

Wyniki badań ankietowych przeprowadzonych podczas egzaminów wstępnych w latach 2001, 2002, 2003 wśród kandydatów na studia w Katedrze Kulturoznawstwa Uniwersytetu Wrocławskiego.

Podziękowania dla Moniki Zbrożek

Projekt

Prezentowane wyniki są częścią projektu, którego celem jest rekonstrukcja aktualnego wizerunku¹ Katedry Kulturoznawstwa (przy Wydziale Nauk Historycznych i Pedagogicznych Uniwersytetu Wrocławskiego) oraz obserwacja jego zmian w kolejnych latach. Planowanym rezultatem projektu jest rekonstrukcja obrazu wybranego, oferowanego przez Uniwersytet Wrocławski kierunku studiów, jego atrakcyjności w oczach kandydatów oraz znaczenia (?) na rynku pracy. Szczególnie interesują nas ewentualne zmiany zachodzące w rekonstruowanym kolektywnym konstrukcie badanego obiektu, ich przejawy i uwarunkowania w systemie społecznym i systemie kultury. Przedstawiona w tym artykule rekonstrukcja jest podsumowaniem dotychczasowej pracy i dokonana została na podstawie wyników badań empirycznych (szczegóły w punkcie 'Cele badania i metoda') przeprowadzanych corocznie podczas egzaminów wstępnych wśród osób kandydujących na studia. Pierwsze badania zostały przeprowadzone w czerwcu 2001 roku (sesja I), kolejne w latach 2002 (sesja II) oraz 2003 (sesja III).

Badania. Metoda

Głównym celem badania było wstępne wyróżnienie:

- cech charakteryzujących wybrany kierunek studiów, wśród osób zdających na te studia
- charakterystyki osób zdających ze względu na: oczekiwania i nastawienia wobec studiów kulturoznawczych⁽¹⁾, wyobrażenie własnej przyszłości⁽²⁾ oraz deklarowane wartości⁽³⁾.

Formułując pytania dążyliśmy do ich komunikatywności ze wszystkimi kandydatami, a w konsekwencji uzyskania odpowiedzi, które odnosząc się do pewnego poziomu ogólności dadzą możliwości porównania odpowiedzi ujawniających oczekiwania i opinie respondentów.

Bazę metodologiczną projektu stanowi paradygmat empiryczny, z którego wynika skonstruowana i zastosowana przez nas metoda, mająca posłużyć do zebrania danych niezbędnych do rekonstrukcji wizerunku kierunku studiów wśród kandydatów.

Formułując pytania dążyliśmy do sprzężenia odpowiedzi ujawniających oczekiwania i opinie z wizerunkiem studiów, który – zdając na studia – mniej lub bardziej uświadamiany kandydaci posiadają oraz

deklarowanym wyobrażeniem przyszłości i wartościami. W tym celu skonstruowana została ankieta składająca się z: a) czterech pytań 'otwartych', b) dyferencjału semantycznego, wyróżniającego w pierwszej wersji pięćdziesiąt dwie, a w drugiej pięćdziesiąt cztery cechy (dodano parę cech: 'tradycyjny/nowoczesny'). Pytania otwarte:

- Dlaczego chce się Pani/Pan dostać na kulturoznawstwo?
- Czego Pani/ Pan oczekuje od studiów kulturoznawczych?
- Jak Pani /Pan wyobraża sobie swoją przyszłość po ukończeniu studiów?
- Jakie wartości są dla Pani /Pana najważniejsze? Dyferencjał semantyczny poprzedzony został następującym wyjaśnieniem:
- Jakie cechy kojarzą się Pani/Panu z kulturoznawstwem? Proszę zakreślić cyfry, które odpowiadają natężeniu danej cechy.

Poza wymienionymi wyżej pytaniami każda ankieta zawierała metrykę uwzględniającą płeć i wiek respondenta, a w badaniu z roku 2003 również pytanie o kierunki i uczelnie, na które wcześniej kandydat zdawał.

Badania zostały przeprowadzone w trzech następujących po sobie latach w trakcie egzaminów wstępnych. Egzaminy te niezmiennie od wielu lat posiadają formułę dwuczęściową: etap pierwszy – test pisemny, etap drugi – rozmowa kwalifikacyjna, w której biorą udział osoby, które uzyskały wymaganą ilość punktów z etapu pierwszego. Badania przeprowadzono wśród osób, które zakwalifikowały się do drugiego etapu. Wybór badanej grupy motywowany jest procesem selekcji kandydatów, preferującym osoby, które zdając na studia z określonym wyobrażeniem tychże, przechodzą pomyślnie przez pierwszy etap egzaminów, etap stworzony w celu selekcji kandydatów posiadających wiedzę i nastawienia odpowiadające wymaganiom tak a nie inaczej zsojalizowanych członków komisji egzaminacyjnej, składającej się z pracowników Katedry Kulturoznawstwa. Drugi etap – rozmowa kwalifikacyjna – w wyniku subiektywnej oceny komisji daje listę osób najwyższej ocenionych jako przyszli studenci. Nasze badania przeprowadziliśmy przed drugim etapem, by uzyskać grupę osób wstępnie zorientowanych i dopasowanych, jednak przed ostatecznym werdyktem komisji egzaminacyjnej (przykład doboru preferującego osoby przystosowane do systemu i sprzyjające jego efektywnej reprodukcji). W chwili obecnej nie wiadomo jeszcze, którzy z pytanymi przez nas respondentów przeszli przez drugi etap egzaminu. To pytanie i problem stabilności wizerunku są głównymi obszarami zainteresowania drugiej części wspomnianego projektu badawczego, którego zakończenie planowane jest na czerwiec 2004 roku.

