

ANDRZEJ POREBSKI

Uniwersytet Jagielloński

NARODOWE W PRZESTRZENI DNIA CODZIENNEGO. SZKIC BADAWCZY

1. WPROWADZENIE: STARE I NOWE SOCJOLOGICZNE IDEE PRZESTRZENI

Przestrzenny aspekt życia społecznego jest przedmiotem zainteresowania socjologów od bardzo dawna, tzn. od czasu, gdy zaczęła się kształtować systematyczna, naukowa refleksja nad ludzkimi zbiorowościami. Przestrzeń sama w sobie posiada jednak wiele wymiarów. Najczęściej kojarzony z przestrzenią jej wymiar fizyczny, wyrażający się w istnieniu trzech kontinuuów – szerokości, długości i głębokości, może stanowić ramy do opisu ulokowania bądź przemieszczeń jednostek i grup, i bywa z powodzeniem stosowany w niektórych analizach demograficznych. Jednakże badanie relacji zachodzących między życiem społecznym a przestrzenią w żadnym razie nie powinno się do tego wymiaru ograniczać. Nawet pobieżny przegląd dawnych i współczesnych prac socjologicznych dotyczących przestrzeni unaocznia wielorakie uwikłanie tej kategorii w analizę społeczeństwa.

Jeden z klasyków socjologii, Georg Simmel (1858–1918), wykazywał silne zależności pomiędzy przestrzenią a więzią społeczną¹. Pewne właściwości przestrzeni, zdaniem Simmela, przenoszone są na ludzkie zbiorowości. Wśród tych właściwości najpierw wskazana została *wylączność przestrzeni*. Można zaobserwować, że pewne typy zbiorowości (np. państwo) są w sposób konieczny i wyłączny związane z daną przestrzenią. Z jednej strony terytorialność należy do ich istoty, a z drugiej – nie tolerują one przebywania w tej przestrzeni żadnych innych zbiorowości podobnego typu. Istnieją jednak także zbiorowości nieposia-

¹ G. Simmel, *Formalne warunki uspołecznienia. Socjologia przestrzeni* [w:] G. Simmel, *Pisma socjologiczne*, Warszawa 2008, s. 365–385.

dające żadnej relacji do przestrzeni (np. niektóre stowarzyszenia). Powiązanie zbiorowości z przestrzenią może więc mieć charakter ilościowy (stopniowalność) i jakościowy.

Dalej wymienia Simmel *podzielność przestrzeni*. Przestrzeń można „kawałkować”, i każdy kawałek może nadal mieć swoje granice, a więc stanowić odrębną jedność. Przestrzeń życia danej grupy ma granice, które konsolidują grupę do wewnątrz. Granica nie jest faktem przestrzennym o znaczeniu socjologicznym, ale faktem socjologicznym, który kształtuje się przestrzennie.

Wskazuje Simmel także na *usztyniającą funkcję przestrzeni*. Obiekty przestrzenne mogą przyczyniać się do krystalizacji stosunków społecznych i wzajemnych oddziaływań, mogą intensyfikować więź społeczną i świadomość przynależności oraz organizować życie grupy; próg domu, drzwi otwierające się do wewnątrz, biblijna drabina Jakuba – to przykłady przerwania ciągłości otaczającej nas przestrzeni i wyodrębnienia w niej takich obszarów, które znacząco wpłyną na konsolidację grupy – np. rodziny, ale także grupy wyznaniowej czy narodowej.

Ważna jest też *przestrzenna odległość między osobami pozostającymi w jakiejś relacji*. Może ona przyjmować formę bliskości fizycznej lub dystansu; ten aspekt społecznego „manipulowania” przestrzenią szczegółowo przeanalizował Edward T. Hall². Traktowanie przestrzeni jest różne w różnych kulturach. Z jednej strony da się zaobserwować pewne kategorie wspólne, które wynikają ze struktury i położenia ciała ludzkiego oraz z relacji między ludźmi, a więc np. przód i tył, góra i dół, strona lewa i prawa; z drugiej natomiast strony łatwo da się wykazać, że poszczególne kultury różnią się między sobą w kwestii wspomnianego „manipulowania” przestrzenią. Analizując przestrzenną bliskość osób w różnych, ale typowych sytuacjach i w różnych kulturach, E. Hall stwierdził istnienie czterech typów dystansu: intymnego, indywidualnego, społecznego i publicznego. Wartości tych dystansów, mierzone przez Halla w centymetrach, stanowią – jego zdaniem – czynnik odróżniający poszczególne kultury od siebie.

