gabinety kosmetyczne. Portugalki raczej nie znały takich usług, nie korzystały. Portugalki prawie nie używają makijażu, są bardzo naturalne. W odróżnieniu od Brazylijek, które mocno się malują, mają kolorowe długie paznokcie i kolorowo się ubierają.

Kobieta, 39 lat, Portugalia

Stereotyp przedstawiciela diaspory technologicznej

Większość badanych nie potrafi odnieść się do stereotypu przedstawiciela polskiej diaspory technologicznej ze względu na brak doświadczeń pracy, relacji z takimi osobami. Tylko kilkoro respondentów odnosi się do tej kwestii i pogłębia ją. Stereotyp ten jest częścią stereotypu emigrantów „intelektualnych”.

Reprezentant tego stereotypu to przeważnie mężczyzna, programista, bardzo dobrze wykształcony i mający duże doświadczenie w branży, zdobyte w Polsce lub za granicą. Jest cenionym specjalistą w swojej dziedzinie.



Jest inteligentny, ambitny, przykładą bardzo dużą wagę do szczegółów oraz jakości i efektów swojej pracy. Jest bardzo rzetelny, pracowity, cały czas podnosi swoje kompetencje, uczy się. Jest raczej introwertykiem, rzadko buduje głębokie relacje.

Będzie miał pewnie około 30 lat, brodę, okulary, nieogolony zarost. Najczęściej ma parę lat doświadczenia w branży w naszym kraju. Być może ma duży tytuł już na koncie, który otworzył mu drzwi do dalszej kariery na Wyspach. Jest ambitny, ciężko pracujący, bardzo się stara, nie obija się. Ludzie, z którymi się spotkałem przy Star Citizenie, byli strasznie przywiązani do szczegółów, żeby ta praca była jak najwyższej jakości. Stereotyp „hardworking Polak” jak najbardziej się sprawdza.

Mężczyzna, 35 lat, W. Brytania

W branży technologicznej jeśli jest stereotyp Polaka, to wydaje mi się, że jest to stereotyp osoby przedsiębiorczej, zaangażowanej w to, co robi, i to bardziej niż inne nacje, bo mamy bardzo dużo polskich start-upów. Moja koleżanka skończyła Cambridge i dostała się na staż do Rolls-Royce’a, później założyła firmę, która zgarnia nagrody w całej Europie. Zajmuje się hologramami, np. do sekcji zwłok, na witryny sklepowe, bardzo różne.

Kobieta, 27 lat, W. Brytania

Warto podkreślić, że struktura próby z badania ilościowego przeczy temu stereotypowi, choćby w kontekście płci. W obu zrealizowanych edycjach projektu (2018 i 2020) rozkład płci osób badanych jest niemal równomierny – mniej więcej połowę stanowią kobiety.

Ponadto programiści stanowią jedynie 19% próby ilościowej z roku 2020, a ogólnie osoby pracujące w branży informatycznej – 40%.

Stereotyp polskiego migranta z branży high-tech jest dość daleki od obiektywnego obrazu tej grupy. W tym kontekście decyzja o podjęciu oraz kontynuacji badania tego zagadnienia, a także o jak najszerszym upowszechnianiu jego wyników wydaje się tym bardziej uzasadniona. Może bowiem rzucić prawdziwe światło na istotny aspekt polskiej tożsamości, kultury i gospodarki – zarówno na arenie międzynarodowej, jak i w naszej ojczyźnie.

Źródło badań zawartych w niniejszym rozdziale:

Badanie ilościowe CAWI, $n = 308$, październik–listopad 2020, Inny Format sp. z o.o.

4

BIBLIOGRAFIA

Hatalska, N. (2017), Wędrowcy. Raport o współczesnych nomadach, Gdańsk: Hatalska.com.

OECD (2002), International Mobility of the Highly Skilled, Paris: OECD.

Raczyński, R. (red.) (2019), E-migracja. Polska diaspora technologiczna. Raport z badań, Gdynia: Muzeum Emigracji w Gdyni.

Siar, S. (2014), Diaspora knowledge transfer as a development strategy for capturing the gains of skilled migration, Asian and Pacific Migration Journal, 23 (3): 299–323.

5

SPIS WYKRESÓW



- 15 **Wykres 1.** Struktura próby badawczej ze względu na płeć
- 15 **Wykres 2.** Struktura próby badawczej ze względu na wiek
- 16 **Wykres 3.** Struktura próby badawczej ze względu na wykształcenie
- 16 **Wykres 4.** Struktura próby badawczej ze względu na kraj pochodzenia
- 17 **Wykres 5.** Struktura próby badawczej ze względu na branżę / sektor biznesu, z którymi współpracują badani – ogół vs płeć
- 18 **Wykres 6.** Struktura próby badawczej ze względu na branżę / sektor biznesu, z którymi współpracują badani (wybrane) – rozkład w grupach wiekowych
- 19 **Wykres 7.** Struktura próby badawczej ze względu na wykonywany zawód – ogół vs płeć
- 20 **Wykres 8.** Struktura próby badawczej ze względu na wykonywany zawód (wybrane) – rozkład w grupach wiekowych
- 23 **Wykres 9.** Motywy wyjazdu z Polski – ogół vs płeć
- 24 **Wykres 10.** Motywy wyjazdu z Polski – rozkład w grupach wiekowych
- 25 **Wykres 11.** Charakter pobytu za granicą
- 25 **Wykres 12.** Długość pobytu za granicą
- 26 **Wykres 13.** Częstość zmian kraju zamieszkania w ciągu ostatnich 5 lat
- 27 **Wykres 14.** Kraj zamieszkania polskich migrantów biorących udział w badaniu
- 28 **Wykres 15.** Subiektywna ocena własnego życia

-
- 31 **Wykres 16.** Kontakty społeczne podczas pobytu za granicą
- 32 **Wykres 17.** Udział w życiu polonijnym
- 33 **Wykres 18.** Rozważanie możliwości powrotu lub przeniesienia się do Polski
- 34 **Wykres 19.** Skala natężenia konkretności planów przenosin do Polski – ogół vs płeć i wiek
- 35 **Wykres 20.** Znaczenie sytuacji w Polsce wobec planów ewentualnych przenosin do ojczyzny
- 37 **Wykres 21.** Znajomość polskich programów przyciągających emigrantów
- 38 **Wykres 22.** Elementy programów przyciągających emigrantów mające wpływ na decyzję o powrocie do Polski
- 39 **Wykres 23.** Skala natężenia wpływu istnienia programów przyciągających na decyzję o powrocie do Polski
- 41 **Wykres 24.** Poczucie tożsamości
- 42 **Wykres 25.** Zainteresowanie współpracą z krajem
- 43 **Wykres 26.** Zainteresowanie współpracą z podmiotami związanymi z Polską
- 44 **Wykres 27.** Preferowane formy współpracy z Polską
- 45 **Wykres 28.** Proponowane sfery oddziaływania polskiej diaspory technologicznej na Polskę
- 48 **Wykres 29.** Obraz migrantów

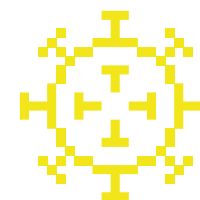
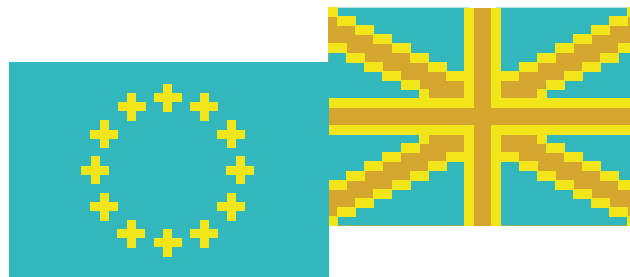
6

REPORT SUMMARY

RESEARCH OBJECTIVES AND METHODOLOGY

The research, the results of which are presented in this report, is a continuation of a project conducted in 2018-2019 by the Emigration Museum in Gdynia and the PLUGin Foundation. The research conducted at that time provided information on the general characteristics of the Polish technological diaspora in the socio-demographic and professional areas, family situation, migration experiences, social and professional relations of emigrants, sense of identity and bonding with the home country, cooperation with the Polish organisations and business, as well as on the prospects for returning to Poland.