Odpowiedzi na pytania zbierane były metodą ankie-

ową wraz z informacją o celu badania. Udzielenie odpowiedzi było dobrowolne. Wypełnione kwestionariusze składane były na specjalnie wyznaczone miejsce. W związku z dobrowolnością odpowiedzi w każdym roku przebadano około połowę kandydatów.

W tym miejscu należy wspomnieć o zmianie, jakiej dokonano w kwestionariuszach z 2002 i 2003 roku.

Wprowadzona zmiana polegała na zastąpieniu w pytaniu nr 5 klasycznej tabeli dyferencjału semantycznego z parami opozycyjnych cech i skalą od +3 do -3 na sąsiadujące obok siebie dwie tabele zawierające ten sam zestaw cech, w których natężenie cech określały liczby od 0 do +3. Zmiana ta miała na celu uchwycenie różnic, których, jak podejrzewaliśmy, dyferencjał nie jest w stanie ująć oraz w pewnej badawczej 'słabości' dyferencjału, dotyczącej niemożliwości jednoczesnej indykacji cech, które dyferencjał przez swą opozycyjną konstrukcję wyklucza. Równocześnie, o czym wspomniano już wcześniej, do zestawu prezentowanych cech dodano parę: 'tradycyjny/nowoczesny'.

Podczas planowania badań założono ograniczenie profilu do elementów dających się porównać i tych, które dają podstawy do rekonstrukcji wizerunku kierunku studiów wśród kandydatów.

W pracy tej zaprezentujemy również wyniki innych badań dotyczących wizerunku studiów kulturoznawczych, które pozwolą na postawienie szerszych wniosków i hipotez dotyczących kulturowo i społecznie uwarunkowanych sposobów konstrukcji postrzegania studiów wyższych i ich zmienności w zależności od czasu i wymiany grup kulturowych.

Prezentacja wyników

W ciągu trzech lat przebadano łącznie 141 respondentów, przy czym w pierwszym (2001) roku było to 55, a drugim (2002) 40, a trzecim (2003) 46 osób. Wyniki badań prezentowane będą w następującej konwencji: dwa pierwsze lata razem (2001 i 2002) porównywane z trzecim rokiem badań (2003). Rozkład respondentów według wieku i płci pokazują tabele 1a i 1b.

Tabela 1a. Respondenci - rozkład płci i wieku 2001-2002 (95 respondentów)

wiek	kobiety	mężczyźni	razem
18	12,6%	7,4%	20,0%
19	32,6%	8,4%	41,1%
20	8,4%	8,4%	16,8%
21	2,1%	3,2%	5,3%
22	2,1%	1,1%	3,2%
23	6,3%	1,1%	7,4%
24	-	3,2%	3,2%
suma	64,2%	32,6%	96,8%

W powyższej tabeli nie znalazły się trzy osoby, które nie podały wieku i płci - 3 osoby = 3,2%

Tabela 1b. Respondenci - rozkład płci i wieku 2003 (46 respondentów)

wiek	kobiety	mężczyźni	razem
18	4,3%	4,3%	8,7%
19	41,3%	8,7%	50,0%
20	13,0%	-	13,0%
21	-	4,3%	4,3%
22	2,2%	4,3%	6,5%
23	4,3%	2,2%	6,5%
nn	4,3%	-	4,3%
suma	69,6%	23,9%	93,5%

W powyższej tabeli nie znalazły się trzy osoby, które nie podały wieku i płci - 3 osoby = 6,5%

Wyraźnie widoczna jest przewaga kobiet, która, co ciekawe, staje się jeszcze większa, jeśli uwzględnimy skład studentów kulturoznawstwa, gdzie udział kobiet rośnie z ponad 60% do 75-80%.

W takiej sytuacji pojawia się pytanie o przyczyny i uwarunkowania takiego stanu rzeczy. Zakładając, że są one zależne od stanu systemu społecznego i systemu kultury, w którym funkcjonują, należałoby oczekiwać, że w kulturze istnieją wzory, które regulują większe zainteresowanie kulturowo uwarunkowanej konstrukcji 'kobiecości' kulturoznawstwem. Takiego stopnia feminizacji grupy nie da się wytłumaczyć stopniem feminizacji społeczeństwa, w którym według spisu powszechnego z 2002 roku kobiety stanowiły 51,6%. Wobec tego regulacja składu grupy powinna odbywać się w odniesieniu do tego, co obowiązkowe i dozwolone, i nie zakazane w kulturowej płci ('gender'), bo tylko ta, a nie biologiczna, jest z naszego punktu widzenia relewantna.