Wracając zaś do analiz Simmla, wymieńmy jeszcze dla porządku czwarty, stosowany przezeń w badaniach aspekt, a mianowicie *przemieszczanie się w przestrzeni*. Istnieją związki między typem grupy (zbiorowość zmieniająca miejsce pobytu *versus* zbiorowość osiadła) a systemem politycznym (despotyczne jednowładztwo *versus* trwała organizacja).

Dokonując – z konieczności pobieżnego i wybiórczego – przeglądu socjologicznych spostrzeżeń na temat przestrzeni, chcę jeszcze zwrócić uwagę na dwie koncepcje, tym razem jak najbardziej współczesne.

² E. T. Hall., *Ukryty wymiar*, Warszawa 1976.

Amerykański uczyony chińskiego pochodzenia, Yi-Fu Tuan³, zdecydowanie odróżnił od siebie dwie kategorie: przestrzeni i miejsca. Przestrzeń jest ruchoma, groźna, obca, otwarta, abstrakcyjna, zaś miejsce – stabilne, bezpieczne, zamknięte, zatrzymane, konkretne. Miejsca mogą istnieć w różnej skali; miejscem dla człowieka może być jego ulubiony fotel, pokój, dom, miejscowość, region, kraj, kontynent czy nawet cała kula ziemską. Tym, co wyodrębnia miejsce z przestrzeni, jest obecność relacji z innym człowiekiem lub innymi ludźmi. Skłonność do tworzenia miejsc jest, zdaniem Yi-Fu Tuana, specyficzną cechą ludzką. Najbardziej jaskrawymi przejawami „umiejscowienia” przestrzeni jest dom, domostwo, rodzinna miejscowość, gdzie wszystko, co się dzieje, jest przewidywalne, swojskie, powiązane z wydarzeniami z przeszłości, wszystko ma swoje uzasadnienie w zbiorowej pamięci⁴.

Przyjrzyjmy się jeszcze przez chwilę niektórym ideom dotyczącym związków przestrzeni z życiem narodu, które sformułował Tim Edensor⁵. Punktem wyjścia dla jego rozważań jest tożsamość zbiorowa. Współcześnie – zdaniem Edensora – najważniejszym punktem identyfikacji i poczucia przynależności jest wspólnota narodowa. „Żyjemy w świecie narodów, który mimo «podziału na miszmasz jednostek o dziwacznych kształtach i rozmiarach» oraz zróżnicowanych form politycznych, etnicznych i kulturowych, niepoddających się jakiegokolwiek logice klasyfikacji, jest jednak uważany za część naturalnego porządku rzeczy, «uniwersalnego kodu szczegółowości»”⁶. Zmienia się sposób manifestowania owej narodowej przynależności. O ile tradycyjnie wiązano nacjonalizm z uroczystymi ceremoniami, widowiskami, żarliwymi wezwaniami, widocznymi zwłaszcza w momentach kryzysu lub zagrożenia (czego symbolicznym wyrazem jest łopocząca flaga narodowa), o tyle nie sposób zaprzeczyć, iż współcześnie swoją siłą zawdzięcza nacjonalizm redystrybucji przez kulturę popularną. Kultura wysoka ma swoje niezaprzeczone zasługi i pełni nader ważną funkcję nawiązywania do przeszłości, do dziedzictwa, ale dzisiejszy świat jest bardziej zorientowany na teraźniejszość i przyszłość, które pozostają domeną kultury masowej. Tak więc w ogromnej masie codziennych, zwyczajnych zachowań i gestów dokonuje się nieustanna, bezrefleksyjna „iniekcja” zbiorowej tożsamości narodowej, poczucia „my”. Robią to dziennikarze, politycy, prezenterzy, formułując najprzeróżniejsze sądy w pierwszej osobie liczby mnogiej. Do tego dochodzi ledwie zauważalne nasywanie przestrzeni codzienności narodowymi wytworami (np. typowymi produktami – jak *mały fiat* w Polsce lub *mini morris* w Wielkiej Brytanii). Takie

³ Zob. Y-F. Tuan, *Przestrzeń i miejsce*, Warszawa 1987.

