

Skibińska, Elżbieta

Paryż i Warszawa : stolice i ich mieszkańcy w oczach młodzieży polskiej i francuskiej

Etnolingwistyka 21, 235-258

2009

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Elżbieta Skibińska
(Wrocław)

PARYŻ I WARSZAWA: STOLICE I ICH MIESZKAŃCY W OCZACH MŁODZIEŻY POLSKIEJ I FRANCUSKIEJ

Autorka dokonuje rekonstrukcji potocznego obrazu dwóch stolic, Paryża i Warszawy, i ich mieszkańców w świadomości młodego pokolenia Francuzów i Polaków. Podstawę rekonstrukcji stanowią wyniki ankiet przeprowadzonych wiosną 2006 roku w dwóch grupach młodzieży: francuskiej (107 osób) i polskiej (215 osób). Wyniki ankiet mają wartość wstępnego rozpoznania, pozwalają jednak zaobserwować pewne tendencje.

W odpowiedziach respondentów francuskich Paryż jawi się jako stolica państwa, światowe centrum mody i kultury. Ankietowani ujmują Paryż jako wielkie miasto, wyróżniające się urodą i stałą obecnością przybyszów z zewnątrz; akcentują jego swoistość jako zjawiska kulturowego i uwydatniają egzogeniczne funkcje miasta, nastawione na zaspokajanie potrzeb otoczenia zewnętrznego czy ściągające przybyszów z zewnątrz, pomijają zaś elementy wynikające z funkcji endogenicznych.

Obraz Warszawy i jej mieszkańców jest niejednoznaczny, łączy w sobie niechęć i podziw. Jest też bogatszy i bardziej skomplikowany niż obraz Paryża. Przyczyną tego mogą być różnice ilościowe badanego materiału, ale też dynamika rozwoju Warszawy zbieżna z przemianami zachodzącymi w Polsce oraz skomplikowana historia miasta.

W obrazie paryżan i warszawiaków w różnych proporcjach dominują cechy bytowe (negatywne: zestresowanie, życie w pośpiechu, nieuctwo, snobizm itp., i pozytywne: wykształcenie, uczestnictwo w życiu kulturalnym); cechy społeczne składają się na wizerunek raczej negatywny: arogancja i obojętność górują nad dobrym wychowaniem; pozytywne zaś są cechy zewnętrzne (elegancja i zamożność). W oczach respondentów mieszkańcy obu miast są w wielu aspektach do siebie podobni, mają charakterystyczne zachowania w zbliżony sposób odbierane przez innych, mieszkających poza stolicą.

0. „L'on ne vit qu'a Paris, & l'on végète ailleurs” (Żyje się tylko w Paryżu, gdzie indziej tylko się wegetuje) – orzekła osiemnastowieczna pisarka, Madame

de Genlis¹, która urodziła się w Burgundii, a młodsze lata spędziła głównie na prowincji, zanim na dobre osiadła w Paryżu. Można więc uznać, że wie, co mówi, kiedy wychwala stolicę...

Niechęć zmieszana z podziwem „prowincji”² dla stolicy, wyniosłość i pobłażliwość stolicy dla „prowincji” – to dobrze znany stereotyp. Zestawimy go tutaj z obrazem stolicy i jej mieszkańców, rysującym się w potocznej świadomości młodego pokolenia Francuzów i Polaków. Pozwoli to a. sprawdzić aktualność przywołanego wyżej przekonania i b. poznać i porównać składniki potocznego obrazu obu stolic.

Podstawę jego rekonstrukcji (fragmentarycznej – o tym w dalszym ciągu) stanowią wyniki ankiet, jakie przeprowadzono wiosną 2006 roku w kilku grupach młodzieży francuskiej i polskiej. Tworzyli je:

– we Francji: a. studenci cyklu *licence* i *maîtrise* (34 osoby, w wieku 21–26 lat) FLE (język francuski jako obcy) uniwersytetu Blaise Pascal w Clermont-Ferrand; b. studenci różnych kierunków humanistycznych uniwersytetu Haute Bretagne (Rennes II) (24 osoby, 21–26 lat); c. studenci językoznawstwa cyklu *maîtrise* (22 osoby, 21–26 lat) uniwersytetu Littoral w regionie Pas de Calais;

– w Polsce: a. uczniowie dwóch liceów ogólnokształcących we Wrocławiu (60 osób, 17–18 lat) i LO Carolinum w Nysie (30 osób); b. studenci filologii romańskiej UJ (35 osób), Uniwersytetu Łódzkiego (35 osób), UW. (19 osób) oraz studenci kilku innych różnych uczelni wrocławskich (21–26 lat).³

Te same ankiety wypełniali także „dorośli”, czyli osoby powyżej 35 roku życia. Ich odpowiedzi miały służyć jako pewien obszar odniesienia dla wyników otrzymanych z materiału uzyskanego od młodzieży. Dysproporcja liczby ankietowanych z obu grup sprawia, że mowa może być tylko o hipotezach, ale – jak się okaże dalej – nawet tak niewielkie liczby pozwalają już sformułować uwagi dotyczące pewnych elementów wspólnych, a także różnic międzypokoleniowych.

W sumie ankietą objęto 107 osób we Francji i 215 w Polsce; jej wyniki mają więc wartość wyłącznie pewnego przybliżenia, wstępnego rozpoznania, a nie są reprezentatywne dla całości populacji, pozwalają jednak zaobserwować pewne tendencje, a także różnice regionalne.

Ankieta została zbudowana w dużej mierze na wzór ankiety zastosowanej przez Jerzego Bartmińskiego w pracy *Jak zmienia się stereotyp Niemca w Polsce?* (Bartmiński 1994). Stamtąd zostały przejęte również zasadnicze założenia metodologiczne: traktowanie ankiety jako źródła pozwalającego na odtworzenie

¹ S.-F. de Genlis, *Les veillées du château, ou Cours de morale à l'usage des enfants*, Impr. de Crapelet, Paris 1803, t II, s. 21.

² Podkreślamy tu zdecydowanie, że słowo „prowincja” jest w całym tekście używane w znaczeniu „nie Paryż/Warszawa, poza Paryżem/Warszawą”, bez żadnych negatywnych konotacji.

³ Autorka dziękuje za pomoc wszystkim osobom, które pomogły w przeprowadzeniu badań.

stereotypu jako „stabilizowanego połączenia elementów semantycznych i/lub formalnych”, realizującego się formalnie jako „sąd generalizujący [...] mający tendencję do wartościowania emocjonalnego” oraz „fasetowe grupowanie cech eksplikujących treść stereotypową” (Bartmiński 1994:82).

Ankieta przeprowadzona na potrzeby niniejszego studium zawierała następujące pytania i polecenia (oczywiście w każdym punkcie element dotyczący Paryża znajdował się w wersji przeznaczony dla respondentów francuskich, Warszawy – dla polskich; można było udzielać więcej niż jednej odpowiedzi): 1. Podaj znaczenie słów: *Paris/Warszawa; parisien/warszawski/warszawianin*. 2. Z czym kojarzy Ci się nazwa *Paris/Warszawa*? 3. Jakich słów można użyć zamiast słów *Paris/Warszawa; parisien/warszawski/warszawianin*? 4. Jakie cechy wydają ci się najbardziej typowe dla paryżanina/warszawianina? 5. Podaj rzeczowniki najlepiej uzupełniające przymiotnik *paryski (paryska, paryskie) / warszawski (warszawska, warszawskie)*; 6. Uzupełnij wyrażenia (można podać przymiotniki lub czasowniki): ... jak *paryżanin, paryżanka / warszawianin / warszawianka*; 7. Dokończ zdania: *X jest paryżaninem/ warszawianinem, ale...; X jest paryżanką / warszawianką, ale...*

Taki charakter zestawu poleceń wiąże się z wynikami opisu językowego obrazu⁴ Paryża sporządzonego w 1997 r. na podstawie danych słownikowych, w którym cechy mieszkańców stanowiły ważny profil (potwierdziły to także wyniki wcześniejszej ankiety, przeprowadzonej wśród młodzieży francuskiej w 1996 roku; zob. Skibińska 1999). Przypomnimy poniżej ten obraz jako kolejny obszar odniesienia dla portretu, który daje się odczytać z wyników ankiet z r. 2006.