The project was summarised in the publication *E-migration. Polish technological diaspora. Research Report*, edited by Rafał Raczyński [2019], and which can be downloaded free of charge on <http://e-migracja.eu>. The great interest in the research from the media and the industry, as well as from the respondents themselves, prompted the investigators to continue with their study.



The second edition aimed to further deepen and extend the knowledge from the first edition. Amongst the questions that were added were those dealing with the issue of migration stereotypes as well as those relating to the current events, e.g. to what extent have the SARS-CoV-2 coronavirus pandemic and Brexit affected the private and professional lives of migrants.

The survey, like the previous ones, was divided into two modules: quantitative and qualitative. Computer assisted web interview (CAWI) questionnaires, completed independently by the respondents was the data collection method used in the quantitative survey. Statistical analyses for the distributions of the variables were performed using the chi-square test for proportions, while the comparison of means was performed using the *t*-test for independent groups.

The qualitative survey used in-depth interviews (IDIs) in one-on-one format as a data collection method. They are among the basic tools used in qualitative marketing and social research. They are conducted with one person in a relaxed atmosphere. The aim is to obtain precise information and to expand the knowledge directly related to the research topic. Interviews of this type make it possible to collect individual and frank opinions and perceptions of the subjects.

STUDY SAMPLE AND DEADLINE

Polish emigrants, people with Polish roots and Polish trans-migrants, expats and contemporary nomads³, who work abroad were invited to participate in the study. The survey was addressed to highly qualified employees – members of the Polish diaspora employed in modern sectors of the economy: IT, finance, arts and entertainment, consulting, marketing, media, physics and sciences, biotechnology and medical engineering, real estate, tourism, transport and logistics, computer and mobile games, databases and big data (warehousing), start-ups (regardless of the sector), etc. As with the first edition, the reference for defining the category of highly skilled workers was the definition used by the OECD, defining them as those who have completed tertiary education, as well as those who do not have a formal qualification obtained in this way, but who are employed in a position usually requiring such a qualification [OECD, 2002: 13].

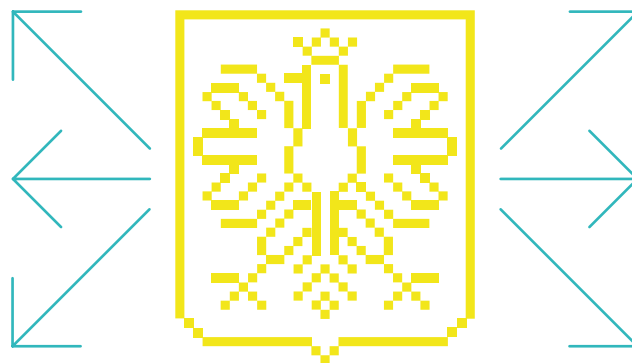
As in the first edition, we wanted to include in the study those who are employed in modern technology and innovation sectors and creative industries, i.e. in those areas of the economy where human capital – understood as knowledge, skills and competences – plays an essential role. Therefore, we have invited both the professionals who use specialist technological knowledge and skills in their work (e.g. programmers, UX designers, engineers, scientists) and those who work in the areas that provide ‘support’ to the technological environment, and are involved in management, advisory or creative work (start-up owners, businessmen, project managers, lobbyists, influencers) to participate in the research.

This stems from our conviction – which we already emphasised in the introduction to the report su-

³ Defined as individuals who roam the world and live in many different places, sometimes circulating between Poland and other countries. See: N. Hatałska (2017), *Wędrowcy [Wanderers]. A report on contemporary nomads*, Gdańsk: Hatałska.com.

mmarising the first edition of the project – that modern sectors of the economy should not be identified only with what Sheila Siar [2014] defines as “hard knowledge” (i.e. scientific, technological, as well as economic knowledge), but also with the so-called “soft knowledge” (e.g. business, commercial, managerial, and even cultural or involving creative skills).

In the case of the quantitative survey – we left the final decision, as to whether to include them in the project’s target group, to the respondents themselves, relying on



their sense of self-identification with the group described above. An analysis of the answers given by those who decided to fill in the questionnaire, from the perspective of their education and occupation, confirms that this was an appropriate action⁴.

Quantitative survey

The quantitative research was carried out in the form of an online survey available on the project’s website:

⁴ Extended methodological information concerning both the study and the target group, is included in the introduction to the report summarising the first edition of the project: *E-migration. Polish technological diaspora. Research Report*, which can be downloaded free of charge on <http://e-migracja.eu>.

www.e-migracja.eu. Over 440 persons completed it between 15 October 2020 and 22 November 2020. Some of the questionnaires were significantly incomplete (interviews were interrupted in the initial part of the survey), thus in the end 308 interviews were left in the set to be analysed.



The interview questionnaire used in the quantitative survey consisted of 27 questions and a header. It has been slightly modified in comparison to the version in the first edition. The survey was divided into two main sections: The first of these replicated the most relevant questions from the point of view of the project’s objectives, from the tool used in the previous edition. They referred to the following research areas: the exploratory and descriptive area, migration, returns to Poland and arrivals in the country, the area of identity and collaboration with the homeland. The second part is devoted to the issue of migration stereotypes. The choice of this topic resulted from the fact that migration stereotypes will constitute the main theme on the agenda of the Emigration Museum in 2022. In this section, respondents were asked both about the image of Poles as migrants and about other immigrant groups.

A sample of the interview questionnaire used in the quantitative survey is attached as Annex 1.

Qualitative survey

All interviews in the qualitative survey were conducted using electronic messaging apps (Skype, Zoom or WhatsApp). Interviews were conducted between 3 and 13 December 2020. They were attended by 15 professionals working

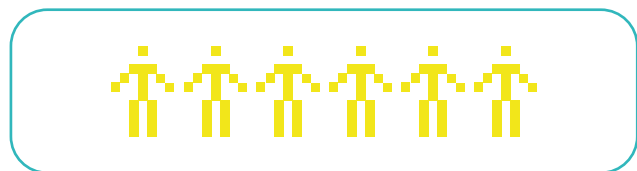
in various positions associated with innovative technologies and creative industries.

The script of the in-depth one-on-one interview, in addition to a “warm-up” introducing the theme of the project and providing information on the rules of the research implementation, included the following research areas:

- emigration history;
- immigrant life, life satisfaction, the pandemic;
- networking and stereotypes;
- relations with Poland, returning to the homeland.

It was estimated that the interviews would last about an hour on average, but in practice they often lasted longer.

A sample of the in-depth one-on-one interview questionnaire used in the qualitative survey is attached as Annex 2.



The project team comprised:

- Bartosz Chruścielski (Inny Format);
- Kinga Alina Langowska (Emigration Museum in Gdynia);
- Joanna Michałowska (Inny Format);
- Dr Rafał Raczyński (Emigration Museum in Gdynia);
- Michał Sobczyk (PLUGin Polish Innovation Diaspora Foundation);
- Sebastian Tyrakowski (Emigration Museum in Gdynia);

The quantitative and qualitative surveys were carried out in collaboration with the research company Inny Format sp. z o.o.

