

nych przez różnych autorów (pracowników i doktorantów Katedry Teorii Pieniądza i Polityki Pieniężnej), może stanowić przykład zwartości pracy i konsekwentnego realizowania przewodniego celu, którym jest pokazanie w sposób syntetyczny najważniejszych zagadnień, problemów, tendencji i mechanizmów związanych z funkcjonowaniem i rozwojem rynku kapitałów pieniężnych krótko- i długookresowych w Polsce. Stanowi ona pogłębianą analizę zjawisk występujących na tych rynkach, zaś wskazane walory tej pracy (przejrzystość i prezentacja graficzna omawianych zagadnień) przesądzają o tym, że może być ona wykorzystana jako pomoc w zrozumieniu procesów zachodzących na współczesnych rynkach finansowych nie tylko przez studentów studiów ekonomicznych, ale także przez przedstawicieli sektora bankowego i pozostałych pracowników finansowych związanych z rynkiem pieniężnym i kapitałowym.

Joanna Zabińska

Obraz Polski i Polaków w Europie, pod red. Leny Kolarskiej-Bobińskiej, ISP, Warszawa 2003, ss. 344.

Integracja z Unią Europejską wyznacza kontekst, w którym ponownie zadajemy sobie pytania o obraz Polski i Polaków w oczach Zachodu i swoich własnych. Rośnie w ostatnich latach liczba badań, publikacji, instytucji rządowych i pozarządowych, których celem jest nie tylko poszerzanie i popularyzacja wiedzy w tym zakresie, lecz także poszukiwanie odpowiedzi na praktyczne pytanie, jak skutecznie promować nasz kraj w Unii Europejskiej? W nurt tego typu rozważań wpisuje się także wydany przez Instytut Spraw Publicznych *Obraz Polski i Polaków w Europie*, pod red. prof. Leny Kolarskiej-Bobińskiej. Książka stanowi podsumowanie dużego projektu badawczego pt. „Wzajemny stosunek Polaków i mieszkańców Unii Europejskiej”, realizowanego w latach 1998-2001 przez zespół ISP¹.

Obraz Polski i Polaków w Europie składa się z trzech części. Pierwsza, autorstwa uznanych polskich socjologów – znawców tematyki narodowej, kreśli kontekst teoretyczny i społeczno-historyczny dla reprezentowanych w części drugiej szczegółowych wyników badań ISP nad wzajemnymi wizerunkami Polaków i obywateli Austrii, Hiszpanii, Szwecji, Francji, Wielkiej Brytanii i Niemiec. Część ostatnia traktowana jest przez Autorów publikacji jako dodatkowy i ciekawy kontekst do oceny wizerunku Polski i Polaków na Zachodzie, zawiera bowiem wyniki odrębnych badań nad wzajemnym wizerunkiem Polski i Ukrainy.

Można mieć małe zastrzeżenia do układu tej książki. Wprowadzające do każdej części teksty omawiające prawidłowości zjawiska analizowanego szczegółowo w kolejnych rozdziałach, częściowo powtarzają te same kwestie, co wywoływać może u Czytelnika pewne znużenie. Nie bezdyskusyjny jest też dobór tekstów i zatytułowanie w kontekście takiego doboru części pierwszej.

Nie sposób w ramach krótkiej recenzji odnieść się do wszystkich zagadnień poruszonych w omawianej publikacji, dlatego też zwrócę uwagę tylko na kilka kwestii zasadniczych.

Z całą pewnością trzeba przyznać, że zrealizowane przez Autorów *Obrazu Polski* przedsięwzięcie miało – jak sami wskazują – charakter pionierski, dostarczając wyniki o dużym potencjale poznawczym i praktycznym. Projekt zakrojono na skalę międzynarodową, przeprowadzo-

¹ Wyniki badań opinii publicznej przeprowadzonych w jego ramach prezentowane były pierwotnie w postaci osobnych raportów (drukowanych oraz elektronicznych), od samego początku wywołując rezonans zarówno w mediach zagranicznych, jak i krajowych. W charakteryzowanej publikacji zostały one zebrane i omówione w jednym tomie. Badaniom opinii publicznej towarzyszyły również uzupełniające badania wizerunku Polski w głównych dziennikach i tygodnikach wymienionych krajów UE, wyniki których ukazały się w osobnej publikacji: *Wizerunek Polski w prasie krajów Unii Europejskiej*, pod red. Michała Warchali, ISP, Warszawa 2002.