1. O Paryżu i paryżanach

1.1. W językowym obrazie stolicy Francji zbudowanym na podstawie danych słownikowych można wyróżnić trzy profile:

1) obraz miasta jako pewnego środowiska geograficznego i społecznego utworzonego przez zwartą i intensywną zabudowę i jej mieszkańców, którzy utrzymują się z pracy w tym środowisku; ten profil ma następujące fasety: a. charakter centralny stolicy, b. wiążące się z tym: wielkość, bogactwo, splendor; c. charakterystyczne przedmioty tu produkowane

2) tryb życia i obyczaje społeczności tu mieszkającej; tu można mówić o dwóch fasetach: a. szczególny charakter różnych przejawów tego życia, odróżniający go od innych; b. jakość życia: elegancja, lekkość, światowość.

⁴ Jako językowy obraz świata pojmujemy za Renatą Grzegorzczukową „strukturę pojęciową utrwaloną (zakrepełą) w systemie danego języka, a więc jego właściwościach gramatycznych i leksykalnych (znaczeniach wyrazów i ich łączliwości), realizującą się, jak wszystko w języku, za pomocą tekstów (wypowiedzi)” (Grzegorzczukowa 1990:43).

3) mieszkańcy (z podziałem na „odwiecznych” i przybyszów), wyróżniający się pewnymi cechami charakteru: psychicznymi (inteligencja, złośliwość, próżność); bytowymi (lenistwo, niesolidność, frywolność) oraz pewnymi cechami fizycznymi (kształt nosa, głos, sposób mówienia).

Ale materiał językowy przyniósł coś więcej: znajdujemy tu także portret nieparyzan, którzy dla Paryża i jego mieszkańców żywią taki podziw, że chcą się do nich upodobnić.

Trzeba jednak zauważyć, że omawiany obraz powstał w oparciu o dane ze słowników, które – choć współczesne – zbierają użycia dawne, najczęściej 19-wieczne. Można więc mieć poważne wątpliwości, dotyczące stopnia jego aktualności (ważności). Dlatego został on zestawiony z rezultatami ankiety przeprowadzonej w 1996 r. wśród młodych Francuzów.⁵ Odpowiedzi udzielone wtedy na pytania podobne do umieszczonych w ankiecie przeprowadzonej na potrzeby niniejszego studium, pokazały, że Paryż nadal postrzegano jako centrum artystyczne, kulturalne i polityczne, miasto piękne i nowoczesne (choć jako symbol nowoczesności podawano ponad stuletnią wieżę Eiffla, a nie szybką kolej miejską RER, Centrum Pompidou czy dzielnicę la Défense). Rzeczowniki pojawiające się po wyrażeniu *Paris me fait penser à...* [‘Paryż kojarzy mi się z...’] pokazały też, że jest to wciąż stolica mody, elegancji i szyku (*chic parisien, élégance parisienne, mode parisienne* [szyk paryski, elegancja paryska, moda paryska]). Pojawiły się jednak także nowe elementy, które można wpisać jako dodatkowe fasety profilu I: a. jest to miasto konsumpcji i rozrywki, niebędących już dziedziną zarezerwowaną dla wyższych sfer i „dobrego towarzystwa”, ale zjawiskiem masowym, choć wciąż naznaczonym paryską specyfiką (*nuit, boîte, restaurant, cabaret, bistrot, café, boutique, magasin parisiens* [noc, lokal, restauracja, bistro, kawiarnia, butik, sklep paryski]⁶); b. jest to miasto poddane nieodpornym wpływom cywilizacji technicznej: *la pollution parisienne, les embouteillages parisiens* [paryskie zanieczyszczenie, paryskie korki].

Wzbogacił się także portret mieszkańców Paryża: pojawiło się nowe wyrażenie *le chauffeur/conducteur parisien*, [paryski kierowca], definiowany jako ‘wariat za kierownicą’, który ‘uważa, że wszystko mu wolno’; tę złą reputację paryskich kierowców potwierdza także powiedzenie *Des Parisiens au volant, mort au tournant* [paryżanie za kierownicą, śmierć za zakrętem]. Inna zmiana dotyczy stosunku paryżan do pracy: już nie są uważani za leni, ale za osoby zapracowane; towarzyszy temu życie w pośpiechu i stresie (*pressé/stressé comme un Parisien* [śpieszący się / zestresowany jak paryżanin]). Te ostatnie cechy (a także

⁵ 150 licealistów (Cholet) i studentów (Université du Littoral (Dunkerque-Calais-Boulogne), Université Blaise Pascal (Clermont-Ferrand)); większość nigdy nie była w Paryżu.

⁶ Przymiotnik *parisien* funkcjonuje tu jako jakościowy, który może być stopniowany (*un café très parisien*) albo podlegać innym operacjom semantycznym (*une vraie boutique parisienne*).

arogancja, próżność i duma) to cechy wspólne obu płciom, paryżanki natomiast dodatkowo uważane są za eleganckie, modne, dynamiczne i niezależne.

1.2. Dane wynikające z następnej ankiety, przeprowadzonej dziesięć lat później (wiosną 2006), przynoszą kolejne zmiany w obrazie Paryża.

Interesujące są już pierwsze spostrzeżenia, wynikające z odpowiedzi na pytanie „Co to jest Paryż?”. Układają się one w trzy grupy: pierwsza podkreśla stołeczny i centralny charakter miasta: w znaczeniu dosłownym – stolicy państwa francuskiego, oraz w znaczeniu przenośnym (utrwalonym w postaci kliszy językowej i kulturowej): (światowego) centrum mody i kultury; druga umieszcza Paryż „poza” Francją: jest to jedno z wielkich miast, wyróżniające się dwoma cechami: urodą („jedno z najpiękniejszych”) i stałą obecnością przybyszów z zewnątrz (turystów); trzecia grupa akcentuje swoistość Paryża jako zjawiska kulturowego, wokół którego narosły legendy, mity, stereotypy.

Tabela 1: Co to jest Paryż?

	Studenci			„Dorośli”	Razem
	CF 34	Rennes 24	Cd’O 22	17	107
miasto stołeczne					
stolica Francji ⁷	25	24	20	16	85
stolica mody	1	2	7	1	11
stolica kultury	1		2	3	6
miasto o określonych cechach					
wielkie miasto	7	3	14	1	25
jedno z najpiękniejszych miast świata	1		12	1	14
miasto najbardziej odwiedzane przez turystów	3	2	7	1	13
miasto – kreacja kulturowa					
miasto światło (<i>ville lumière</i> ⁸)	2	4		1	7
miasto obciążone stereotypami	1		2		3
symbol Francji		1		2	3

Takie widzenie Paryża może być traktowane jako powielanie mającego wielowiekową tradycję przekonania o wyjątkowości Paryża, stanowiącego – by odwołać się do wyrażenia Rogera Cailliois – „mit współczesny”. Na mit ten składają się elementy, o jakich pisze Pascale Casanova: „Stolica Francji łączy w sobie właściwości *a priori* antytetyczne, skupiające w dziwny sposób wszystkie historyczne wyobrażenia wolności. Symbolizuje Rewolucję, obalenie monarchii, wynalezienie praw człowieka – to obraz, któremu Francja zawdzięcza swą sławę

⁷ Wyrażenia w tabeli to deskryptory nadbudowane nad wyrażeniami bliskimi/tożsamymi semantycznie zastosowanymi przez respondentów (zob. Brzozowska 2006a:39).