Wyniki badań stereotypowego postrzegania płci³ wykazują, że kobiety w autostereotypie dużo większe znaczenie przywiązują do wykształcenia jako cechy pożądaną u kobiet (3. pozycja na liście frekwencji odpowiedzi kobiet: zadbana, delikatna, wykształcona, zaradna, inteligentna, niezależna); inaczej niż mężczyźni (5. pozycja), których zdaniem kobieta powinna być: opiekuńcza, inteligentna, miła, wyrozumiała, wykształcona, kobieca, kochająca. Również w katalogu wartości kobiet, kobiety wymieniają wykształcenie na pozycji 12., mężczyźni natomiast w ogóle je pomijają. Stosunkowo duża ilość odpowiedzi w cechach pożądanym pozwala przypuszczać, że dążenie do wykształcenia jest istotne w kulturowej konstrukcji płci i związanymi z nią zachowaniami kobiet.

Jeśli porówna się odpowiednie dane dotyczące mężczyzn, to okaże się, że w autostereotypie mężczyzny powinien on być: opiekuńczy, inteligentny, odpowiedzialny, zdecydowany i pracowity. Zdaniem kobiet:

opiekuńczy, odpowiedzialny, zaradny, czuły, inteligentny, odważny. Wykształcenie w ogóle nie pojawia się w odpowiedziach, co pozwala postawić hipotezę, że inne czynniki motywują kobiety do kształcenia (wykształcenie), a inne mężczyzn (opiekuńczość, odpowiedzialność, praca). Zgodnie z tą hipotezą należałoby oczekiwać większej ilości mężczyzn na studiach uznawanych przez nich za praktyczne, związane z pracą, odpowiedzialnością i zarabianiem na utrzymanie rodziny, natomiast więcej kobiet powinno starać się o przyjęcie/studiować, tam gdzie oczekują wykształcenia. Przy czym właściwość ta powinna oddziaływać szczególnie silnie tam, gdzie dużo możliwości i swobody wyboru dają inne systemy regulujące: np. gospodarczy, prawny itp. i w związku z nimi podlegać okresowym wahaniom.

Pytanie 1. Dlaczego chce się Pani/Pan dostać na kulturoznawstwo?

Tabela 2a. Skategoryzowane zestawienie odpowiedzi na pytanie 1, lata 2001-2002

1. Dlaczego chce się Pan/Pani dostać na kulturoznawstwo?	kategoria	ilość
zainteresowanie	14,7%	14
interesujące	13,7%	13
zainteresowanie kulturą	9,5%	9
negatywne	9,5%	9
wiedza	8,4%	8
rozwój	6,3%	6
humanistyczne	6,3%	6
sztuka	6,3%	6
pogłębienie wiedzy	5,3%	5
horyzonty poszerzyć	4,2%	4
realizacja siebie	2,1%	2
0	2,1%	2
inne	11,6%	11
suma	100,0%	95

Tabela 2b. Skategoryzowane zestawienie odpowiedzi na pytanie 1, rok 2003

1. Dlaczego chce się Pan/Pani dostać na kulturoznawstwo?	kategoria	ilość
zainteresowanie kulturą	22,9%	11
rozwój	14,6%	7
zainteresowanie	12,5%	6
ciekawe studia	10,4%	5
interesujące studia	8,3%	4
wiedza	6,3%	3
zainteresowania humanistyczne	6,3%	3
negatywne	4,2%	2
poznanie kultury	2,1%	1
inne	12,5%	5
suma	100,0%	48

Kategoria 'zainteresowanie' obejmuje odpowiedzi takie jak: 'zgodne z zainteresowaniami', 'zainteresowanie', natomiast kategoria 'interesujące' to: 'jest interesujące', 'interesuję się tym' itp.

Choć wydają się one podobne, to jednak różnica wskazująca na deklarowany przez respondentów 'stopień zaangażowania' w odróżnieniu od 'zainteresowania' wydała się warta podkreślenia. Szczególnie jeśli podsumujemy odpowiedzi 'zainteresowanie' i 'zainteresowanie kulturą' i 'zainteresowania humanistyczne' (ok. 36% odpowiedzi) i zestawimy z odpowiedziami 'interesujące' i 'ciekawe studia' (około 15%) i pozostałymi odpowiedziami, to okazuje się, że większość osób ma dość sprecyzowane powody wyboru studiów, najczęściej związane z rozwojem zainteresowań. W kategorii 'powody negatywne' kryją się odpowiedzi wskazujące na studia jako wynik negatywnego wyboru lub jego braku, np.: zagrożenie zasadniczą służbą wojskową.

Pytanie 2. Czego Pani/ Pana oczekuje od studiów kulturoznawczych?