no przy współudziale i pomocy finansowej wielu poważnych instytucji²; badania realizowane były systematycznie na reprezentatywnych próbach i w oparciu o w miarę możliwości jednolite narzędzie badawcze (kwestionariusz wywiadu), umożliwiając tym samym porównywalność wyników, zaś tematyka wzajemnych wizerunków narodów została tutaj bezpośrednio powiązana z problematyką integracji europejskiej³.

Autorzy zasadnie podkreślają niebagatelną rolę „miękkich” kryteriów w trudnym i złożonym procesie integracji europejskiej, „u których podłoża często leżą stereotypy oraz ukształtowane wizerunki krajów i społeczeństw czy tradycje historycznych relacji między państwami” (s. 9-10). Słusznie wskazują też, że wizerunek kraju i jego mieszkańców jest tworem złożonym, kreslonym zarówno przez historię, jak i przez wydarzenia współczesne. Zasadne również jest dokonane przez zespół ISP rozróżnienie trzech odmiennych aspektów wzajemnego postrzegania się narodów (takich jak: wizerunek kraju, wizerunek zbiorowości oraz wizerunek przeciętnego przedstawiciela danego narodu), które legło u podstaw tworzenia narzędzia badawczego, a następnie kształtu i prezentacji wyników. Elementy te, choć z pewnością z sobą powiązane, jak dowodzi wiele badań empirycznych, w tym także omawiane tutaj – nie muszą być identycznie percypowane (przykładowo, częściej wizerunek kraju jest bardziej negatywny niż obraz typowego przedstawiciela, czy żywiona sympatia do narodu jako całości).

Badania ukazują wyraźnie, iż Polska aspirująca do europejskiego grona w zachodnim stylu, wiele jeszcze w swym „zachodnim” obliczu powinna naświetlić, wyretuszować, poprawić i udoskonalić. Obraz naszego kraju i jego mieszkańców w oczach Zachodu ma przede wszystkim charakter rozmyty i pełen luk, a polskie wysiłki modernizacyjne lat dziewięćdziesiątych właściwie nie zostały dostrzeżone przez europejską opinię publiczną. Polska wciąż jest geograficznie i cywilizacyjnie „inna” od krajów Europy Zachodniej, mimo 12 lat intensywnej „wester-nizacji”, wciąż tkwi „po barbarzyńskiej stronie *limest*” i prawdopodobnie dopiero wejście naszego kraju do Unii może zacząć proces zmiany tego sięgającego korzeniami głęboko w przeszłość nastawienia” (s. 84).

Obraz Polski i Polaków w Europie z całą pewnością pokazuje również, że Polskę jako kraj zachodnioeuropejski należałoby promować nie tylko za granicą, ale także wśród samych mieszkańców kraju nad Wisłą. I choć Autorzy namawiają do wyciągania się z swych badań praktycznych wniosków i wskazań pomocnych w poprawie naszego nie najlepszego wizerunku, sami jednak takich konkretnych rekomendacji dla środowisk decydentów w swej książce nie formułują – a szkoda.

Choć podstawowe cechy obrazu Polski i Polaków są w krajach Europy Zachodniej mniej więcej takie same, kolejną zaletą omawianej książki jest to, że Czytelnik znajdzie w niej informacje na temat istniejących różnicowań wynikających z odmiennych doświadczeń historycznych, wzajemnych kontaktów i usytuowania geograficznego. Można tylko żałować, że nie wszystkie kwestie zostały w poszczególnych raportach omówione w podobny, przynajmniej porównywalny i nie budzący wątpliwości sposób (zwłaszcza raport na temat wzajemnych wizerunków Polski i Szwecji jawi się w tym względzie zagadkowo). Książka stanowi, co prawda, zbiór wyników kilku badań, realizowanych w odmiennych kontekstach kulturowo-społecznych, jednakże przeprowadzono je według tej samej metody, w ramach jednego projektu badawczego, koordynowanego w dodatku przez jeden profesjonalny zespół. Brakuje więc – moim zdaniem – choćby zdania komentarza wyjaśniającego Czytelnikowi jednoznacznie zaistniałe różnice czy odstępstwa.