⁸ Wyrażenie *ville lumière*, jakim określa się często stolicę Francji, wiąże się z wprowadzeniem oświetlenia jej ulic i placów w XVII w., co wydatnie zwiększyło bezpieczeństwo paryżan.

miejsca tolerancji wobec cudzoziemców i schronienia dla uciekinierów politycznych. Ale jest także stolicą literatury, sztuki, luksusu i mody. Paryż jest więc zarazem stolicą intelektualną, arbitrem dobrego smaku i miejscem powstania demokracji politycznej [...], miastem idealizowanym, w którym może być proklamowana wolność artystyczna” (Casanova 1999: 41; tłum. ES). Wynikające z ankiet widzenie Paryża koresponduje też z ujęciem współczesnych badaczy miasta jako tworu o wielu funkcjach, umieszczających nadsekwańską metropolię wśród „miast światowych”, które są „widocznie zaangażowane w transformacje i nowe połączenia znaczeń i form znaczących, które zmieniają mapę kulturową świata”, wśród „takich miejsc, na które zwracała uwagę większość świata lub przynajmniej świat zachodni, jako że były to miejsca, z których rozprzestrzeniała się wielka różnorodność idei i form kulturowych” (Hannerz 2006: 192).

Takie ujęcie akcentuje egzogeniczne funkcje miasta, i to raczej funkcje wyspecjalizowane, czyli nastawione na zaspokajanie potrzeb zewnętrznego zaplecza czy ściągające przybyszy z zewnątrz, pomija natomiast cechy i elementy wynikające z funkcji endogenicznych, a także istnienie mieszkańców miasta.

Odpowiedzi na kolejne pytanie: „Z czym kojarzy ci się nazwa *Paris*?” przynoszą szczegóły pozwalające na doprecyzowanie tego ogólnego obrazu. Potwierdzają widzenie na pierwszym planie jego funkcji egzogenicznych. Świadczy o tym liczba elementów, które do nich odsyłają: 103 wskazania na funkcje związane z polityką państwową i największymi szkołami, dostarczającymi kadr administracji państwowej, ale przede wszystkim – 91 wskazań na elementy składające się na funkcję turystyczną miasta: przede wszystkim najczęściej odwiedzane miejsca⁹; ale można też zwrócić uwagę na pojawienie się odpowiedzi „weekend w Paryżu”, odsyłającej do wypadów indywidualnych albo do coraz częściej organizowanych wycieczek z prowincji do stolicy, mających jasno określony cel: w ciągu dnia zakupy (szczególnie w okresie wyprzedaży) i odwiedzenie atrakcyjnej wystawy, wieczorem – zabawa (koncert, spektakl, restauracja, dyskoteka itp.).

Do elementów turystycznych można by też zaliczyć takie miejsca, jak muzea, teatry, restauracje, kawiarnie i sklepy; umieszczone zostały one jednak tutaj w rubryce „styl życia”, z którym wiążą się równie mocno, szczególnie *café* czy *bistrot*; tym ostatnim towarzyszą dopiski i wyjaśnienia, jak to (szczególnie rozbudowane): „typowe dla Paryża miejsce spotkań zawodowych i prywatnych; miejsce, gdzie mimo hałasu można mieć spokojną chwilę dla siebie, od śniadania do późnej nocy”.

Z innych wskazanych elementów za specyficznie paryskie można uznać klub sportowy PSG (nowy składnik obrazu miasta), a także czar (*charme*) i miłość –

⁹ Króluje tu – jak w poprzedniej ankiecie – wieża Eiffla, symbol Paryża i najczęściej filmowany jego zabytek.

Tabela 2: Z czym kojarzy ci się nazwa *Paris*?

	Studenci			>35	Razem
	CF 34	Rennes 24	Cd'O 22	17	107
Funkcje: 1. polityka, administracja, edukacja 12					
siedziba rządu / polityka	4	1	3	1	9
<i>grandes écoles</i>	2		1		3
Funkcje: 2. turystyczna 91					
wieża Eiffla	16	12	7		35
Luwr	3	6	2		11
zabytki (historia)	3	1	4	3	11
Champs-Élysées	2	3	2		7
weekend w Paryżu (<i>shopping</i> , muzea, zabawa wieczorem)	2	3	2		7
Montmartre	4				4
Moulin -Rouge	3	1			4
Notre Dame	2	1	1		4
Łuk Triumfalny	2	1	1		4
bukiniści	1		1		2
<i>bateau-mouche</i>	1		1		2
Styl życia: 1. „instytucje”					
muzea, teatry, kina kultura i sztuka	22	8	9	6	45
PSG i kibice PSG	1	4	3		8
(dobre) restauracje, <i>brasseries</i>	5	1	1		7
sklepy (luksus, wysokie ceny)	2	1	4		7
café , bistrot	1		2	2	5
prasa	1		1		2
plaża	1		1		2
Styl życia: 2. zjawiska i wydarzenia					
stres	7	5	3	1	16
luksus wyrafinowanie elegancja	4		7	4	15
<i>métro boulot dodo</i>	3	4	1		8
czar (<i>charme</i>)	1	2	1	2	6
manifestacje uliczne	1		4		5
miłość	2	1		1	4
sztuczność i powierzchowność	1	2	1		4
wolność	2				2
Styl życia: 3. negatywne aspekty „cywilizacyjne”					
zanieczyszczenie powietrza	7	8	4		19
tłum	6	3	3	1	13
korki	4	5	4		13
hałas	7	1	2		10
intensywny ruch samochodowy	3	4	2		9
przedmieścia („niewidoczna strona”)	3	2	2		7
psie kupy	2	3			5
odchody gołębi	2		1		3
sposób jazdy (dynamika, szybkość)	1	1			2

(cechy powielane w filmach, piosenkach i literaturze), manifestacje uliczne – wiążące się z egzogeniczną funkcją miasta, a w ostatnim dziesięcioleciu stanowiące istotny składnik życia paryskiego i francuskiego. Często właśnie w Paryżu społeczeństwo francuskie wyraża niezadowolenie z różnych zjawisk życia politycznego i społecznego, biorąc udział w organizowanych m. in. przez centrale związkowe wielkich manifestacjach, na które licznie zjeżdżają także uczestnicy z różnych części kraju; niektóre z nich przybierają czasem formy dosyć drastyczne, jak choćby manifestacje młodzieży wczesną wiosną 2006 r.

Za wspólne wielkim aglomeracjom miejskim można zaś uznać zjawiska ujęte w rubryce „negatywne aspekty «cywilizacyjne»”: zanieczyszczenie powietrza, hałas, korki itd.; specyficznie „paryskie” są natomiast *banlieues* – przedmieścia; stanowią one od kilku lat bardzo poważny problem społeczny, objawiający się robiącymi wielkie wrażenie buntami i zniszczeniami, z którymi nie bardzo potrafią poradzić sobie władze.

Ten element – wcześniej nieobecny – pojawia się także (i to często, bo 18 razy) wśród odpowiedzi na polecenie „Podaj rzeczowniki najlepiej uzupełniające przymiotnik *parisien(ne)(s)*. Jako jego swoisty korelat można potraktować rzeczownik *périphérique* (czyli ‘śródmiejska obwodnica’) – nazwę obwodnicy oddzielającej (także symbolicznie) „właściwy” Paryż od przedmieść.

Nowe elementy pojawiają się także w dziedzinie stylu życia: choć *vie* i *soirée* utrzymują wysoką pozycję, a obok nich moda, wyrafinowanie, stres i sposób prowadzenia samochodu, to dość wysoko sytuuje się *métissage culturel* (‘mieszanka kulturowa’), którą można interpretować jako od dawna istniejąca obecność zagranicznych przedstawicieli kultury, mody i sztuki, ale też – połączyć z przytaczanymi wyżej *banlieues*, zamieszkałymi przez imigrantów.

W analizowanym materiale nie ma już dawnych wytworów paryskich, zastąpiły je nowe (rodzaje pieczywa, kanapka). Połączenia przymiotnika *parisien* zwracają też uwagę na cechy przypisywane mieszkańcom Paryża: pozytywne (elegancja, duma) i negatywne (egoizm, wygórowanie, mniemanie o sobie).