Report limitations

As in the report summarising the first edition of the survey, we would like to point out that the methodology adopted for the purposes of this project has certain limitations which need to be taken into account when interpreting the

I EDITION ? II EDITION

findings. In the case of quantitative research, the selection of respondents was not based on random sampling but a purposive sampling. Therefore, these surveys are not representative. Similarly, qualitative research, by its very nature, offers limited scope for making inferences about the entire studied population. The results of the project cannot therefore be directly extrapolated to the entire population of highly skilled Poles and people with Polish roots employed abroad in modern sectors of the economy.

At the same time, the results of the second edition of the project cannot be directly compared with the results of the first edition. In particular, when analysing the results of both editions, one should be cautious about drawing authoritative conclusions about changes in various phenomena and attitudes over time. The research conducted within the project is not of a panel nature, i.e. analysing the situation of the same respondents over time. As a result, it is not possible to say unequivocally whether the emerging differences in findings between the first and the second editions reflect actual changes in attitudes and behaviour, or whether they are more a consequence of a different sample structure. As such, references to results from the 2019 report, appearing in some parts of this report, are intended to provide a background outline, rather than a basis for monitoring trends.

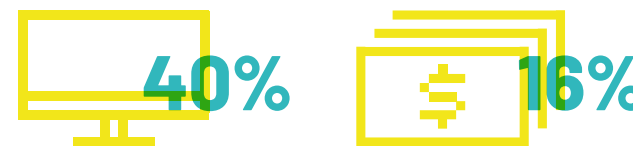
With these limitations in mind, the members of the project team believe that the research findings presented in this report adequately indicate certain trends concerning

this group. The findings of the second edition, summarised in the report, are largely in line with those of earlier studies.

KEY FINDINGS OF THE SURVEY

Emigrants' profile

The surveyed representatives of the Polish technological diaspora are mostly young and middle-aged persons – the vast majority are under 50. They are also very well educated people. They mostly represent the IT (40%) and financial (16%) sectors. The youngest technological emigrants – those under the age of 30 – are primarily from the IT, start-ups, marketing and biotechnology sectors.



In terms of occupation, the most frequently represented professions are project manager, team manager, programmer or analyst. The survey shows quite a high occupational mobility, being open to new knowledge, experiences and challenges. During the pandemic, some emigrants have re-branded themselves or are currently in training and in the process of changing professions.



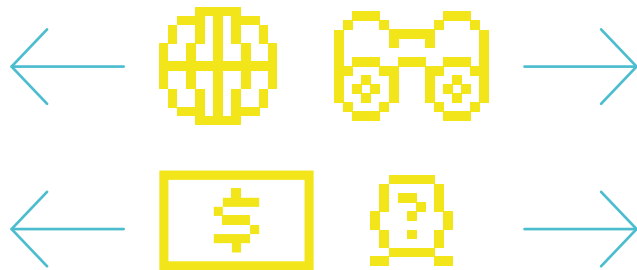
Most surveyed diaspora representatives live in the UK, Germany, Spain, as well as in other European countries – the Czech Republic, the Netherlands, Denmark, Norway, Sweden, Ireland, France, Austria and Switzerland.

A sizable group of technological emigrants live in the countries of North America and Asia.

MIGRATION EXPERIENCES

Emigration history

The main reasons for going abroad are consistent with the findings of the first edition of the project. As before, the key motivators for leaving Poland are: curiosity, the desire to learn more about the world, personal development, as well



as better professional and salary prospects. The younger representatives of the tech diaspora are more likely to travel for educational purposes. In this group there is also a greater emphasis on personal development (as a factor for departure). The older migrants, on the other hand, more often mention the lack of perspectives in Poland, or the desire for family reunification and personal reasons.

The qualitative study, exploring the reasons for emigration, sheds light on an interesting issue related to the purely professional aspect. As it turns out, it is not high wages that are perceived by the respondents as the main benefit of working abroad. The most important are the non-salary related elements, such as work culture and ethics, good team relations, reduced stress, effective and friendly company and team management, optimal work-life balance as well as the opportunity to take on new challenges.

Satisfaction with living abroad

Respondents evaluate their life abroad very well, both in general terms and in areas related to their professional status, family relations and health. Below are the aspects of life abroad, that the current group of respondents rated slightly lower than the respondents of the 2018 survey:

- occupational status – a decrease of 3 percentage points compared to the previous survey,
- spending leisure time – down by 3 p.p,
- social life – down by 4 p.p,
- family relations – family relations – an increase of 4 p.p.

Although the differences are within the range of statistical error, they may signal a certain process that is more clearly visible through the analysis of qualitative data. It seems very likely, that it could have been the pandemic, that may have had the greatest impact on the respondents' satisfaction in these areas. Respondents acknowledge, that the strictures associated with the fight against the pandemic caused by the SARS-CoV-2 Coronavirus have significantly reduced leisure activities – including building and maintaining professional and social relationships.

Survey participants note that the job market situation in highly specialised, innovative industries has changed for the worse in the wake of the pandemic. It is worth noting, however, that the respondents themselves are not afraid of losing their jobs, and in fact view the changes in their professional lives associated with the pandemic as positive. For them, lockdown is a time of development or professional stabilisation. They welcome the opportunity to work remotely – which means more flexibility, more time spent with the family, no need to commute to the office and less stress.

In interviews with representatives of the technological diaspora – in the context of life satisfaction – the

theme of satisfaction with workplace relationships is prominent. Representatives of the IT industry very often compare the current work culture and professional relations to working conditions in Poland. They stress, that the management style of companies and teams there was very unsatisfactory. There tended to be toxic relationships at work and the work routine often took a heavy toll on private life.

Social relationships. Networking



The surveyed representatives of the technological diaspora are very open to relations with residents of their country of residence as well as immigrants of other nationalities (as in the previous edition of the project). On the other hand, they rarely maintain contact with other Polish emigrants or representatives of the technological diaspora.

The evaluation of the in-depth interviews shows that, despite a high degree of openness, the respondents live partly in certain 'social bubbles' – a fact which was further aggravated by lockdown. Technological emigrants focus primarily on maintaining private relationships – with family, friends, closest acquaintances. Most often this social circle does not exceed a few people. Professional contacts – regardless of nationality – are quite limited and superficial. Emigrants living in e.g. Germany, Spain or Canada note that people from these countries are not very keen on, or take a very long time to establish deeper relationships that go beyond appropriate, yet purely professional contacts.

What characterises the persons surveyed in the current edition of the project is their openness to make contact with other Polish emigrants through social media (e.g. Facebook groups). However, they see some limitations of these tools, especially in the context of online 'haters'.

A sense of connection with the homeland. Identity of the diaspora representatives

8.0  /  8.7

The surveyed representatives of the technological diaspora declare a fairly strong feeling of connection with the Polish culture. Regardless of age, gender or length of time spent living abroad, respondents generally identify strongly with the language, literature and cuisine. The sense of Polish identity is also strong (mean score of 8.0 on a 10-point scale), almost equal to the sense of European identity (mean score of 8.7). This is also a characteristic feature of the respondents taking part in this edition of the project.

For some respondents, the experience of Polish national origins is important because it allows them to build a sense of a strong national identity. Some respondents stressed that they were educated in Poland, and that the values they acquired there enabled them to function well abroad.

An indication of this strong sentimental attachment to Poland is the openness of some people to participate in events organised by Polish Houses or embassies. It is worth noting at this point, that this applies mainly to those emigrants who live far away from the homeland (e.g. Argentina, Singapore).