⁴ M. Golka, *Pamięć społeczna i jej implanty*, Warszawa 2009, s. 74.

⁵ Zob. T. Edensor, *Tożsamość narodowa, kultura popularna i życie codzienne*, Kraków 2004.

⁶ Ibidem, s. 25; Edensor cytuje tu M. Billiga: M. Billig, *Banal Nationalism*, London 1995.

– z czasem całkowicie spowszedniałe – przedmioty i wypowiedzi odgrywają jednak ważną rolę w budowaniu i podtrzymywaniu świadomości narodowej.

I wreszcie ostatnie, jak się wydaje bardzo przydatne w dalszych analizach, przeciwstawienie dwóch skrajnych modeli kształtowania przestrzeni, dokonane wedle kryterium jej nasycenia więzią społeczną. Można je wyrazić w prostej opozycji *domu* i *nie-miejsca*. Dom był przez długi czas miejscem polifunkcyjnym; nie tylko w nim spano i mieszkało, ale także pracowano czy załatwiano interesy⁷. Znaczące zmiany przyniósł dopiero wiek XVII. Na przykład w Paryżu domy zaczęły wówczas mieć więcej pięt, wyodrębniona została kuchnia, sypialnia, garderoba i spiżarnia-magazyn. Praca i mieszkanie zaczynają się oddzielać, zwiększa się zakres prywatności. Osobne przestrzenie przeznaczone są dla służby, a osobne dla państwa. Później doszło do wyodrębnienia jadalni. Również w XVII w., w Niderlandach, dokonał się rozdział sfery dziennej i nocnej, reprezentacyjnej i codziennej. Pojawia się też domowy ogródek, odmienny od dostępnego dla wszystkich podwórza. W XVIII wieku prywatność i domowość rozwinęła się także w innych krajach – Anglii, Francji, państwach niemieckich. „Dom przestał być tylko odgrózeniem się od rozmaitych niebezpieczeństw i chronieniem przed obcymi – chociaż te ważne funkcje pozostały – stał się siedzibą nowej, zwartej komórki społecznej: rodziny. Wraz z rodziną nastąpiło pewne wyobcowanie, ale powstało także życie rodzinne”⁸.

*Nie-miejsce*⁹ stanowi wyraźne przeciwieństwo do przestrzeni domu. Choć tak jak dom, stanowi ono wycinek jakiejś szerszej przestrzeni, to jest pozbawione osobowych relacji międzyludzkich, nie można go zatem zdefiniować ani tożsamościowo, ani relacyjnie, ani historycznie. Przykładami *nie-miejsc* mogą być współczesne lotniska, autostrady, dworce, centra handlowe. Wszystkie budowle danego rodzaju, niezależnie od szerokości geograficznej, są do siebie bliźniaczo podobne, we wszystkich nadaje się jednakowe komunikaty, wszędzie pojawia się obowiązek przestrzegania tych samych zasad. Nikogo nie traktuje się tam indywidualnie, nie liczą się słowa (komunikaty spersonalizowane), lecz rzeczy (bilet, kwit, odprawa). Nie liczy się także przeszłość, a jedynie teraźniejszość.

⁷ W. Rybczyński, *Przestrzeń domu, intymność, prywatność* [w:] *Antropologia kultury. Zagadnienia i wybór tekstów*, oprac. G. Godlewski, L. Kolankiewicz, A. Mencwel, P. Rodak, Warszawa 2005, s. 187 i n.

⁸ Op. cit.

⁹ M. Augé, *Nie-miejsca. Wprowadzenie do antropologii hipernowoczesności*, Warszawa 2010; zob. też omówienie tej pozycji autorstwa M. Bartnik, „Studia Socjologiczne” 2011 nr 2.