Tę zapowiedź niejednoznacznego wizerunku paryżan potwierdzają odpowiedzi na pytania bezpośrednio dotyczące mieszkańców miasta nad Sekwaną. Wyrażenia *pressé/stressé comme un Parisien*, *arrogant(e) comme un Parisien*, *fier comme Parisien*, *hautaine comme une Parisienne*, *élégante/ belle comme une Parisienne* – regularnie pojawiające się w analizowanym materiale – pozwalają stwierdzić, że mamy tu już do czynienia z utwalonymi strukturami językowymi, będącymi „twardymi” nośnikami niezbyt pochlebnego sposobu postrzegania paryżan. Inwentarze cech „typowego” paryżanina i „typowej” paryżanki pozwalają ten wizerunek zniuansować.

W obrazie paryżanina dominują cechy bytowe; łączą się tu cechy negatywne (zestresowanie, życie w pośpiechu, nieuctwo, snobizm, sposób prowadzenia sa-

Tabela 3: Rzeczowniki występujące z przymiotnikiem *parisien(ne)(s)*

Rzeczownik	Studenci (19–25 lat)			>35	Razem
	CF 34	Rennes 24	Cd'O 22	17	107
styl życia					
<i>vie</i> ['życie']	16	15	14	1	46
<i>soirée / nuit</i> (= <i>festivité, bals</i>) ['wieczór, noc' – zabawa]	15	13	12	2	42
<i>mode</i> ['moda']	5	2	3	1	11
<i>métissage culturel</i> ['mieszanina kulturowa']	6		1	3	10
<i>stress</i> ['stres']	5	1	3	1	10
<i>conduite</i> ['sposób prowadzenia samochodu']		3	2	2	7
<i>raffinement</i> ['wyrafinowanie']	2		1	2	5
<i>4 bises</i> [4 całusy na powitanie lub pożegnanie']	1	2	1		4
<i>solitude</i> ['samotność']	1		3		4
<i>débauche</i> ['rozpusta, zepsucie']	1	2			3
<i>soldes</i> ['wyrzedaże']		2		1	3
<i>argot</i> ['żargon']	2				2
cechy charakteru					
<i>mentalité: égoïsme, fierté, prétention</i> ['mentalność: egoizm, duma, wygórowanie mniemanie o sobie']		1	2	2	5
<i>morosité</i> ['ponure usposobienie']	1		1		2
cechy zewnętrzne osoby					
<i>élégance</i> ['elegancja']	2	1	7	1	11
<i>accent</i> ['akcent']	5	2	1	2	10
<i>titi parisien</i>	3	2	3		8
wytwory kulinarne					
<i>pain, baguette</i> ['chleb, bagietka']	4		2	1	7
<i>brioche (très bonne)</i> [rodzaj bułki drożdżowej]	3	1			4
<i>champignons de Paris</i> ['pieczarki']	2	1			3
<i>paris-brest</i> [rodzaj ciastka]	1		1		2
<i>sandwich (jambon beure cornichon)</i> ['kanapka (z szynką, masłem i korniszonami)']	1		1	1	2
inne					
<i>métro</i> (pozwala wszędzie dojechać; podziemne)	16	2	13	2	33
<i>banlieue</i>	5	4	6	3	18
<i>maquillage</i> ['makiaż']	1		2		3
<i>périphérique</i>			1	1	2
<i>attache parisienne</i> (sorte d'agrafe) ['rodzaj agrafki']		1		1	2

Tabela 3a: Cechy „typowego” paryżanina

Cechy	Studenci			>35	Razem
	CF 34	Rennes 24	Cd'O 22	17	107
cechy zewnętrzne					
elegancki	4	2	2		8
bogaty	1	1	4		6
cechy charakteru społeczne					
zarozumiały, egoista	16	9	15	13	53
arogancki	7	4	6	1	18
obojętny	1		4		5
dobrze wychowany				2	2
bytowe					
żyje w pośpiechu	18	10	15	1	44
zestresowany	10	13	3		26
zły kierowca	4	8	4	1	17
snob	3	3	3		9
nieuctwo, ignorancja	4		3		7
często w złym humorze	2	3	1		6
lubi się bawić			3	1	4
spędza dużo czasu w środkach komunikacji, bo dojeżdża	2	1		1	4
uczestniczy w życiu kulturalnym	2		1		3
wykształcony			1	1	2
psychiczne					
indywidualista				2	2
zblazowany			2		2

mochodu) z pozytywnymi (wykształcenie, uczestniczenie w życiu kulturalnym, zabawa). Trzeba przy tym zauważyć, że stres i pośpiech mają przyczynę niejako zewnętrzną wobec osoby, narzuca je wielkomiejski tryb życia. Cechy społeczne także tworzą wizerunek niezbyt przyjemny: arogancja i obojętność zdecydowanie górują nad dobrym wychowaniem. Zdecydowanie pozytywne zaś są cechy zewnętrzne (elegancja i zamożność).

W wizerunku paryżanki dominują cechy zewnętrzne, przede wszystkim elegancja; ocena tej cechy nie jest jednak jednoznaczna: towarzyszy jej najczęściej określenie *fashion victim* ('niewolnica mody' – odnosi się to więc raczej do sfery psychicznej), a to wskazuje, że dążenia za modą i elegancją widziane jest jako rodzaj uzależnienia, a nie wolny wybór osoby.

Zdecydowanie negatywne są cechy ujawniające się w relacjach z innymi (wyniosłość – także w dziedzinie stroju, nieuprzejmość, egoizm); cechy bytowe – obok negatywnego stresu i pośpiechu (jak powiedziano wyżej – normalnego w wielkim mieście) – mają też aspekty pozytywne.

Tabela 3b: Cechy „typowej” paryżanki

Cechy	Studenci			>35	Razem
	CF 34	Rennes 24	Cd'O 22	17	107
cechy zewnętrzne					
elegantka; na bieżąco z modą; <i>fashion victim</i>	18	15	16	5	54
piękna	7	3	2	3	12
dynamiczna	3	2			5
gadatliwa		2	1		3
cechy charakteru społeczne					
uważa się za lepiej ubraną niż inne Francuzki	13	14	10	2	39
wyniosła	6	5	6		17
nieuprzejma, antypatyczna	3	1	5	1	10
kokietka	3	2	3	2	10
pretensjonalna	6		2		8
egoistka	4	2	4		5
bytowe					
żyje w pośpiechu	14	10	12	1	37
zestresowana	4	6	9		20
aktywna	1	2	4	1	8
wykształcona			4	1	5
psychiczne					
ograniczona, bez ciekawości dla odmienności		7	1		8
kobieca	1			2	3

Obraz wyłaniający się z poprzednich danych potwierdzają wyniki *but* testu („Uzupełnij zdanie: *Il est Parisien, mais...*”). Szczególnie dotyczy to cech społecznych. Zwraca też uwagę pojawienie się zakończenia „nie urodził się w Paryżu”, przywołującego element obecny w strukturach językowych rejestrowanych przez słowniki: rozróżnienie na „prawdziwych” (z urodzenia) paryżan i paryżan napływowych.

Powyższe obserwacje możemy podsumować następująco: ankietowanie podobnej grupy respondentów za pomocą tych samych pytań po upływie 10 lat pokazało, że obraz Paryża i jego mieszkańców w świadomości młodzieży wzbogacił się o elementy wcześniej nieobecne: dotyczą one w mniejszym stopniu cech jego mieszkańców, wiążą się przede wszystkim z wielkomiejskim stylem życia, samego miasta, a dokładniej – z negatywnymi aspektami „cywilizacyjnymi”; pojawiły się także elementy związane z nowymi zjawiskami życia społecznego. Zauważyć należy brak takich odesłań w odpowiedziach osób starszych, które przywołują raczej cechy już utrwalone, obecne we wcześniejszych wyobrażeniach

Tabela 4: *but* test

Cecha	Studenci			>35	Razem
	CF 34	Rennes 24	Cd'O 22	17	107
jest sympatyczny	7	7	9	1	24
nie jest zarozumiały	3	1	4		8
nie przejmuję się modą	2	2	3		7
zna prowincję	5	1	1		6
jest dobrym kierowcą		4	1		5
nie lubi Paryża	1	2		1	4
nie urodził się w Paryżu		1	3		4
nie spieszy się				4	4
jest źle ubrana	1	2			3
nie jest pozerska	2	1			3
nie ma akcentu		1	1		2

(miłość, *charme*, luksus, elegancja). Można by więc zastanawiać się, na ile obraz stolicy kształtują zastane stereotypy, a na ile – bieżące wydarzenia, nagłaśniane i komentowane przez media (sprawnie posługujące się przecież narzędziami sterowania opinią publiczną).