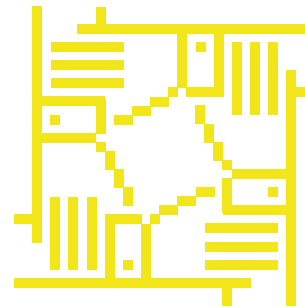
The only aspect that seems marginalised or even rejected in the context of emigrant identity, is the connection with the current socio-political situation in the homeland. Most respondents do not identify with it, in

POLISH IDENTITY

fact – they reject it. It is also a challenge in terms of relations with foreigners, in the context of “translating” the changes currently taking place in Poland.

Working in co-operation with Poland

The willingness to cooperate with Poland declared by representatives of the Polish technological diaspora, who took part in the latest survey, is lower than in the case of the declarations of participants in the previous edition. Emigrants from highly specialised sectors are most interested in building a positive image of Poland abroad – which they are already doing successfully in most cases. The results of the quantitative survey show that there is openness to co-operation with Polish companies, third sector organi-



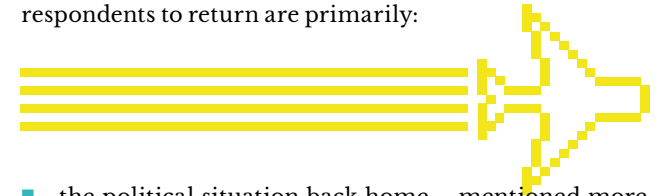
sations or universities. However, in-depth conversations with respondents on this topic reveal a certain scepticism based on the negative experiences of some of the emigrants interviewed.

Individual survey participants run their businesses in Poland, cooperate with the Polish companies or consider business partnerships – e.g. in the form of import/export of products/services. Some representatives of the diaspora are open to cooperation with their fellow Poles in the homeland through professional mentoring, transferring knowledge, know-how on how to develop a career abroad, among Polish students and professionals thinking of emigrating.

Returns to Poland

There are now far fewer representatives of the tech diaspora thinking about returning home than there were for the 2018

group. (36% vs 49% in 2018). The key issues that demotivate respondents to return are primarily:

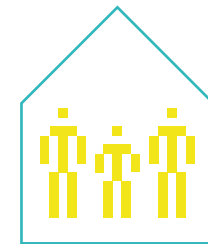


- the political situation back home – mentioned more often than in 2018,
- the economic situation in the homeland – mentioned much more often than in 2018,
- quality of life.

In addition, the reluctance to return is aggravated by a stabilised family situation (starting a family, bringing up children, buying an apartment) and the professional situation (a stable, well-paid, satisfying job).

In the context of quality of life, the respondents praise mainly such elements as:

- high level of work culture,
- environmental and air quality issues,
- the high quality of the health service and education system.



The strong link between the quality of life and working abroad is confirmed by the declarations of some respondents on their current earnings. They admit that work in a similar position in Poland would be associated with higher wages and often a higher material standard of living than at present, and yet they do not decide to return home.

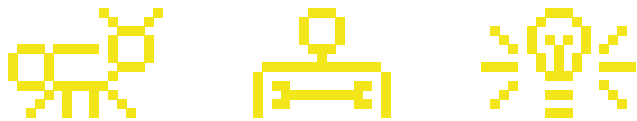
Incentives for emigrants

Institutional, systemic incentives and concessions as well as programmes supporting those returning from abroad seem to have little influence on the potential future plans of the respondents. The vast majority of diaspora representatives (72%) had not heard of them, and 28% of respondents felt they would have absolutely no impact; overall, more than half (59%) indicated minimal or no impact.

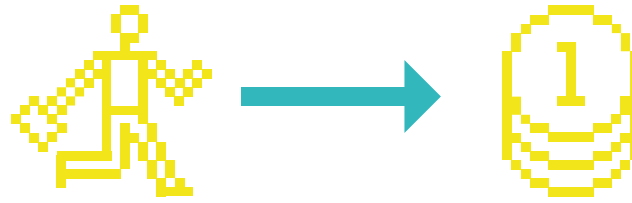
If the respondents were to consider returning to the home country, the solutions they would possibly take into account would be the financial and economic factors: tax reliefs, concessions for those running a business and access to the job market for family members. Some respondents admit that it is difficult to find work in Poland for partners, especially foreigners.

The image of emigrants. Stereotypes

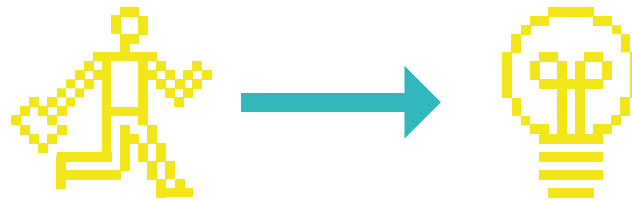
The image of the Polish emigrant is very positive - both in the subjectively perceived consciousness of the local community and among the representatives of the technological diaspora themselves. In the opinion of the respondents, Poles working and living abroad are hard-working and diligent, are good at their job, even experts in their field, and are resourceful and able to find their way in any situation.



It is necessary to point out that the stereotype presented in the study is a certain amalgam of characteristics – seen from the perspective of the residents of a given country, as well as the observations and experiences of the emigrants surveyed. The latter distinguish between two main stereotypes:



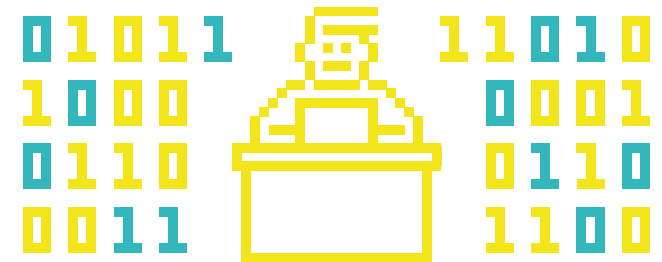
1. Economic migrants – this stereotype prevails among representatives of the community in which the respondents live. These emigrants work mainly in the service sectors: as builders (Norway, Iceland), cleaners (Norway, Spain), catering staff (Germany, UK) or couriers (Germany). They are perceived by members of the community as resourceful, hardworking and often cunning (in a positive sense). The respondents themselves note that a negative feature of this stereotype is that there is a lot of rivalry among its representatives (“backstabbing”), consumerism and a laid-back approach to respecting other people’s property.



2. ‘Intellectual’ emigrants – this is the group that the study participants identify with. These emigrants work in advanced, knowledge-based sectors of the economy: as doctors, architects, engineers, consultants, high-level managers, programmers. They are perceived by colleagues and community members as highly educated, open-minded, curious about the world, resourceful, ambitious, with high professional and interpersonal skills. Some respondents note that these people are generally not very willing to help the other Polish emigrants.

Stereotype of a representative of Polish technological diaspora

The stereotypical representative is usually male, a programmer, very well educated and with extensive experience in the industry, gained in Poland or abroad. He is a highly regarded specialist in his field. He is intelligent, ambitious



and places a very high value on detail and the quality and outcomes of his work. He is very reliable, hard-working, constantly improving his competences, always willing to learn. He tends to be an introvert and rarely builds deeper, inter-personal relationships.

It is worth noting, that the sample structure of the quantitative survey contradicts this stereotype, if only in terms of gender – in both editions of the survey (2018 and 2020), the gender distribution of those surveyed is nearly equal, with roughly half of the respondents being female.

In addition, programmers make up only 19% of the 2020 sample, and those working in IT in general make up 40%.

Thus, the stereotype of the Polish high-tech migrant is quite distant from the objective reality of this group. In this context, the decision to undertake and continue research on this issue and to disseminate its results as widely as possible seems all the more justified. For it can bring a true perspective to a significant aspect of the Polish identity, culture and economy – both internationally and in our country of birth.