Tabela 3a. Skategoryzowane zestawienie odpowiedzi na pytanie 2, lata 2001-2002

2. Czego Pani/Pan oczekuje od studiów kulturoznawczych?	kategoria	ilość
wiedzy	27,4%	26
rozwoju	25,3%	24
poszerzenia wiedzy	13,7%	13
ciekawe studia	11,6%	11
wykształcenia	8,4%	8
nic	5,3%	5
ciekawi ludzie	3,2%	3
zabawy	2,1%	2
inne	3,2%	3
suma	100,0%	95

Tabela 3b. Skategoryzowane zestawienie odpowiedzi na pytanie 2, rok 2003

2. Czego Pani/Pan oczekuje od studiów kulturoznawczych?	kategoria	ilość
wiedza	20,7%	12
rozwój	15,5%	9
wiedza o kulturze	12,1%	7
wiedza humanistyczna	8,6%	5
poznanie kultury	6,9%	4
ciekawe studia	5,2%	3
ciekawi ludzie	3,4%	2
wielość przedmiotów	3,4%	2
wykształcenie humanistyczne	3,4%	2
rozwój zainteresowań	1,7%	1
inne	19,0%	11
suma	100,0%	58

Podobnie jak w poprzednim zestawieniu, i tu kategorie 'wiedzy', poszerzenia wiedzy' i 'wykształcenia' wydają się bardzo zbieżne. Jednak w odpowiedziach respondentów wyraźnie odznaczała się różnica pomiędzy wiedzą i jej poszerzeniem, a wykształceniem, które wydaje się być związane ze zdobywaniem wiedzy ukierunkowanej na cel, z pewnym kanonem wiedzy, przygotowaniem do istniejących potrzeb, wzorców itp. Zupełnie w inną stronę zwracają się odpowiedzi 'rozwoj', 'ciekawe studia', 'ciekawi ludzie', które związane są raczej z indywidualnością respondenta, jej przyszłą i aktualną wrażliwością.

Pytanie 3. Jak Pani /Pan wyobraża sobie swoją przyszłość po ukończeniu studiów?

Tabela 4a. Skategoryzowane zestawienie odpowiedzi na pytanie 3, lata 2001-2002

3. Jak Pani/Pan wyobraża sobie przyszłość po ukończeniu studiów?	kategoria	ilość
nie wiem	32,6%	31
praca dziennikarz	14,7%	14
instytucje kulturalne	8,4%	8
dalsze studia	6,3%	6
własna droga	4,2%	4
reżyseria	4,2%	4
praca na uczelni	4,2%	4
ok.	4,2%	4
nie sięgam tak daleko	4,2%	4
bezrobotny	4,2%	4
emigracja	2,1%	2
inne	10,5%	10
suma	100,0%	95

Tabela 4b. Skategoryzowane zestawienie odpowiedzi na pytanie 3, rok 2003

3. Jak Pani/Pan wyobraża sobie przyszłość po ukończeniu studiów?	kategoria	ilość
jeszcze nie planuje	16,3%	7
nie wiem	11,6%	5
czarno	9,3%	4
praca dziennikarz	9,3%	4
dobrze	7,0%	3
bezrobotny	4,7%	2
jasno	4,7%	2
studia	4,7%	2
praca związana z kulturą	4,7%	2
praca	2,3%	1
praca ciekawa	2,3%	1
praca dzieci	2,3%	1
praca firma	2,3%	1

praca muzykoterapeuta	2,3%	1
praca recenzent	2,3%	1
praca tłumacz	2,3%	1
inne	11,6%	5
suma	100,0%	43

Jeśli podsumować kategorie 'nie wiem', 'nie sięgam tak daleko' i 'bezrobotny', to można stwierdzić, że ponad 30% przyszłych studentów nie posiada wizji przyszłości sięgającej powyżej okresu najbliższych pięciu lat, ponieważ prawdopodobnie taka wizja dopiero powstaje. Sprecyzowane wyobrażenia posiada podobna ilość respondentów (ok. 35%) ('dziennikarz', 'reżyseria', 'praca na uczelni', 'instytucje kulturalne', 'praca...'). Nadal kształcić się chce 5-10 % respondentów ('praca na uczelni', 'studia').

Zastanawiający jest wysoki odsetek osób, które po ukończeniu studiów kulturoznawczych chcą zostać dziennikarzami. Chociaż 10-15% całej grupy to nie jest dużo, jednak jest to największa grupa osób, które wiedzą, czego chcą.

W tabeli 5. zestawione zostały wszystkie odpowiedzi udzielone przez respondentów. Po podzieleniu na odpowiedzi na jednego respondenta w poszczególnych latach otrzymano odpowiednio 2,5 i 2,6, nie podlegały one łączeniu w szersze grupy czy kategorie.

Prezentowana tabela zawiera wybrane odpowiedzi, które powtórzyły się co najmniej 3 razy, co w przypadku tego badania stanowi ponad 2% respondentów.

Poniżej tej granicy pozostaje jeszcze 66 wypowiedzi, które pojawiły się tylko raz (48 wyrażań) lub dwa razy (18 wyrażań) i w sumie stanowią 24% wszystkich odpowiedzi. Prezentujemy tak rozbudowaną tabelę, żeby umożliwić spojrzenie na uzyskane przez nas wyniki z różnych perspektyw, niekoniecznie zgodnych z przyjętą w tym artykule.