Inne dające się zaobserwować w analizowanym materiale zjawisko to pewien rozdział między postrzeganiem miasta (które łączy w sobie cechy zdecydowanie pozytywne i zdecydowanie negatywne), a postrzeganiem jego mieszkańców, zazwyczaj uznawanych przez „prowincjuszy” za niezbyt pociągających.

2. O Warszawie i warszawiakach

Materiał dotyczący stolicy Polski i jej mieszkańców zawiera elementy wizerunku bogatszego i bardziej skomplikowanego niż wizerunek Paryża. Wynika to z pewnością z ponad dwukrotnie większej liczby zebranych ankiet, ale zróżnicowanie odpowiedzi i inwentarz wymienianych elementów skłaniają do wniosku, że stosunek młodzieży z prowincji do Warszawy, a zwłaszcza jej mieszkańców, jest dość złożony i nacechowany emocjonalnie. Jest to wyraźne już w odpowiedziach na pytanie „Co to jest Warszawa?”.

Wszyscy respondenci (oprócz dwojga) wskazują, że jest to miasto stołeczne; większość odpowiedzi pokazuje też, że jest to miasto centralne, a przez to atrakcyjne i przyciągające ludzi z zewnątrz.¹⁰ Jednocześnie zaś poddawane jest ocenie, która w ujęciu relacyjnym (w stosunku do innych miast polskich) jest nacechowana pewną subiektywnością (miasto największe, ale też najbrzydsze i najbar-

¹⁰ Widoczne jest to także w wysokiej frekwencji trzech synonimów przymiotnika *warszawski*: *stołeczny* (179), *centralny* (98), *wielkomięjski* (65).

Tabela 5: Co to jest Warszawa?

	LO Nysa (18–19 lat) 30	LO Wrocław (17–18 lat) 60	Łódź (22–25 lat) 35	Kraków (22–26 lat) 35	Wrocław (22–25 lat) 35	Dorośli (>35) 20	Razem 215
miasto stołeczne							
stolica Polski	28	60	35	35 (a)	35	20	213
centrum kulturalne	13	20	9	12	14		68
centrum ekonomiczne	1	3	6	6	3	1	20
miejsce, gdzie sprowadzają się ludzie z prowincji		4		1	2		7
miejsce zakupów dla osób z prowincji	1		2				2
miasto o pewnych cechach (wielkie miasto) ujęcie w porównaniu do innych miast polskich („relatywne”)							
największe miasto w Polsce	2	15	11	9	7	1	45
najbrzydsze miasto w Polsce, brudne, okropne		3	1	3	5	1	13
najbardziej zatłoczone miasto w Polsce	1	1	1	2	1		6
ujęcie „obiektywne” (absolutne)							
miasto bogactwa i prestiżu	1				9		10
piękne miasto europejskie	2		3	1	3		7
dawne miasto królewskie	1	2	2		1		6
miasto elit i snobizmu	1			2	1		4
inne							
marka samochodu	4	24	8	18	8	13	75
tytuł piosenki (b)		1	2	2	1	3	9
tytuł filmu		3	1		2	2	8

(a) w odpowiedziach studentów krakowskich cztery razy dopisek: „podobno”.

(b) wymieniane różne tytuły, najczęściej „Sen o Warszawie” Czesława Niemena.

dziej zatłoczone). Ta subiektywność, a zwłaszcza niejednoznaczność oceny, widoczna jest także w ujęciu „obiektywnym”, (absolutnym): wymowę zdecydowanie pozytywnych cech (bogactwo, prestiż, piękno, europejskość) osłabia stwierdzenie o snobizmie.

Niejednoznaczność cechuje także zespół elementów wskazywanych w odpowiedzi na pytanie „Z czym kojarzy ci się nazwa *Warszawa*?”. Na dane z nich wynikające w dużym stopniu nakładają się wyniki polecenia wymienienia rzeczowników łączących się z przymiotnikiem *warszawski*, omówimy je zatem razem.

Tabela 5a: Z czym kojarzy ci się nazwa *Warszawa*?

1. Funkcje związane z centrum (polityka, administracja, edukacja...)		2. Funkcja turystyczna	
siedziba władz państwowych / polityka (a)	21	Pałac Kultury	39
Belweder (siedziba prezydenta)	14	Łazienki	20
uczelnie	12	Zamek Królewski	11
Dworzec Centralny	8	Nowy Świat, Krakowskie Przedmieście	9
Giełda Papierów Wartościowych	6	Wisła	9
lotnisko (b)	6	Starówka	7
telewizja publiczna, prasa	6	Syrenka	6
		Kolumna Zygmunta	5
		zabytki	2

(a) kilkakrotnie z uwagą: „zła” (nie ma korelacji z pochodzeniem respondenta).

(b) trzy razy dopisek: „drzwi / wyjście na świat”.

Tabela 5b: Rzeczowniki łączone z przymiotnikiem *warszawski/-a*

1. Funkcje związane z centrum (polityka, administracja, edukacja...)		2. Funkcja turystyczna	
rynek	7	Łazienki	44
politycy	3	Starówka	25
Instytucje (nazwy własne)		Pałac Kultury	15
Jesień (festiwal)	29		
Uniwersytet	11		
WOT (tv regionalna)	3		
Politechnika	3		
Powązki	2		

Duża liczba elementów wskazanych przez respondentów pozwala mocno wyostrzyć obraz nadwiślańskiej stolicy istniejący w potocznej świadomości młodzieży. Te wyostrające szczegóły układają się w profile, wskazane wyżej w „definicjach” Warszawy (tab. 5).

Pierwszy profil to MIASTO STOŁECZNE; składają się nań następujące fasety: 1. stolica Polski; 2. centrum kulturalne; 3. centrum ekonomiczne. Akcentowane są więc tu egzogenne funkcje miasta:

1. jako **stolica** jest siedzibą władz państwowych (innym odesłaniem do nich są słowa *polityka* i *politycy*, niejednokrotnie z dopiskiem *zła*, *źli*), największych uczelni, mediów; ważniejsze jednak wydają się jej funkcje turystyczne (jeśli uwzględnić liczbę wskazań na miejsca odwiedzane przez turystów). Zauważyć należy liczne wzmianki dotyczące komunikacji: Dworca Centralnego – jako miejsca pierwszego kontaktu przybyszów z prowincji z Warszawą, oraz lotniska –

Tabela 6a: Z czym kojarzy ci się nazwa *Warszawa*?

1. „instytucje”	
metro	17
kultura i sztuka (muzea, teatry, kina) i rozrywka (kluby, dyskoteki, restauracje)	16
sklepy (luksus, wysokie ceny)	11
Legia Warszawa	6
stadiony	6
Stadion Dziesięciolecia	6
2a. styl życia	
wysoka przestępczość (kradzieże samochodów)	41
styl – stres i pośpiech, pieniądze, wyścig szczurów	35
styl (nowoczesny, elegancki)	25
możliwości realizacji, perspektywy, ferment	24
ulica: tłok, ruch, kolor	22
wysokie ceny	18
„warszawka”	14
sztuczność i powierzchowność, tandeta, blichtr, bezguście	14
moda	9
anonimowość, samotność	8
sposób mówienia	8
biurokracja	7
przepych	7
„układ” (władza nieformalna)	6
dzień szary, zapracowany	6
obyczaje (złe)	6
wysoki poziom życia, zamożność, wysokie zarobki	6
korupcja	4
zwyczaje (wygoda)	3
2b. cechy osobowe	
manieri (snobizm, szpan, „lans”)	40
arogancja, tupet, bezczelność, nieuprzejmość	21
cwaniactwo	10
duma	10
warszawski kierowca = pirat drogowy	9
egoizm	6
3. negatywne aspekty „cywilizacyjne”	
zanieczyszczenie powietrza	21
korki	21
hałas i zgiełk	21
tłum i ścisk	18
blokowiska (betonowe)	13
brud	10
chaos	6
szosa warszawska, główna droga prowadząca do Warszawy, wypadki	2