7 ANEKS 1:

KWESTIONARIUSZ WYWIADU WYKORZYSTANY W BADANIU ILOŚCIOWYM

Szanowna Pani, Szanowny Panie,

Muzeum Emigracji w Gdyni we współpracy z Fundacją PLUGin prowadzi badania socjologiczne wśród członków polskiej diaspory zatrudnionych w nowoczesnych sektorach gospodarki. To już druga edycja tego projektu, pierwsza odbyła się w 2018 roku. Informacje na temat projektu można znaleźć pod adresem <http://e-migracja.eu>.

Badania są anonimowe – wyniki zostaną opracowane wyłącznie w postaci zbiorczych zestawień statystycznych. Gorąco prosimy o udział w badaniu.

Będziemy także wdzięczni za rozpowszechnienie informacji o badaniu oraz linku do ankiety wśród innych członków diaspory technologicznej – czyli Polaków i osób o polskich korzeniach pracujących za granicą w nowoczesnych sektorach gospodarki. Można do tego celu użyć ikon widocznych w prawym górnym rogu ekranu, odsyłających do najpopularniejszych serwisów społecznościowych, lub podać adres projektu: <http://e-migracja.eu>.

Dziękujemy!

OBSZAR EKSPLORACYJNO-OPISOWY

1. **Z jakim sektorem biznesu z reguły Pan(i) współpracuje lub z jaką branżą jest Pan(i) związany(-na)?**

1. branża informatyczna
2. sektor finansowy
3. sztuka i rozrywka
4. consulting
5. marketing
6. media
7. fizyka i nauki ścisłe
8. rynek nieruchomości
9. podróże
10. transport i logistyka
11. gry komputerowe i mobilne
12. bazy danych i big data (*warehousing*)
13. start-up – niezależnie od branży
14. biotechnologia / inżynieria medyczna
15. inne – jakie?

.....

2. Jaki rodzaj czynności zawodowych Pan(i) wykonuje (tzw. zawód wykonywany)?

1. administracja IT
2. programista
3. webmaster
4. analityk
5. tester
6. menedżer zespołu
7. menedżer projektu
8. grafik, projektant
9. funkcje nietechniczne w branży IT (np. finanse, marketing, założyciel, wyższa kadra menedżerska, członek zarządu itp.)
10. inne – jakie?
.....

3. Każdy człowiek w różnym stopniu jest zadowolony lub niezadowolony z różnych sfer swego życia. Proszę ocenić pod tym względem poszczególne sfery.

- 1 BARDZO ZADOWOLONY(-NA)
2 RACZEJ ZADOWOLONY(-NA)
3 ANI ZADOWOLONY(-NA), ANI NIEZADOWOLONY(-NA)
4 RACZEJ NIEZADOWOLONY(-NA)
5 BARDZO NIEZADOWOLONY(-NA)

1. relacje z członkami bliższej i dalszej rodziny
1 2 3 4 5
2. życie towarzyskie (dobrzy przyjaciele, znajomi)
1 2 3 4 5
3. spędzanie czasu wolnego
1 2 3 4 5
4. stan zdrowia
1 2 3 4 5

5. sytuacja finansowa
1 2 3 4 5
6. sytuacja zawodowa
1 2 3 4 5
7. ogólnie – Twoje życie
1 2 3 4 5

OBSZAR MIGRACYJNY

Poruszymy teraz zagadnienia związane z Pana(-ni) doświadczeniami migracyjnymi.

4. W jakim kraju się Pan(i) urodził(a)?

1. Polska
2. kraj należący do Unii Europejskiej, inny niż Polska » PRZEJDŹ DO PYT. 8
3. Stany Zjednoczone » PRZEJDŹ DO PYT. 8
4. inny – jaki? » PRZEJDŹ DO PYT. 8
.....

5. Co spowodowało, że wyjechał(a) Pan(i) z kraju? Proszę wskazać nie więcej niż 3 odpowiedzi.

1. chęć zdobycia formalnego wykształcenia
2. chęć zdobycia doświadczenia
3. rozwój osobisty, chęć poznania siebie
4. ciekawość, poznawanie świata
5. lepsze perspektywy zawodowe
6. lepsze zarobki
7. względy rodzinne, chęć połączenia rodziny
8. poszukiwanie partnera(-rki)
9. brak perspektyw w Polsce
10. wąska specjalizacja zawodowa, brak możliwości realizacji zawodowej w kraju
11. zawsze chciałem(-łam) wyjechać, niezależnie od swojej sytuacji zawodowej

6. Jak określił(a)by Pan(i) swój pobyt za granicą?

1. pobyt na stałe w kraju, w którym mieszkam
2. pobyt na stałe, ale obecny kraj zamieszkania to „przystanek” do kraju docelowego
3. regularne pobyty okresowe, „pół na pół” w kraju i za granicą
4. sporadyczne pobyty okresowe, „od czasu do czasu”

7. Jak długo trwa taki stan?

1. poniżej 1 roku
2. od 1 do 4 lat
3. od 5 do 9 lat
4. od 10 do 14 lat
5. powyżej 14 lat

8. Ile razy w ciągu ostatnich 5 lat zmieniał(a) Pan(i) kraj swojego zamieszkania?

Jeśli nie wydarzyło się to ani razu, proszę wpisać cyfrę 0.

9. W jakim kraju i mieście obecnie Pan(i) żyje – mieszka, pracuje?

Kraj:
Miasto:

10. Proszę zastanowić się nad swoimi kontaktami społecznymi (poznawanie nowych ludzi, spotkania towarzyskie itp.) podczas pobytu za granicą.

Z kim nawiązuje Pan(i) kontakty i relacje?

- 1 W OGÓLE
2 SPORADYCZNIE
3 PRZEDE WSZYSTKIM

1. z rodowitymi mieszkańcami danego kraju
2. z imigrantami, niezależnie od ich narodowości
3. z Polakami na emigracji / pracującymi poza granicami Polski
4. z członkami polskiej diaspory technologicznej, Polakami i osobami o polskich korzeniach pracującymi za granicą w nowoczesnych sektorach gospodarki

11. Czy bierze Pan(i) udział w życiu polonijnym (np. uczestniczy w spotkaniach organizowanych przez ambasadę, konsulat, polską parafię lub lokalną grupę Polaków; jest aktywnym członkiem jakiejś organizacji polonijnej lub sieci skupiającej Polonię itp.)?

1. nie
2. tak, sporadycznie
3. tak, często

POWROTY Z POLSKI I PRZYJAZDY DO KRAJU

12. Czy myśli Pan(i) o powrocie lub przeniesieniu się do Polski?

1. tak
2. nie » **OMIŃ PYT. 13**

13. Na ile konkretne są ewentualne plany przenosin? Proszę zaznaczyć swoją odpowiedź poprzez wskazanie punktu na skali.

1 – LUŻNA MYŚL, 10 – WALIZKI SPAKOWANE, BILET KUPIONY

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

14. Proszę określić, czy sytuacja panująca w Polsce w wymienionych niżej sferach skłania lub nie skłania do ewentualnego przeniesienia się do Polski.

- 1 ZDECYDOWANIE NIE
- 2 NIE, RACZEJ NIE
- 3 ANI TAK, ANI NIE
- 4 RACZEJ TAK
- 5 TAK
- 6 ZDECYDOWANIE TAK

1. sytuacja ekonomiczna

1 2 3 4 5

2. sytuacja polityczna

1 2 3 4 5

3. jakość życia, np. dostępność usług, infrastruktura

1 2 3 4 5

4. sytuacja branży, z którą jest Pan(i) związany(-na)

1 2 3 4 5

5. sytuacja osobista (rodzina, przyjaciele, znajomi)

1 2 3 4 5

15. W niektórych krajach istnieją systemy ułatwień dla emigrantów powracających do ojczyzny – całe programy lub pojedyncze rozwiązania. Czy zna Pan(i), słyszał(a) Pan(i) o jakichś tego typu polskich programach lub ułatwieniach?

