

Spis treści

7	0. Wprowadzenie
9	1. Koncepcja trzeciej rzeczywistości
11	1.1. Cechy i właściwości trzeciej rzeczywistości
14	1.2. Stratyfikacja komunikacji i systemu społecznego
21	1.3. Symbole kolektywne i dyskursowe
24	1.4. Dyferencjacja symboli kolektywnych i dyskursowych
26	1.5. Znaczenie komunikacyjne
29	1.6. Właściwości i funkcje symboli kolektywnych
39	1.7. Katalizatory kolektywnosymboliczne
43	2. Design badania
44	2.1. Formularz pierwszego etapu
46	2.2. Formularz drugiego etapu
47	2.3. Formularz trzeciego etapu
48	2.4. Warunki przeprowadzenia ankiet
51	3. Wyniki polskiego badania
51	3.1. Pierwszy etap – ustalenie ważnych słów
51	3.1.1. Najczęściej podawane słowa w Polsce
61	3.1.2. Odpowiedzi pierwszego etapu w podziale na płeć i wiek respondentów
67	3.1.3. Zestawienie wyników pierwszego etapu badań z lat 1993, 2000 i 2020
72	3.1.4. Typologia słów według pierwszego kryterium definicyjnego
78	3.2. Drugi etap aktualnego badania – hierarchia słów
79	3.2.1. Dobór słów do drugiego i trzeciego etapu badania
80	3.2.2. Hierarchia słów
85	3.2.3. Zestawienie wyników ankiet z lat 1993, 2000 i 2020
89	3.3. Trzeci etap – semantyzacja słów
95	3.3.1. Profile semantyczne słów
163	3.3.2. Lista symboli kolektywnych
165	3.3.3. Usieciwienie symboli kolektywnych
169	4. Wyniki niemieckiego badania
169	4.1. Pierwszy etap – ustalenie ważnych słów
169	4.1.1. Najczęściej podawane wyrazy w Niemczech [2020]
177	4.1.2. Odpowiedzi niemieckich respondentów w podziale na płeć i wiek
182	4.1.3. Porównanie wyników niemieckich ankiet z lat 2020 i 1994
185	4.2. Drugi etap – hierarchia słów
185	4.2.1. Dobór słów dla drugiego i trzeciego etapu badania
186	4.2.2. Hierarchia słów
190	4.2.3. Zestawienie wyników ankiet z lat 1994 i 2020

196	4.3. Trzeci etap – semantyzacja słów
197	4.3.1. Profile semantyczne słów
270	4.3.2. Lista symboli kolektywnych
271	4.3.3. Usieciwienie symboli kolektywnych
277	5. Porównanie polskich, niemieckich i rosyjskich wyników ankiet
277	5.1. Pierwszy etap – najczęściej podane słowa
289	5.2. Drugi etap – hierarchia słów
292	5.3. Trzeci etap – profile semantyczne
351	6. Aneks
351	6.1. Stratyfikacja wszystkich grup respondentów
370	6.2. Ilość odpowiedzi trzeciego etapu w badaniu rosyjskim (1996)
370	6.3. Pełne profile semantyczne polskich słów
402	6.4. Pełne profile semantyczne niemieckich słów
445	6.5. Najczęstsze odpowiedzi w trzecim etapie polskiego i niemieckiego badania z roku 2020
451	6.6. Spis tabel
455	7. Literatura

0. Wprowadzenie

Praca niniejsza jest próbą rekonstrukcji i opisu rozwoju współczesnych polskich i niemieckich symboli kolektywnych. Chodzi w niej zarówno o odkrycie funkcjonujących aktualnie symboli kolektywnych oraz ustalenie ich hierarchii i semantyzacji, jak i o pokazanie, w jaki sposób analizowany przez nas zestaw symboli rozwinął się na przestrzeni ostatnich 27 lat. Pierwsze badanie przeprowadzone zostało w roku 1993 w Polsce (Fleischer 1995). Dla umożliwienia porównań międzykulturowych ta sama analiza przeprowadzona została również w Niemczech i w Rosji (Fleischer 1996, 1997a). W roku 2000 wykonane zostało kolejne badanie (tym razem już tylko w Polsce), mające na celu sprawdzenie prognozowanej przez teorię stabilności symboliki kolektywnej, to znaczy uzyskanie odpowiedzi na pytanie, czy oraz na ile zestaw symboli oraz ich semantyka zmieniają się w czasie. Uzyskane wtedy dane wykazały daleko idącą stabilność tej symboliki. Nasze obecne badanie ma na celu ponowne sprawdzenie tej cechy, tyle że po jeszcze większym upływie czasu. Drugi cel tego badania polega na poprawieniu pewnych technicznych aspektów zastosowanej wtedy procedury badawczej. Wcześniejsze badania przeprowadzone zostały bowiem na dość niewielkiej i specyficznej grupie respondentów, pochodzących głównie ze środowisk miejskich, z kręgów osób dobrze wykształconych. Teraz chcemy sprawdzić naszą procedurę na [demograficznie] reprezentatywnej grupie badanych, by zobaczyć, czy prognoza teorii – symbole kolektywne funkcjonują stabilnie w interdyskursie – się sprawdza.

Teorię wiodącą analizy stanowi przedłożona przez M. Fleischera (2007) ogólna teoria komunikacji. Chodzi tu więc o pracę ukierunkowaną przez teorię, mającą sprawdzić hipotezy i prognozy tej teorii. Na wstępie omówimy te aspekty teorii wiodącej, które są relewantne dla prezentowanego tutaj badania.

W kolejnych rozdziałach przedstawimy wyniki aktualnej ankiety przeprowadzonej w Polsce i w Niemczech w roku 2020. Każde z badań przeprowadzone zostało w trzech nadbudowujących się na siebie etapach. Najpierw zatem omówimy listy częstości podanych przez respondentów słów (pierwszy etap), następnie zaprezentujemy hierarchię oceny słów wybranych przez nas do drugiego etapu badania,

a potem przejdziemy do analizy wyników najważniejszego (trzeciego) etapu, do semantyzacji analizowanych słów, porównując na każdym etapie aktualne dane z tymi uzyskanymi w poprzednich badaniach. W pierwszej kolejności zajmiemy się wynikami polskiej ankiety, następnie omówimy wyniki jej niemieckiej wersji, a na zakończenie, zestawiając wyniki wszystkich pięciu ankiet w obydwu systemach społecznych, dokonamy porównania interkulturowego obydwu badań.