Tabela 6b: Rzeczowniki łączone z przymiotnikiem *warszawski/-a*

1. „instytucje”	
mafia	11
wielkie centra handlowe	9
metro	5
kluby	4
teatry	3
dworce	3
restauracje	3
2a. cechy miasta	
styl (nowoczesność elegancja)	21
maniery (snobizm, „szpan”)	18
styl – stres i pośpiech, <i>wysciąg szczurów</i>	17
elita, VIP, salony	16
ceny	14
moda	11
klimat (fantazja)	9
dzień (szary, zapracowany)	7
zgiełk	7
obyczaje (złe)	6
afery	4
biurokracja	3
zwyczaje (wygoda)	3
2b. cechy osobowe	
megalomania	23
arogancja	23
cwaniactwo	13
duma	3
hipokryzja	3
3. negatywne aspekty „cywilizacyjne”	
korki	13
zanieczyszczenie	12

miejsca, z którego wyrusza się dalej¹², co sygnalizuje, że Warszawa może być traktowana jako etap czy przystanek: „prawdziwe” centrum jest gdzie indziej.

2. faseta **centrum kulturalne** przejawia się w częstym wskazywaniu instytucji i wydarzeń kulturalnych (Warszawska Jesień, muzea, teatry, kina), a także – pośród cech mieszkańców – ich uczestniczenie w życiu kulturalnym.

3. faseta **centrum ekonomiczne** znajduje wyraz w postaci wymieniania „instytucji” ekonomicznych (giełda, rynek, sklepy, wielkie centra handlowe); koresponduje z tym także podkreślana zamożność miasta i mieszkańców, a z drugiej –

¹² To ostatnie występuje głównie w odpowiedziach respondentów łódzkich – być może dlatego, że łódzki terminal międzynarodowy funkcjonuje dopiero od 2005 r.

Tabela 7a: Z czym kojarzy ci się nazwa *Warszawa*?

Syrenka ¹¹	47
Wars i Sawa	45
Powstanie	28
tygiel wielokulturowy.	12
wieżowce (beton, metal, szkło)	8
piosenki	8
rejestracja, numery (c)	5
getto	4
<i>kino (we Wrocławiu)</i>	11
<i>mosty (we Wrocławiu)</i>	7
<i>marka samochodu</i>	9

(c) trzy razy dopisek: „uwaga, zły kierowca”.

Tabela 7b: Rzeczowniki łączone z przymiotnikiem *warszawski/-a*

Powstanie	42
Układ Warszawski	9
getto	8
przekupka	7
język, gwara (<i>Wiech</i>)	5
muszla wc	2
<i>szkoła</i>	2

określenie Warszawy jako miejsca, gdzie sprowadzają się ludzie z prowincji, oraz miejsca zakupów dla osób z prowincji

Drugi profil to WIELKIE MIASTO, mający dwie przeciwstawne fasety: Warszawa to jednocześnie okropne miasto („najgorsze w Polsce”) i piękne miasto europejskie.

Na fasetę „okropne miasto” składają się:

a. negatywne aspekty „cywilizacyjne”: korki, zanieczyszczenie, hałas, szare blokowiska,

b. organizacja stosunków społecznych: przywary **słabej władzy i niewłaściwego zarządzania** (wysoka przestępczość, korupcja, „układ” (władza nieformalna), biurokracja); **gęstość zaludnienia**: tłok, anonimowość, samotność, wysokie ceny; **konkurencja** („walka o byt”) i jej skutki: stres i pośpiech, fasadowość (sztuczność i powierzchowność, tandeta, blichtr), uleganie modom, snobizm, elitarność („warszawka”),

c. specyficzne cechy osobowe (związane z konkurencją i z powierzchownością relacji społecznych): maniery (snobizm, szpan, „lans”), megalomania, arogancja, cwaniactwo, hipokryzja, egoizm (przejawiające się np. w sposobie pro-

wadzenia samochodu, rozpoznawalnym także poza Warszawą – zob. „samochód na warszawskich numerach”).

Na fasetę „piękne miasto europejskie” składają się:

a. instytucje umożliwiające pewien sposób spędzania czasu wolnego: udział w życiu kulturalnym (muzea, teatry, kina), rozrywkę (kluby, dyskoteki, restauracje),

b. organizacja stosunków społecznych skutkująca możliwościami samorealizacji, otwieraniem perspektyw, fermentem, dynamizmem (ulica: ruch, kolor) i stylem życia (nowoczesny – tu można by zaliczyć także wieżowce, elegancki, wysoki poziom, zamożność, wysokie zarobki) oraz klimatem (fantazja).

c. cechy osobowe: duma.

Tabele 7a. i 7b zawierają dane, które nie mieściły się w wyróżnionych wcześniej kategoriach, a ze względu na wysoką liczbę wskazań zasługują na uwagę. Chodzi o Syrenkę, Warsa i Sawę, Powstanie Warszawskie, getto i Układ Warszawski – czyli kreacje kulturowe (w dwóch pierwszych przypadkach) oraz o wydarzenia i zjawiska historyczne. Ich wysoką frekwencję uznać chyba można za efekt działania wiedzy szkolnej w kształtowaniu obrazu Warszawy, gdy tymczasem wcześniejsze jego elementy wynikają raczej z działania mediów i z ewentualnych wizyt w stolicy.

Jak widać z rodzaju zebranych wyżej danych, ważnym składnikiem obrazu miasta są cechy jego mieszkańców. Ich dokładniejszy portret daje się skonstruować na podstawie odpowiedzi na pytania bezpośrednio do nich się odnoszące.

W obrazie mieszkańca Warszawy dominują cechy psychiczne i bytowe, zarówno negatywne, jak i pozytywne. Cechy negatywne (jak: nadmierna pewność siebie, cwaniactwo, gonienie za sukcesem, snobizm, sposób prowadzenia samochodu) łączą się ze zdecydowanie negatywnymi cechami społecznymi; mogą być interpretowane jako narzucone działaniem czynnika „konkurencja”, wyodrębnionym wcześniej w fasecie „okropne miasto”, podobnie jak cechy pozytywne (ambicja, upór, przebojowość). Inne cechy pozytywne (wykształcenie, zamożność, nowoczesność, zabawa) mogą wiązać się z fasetą „piękne miasto europejskie”. Trzeba przy tym zauważyć, że granica między pozytywnym i negatywnym znakiem przy niektórych cechach ma charakter zdecydowanie subiektywny; gdzie kończy się poczucie wyższości wobec innych regionów, a zaczyna patriotyzm, przywiązanie do miasta? jaka jest różnica między gonieniem za sukcesem – a przebojowością?)

W obrazie tym nie ma składnika „cechy zewnętrzne”, choć można byłoby – po wcześniejszych danych – oczekiwać np. elegancji. Ta zaś jest jedną z dominujących cech warszawianki, obok negatywnych cech społecznych: wyniosłości i zarozumiałstwa.

Tabela 8a: Cechy typowego warszawianina

Cechy psychiczne (14):			
negatywne (8):		pozytywne (6):	
nadmierna pewność siebie (<i>buc, bufon, zadufany w sobie</i>)	40	duma	22
cwaniactwo	22	ambicja	20
niedouczoney	14	determinacja, upór	5
egoizm, egocentryzm	6	inteligencja	4
brak poczucia humoru	4	nowoczesność	4
materializm, interesowność	4	wesołość, optymizm	2
wygadanie	3		
lenistwo	2		
Cechy bytowe (12):			
negatywne (8):		pozytywne (4):	
życie w pośpiechu	41	przebojowość	10
snobizm	32	wykształcenie, wiedza	8
pracoholizm	17	zamożność	8
ignorant (<i>burak</i>)	13	przedsiębiorczość	7
gonienie za sukcesem (<i>po trupach</i>)	12		
rozzutność	6		
źle prowadzi (<i>pirat drogowy</i>)	6		
zestresowanie	3		
Cechy społeczne (5)		Sfera zachowań i obyczajów (5)	
zarozumiałstwo	63	patriotyzm, przywiązanie do miasta	13
nieuprzejmość	49	zabawa w klubach	4
poczucie wyższości wobec innych regionów	43	wyzwolenie seksualne	4
nietolerancja	17	niechęć do Krakowa	3
brak szacunku dla innych	11	kibic Legii	2

Generalnie mieszkańcy Warszawy nie wydają się osobami szczególnie sympatycznymi: zapracowani, zagonieni, nowocześni, zamożni, eleganccy – skupieni są na sobie i na własnych sprawach. Potwierdzają to także cechy wskazane przymiotnikami uzupełniającymi porównanie *jak warszawianin/ jak warszawianka* oraz wyniki *but* testu.