1. tak
2. nie
3. nie wiem, trudno powiedzieć

16. Które rozwiązania – ułatwienia, elementy programów przyciągających – miałyby wpływ na Pana(-ni) decyzję o powrocie do Polski? Można zaznaczyć dowolną liczbę odpowiedzi.

1. ułatwienia podatkowe – zwolnienia i ulgi
2. ułatwienia w pozyskaniu mieszkania
3. oferta edukacji językowej dla członków rodziny
4. oferta edukacyjna dla dzieci
5. dostęp do rynku pracy dla członków rodziny
6. adaptacyjne szkolenia reintegracyjne
7. udogodnienia dla prowadzących własną działalność gospodarczą
8. inne – jakie?
.....
9. żadne

17. Biorąc pod uwagę różne rozwiązania i ułatwienia przeznaczone dla emigrantów powracających do ojczyzny – zarówno wymienione w poprzednim pytaniu, jak i inne tego typu – proszę o wskazanie, czy istnienie tego typu ułatwień miałyby wpływ na Pana(-ni) decyzję o powrocie do Polski.

1 – BRAK WPŁYWU, 10 – BARDZO SILNY WPŁYW

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

OBSZAR TOŻSAMOŚCIOWY

18. Jak określił(a)by Pan(i) swoją tożsamość:

1 – W OGÓLE NIE CZUJĘ SIĘ, 10 – ZDECYDOWANIE CZUJĘ SIĘ

1. Polakiem / Polką

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Europejczykiem / Europejką

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. obywatelem / obywatelką świata

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

WSPÓŁPRACA Z KRAJEM

19. W jakim stopniu w polu Pana(-ni) zainteresowań znajduje się:

1 – W OGÓLE, 10 – W BARDZO DUŻYM STOPNIU

- współpraca gospodarcza z Polską
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- promowanie za granicą polskiego biznesu, polskich przedsiębiorców, współpracy gospodarczej
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- budowanie pozytywnego wizerunku Polski za granicą
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- wspieranie polskich instytucji działających za granicą
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

20. Z jakimi podmiotami związanymi z Polską chciał(a)by Pan(i) współpracować lub już Pan(i) współpracuje?

- stowarzyszenia polonijne
- polskie uczelnie wyższe
- polscy uczeni pracujący za granicą
- instytuty i jednostki badawcze
- jednostki ministerialne (aparatury państwowej)
- polskie przedsiębiorstwa i firmy
- polskie stowarzyszenia i fundacje
- organizacje kościelne
- instytucje kultury
- konsulaty, ambasady
- inne – jakie?
.....

21. W jakiej formie chciał(a)by Pan(i) współpracować lub już Pan(i) współpracuje?

Proszę zaznaczyć nie więcej niż 4 odpowiedzi.

- konsultacje / jako konsultant
- opinie eksperckie / jako ekspert
- staże / zaoferowanie staży
- wspólne projekty
- przekazywanie wiedzy
- przekazywanie know-how
- uczestniczenie w sieciach kontaktów
- inwestowanie na terenie Polski
- lobbing
- promocja online, np. w mediach społecznościowych
- współpraca biznesowa
- wolontariat
- inne – jakie?
.....
- w żadnej

22. Jak Pan(i) sądzi, z perspektywy osoby tworzącej diasporę polskich specjalistów sektora nowych technologii i innowacji, w jakich sferach diaspora ta mogłaby odgrywać ważną rolę dla Polski?

Proszę zaznaczyć nie więcej niż 3 odpowiedzi.

- wymiana handlowa pomiędzy państwem zamieszkania a Polską
- transfery finansowe / przekazy pieniężne do Polski
- bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Polsce
- wpływ polityczny i lobbing polityczny w kraju zamieszkania/przebywania
- transfer wiedzy, umiejętności i know-how do Polski

- promocja narodowej kultury, kreowanie pozytywnego wizerunku czy też ochrona dobrego imienia Polski
- rozwój kapitału ludzkiego/społecznego w Polsce
- ułatwianie rozpoczęcia międzynarodowej kariery zawodowej dla Polaków
- inne – jakie?
.....
- w żadnej

OBRAZ MIGRANTÓW – POLAKÓW

23. Jak Pan(i) postrzega Polaków mieszkających i pracujących w kraju, w którym Pan(i) obecnie przebywa? W tym pytaniu chodzi nam nie tylko o członków diasporę technologiczną, ale o wszystkich Polaków pracujących i mieszkających tutaj, wykonujących różne prace i zawody, a nawet tych Polaków, którzy tu zamieszkali, ale nie pracują. Wiemy, że każdy człowiek jest inny, ale proszę spróbować spojrzeć ogólnie, podsumować całą społeczność Polaków mieszkających i pracujących tutaj i wyrazić swoje ogólne zdanie na temat całej tej grupy.

Poniżej zamieściliśmy kilka określeń, które mogą opisywać człowieka lub grupę ludzi. Proszę ocenić, na ile, w Pana(-ni) opinii, Polacy mieszkający i pracujący tutaj posiadają każdą z wymienionych cech.

Proszę posłużyć się skalą od 1 do 10, gdzie 1 oznacza, że dana cecha w ogóle nie pasuje do ocenianej grupy, a 10 – że dana cecha w znacznym stopniu pasuje do ocenianej grupy.

1 – W OGÓLE NIE PASUJE, 10 – W ZNACZNYM STOPNIU PASUJE

1. pracowici, sumienni
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
2. zaradni, umieją się odnaleźć w każdej sytuacji
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
3. cwaniacy, kombinatorzy
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4. żerują na „garnuszk” państwa, na opiece społecznej
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
5. dobrzy fachowcy, eksperci w swojej dziedzinie
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
6. integrują się z lokalną społecznością
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
7. wprowadzają poczucie zagrożenia, są niebezpieczni, przyczyniają się do wzrostu przestępczości
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
8. negatywnie oddziałują na lokalny rynek pracy (np. zajmując miejsca pracy lokalnym mieszkańcom, obniżając stawki za pracę itp.)
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
9. inne – jakie?
.....
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

24. A jak, Pana(-ni) zdaniem, mieszkańcy tego kraju postrzegają Polaków mieszkających i pracujących tutaj, nie tylko członków polskiej diaspory technologicznej, ale wszystkich Polaków mieszkających tutaj? Wiemy, że każdy może mieć inne zdanie, ale proszę spróbować ogólnie podsumować opinię lokalnej społeczności na temat mieszkających i pracujących tutaj Polaków.

Proszę posłużyć się skalą od 1 do 10, gdzie 1 oznacza, że dana cecha w ogóle nie pasuje do ocenianej grupy, a 10 – że dana cecha w znacznym stopniu pasuje do ocenianej grupy.

1 – W OGÓLE NIE PASUJE, 10 – W ZNACZNYM STOPNIU PASUJE

1. pracowici, sumienni
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
2. zaradni, umieją się odnaleźć w każdej sytuacji
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
3. cwaniacy, kombinatorzy
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4. żerują na „garnuszk” państwa, na opiece społecznej
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
5. dobrzy fachowcy, eksperci w swojej dziedzinie
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
6. integrują się z lokalną społecznością
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
7. wprowadzają poczucie zagrożenia, są niebezpieczni, przyczyniają się do wzrostu przestępczości
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
8. negatywnie oddziałują na lokalny rynek pracy (np. zajmując miejsca pracy lokalnym mieszkańcom, obniżając stawki za pracę itp.)
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
9. inne – jakie?
.....
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

25. Czy w kraju, w którym Pan(i) obecnie przebywa, jest jakaś grupa imigrantów, inna niż Polacy, która jest w szczególny sposób postrzegana stereotypowo przez mieszkańców tego kraju?