² Badania sondażowe nad postrzeganiem wybranych krajów europejskich i ich mieszkańców zrealizowały w Polsce: CBOS (badania nad wizerunkiem Wielkiej Brytanii - nieodpłatnie) oraz Pracownia Badań Społecznych w Sopocie (pozostałe kraje). Badania sondażowe wizerunku Polski i Polaków w krajach europejskich zrealizowały: GFK Austria (Austria - nieodpłatnie), Centro de Investigaciones Sociológicas (Hiszpania - nieodpłatnie), SOM Institute / Universitet Goeteborg (Szwecja - nieodpłatnie), Institut Francais de Demoskopie (Francja), ICM Research (Wielka Brytania), EMNID Institut (Niemcy), Socis Gallup, współpraca International Centre for Policy Studies - Kijów (Ukraina). Realizację projektu ponadto oraz publikację jego wyników wspierały ponadto finansowo: Komitet Badań Naukowych, Ministerstwo Spraw Zagranicznych RP, Niemieckie Federalne Ministerstwo Edukacji i Badań Naukowych, Fundacja im. Stefana Batorego, Fundacja Forda, Fundacja Współpracy Polsko-Niemieckiej, Fundacja im. Friedricha Eberta, Ambasada Brytyjska w Polsce. Omawiana publikacja ukazała się również przy finansowym współudziale Krajowej Izby Gospodarczej i Banku PKO S.A.

³ Obok bloków pytań o różne aspekty wzajemnych wizerunków między narodami (wizerunek kraju, wizerunek narodu jako zbiorowości, wizerunek typowego przedstawiciela danego narodu), w narzędziu badawczym umieszczono także blok pytań dotyczących integracji Unii Europejskiej.

Mimo bogactwa materiału empirycznego i wielu niewątpliwie ciekawych diagnoz, orientacja badawcza zespołu ISP budzi pewne kontrowersje, potwierdzając tym samym, że metodologia badań wzajemnych wizerunków narodów nie jest sprawą prostą.

Narzędzie użyte w tym akurat przypadku zdaje się odzwierciedlać bardziej nastawienia jego konstruktorów, niż postawy ludzi, które ma mierzyć. W dodatku nastawienia te nie zawsze też wolne są od stereotypów. Badanie ustawia kontekst na osiach Wschód-Zachód, nowość-zacofanie, nic więc dziwnego, że zachodni respondenci sytuują samych siebie po stronie „nowoczesności”, co w konsekwencji uwypukla różnice między Wschodem i Zachodem, różnice, które są niewątpliwie, tu jednak nabierają jeszcze większej ostrości. Opinie odzwierciedlają też częściej wartości i wzajemne przesady respondentów, będące w gruncie rzeczy raczej rewersem opinii o sobie samym, niż rzeczywistym sądem na temat tego czy innego narodu.

Nie kwestionuję zasadności użycia przez zespół ISP tzw. „dyferencjału semantycznego”. Badanie stereotypów przy wykorzystaniu takiej bądź innej listy pytań, złożonej z cech (lub par cech) do wyboru przez respondenta, mimo że kontrowersyjne⁴ i mimo niebezpieczeństw przy mechanicznym stosowaniu, pozwala na precyzyjne ustalenie profilu nastawień względem badanych narodowości i – co ważniejsze – na porównywanie ze sobą otrzymanych charakterystyk. Zabrakło mi jednak słów komentarza na temat tego, w jaki sposób skonstruowano w badaniach listę par cech. Przy wnikliwej lekturze publikacji rodzi się też pytanie, dlaczego w poszczególnych badaniach lista cech nie była taka sama, co jest przecież warunkiem późniejszej porównywalności uzyskanych profili. Uważny Czytelnik na prawo wiedzieć także, z jakiego powodu w poszczególnych badaniach pojawiają się akurat takie, a nie inne dodatkowe pary cech⁵. Dodatkowo analizowanie uzyskanych profili wymaga też dużej ostrożności ze strony badacza przy formułowaniu wniosków i uogólnień, zwłaszcza gdy wprowadzenie innej pary cech nieznacznie wpływa na zmianę całości profilu. Zwrócenia uwagi na ten fakt także zabrakło w omawianej publikacji.