But test wskazuje na element, który pojawił się wcześniej tylko w jednej z „definicji” Warszawy: „miasto, gdzie sprowadzają się ludzi z prowincji”. Zaznaczone na szaro odpowiedzi zwracają uwagę na migrację, zarówno do Warszawy, jak i stamtąd; przy czym ruch ekscentryczny można rozumieć też (a może przede wszystkim) jako: jest warszawiakiem, czyli pracuje/uczy się w Warszawie, a dojeżdża tam z którejś z okolicznych miejscowości.

W podanych wyżej charakterystykach nie zwracaliśmy uwagi na korelacje między poszczególnymi cechami, liczbą ich wskazań a miejscem pocho-

Tabela 8b: Cechy typowej warszawianki

Cechy psychiczne (6)		Cechy społeczne (4)		Cechy zewnętrzne (2)	
próżność	16	wyniosłość, pewność siebie	55	modna, dobrze ubrana, elegancka	52
duma z miejsca zamieszkania	14	zarozumiałstwo	33	dbałość o siebie	10
otwartość, nowoczesność	12	arogancja	8		
inteligencja	7	ciepło i serdeczność	3		
materializm i interesowność, egoizm	7				
duma	4				

dzenia i wiekiem respondenta. Generalnie większość cech wydaje się rozkładać podobnie, względnie liczba wskazań jest niewystarczająca, żeby mówić o wyraźnych tendencjach. Można co prawda skonstatować brak objawów stereotypowej niechęci krakowian do mieszkańców Warszawy (poza wzmianką „podobno” do definicji „stolica Polski”; wyrażenie *wypić jak warszawiak z krakowiakiem* zostało podane raz, przez respondenta wrocławskiego).

Tabela 9a: Przymiotniki uzupełniające wyrażenie *jak warszawianin*

Cechy psychiczne		Cechy bytowe		Cechy społeczne	
pewny siebie	26	snobistyczny	12	zarozumiały	47
dumny	19	zapracowany	9	chamski, arogancki	13
cwany	12	bogaty	6	uprzejmy	2
pyszny	10	przedsiębiorczy	5		
zadufany w sobie	7	sprytny	4		
ambitny	4				
uparty	2				
wyrachowany	2				

Tabela 9b: Przymiotniki uzupełniające wyrażenie *jak warszawianka*

Cechy zewnętrzne		Cechy społeczne		Cecha psychiczna	
elegancka	42	wyniosła	8	próżna	5
ładna, piękna	6	nieuprzejma	6		
modna, światowa	6				
wymalowana (zły maki-jaż)	5				

Tabela 10: *but* test

jest skromna/y i sympatyczna/y	22
nie jest przemądrzały (nie zadziera nosa)	18
nie lubi tego miasta	13
zachowuje się inaczej niż normalny Warszawiak	12
można się z nim dogadać	11
słoma mu z butów wystaje	6
nie stara się iść za modą	6
nie goni za karierą	4
potrafi zachować się na drodze	3
mieszka gdzie indziej	20
urodził się gdzie indziej	15

Można także zauważyć, że aspekty wielkowiejskie podkreślają respondenci łódzcy, natomiast krakowianie i wrocławianie podkreślają snobizm i powierchowność warszawskiego stylu. Jednak liczba danych nie upoważnia do wyciągania wniosków o tym, że Kraków czy Wrocław – same dotknięte negatywnymi skutkami cywilizacji – nie zauważają już tłoku i wyścigu szczurów, „konkurują” zaś z Warszawą w dziedzinie realizacji potrzeb „wyższych”. Dopiero szeroko zakrojone badania socjologiczne mogłyby przynieść odpowiednią wiedzę.¹³ Można jednak już teraz powiedzieć, że mówiąc o Warszawie – respondenci pośrednio przedstawiali także i siebie.

Dane omówione wyżej można zestawić z obrazami Warszawy i warszawiaków wyłaniającymi się z ankiet przeprowadzonych wśród studentów uczelni lubelskich w latach 1990 i 2000 (zob. Bartmiński (red.) 2006: 234–246). Ich wyniki pokazały zmiany, jakie zaszły w sposobie widzenia miasta i jego mieszkańców przez dziesięć lat. O ile w r. 1990 dominował w nim element historyczny (Warszawa jako miejsce ważnych wydarzeń historycznych, głównie z czasów II wojny światowej) i turystyczny (liczne zabytki, charakterystyczne budowle), a dopiero na trzecim miejscu wskazywano funkcje polityczno-administracyjne (siedziba władz państwowych, największe miasto), o tyle w roku 2000 to właśnie te ostatnie są dominantą znaczeniową nazwy *Warszawa*. Ważnym składnikiem obrazu stała się wielkowiejskość (z którą łączą się: istnienie ważnych obiektów, rozwój gospodarczy, większe możliwości znalezienia pracy, wyższe zarobki, ale także tłok na

¹³ Interesujące informacje na ten temat przynosi omówienie wyników sondażu *Gazety Wyborczej* (Joanna Blewaska, *Czy Warszawa da się lubić?*, *Gazeta Wyborcza*, 21 listopada 2008; (http://wyborcza.pl/1,75478,5999966,Warszawa_da_sie_lubic_.html), ost. konsultacja 20 grudnia 2008), z których wynika, że mieszkańcy stolicy lubią ją dużo bardziej niż pozostali Polacy; sami zaś oceniają się bardzo wysoko. Stosunek do Warszawy nie-warszawiaków zależy od wieku, ale przede wszystkim od miejsca zamieszkania.

ulicach i hałas); element turystyczny i historyczny, choć nadal obecne, przesunęły się jednak na dalsze pozycje.

Także lubelski „portret” warszawiaka zmienił się w latach 1990–2000. Najważniejszą cechą mieszkańca stolicy były w 1990 r. – obok zamieszkiwania i urodzenia w Warszawie – duma i patriotyzm lokalny, więź z miastem, znajomość jego historii, poczucie wspólnoty ze współmieszkańcami, poczucie honoru, zaradność, a także – pewność siebie, cwaniactwo, spryt, zarozumialstwo. To mieszane – dodatnie i ujemne – wartościowanie cech warszawiaka pogłębiło się w roku 2000: zrównała się niemal liczba cech negatywnych i pozytywnych, a on sam stał się dla respondentów „przede wszystkim mieszkańcem dużego miasta, stolicy, miasta otwierającego [...] możliwości życiowe, ale też stwarzającego sytuację nieustannego pośpiechu w pogoni za dobrze płatną pracą.” (Bartmiński 2006:246).

Autorka komentarza do ankiet dotyczących obrazu Warszawy podkreśla, że w r. 1990 powstał obraz miasta tworzony przez ucznia, znającego stolicę głównie z lekcji szkolnych, wycieczek i może przekazów rodzinnych. Dziesięć lat później zaś powstał obraz z punktu widzenia zarazem ucznia i obywatela, dojrzałszy, skoncentrowany bardziej na teraźniejszości, polityce i codziennych sprawach bytowych niż na czasach minionych, historii i ideologii (Brzozowska 2006b: 238). Jak się wydaje, wizerunek Warszawy i jej mieszkańców wyłaniający się z przeprowadzonych w tym artykule analiz także pokazuje raczej obywatelski punkt widzenia, dojrzałość i skupienie na teraźniejszości i najbliższej przyszłości.