Proszę zaznaczyć tylko jedną odpowiedź.

1. tak
2. nie » METRYCZKA
3. nie wiem, trudno powiedzieć » METRYCZKA

26. Jaka to grupa?
.....

27. Jak, Pana(-ni) zdaniem, mieszkańcy kraju, w którym Pan(i) obecnie przebywa, postrzegają tę grupę? Wiemy, że każdy może mieć inne zdanie, ale proszę spróbować ogólnie podsumować opinię lokalnej społeczności na temat tej grupy.

Proszę posłużyć się skalą od 1 do 10, gdzie 1 oznacza, że dana cecha w ogóle nie pasuje do ocenianej grupy, a 10 – że dana cecha w znacznym stopniu pasuje do ocenianej grupy.

1 – W OGÓLE NIE PASUJE, 10 – W ZNACZNYM STOPNIU PASUJE

1. pracowici, sumienni
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
2. zaradni, umieją się odnaleźć w każdej sytuacji
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
3. cwaniacy, kombinatorzy
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
4. żerują na „garnuszk” państwa, na opiece społecznej
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
5. dobrzy fachowcy, eksperci w swojej dziedzinie
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
6. integrują się z lokalną społecznością
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
7. wprowadzają poczucie zagrożenia, są niebezpieczni, przyczyniają się do wzrostu przestępczości
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
8. negatywnie oddziałują na lokalny rynek pracy (np. zajmując miejsca pracy lokalnym mieszkańcom, obniżając stawki za pracę itp.)
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
9. inne – jakie?
.....
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

METRYCZKA

M1. Płeć

1. kobieta
2. mężczyzna

M2. W którym roku się Pan(i) urodził(a)?

.....

M3. Jakie jest Pana(-ni) wykształcenie?

1. średnie
2. wyższe I stopnia – licencjackie, inżynierskie
3. wyższe II stopnia – magisterskie
4. wyższe III stopnia – ze stopniem naukowym

8

ANEKS 2:

SCENARIUSZ INDYWIDUALNEGO WYWIADU POGŁĘBIONEGO

ROZGRZEWKA (5-10 MIN)

Przedstawienie moderatora, agencji badawczej, omówienie założeń projektu E-migracja, warunków i zasad przebiegu rozmowy/spotkania. Uprzedzenie o nagrywaniu. Prośba o nieskrępowane odpowiedzi i zapewnienie, że wszystkie uwagi, opinie są cenne, nie ma złych lub dobrych odpowiedzi.

Poinformowanie o anonimowości badania. Prośba o wyrażenie zgody na wykorzystanie anonimowych cytatów w raporcie końcowym.

Prośba moderatora o krótkie przedstawienie się respondenta – czym się zajmuje, w jakim kraju, mieście mieszka, gdzie pracuje, czas wolny, rodzina, hobby.

HISTORIA EMIGRACJI (5-10 MIN)

- Proszę opowiedzieć swoją historię – jak wyglądała Pana(-ni) historia emigracji? Gdzie Pan(i) emigrował(a)? Proszę sięgnąć pamięcią do tego czasu i przybliżyć nieco swoją sytuację.
- Kiedy zdecydował(a) się Pan(i) na wyjazd? W jakich okolicznościach? Dlaczego Pan(i) wyjechał(a) z Polski?

Co było bezpośrednią przyczyną? *Moderator: dopytuj o kwestie lepszych zarobków, zdobycia zawodowego doświadczenia, pewności i jakości zatrudnienia, ciekawości świata, rozwoju osobistego.*

- A jak Pan(i) pamięta – co Pan(i) myślał(a) o miejscu docelowym (kraju, mieście)? Czego się Pan(i) spodziewał(a)? A co było pewne, co Pan(i) wiedział(a) na pewno o tym miejscu? *Moderator: dopytuj o kontekst zawodowy i społeczny.*

ŻYCIE NA EMIGRACJI. ZADOWOLENIE Z ŻYCIA. PANDEMIA (10-15 MIN)

- Jak długo przebywa Pan(i) w obecnym miejscu? A na ile czuje się Pan(i) z nim związana? *Moderator: dopytaj o kwestie pracy, współpracowników, mieszkańców danego kraju, miasta.*
- Jak opisał(a)by Pan(i) swoją sytuację zawodową? Jak się Panu(-ni) pracuje? Co jest fajne? Dlaczego? A co się Panu(-ni) nie podoba? Z czego to wynika?
- A na ile jest Pan(i) zadowolony(-na) ze swojego życia?

W jakich sferach tak, a w jakich nie? *Moderator: dopytaj o życie zawodowe, rodzinne, życie towarzyskie, spędzanie czasu wolnego. A czy obecny poziom zadowolenia z życia jest inny (większy, mniejszy) od tego, jaki Pan(i) pamięta z Polski? Z czego to może wynikać?*

- COVID-19: Na ile pandemia zmieniła Pana(-ni) życie – w kontekście zawodowym i prywatnym? Jak wpływa na codzienne funkcjonowanie i relacje społeczne i zawodowe? Jakie są Pana(-ni) doświadczenia? *Moderator: dopytuj o kwestie związane z rynkiem pracy (stałością zatrudnienia, pracą zdalną, rotacyjną, mobilnością itp.) oraz związane z jakością życia (mieszkaniami, kosztami życia, podróżowaniem).*
- Brexit – respondenci UK: A w jaki sposób doświadcza Pan(i) kwestii związanych z brexitem? Na ile to dla Pana(-ni) życia zawodowego i prywatnego jest / może być duży kamień milowy, ważne wydarzenie? Z czego to wynika? *Moderator: dopytuj o kwestie związane z ewentualnym powrotem z emigracji lub reemigracją.*

SIECIOWANIE I STEREOTYPY (15 MIN)

- Z kim głównie utrzymuje Pan(i) kontakty społeczne? Czy to są osoby z kręgów zawodowych czy prywatnych? Jak to wygląda? Na ile do grona najbliższych znajomych/przyjaciół zalicza Pan(i) mieszkańców kraju, innych Polaków, innych emigrantów? Z czego to wynika?
- Z jakimi Polakami miał(a) Pan(i) do czynienia podczas swojego pobytu w obecnym miejscu? Na ile są to osoby z Pana(-ni) kręgu zawodowego, towarzyskiego? A jak Pan(i) opisał(a)by te osoby? Jakich przymiotników można użyć, opisując ich?
- Jak Pan(i) rozumie STEREOTYP?
- A jaki jest „stereotyp” przedstawiciela polskiej diaspory technologicznej? Czym taka osoba różni się od standardowego, typowego stereotypu emigranta z Polski?
- Jak w Pana(-ni) otoczeniu, społeczności postrzegani są

Polacy? Jaki WIDZI Pan(i) stereotyp Polaka? Jak inni postrzegają Polaków? *Moderator: dopytuj zarówno o mieszkańców danego kraju, jak i emigrantów innych narodowości. A jak wypada stereotyp Polaka w porównaniu ze stereotypem innych narodowości w danej społeczności?*

- A Pan(i) w jaki sposób postrzega innych Polaków za granicą? Z czego wynika Pana(-ni) „obraz stereotypowego Polaka”? Jak to u Pana(-ni) wygląda? *Moderator: zwróć uwagę na to, w jaki sposób badani „tworzą” obraz-stereotyp.*
- Co oznacza dla Pana(-ni) bycie Polakiem? Co jeszcze? A kim w sensie narodowości Pan(i) się czuje? Czy narodowość jest dla Pana(-ni) w jakiś sposób ważna? Z czego to wynika? Czy przynależność taka jest ważna w dzisiejszych czasach?