Dla nas szczególnie ważne są te odpowiedzi respondentów, które powtarzają się najczęściej, i o których w związku z tym można wnosić, że są istotne dla badanej przez nas grupy. I tak dwie pierwsze pozycje 'miłość' i 'przyjaźń' są symbolami kolektywnymi o wysokiej pozycji w hierarchii systemu kultury polskiej (Fleischer, 2003, 171). O ile semantyka kulturowa 'miłości' - kluczowego elementu systemu symboliki kolektywnej - to przede wszystkim: 'uczucie', 'szczęście', 'dobro', 'rodzina', 'zaufanie' i 'seks', to w przypadku 'przyjaźni' komponentem dominującym jest 'zaufanie', następnie 'dobro', 'koleżeństwo', 'miłość', 'pomoc', 'rozumienie' i 'wartość'.

Trzy kolejne: 'uczciwość', 'szczerłość' i 'prawda'.

Warto podkreślić, że odpowiedzi: 'prawda', 'szczerłość', 'uczciwość' wykazują daleko idącą zbieżność z badaniami symboli kolektywnych Fleischera oraz rekonstrukcją rozumienia 'prawdy'. I tak w badaniach symboli kolektywnych (Fleischer 2003) w latach 1993, 2000

Pytanie 4. Jakie wartości są dla Pani/Pana najważniejsze?

Tabela 5. Zestawienie odpowiedzi na pytanie 4. – lata 2001–2002 oraz 2003

Lp.	4. Jakie wartości są dla Pani/Pana najważniejsze?	wg ilości odpowiedzi			wg ilości respondentów		
		2003	2001–02	razem	2003	2001–02	razem
1	miłość	14,2%	10,8%	11,9%	37,0%	27,4%	30,5%
2	przyjaźń	10,0%	7,1%	8,0%	26,1%	17,9%	20,6%
3	uczciwość	5,8%	6,2%	6,1%	15,2%	15,8%	15,6%
4	szczerłość	5,0%	6,2%	5,8%	13,0%	15,8%	14,9%
5	prawda	5,8%	5,0%	5,3%	15,2%	12,6%	13,5%
6	rodzina	2,5%	3,3%	3,0%	6,5%	8,4%	7,8%
7	szacunek	5,0%	2,1%	3,0%	13,0%	5,3%	7,8%
8	bóg	2,5%	2,9%	2,8%	6,5%	7,4%	7,1%
9	dobro	0,8%	3,3%	2,5%	2,2%	8,4%	6,4%
10	otwartość	2,5%	2,5%	2,5%	6,5%	6,3%	6,4%
11	wolność	4,2%	1,7%	2,5%	10,9%	4,2%	6,4%
12	honor	1,7%	2,5%	2,2%	4,3%	6,3%	5,7%
13	wiedza	1,7%	2,5%	2,2%	4,3%	6,3%	5,7%
14	brak odpowiedzi	0,0%	2,9%	1,9%	0,0%	7,4%	5,0%
15	tolerancja	0,8%	2,5%	1,9%	2,2%	6,3%	5,0%
16	sztuka	0,8%	2,1%	1,7%	2,2%	5,3%	4,3%
17	ojczyzna	1,7%	0,8%	1,1%	4,3%	2,1%	2,8%
18	piękno	0,0%	1,7%	1,1%	0,0%	4,2%	2,8%
19	spokój	0,8%	1,2%	1,1%	2,2%	3,2%	2,8%
20	tradycja	0,8%	1,2%	1,1%	2,2%	3,2%	2,8%
21	wyobraźnia	0,0%	1,7%	1,1%	0,0%	4,2%	2,8%
22	życzliwość	0,8%	1,2%	1,1%	2,2%	3,2%	2,8%
23	doświadczenie	0,8%	0,8%	0,8%	2,2%	2,1%	2,1%
24	kultura	0,8%	0,8%	0,8%	2,2%	2,1%	2,1%
25	pieniądze	0,0%	1,2%	0,8%	0,0%	3,2%	2,1%
26	praca	0,0%	1,2%	0,8%	0,0%	3,2%	2,1%
27	rozwój	0,0%	1,2%	0,8%	0,0%	3,2%	2,1%
28	wiara	0,8%	0,8%	0,8%	2,2%	2,1%	2,1%
29	zaufanie	1,7%	0,4%	0,8%	4,3%	1,1%	2,1%
	pozostałe						

oraz konstruktowi prawdy w 20024 roku wyróżnione zostały pojęcia 'szczerłość' i 'uczciwość' jako podstawowe składowe rozumienia 'prawdy' (Fleischer, Grech, Książek 2003, Kognitywna i konstruktywna semantyka konceptu 'prawdy').

'Prawda' to 'uczciwość', 'szczerłość'; 'uczciwość' natomiast to 'prawda', 'dobro', 'prawość', 'sprawiedliwość' i 'szczerłość' (Fleischer 2003, Polska symbolika kolektywna).