W kwestionariuszu wyraźnie dominują pytania zamknięte, zawierające zatem sformułowania samych badaczy, a przy tym niekiedy nacechowane wartościująco gdy sugerując odpowiedź. Badani rzadko mieli możliwość wyboru spraw, które sami poruszają, zmuszeni zaś do określenia się nie swoim językiem w kwestiach, które przed nimi postawiono, nie mieli często nic do powiedzenia (wysoki procent odpowiedzi ze środków skal). Wątpliwości w tym względzie budzi np., pytanie o opinię na temat wybranych aspektów sytuacji w kraju, a zwłaszcza sposób zaprezentowania jego wyników czytelnikowi⁶.

⁴ Por. np. Z. Bokszański, *Stereotypy a kultura*, Wrocław 1997, s. 14-25; U. Quasthoff, *Sociales Vorurteil und Kommunikation. Eine sprachwissenschaftliche Analyse des Stereotyps*, Frankfurt am Main 1997, s. 45-49.

⁵ Np. w badaniach wzajemnych wizerunków Polski i Hiszpanii nie pojawia się para „wykształcony – nie wykształcony”, mamy natomiast w to miejsce parę „postępowy – konserwatywny”; pary cech „demokratyczny – autorytarny”, „kreatywny – bez fantazji”, „przedsiębiorczy – nie przedsiębiorczy”, pojawiają się tylko w badaniach wizerunków Polaków i Niemców, zaś para „nadużywający alkoholu – nie nadużywający alkoholu” tylko w badaniach polsko-francuskich.

⁶ We wprowadzającym do części drugiej tekście mamy zestawione w jednej tabeli opinie o Polsce w krajach UE (s. 69). Porównując zawarte tu dane z raportami z poszczególnych badań, dostrzegamy pewne niespójności i niejasności, bardzo ciekawe w kontekście powszechnych przekonań i stereotypów narodowych. Zestawienie ukazuje m.in., iż zdaniem respondentów z 6 państw UE w Polsce „Kościół katolicki ma zbyt duży wpływ”, tymczasem okazuje się, że Hiszpanów i tylko ich zapytano o to, czy „Kościół katolicki ma duży wpływ” (s. 115). W zestawieniu mamy też opinie o tym, czy w Polsce „istnieje system parlamentarny” oraz czy „funkcjonuje gospodarka wolnorynkowa”. W raportach czytamy, że za wyjątkiem Szwedów i Francuzów, pozostali respondenci oceniali te zagadnienia w porównaniu z państwami Europy Zachodniej (stwierdzenia: „istnieje system parlamentarny, podobnie jak w innych krajach Europy Zachodniej” oraz „funkcjonuje gospodarka wolnorynkowa, podobnie jak w innych krajach Europy Zachodniej”, s. 86, 115, 177, 210). Uzupełnienie stwierdzenia o ten jawny element porównania tworzy respondentowi nieco inny kontekst odpowiedzi, ten fakt jednak w zestawieniu zbiorczym jakby umknął uwadze Autorów. Zwraca też uwagę, że według zestawienia zbiorczego w omawianych kwestiach Szwedzi mają największe wątpliwości spośród przebadanych nacji i dwukrotnie rzadziej też przypisują te cechy Polsce. Okazuje się jednak, że naszych bałtyckich sąsiadów zapytano nie o to, w jakim stopniu Polska posiada te atrybuty, lecz o to, czy dobrze funkcjonują one w Polsce (s. 132), co całkowicie zmienia postać rzeczy. Jeśli już z jakichś względów (nie mamy na ten temat żadnego komentarza) w badaniach wzajemnych wizerunków Polska-Szwecja aspekt ten był na tyle istotny, że umieszczono takie stwierdzenia, to co najmniej dziwne zestawienie ich razem z czymś, co tylko na pozór jest tym samym.