3. Zakończenie

„Warszawa to miejsce pełne sprzeczności, miasto, które trzeba nauczyć się lubić, ale przez to związek z nim jest pełniejszy i bogatszy. Warszawa irytuje, męczy, ale też zachwyca i oferuje mnóstwo możliwości” – dopisała do ankiety jedna z respondentek z wrocławskiego liceum. Ten dopisek może posłużyć jako podsumowanie obserwacji dotyczących stolicy Polski i jej mieszkańców. Widać bowiem, że wyłaniający się z wyników ankiet wizerunek Warszawy jest niejednoznaczny i wyraźnie dochodzą w nim do głosu emocjonalne nastawienia respondentów. Łatwo dostrzec w nim niechęć, której źródłem jest przede wszystkim lekceważące zachowanie mieszkańców Warszawy wobec osób z zewnątrz.¹⁴

¹⁴ Koresponduje ona z opinią samych warszawian o sobie: w wielkim sondażu nt. największych miast Polski przeprowadzonym dla *Gazety Wyborczej* „Sami warszawianie – w porównaniu z mieszkańcami innych miast – przypisali sobie największą arogancję, brak skrupułów, a nawet poczucia humoru. Do tego najchętniej omijają prawo” (W. Bartkowiak, *Warszawa nie da się lubić*, *Gazeta Wyborcza*, 26 lutego 2007). Jednak sondaż przeprowadzony kilkanaście miesięcy później (wspomniany wyżej) pokazuje pewną zmianę wizerunku: „mieszkańcy stolicy sami bardzo wysoko się oceniają. Widzą siebie jako ludzi przedsiębiorczych i gościnnych. I niemal wszyscy lubią miejsce, w którym mieszkają”. Ale „trzy czwarte Polaków uważa, że ci ze sto-

Te negatywne odczucia sąsiadują czy wręcz zderzają się z podziwem dla miasta, które się rozwija i coraz bardziej zbliża do innych nowoczesnych metropolii (także w negatywnych przejawach ich funkcjonowania).

O kierunku zmian mogą świadczyć także podobieństwa między obrazami obu stolic, którymi się tutaj zajmowaliśmy. Oczywiście, że oba miasta – Paryż i Warszawa – mają własną specyfikę. By odwołać się tu do metaforycznego skrótu: nad Sekwaną góruje Wieża Eiffla, symbol miasta będącego jednym ze światowych centrów; nad Wisłą – w mieście leżącym na światowych peryferiach – patrzymy na Pałac Kultury, którego centralny charakter w panoramie miasta stopniowo ginie wśród coraz liczniejszych biurowych wieżowców. Ale osoby, dla których każde z tych miast wyznacza centrum życia (korki, tłok, stres i pośpiech są ich wspólną niedolą, podobnie jak pewność siebie, duma i elegancja łączą warszawiaków z paryżanami), są w wielu aspektach do siebie podobne, mają charakterystyczne zachowania w zbliżony sposób odbierane przez innych, mieszkających poza stolicą.

Stwierdziliśmy wyżej, że wizerunek Warszawy jest bogatszy i bardziej skomplikowany niż obraz Paryża, co oczywiście wynika w dużym stopniu z różnic ilościowych w badanym materiale. Ale być może również dynamika rozwoju nadwiślańskiej stolicy, będąca w oczywistej zbieżności z przemianami zachodzącymi w Polsce, sprawia, że i sposób jej widzenia przez młodzież – szukającą przecież dopiero swojego miejsca w zmieniającej się rzeczywistości – pozostaje pod ich wpływem. Stąd zaobserwowana złożoność i niejednoznaczność obrazu.

Może ona jednak wiązać się też z tym, że – w przeciwieństwie do Paryża, miasta o niezmiennym od stuleci statusie miejsca centralnego, od stuleci też funkcjonującego jako pewien mit w światowym imaginariu – Warszawa jest miastem o niestałej tożsamości. „Późna” stolica, zmieniająca władców (na krótko – jak w czasie potopu szwedzkiego, na długo – jak w czasach zaboru rosyjskiego), wymieniająca mieszkańców (tysiące warszawiaków poległych w czasie wojny i tych, którzy z wojny już do miasta nie wrócili, zastąpili przecież przybysze, przynosząc swoje zwyczaje i cechy), w niezbyt stabilnym państwie – nie może mieć – i nie ma (nie tylko w oczach młodzieży, ale to już temat na inne rozważania) – jednego wyrazistego oblicza.

Literatura

Bartmiński Jerzy, 1994, *Jak zmienia się stereotyp Niemca w Polsce?*, „Przegląd Humanistyczny” 5, s. 81–101.

licy to zarozumialcy [...] sami warszawiacy też to doskonale wiedzą i przyznają: tak, lubimy zadzierać nosa”. (Joanna Blewaska, *Czy Warszawa da się lubić?*, *Gazeta Wyborcza*, 21 listopada 2008; http://wyborcza.pl/1,75478,5999966,Warszawa_da_sie_lubic_.html, ost. konsultacja 20 grudnia 2008).

- Bartmiński Jerzy, 2006, WARSZAWIAK, [w:] *Język. Wartości. Polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych*, red. Jerzy Bartmiński, Lublin: Wydawnictwo UMCS, s. 241–246.
- Brzozowska Małgorzata, 2006a, *O przebiegu badań nad zmianami w rozumieniu nazw wartości w latach 1990–2000*, [w:] *Język. Wartości. Polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych*, red. Jerzy Bartmiński, Lublin: Wydawnictwo UMCS, s. 36–43.
- Brzozowska Małgorzata, 2006b, WARSZAWA, [w:] *Język. Wartości. Polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych*, red. Jerzy Bartmiński, Lublin: Wydawnictwo UMCS, s. 234–240.
- Casanova Pascale, 1999, *La République mondiale de lettres*, Paris.
- Grzegorzczkowska Renata, 1990, *Pojęcie językowego obrazu świata*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. Jerzy Bartmiński, Lublin: Wydawnictwo UMCS, s. 41–49.
- Hannerz Ulf, 2006, *Powiązania transnarodowe. Kultura, ludzie, miejsca*, przeł. Katarzyna Franek, Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Język. Wartości. Polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych*, red. Jerzy Bartmiński, Lublin: Wydawnictwo UMCS, 2006.
- Skibińska Elżbieta, 1999, *L'image de Paris figée en français et en polonais*, [w:] *La pensée et la langue*, red. Stanisław Karolak, Kraków: Wydawnictwo Naukowe AP, s. 127–136.

PARIS AND WARSAW: THE CAPITALS AND THEIR INHABITANTS
IN THE EYES OF POLISH AND FRENCH YOUTH

The author attempts to reconstruct the everyday picture of two capitals, Paris and Warsaw, together with their inhabitants, as entertained by the young French and Polish generation. The reconstruction is based on two questionnaires conducted in the spring of 2006 among two groups young people: French (107 respondents) and Polish (215 respondents). The results of the questionnaires are preliminary but help identify certain tendencies.

In the responses of the French interviewees, Paris is portrayed as a capital, a world centre of fashion and culture, a big and beautiful city, constantly teeming with foreign visitors. Emphasized are the city's peculiarity as a cultural phenomenon and its exogenic functions, designed to meet the needs of visitors; downplayed are elements which result from the town's endogenic functions.

The picture of Warsaw and its inhabitants is ambiguous and combines dislike and admiration. It is a richer and a more complex picture than that of Paris. The differences may result from the unequal number of French and Polish respondents but also from the dynamics of Warsaw's development, parallel with transformations in the rest of the country, as well as from the city's complicated past.

In the pictures of the inhabitants of the two cities, the dominant features are connected with everyday life (negative ones, e.g. stress, haste, lack of education, snobbery, and positive ones, e.g. good education, participation in culture). The social features result in a rather negative image: arrogance and indifference are more important than etiquette; the positive features have to do with appearance (good looks and elegance) and wealth. In the eyes of the respondents, the inhabitants of the two towns are similar in many respects and behave in ways viewed as similar by external observers.