Zatem jest to kategoria, którą gdyby traktować łącznie jako kompleks powiązanych ze sobą symboli kolektywnych 'prawda-uczciwość', to ze względu na liczebność zajmowałaby pierwsze miejsce w prezentowanym powyżej zestawieniu. Niższa od przeciętnej dla innych badań kultury polskiej ranga 'rodziny' najpraw-

dopodobniej związana jest z wiekiem respondentów. Porównując listę odpowiedzi na to pytanie z wynikami pierwszego etapu badań 'symboli kolektywnych', można zauważyć, że nie ma na niej 'wyrażeń – wartości' o nacechowaniu negatywnym – 'wartości' są więc dla naszych respondentów tylko wyrażeniami o nacechowaniu pozytywnym.

Porównując to zestawienie z wynikami wspomnianych już badań stereotypów płci można stwierdzić, że zebrane wyniki wykazują większą zbieżność z danymi uzyskanymi podczas badań stereotypu i autostereotypu kobiet – wyższa ranga miłości, rodziny, przyjaźni, szczerłości i uczciwości, a niższa pieniędzy, honoru (Grech, 2003).

Tabela 6. Zestawienie odpowiedzi z dyferencjału wg ilości i średniej punktowej – etap 1 – 2001 rok

lp.	cecha	średnia 2001			suma	
		razem	ujemne	dodatnie	od -2	od +2
1	wartościowy	-1,45	-2,33	2,00	-91	15
2	ciekawy	-1,20	-2,28	2,27	-84	23
3	otwarty	-1,16	-2,13	2,10	-76	18
4	życzliwy	-1,07	-1,90	2,11	-65	16
5	z charakterem	-1,16	-2,15	2,00	-81	20
6	intrygujący	-1,04	-2,08	1,82	-68	16
7	kolorowy	-0,55	-2,07	1,86	-48	19
8	kulturalny	-1,02	-2,11	2,20	-70	21
9	wyluzowany	-0,93	-2,18	1,92	-69	18
10	pogodny	-0,93	-1,97	2,00	-64	19
11	uczciwy	-0,80	-1,91	1,58	-52	13
12	aktywny	-0,76	-1,85	1,58	-50	12
13	refleksyjny	-0,73	-1,78	1,55	-42	10
14	cichy	-0,73	-1,69	1,56	-40	9
15	dynamiczny	-0,69	-1,58	1,40	-34	8
16	normalny	0,11	-1,39	1,63	-14	21
17	użyteczny	-0,60	-1,68	1,85	-41	19
18	uporządkowany	-0,16	-1,45	1,44	-19	13
19	żywy	-0,58	-1,93	1,83	-46	17

Zestawienie wybranych cech charakterystycznych najmocniejszych i najłagodniejszych- sesja II i III.

Tabela 7. Zestawienie wybranych cech charakterystycznych najmocniejszych- sesja II i III (2002 i 2003r.)

lp.	cecha	2003	2002
1	ciekawy	2,75	2,60
2	wartościowy	2,61	2,48
3	otwarty	2,43	2,33
4	intrygujący	2,64	2,20
5	z charakterem	2,41	2,18
6	kulturalny	2,34	2,05
7	aktywny	2,20	1,93
8	pogodny	2,00	1,90
9	żywy	2,11	1,83
10	refleksyjny	2,14	1,80
11	wyluzowany	1,82	1,75
12	kolorowy	2,00	1,70
13	uczciwy	1,91	1,65
14	życzliwy	1,70	1,53

Tabela 8. Zestawienie wybranych cech charakterystycznych najłagodniejszych – sesja II i III (2002 i 2003r.)

nr	cecha	2003	2002
1	bez charakteru	0,05	0,13
2	bezwartościowy	0,05	0,13
3	bezbarwny	0,16	0,18
4	bezmyślny	0,16	0,20
5	nieuczciwy	0,27	0,13
6	niekulturalny	0,34	0,15
7	szary	0,34	0,15
8	sztywny	0,32	0,15
9	arogancki	0,55	0,20
10	pasywny	0,32	0,23
11	bierny	0,30	0,25
12	nierzetelny	0,30	0,25
13	ponury	0,32	0,25
14	zamknięty	0,34	0,33

Dyferencjał semantyczny

Poniższa tabela przedstawia zestawienie odpowiedzi wskazywanych w tej części ankiety, w której proszono respondentów o podkreślenie natężenia cech spośród wymienionych w formularzu. Cechy: 'tradycyjny/nowoczesny' dodane zostały w drugiej sesji badań (2002 r.). Ta część prezentacji zostanie podzielona na trzy czę-

ści: w pierwszej przedstawione zostaną wyniki z etapu pierwszego (Tabela 6. i 7.), w drugiej – drugiego (Tabela 8. i 9.), na końcu zbiorcze zestawienie wyróżniających się właściwości z obu (Tabela 12).

Przedstawiona tabela zawiera materiał szeregowany według wartości natężenia, które respondenci przypisywali wymienionym w kwestionariuszu cechom.