Kwestie te nie dotyczą bynajmniej tylko prezentowanych tu badań ISP, te jednak jak najbardziej dowodzą, iż postulat metodologicznej czujności w ujmowaniu wzajemnych wizerunków grup etnicznych i narodów jest wciąż aktualny. Przedstawione tu wątpliwości natury metodologicznej są może problemem akademickim, wspominam o tym jednak ze względu na fakt, że badaniami tego typu zainteresowani są nie tylko naukowcy, lecz także publicyści, politycy, specjaliści od marketingu itd., za pośrednictwem których wyniki takich badań trafiają dalej do szkół i pod strzechy, stając się wspólnym zasobem podręcznej wiedzy. Podobnie dzieje się z wynikami prezentowanymi w omawianej książce, co jest zresztą zgodne z intencją Autorów. Książka jest powszechnie dostępna, dziwić się zatem nie należy, gdy jakiś dziennikarz czy nawet statystyczny Kowalski będzie wyprowadzał z takich badań dalej idące uogólnienia i twierdzenia, wyręczając w tym Autorów. Tym większa odpowiedzialność badaczy, którzy zastosowali metodę kontrowersyjną, a w każdym razie jedną z wielu, by samemu dostarczać jak najmniej powodów do takich uogólnień. Co do tego, że sprawa jest (dosłownie i w przenośni) warta zachodu, Autorzy nie mają wątpliwości. Byłoby jednak pożądane, by efekt ich działań był zgodny z intencjami, które niewątpliwie są dobre.

Na marginesie już tylko dodam, że *Obrazowi Polski i Polaków w Europie* przydałby się także pewien drobny retusz korygujący istniejące drukarskie chochliki⁷.

Zgłoszenie tych kilku uwag krytycznych z całą pewnością nie umniejsza znaczenia tej publikacji. Nie sposób też nie docenić materiału empirycznego tu zgromadzonego. Niewątpliwie zaprojektowanie, przeprowadzenie i opracowanie tak zakrojonego badania o międzynarodowym charakterze było pionierskim i niełatwym zadaniem, za jego realizację należą się zatem Autorom publikacji słowa uznania. Efektem ich działań jest z pewnością książka interesująca, a przy tym niezwykle aktualna i potrzebna, pobudzająca do myślenia i dalszych analiz w prezentowanej materii.

Alicja Raciniewska

Zbigniew Tyszka, *Rodzina we współczesnym świecie*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Seria Socjologiczna nr 31, Poznań 2002.

„Może odrodzi się człowiek wrażliwy, potrzebujący głębokiej miłości swej rodziny i dający tego rodzaju miłość jej członkom”.

Cytat powyżej zamieszczony pochodzi z końcowej partii książki prof. Zbigniewa Tyszki, z rozdziału noszącego tytuł: *Człowiek i rodzina w XXI wieku. Czas nadziei czy cywilizacji udęki?*, w którym Autor podejmuje próbę odpowiedzi na pytania o rolę i miejsce rodziny w społeczeństwie przyszłości. Zwróćmy bowiem uwagę na to, że kierunki przemian współczesnej rodziny nacechowane procesami dezintegracji tradycyjnych jej form przybierają nową jakość. Kryzysy w rodzinie towarzyszyły jej od zawsze, były konsekwencją ogólniejszych przemian i kryzysów kulturowych, religijnych, gospodarczych, politycznych, jakie doświadczało społeczeństwo, a wraz z nim i rodzina, jako jego grupa podstawowa. Kryzysy te nie podważały na ogół roli rodziny jako grupy o wyjątkowym znaczeniu dla życia społecznego, będącej naturalną,

⁷ Na przykład Czytelnik dowiadyuje się, że badania nad wzajemnym wizerunkiem Polski i Hiszpanii zrealizowano w 1990 r. (co automatycznie stawia pod znakiem zapytania ich porównywalność z pozostałymi badaniami realizowanymi w latach 1999-2001), choć faktycznie miało to miejsce w 1999 r. By potwierdzić to, trzeba się jednak odwołać do źródła spoza omawianej książki. Innym razem, studiując poziom sympatii Francuzów do innych narodów, dwukrotnie przeczytać można w tekście informacje, których nie potwierdzają dane zawarte w ilustrujących je tabelach.