RELACJE Z POLSKĄ. POWROTY (15 MIN)

- Na ile istotne są dla Pana(-ni) relacje z Polską? Z czego to wynika? *Moderator: dopytuj głównie o relacje zawodowe, biznesowe, naukowe, transfer know-how, współpracę z NGO itp. Generalnie co może mieć wpływ na te relacje? Co jeszcze?*
- Czy z Pana(-ni) perspektywy diaspora technologiczna może mieć jakiś wpływ na sytuację w Polsce? A czy diaspora technologiczna Polaków (pracujących w sektorze nowych technologii i innowacji) mogłaby coś wnieść w rozwój technologiczny w naszym kraju, rozwój gospodarczy kraju?
- Czy rozważał(a) Pan(i) powrót do Polski? Jeśli tak – jakie były okoliczności rozważania takiej decyzji? Co na to miało/ma wpływ w Pana(-ni) przypadku? Co jeszcze? Jeśli nie – co wpływa na taką Pana(-ni) decyzję? Co jeszcze? *Moderator: dopytuj o sytuację epidemiologiczną, sytuację społeczną, polityczną i gospodarczą w Polsce.*
- Z Pana(-ni) perspektywy i biorąc pod uwagę Pana(-ni) doświadczenia, jak można zachęcać do powrotu? Jakie „narzędzia” wchodzi w grę? *Moderator: pogłębiaj elementy związane z „miękkimi” oraz instytucjonalnymi, „twardymi”*

narzędziami. Dopytuj o programy powrotowe – państwowe, firmowe, sytuację zawodową, sytuację rodzinną, sytuację gospodarczą w kraju, sytuację polityczną, jakość życia, sytuację w Pana(-ni) branży.

- Biorąc pod uwagę niechęć większości diaspory do powrotów (wyniki poprzedniego i obecnego badania), na ile ważne jest rozwijanie zaangażowania emigrantów „technologicznych” we współpracę z krajem? Na ile taka współpraca jest ważna/potrzebna/ciekawa? Jeśli tak – kto powinien być w nią zaangażowany? *Moderator: dopytaj o instytucje centralne, NGO, instytucje otoczenia biznesu, zagraniczne organizacje branżowe skupiające przedstawicieli diaspory.*
- Jak mogłaby taka współpraca/sieciowanie wyglądać? Na czym powinna się skupiać? *Moderator: dopytaj, czy znają przykłady/dobre praktyki. Jak można zachęcać przedstawicieli diaspory do takich inicjatyw, sieciowania? Jak jeszcze?*

Podziękowanie za poświęcony czas i udział w badaniu!

9

NOTY BIOGRAFICZNE



Bartosz Chruścielski • absolwent socjologii na Wydziale Humanistycznym Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu oraz Podyplomowego Studium Public Relations Uniwersytetu SWPS w Sopocie. Badaniami zajmuje się od 2006 r. Specjalizuje się w badaniach wizerunkowych, turystycznych, społecznych, badaniach marki oraz w badaniach wspierających rozwój nowych produktów i usług, a także w problematyce *user experience* i *user-centered design*. Zazwyczaj jest zaangażowany we wszystkie etapy procesu badawczego – od planowania, przygotowania narzędzi badawczych i rekrutacji, przez prace terenowe, analizę danych, po prezentację wyników. Pracował zarówno w ramach dużych, wielomodułowych badań dla klientów korporacyjnych, jak i przy kameralnych projektach *ad hoc* dla małych i średnich przedsiębiorstw, instytucji publicznych oraz organizacji pozarządowych. Posiada także doświadczenie w planowaniu i realizacji konsultacji społecznych. Do 2016 r. prowadził zajęcia na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu z zakresu badań jakościowych w praktyce.



Joanna Michałowska • absolwentka psychologii na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Gdańskiego. W branży badawczej od 1997 r. Posia-

da doświadczenie we wszystkich etapach procesu badawczego – od projektowania badań (metodologii), narzędzi badawczych i negocjacji z klientem po realizację, analizę oraz interpretację wyników badań marketingowych i społecznych. Specjalizuje się w badaniach wewnątrzorganizacyjnych, problematyce społecznej i rynku pracy. Ma także wieloletnie doświadczenie w badaniach sfery FMCG, zwłaszcza w testach produktów sektora energetycznego, finansowego i wielu innych. Do swojego ilościowego warsztatu, który jest jej specjalizacją oraz pasją zawodową, kilka lat temu dołączyła doświadczenia jakościowe, z powodzeniem realizując multidyscyplinarne projekty badawczo-konsultingowe dla klientów wielu branż. Przez wiele lat swojej pracy zawodowej zrekrutowała i wyszkoliła wielu badaczy, wraz z zespołem prowadziła również wykłady z badań społecznych w praktyce dla studentów socjologii Uniwersytetu Gdańskiego.



Rafał Raczyński • pracownik akademicki, główny specjalista ds. badawczych w Muzeum Emigracji w Gdyni, doktor nauk społecznych w zakresie nauk o polityce o specjalności stosunki międzynarodowe, absolwent politologii na Uniwersytecie Gdańskim, Szkoły Europejskiej na Wydziale Zarządzania

i Ekonomii Politechniki Gdańskiej oraz zarządzania personelem w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej. Naukowo zajmuje się kwestiami migracyjnymi, problematyką diasporalną oraz zagadnieniami funkcjonowania małych państw, w tym w szczególności Republiki Islandii. Jest autorem dwóch monografii, współautorem dwóch monografii wieloautorskich, redaktorem czterech prac zbiorowych oraz autorem ponad 40 rozdziałów i artykułów naukowych, opublikowanych zarówno w kraju, jak i za granicą. Redaktor naczelny w czasopiśmie „Polski Przegląd Migracyjny / The Polish Migration Review”, redaktor w czasopiśmie „European Journal of Transformation Studies” oraz członek rady naukowej czasopisma „Political Life”.



Sebastian Tyrakowski • menedżer kultury, z wykształcenia ekonomista. Od 2003 r. związany z sektorem publicznym. Doświadczenie zdobywał za granicą w strukturach samorządowych. Pracował w jednostce nadzorującej wdrażanie strategii i polityki regionalnej dla brytyjskiego hrabstwa Merseyside. Uczestniczył w opracowaniu oraz realizacji 5-letniego programu obchodów miasta Liverpool w związku z otrzymaniem tytułu Europejskiej Stolicy Kultury 2008. Był również konsultantem dla miasta Gdańsk i współautorem aplikacji konkursowej do tytułu Europejskiej Stolicy Kultury 2016. Od 2012 r. pracuje w Muzeum Emigracji w Gdyni. Uczestniczył w tworzeniu placówki i ekspozycji stałej, pełni funkcję zastępcy dyrektora.



Redakcja naukowa

dr Rafał Raczyński

Recenzje

dr hab. Paweł Kaczmarczyk

dr hab. Michał Nowosielski

Opracowanie graficzne i skład

Ania Chistowska (Hardziej Studio)

Redakcja językowa i korekta

Maria Osińska (KorektArt)



© Copyright by Muzeum Emigracji w Gdyni

ISBN: 978-83-65751-09-6

Wydawca

Muzeum Emigracji w Gdyni

ul. Polska 1

81-339 Gdynia

www.POLSKA1.pl