Jak można po dokładniejszej analizie zauważyć, w tabeli większość występujących cech posiada zarówno pewną ilość punktów '-' jak i '+', co może świadczyć bądź o 'braku jednorodności' kandydatów wynikającym z różnego (opozycyjnego) postrzegania właściwości obiektu, bądź też z innego zinterpretowania sposobu odpowiedzi w tym rodzaju formularza. Po przeanalizowaniu odpowiedzi z następnych lat skłaniamy się ku drugiej interpretacji tego zjawiska.

Powyższe tabele zawierają właściwości najczęściej i najmocniej oceniane przez ankietowanych (Tabela 7) oraz te, które wskazywano najrzadziej i jako najstabiliej zmanifestowane (Tabela 8).

Możemy zauważyć, że cechy niejednoznacznie określone w etapie pierwszym, takie jak 'ciekawý' czy 'z charakterem', tu uzyskują dużo pozytywnych wskazań określających je jako 'mocne' cechy obiektu. Powyższe zestawienie pozwala porównać wyniki z obu etapów badań i jednoznacznie wyróżnić cechy stale podkreślane przez respondentów. Poza tym drugi i trzeci etap badania pozwala na wstępną weryfikację wyrażen opozycyjnych, które dyferencjał zakłada. Jak pokazują tabele, znaczna część cech uznanych za najsilniejsze i w ogóle nie występujące pokrywa się z zestawieniami dyferencjału użytego w pierwszym etapie badań. Jednak istnieje grupa odpowiedzi, które będąc w parach opozycyjnych musiałyby niezauważone przejść przez 'grube sita dyferencjału'.

Ciekawe w tym kontekście wydają się również cechy, które respondenci wskazali jako niewystępujące w związku z kulturoznawstwem: bezmyślny, nieuczciwy, bierny, nierzetelny, które, jak można się domyślać, uznają oni za niepożądane – gdyż nie zaznaczyli cech do nich przeciwstawnych jako mocno zmanifestowanych.

Porównanie z wynikami M. Fleischera⁵

Podobne badania do prezentowanych wcześniej robił Fleischer wraz z grupą studentów kulturoznawstwa⁶. Badali oni, również za pomocą dyferencjału, jak postrzegane są wybrane kierunki studiów przez inne. Do badań wybrali siedem kierunków: archeologię, filologię polską, filozofię, historię, kulturoznawstwo, prawo i psychologię. Wśród studentów przeprowadzili ankiety: jak postrzegają oni samych siebie i pozostałe kierunki studiów. W tym miejscu chcemy się skupić na danych dotyczących kulturoznawstwa.

I tak kulturoznawstwo widziane przez studentów niekulturoznawców to kierunek: ciekawy(x4), kolorowy (x2), kulturalny (x2), otwarty (x2), otwarty (x2), pogodny, refleksyjny, wartościowy (x2), z charakterem, życzliwy, wyluzowany. Liczby w nawiasach oznaczają ile razy cecha została uznana przez studentów innych kierunków za właściwą dla kulturoznawstwa.

Kulturoznawstwo w oczach kulturoznawców: aktywny,

ciekawý, refleksyjny, wartościowy, z charakterem, pogodny, kulturalny, wyluzowany.

Dokładniejsze dane zawiera Tabela 9 umieszczona poniżej.

Tabela 9. Zestawienie cech kulturoznawstwa – badania M. Fleischera wśród studentów siedmiu kierunków.

Kulturoznawstwo w oczach studentów		
cecha	kulturoznawstwa	wszystkich
życzliwy – arogancki	1,27	1,21
z charakterem – bez charakteru	1,77	1,07
ciekawý – bezbarwny	2,10	1,55
refleksyjny – bezmyślny	1,97	1,12
użyteczny – bezużyteczny	0,57	0,46
wartościowy – bezwartościowy	1,77	1,18
dynamiczny – bierny	1,20	0,54
uporządkowany – chaotyczny	-0,57	-0,08
normalny – dziwny	-0,80	-0,07
elitarny – egalitarny	1,23	0,38
solidarny – egoistyczny	-0,03	0,49
cichy – głośny	-0,43	0,08
intrygujący – irytujący	0,87	0,74
pracowity – leniwy	-0,47	0,16
kobiecy – męski	0,83	0,73
spokojny – nerwowy	0,23	0,68
elegancki – niedbały	-0,37	-0,13
kulturalny – niekulturalny	1,63	1,40
rzetelny – nierzetelny	0,23	0,37
uczciwy – nieuczciwy	1,07	0,76
żywy – ospały	1,03	0,60
aktywny – pasywny	1,63	0,77
pogodny – ponury	1,50	1,04
kolorowy – szary	1,03	1,26
wyluzowany – sztywny	1,60	1,16
otwarty – zamknięty	0,63	1,25

Podsumowanie. Wnioski

W wyniku przeprowadzonych badań kandydatów na studia kulturoznawcze udało się uzyskać stałą listę cech tego kierunku w oczach badanych. Zbieżność odpowiedzi pozwala mówić o istnieniu pewnego stałego wizerunku/tożsamości badanego obiektu.

I tak z badań kandydatów wyłania się następujący zestaw cech obiektu: ciekawy, wartościowy, otwarty, intrygujący, z charakterem, kulturalny, życzliwy, wyluzowany, pogodny, uczciwy, aktywny, żywy, refleksyjny, wyluzowany, kolorowy.

Porównanie z cechami wyróżnionymi przez studentów kulturoznawstwa pozwala wyróżnić elementy podlegające zmianie wskutek studiowania (pojawia się elitarność i refleksyjność) i elementy stałe, nie ulegające

zmianie (ciekawym, z charakterem, wartościowym, kulturalnym, aktywnym, pogodnym, wyluzowanym, życzliwym, dynamicznym).

Porównanie otrzymanych wyników z badaniami obrazu kulturoznawstwa w oczach innych studentów: ciekawy(x4), kolorowy (x2), kulturalny (x2), wartościowy (x2), otwarty (x2), wyluzowany, aktywny, intrygujący, pogodny, refleksyjny, z charakterem, życzliwy, pozwala na rozszerzenie wniosku do ogółu studentów z jednoczesnym zawężeniem cech konstytutywnych uzyskanego wizerunku.

Porównawszy wyniki badań trzech różnych grup można stwierdzić, że kulturoznawstwo to kierunek przede wszystkim:

ciekawym, wartościowym, kulturalnym, kolorowym, otwartym (ale tylko z zewnątrz), intrygującym, z charakterem, życzliwym, wyluzowanym, pogodnym, uczciwym, aktywnym, żywym refleksyjnym.

Cechy uznane przez kandydatów za niepożądane w stosunku do studiów kulturoznawczych to: bezmyślny, nieuczciwy, bierny, nierzetelny.

Kandydaci na studia jako naczelną wartość deklarują miłość i przyjaźń, uczciwość, szczerą i prawdę.

Wiedza, możliwość jej rozszerzenia zgodnie z zainteresowaniami, chęć rozwoju i ciekawość to główne motywacje do rozpoczęcia studiów na kulturoznawstwie. Około 20% kandydatów rozpoczynających studia chce kształcić się w związku z wyobrażoną/planowaną przyszłością zawodową.

Hipoteza 'słabości' dyferencjału do badań szczegółowych profili percepcyjnych obiektów w związku z grubością rastra została przez nas wstępnie potwierdzona przez uzyskanie listy cech, które choć zdaniem respondentów nie mają nic wspólnego z obiektem, to ich opozycje nie uzyskały wysokich ocen. Jednak stosowanie dyferencjału do wyróżniania najmocniejszych cech wydaje się nadal uzasadnione, pomimo trudności zrozumienia kwestionariusza przez część ankietowanych osób.

Zaproponowana przez nas metoda badania natężenia cech daje możliwość uzyskania listy zarówno cech mocnych i słabych, jak i niepożądanych przez respondentów w stosunku do badanego obiektu. Unika ona równocześnie trudności ze zrozumieniem przez część respondentów oraz pozwala na uzyskanie wyników dających się porównać z wynikami klasycznego dyferencjału.

Literatura

- Fleischer, M., 2002, Teoria kultury i komunikacji, Wrocław, Fleischer M, Grech M, Książek A, 2003, Kognitywna i konstruktywna semantyka konceptu 'prawdy' w: Kultura i komunikacja, nr 2
Fleischer M, 2003, Polska symbolika kolektywna, Wrocław, Grech Michał, 2003, Stereotypy płci w kulturze polskiej. Prezentacja wyników badań, tekst nieopublikowany

Przypisy

- 1 Pod pojęciem 'wizerunek' rozumiemy
- 2 Terminu 'wartość' używamy tutaj nie definiując go, gdyż celem badania jest sprawdzenie, co kandydaci za 'wartość' uważają. I na tej podstawie zrekonstruowanie rozumienia wartości wśród respondentów.
- 3 Badania przeprowadzone zostały wśród osób ze średnim i wyższym wykształceniem.
- 4 Fleischer M, Grech M, Książek A, Kognitywna i konstruktywna semantyka konceptu 'prawdy' w: Kultura i komunikacja, nr 2/2003.
- 5 Wszystkie informacje umieszczone w tej części pracy pochodzą z niepublikowanych jeszcze wyników badań udostępnionych przez M. Fleischera.
- 6 Do grupy należeli studenci III roku kulturoznawstwa w roku akademickim 2001/2002.

Aneks

Zgeneralizowana lista alternatywnych kierunków studiów wyższych, na które zdawali kandydaci na kulturoznawstwo w 2003 roku poza Katedrą Kulturoznawstwa UW.

kierunki	respondenci	
	%	osoby
filologie	37,5%	15
społeczne	17,5%	7
historyczne	7,5%	3
pedagogiczne	7,5%	3
etnologia	7,5%	3
sztuki: muzyka, plastyka	5,0%	2
filozofia	5,0%	2
inne	5,0%	2
psychologia	5,0%	2
kulturoznawstwo	2,5%	1
suma	100,0%	40