2. PROBLEM BADAWCZY I PRÓBA BADAWCZA

Przywołane powyżej niektóre koncepcje socjologiczne, dotyczące z jednej strony przestrzeni jako swoistego, złożonego kontekstu dla procesów społecznych, zaś z drugiej strony – przemian tożsamości narodowej, pozwoliły sformułować pytanie, które stoi u podstaw prezentowanego tutaj projektu badawczego. Otóż jeśli faktycznie żyjemy w świecie, w którym tożsamość narodowa stanowi nadal „naturalny porządek rzeczy”, ów Edensorowski „uniwersalny kod szczególności”, ale jednocześnie poszerza się sposób jej artykułowania – patetyczna odświętność nacjonalistycznych uniesień wręcz ustępuje miejsca zwyczajnemu, szaremu nasączeniu codzienności przez prozaiczne elementy narodowej egzystencji, to jak ten fakt ujawnia się w konkretnej zbiorowości krakowskich studentów?

Tak postawiony problem generuje, rzecz jasna, szereg pytań bardziej szczegółowych: czy w ogóle młodzi ludzie postrzegają rzeczywistość w kategoriach narodu i patriotyzmu? Co one dla nich oznaczają? Jaka jest ich treść? Jak silne i jak rozpowszechnione są owe treści?

Aby znaleźć odpowiedź, bodaj wstępną, na te i podobne pytania, przeprowadzone zostało w Krakowie, w drugiej połowie listopada 2012 r. – a więc tuż po obchodzonym Świącie Niepodległości – anonimowe, sondażowe badanie ankietowe na nielosowej, stuosobowej próbie studentów dwóch krakowskich uczelni – Uniwersytetu Jagiellońskiego (dalej: UJ; rozprawdzono 60 kwestionariuszy) i Politechniki Krakowskiej (dalej: PK; rozprawdzono 40 kwestionariuszy). W ustalonym terminie uzyskano 41 wypełnionych zwrotów, 27 z UJ i 14 z PK. Zwrotowość wyniosła zatem 41% (w odniesieniu zaś do badanych podgrup: 45% z UJ i 35% z PK). Wynik ten wypada uznać za zadowalający, jakkolwiek w założeniu prezentowany tutaj projekt pełni rolę jedynie wstępną, orientacyjną i dobór próby dokonany został wg najprostszej możliwej procedury, opartej na kryterium „dostępności osób badanych”, która to procedura nie gwarantuje reprezentatywności. W pierwszym rzędzie chodziło o wysondowanie, czy młodzi ludzie w ogóle zareagują na postawione im pytanie o widoczność tego, co *narodowe* w otaczającej ich przestrzeni, a jeśli tak, to w jakich kategoriach będą się na ten temat wypowiadać. Ankieta użyta w badaniach zawierała króciutką prezentację problemu badawczego i jedno pytanie otwarte (o czym za chwilę). Respondenci proszeni byli także o podanie swojej płci i wieku. Rozkład zmiennej „płeć” w obydwu podgrupach wypadł zdecydowanie na korzyść mężczyzn; od nich pochodziły wszystkie odpowiedzi uzyskane z PK (100%) oraz zdecydowana większość z UJ (85%). O ile w odniesieniu do PK takiego wyniku można się było spodziewać, jako że kwestionariusze rozdawano wśród studentów „typowo męskiej specjalności” (elektrotechnika), to w przypadku UJ rozkład odpowiedzi

wg płci jest dość symptomatyczny, jako że wśród studentów kulturoznawstwa (których proszono o udział w badaniach) kobiety stanowią ok. 80% wszystkich słuchaczy. Być może, mężczyźni są bardziej skłonni do tego, by dostrzegać wokół siebie przejawy owego „banalnego” nacjonalizmu. Z drugiej jednak strony, analiza jakościowa uzyskanych odpowiedzi (której wyniki przedstawione zostaną poniżej) ujawniła, że kobiety zdają się bardziej wrażliwe na pewne szczególne typy takich przejawów. Natomiast zróżnicowanie wiekowe przebadanej grupy okazało się znikome. Zakres zmienności wieku wyniósł 5 lat (od 20 do 25), ale 88% odpowiedzi uzyskano w kategorii wiekowej 21–23 lata, czyli od osób będących mniej więcej w połowie studiów. *Summa summarum*, w tak skonstruowanej próbie badawczej traci sens poszukiwanie związku wartości zmiennej zależnej z płcią i wiekiem, jako że próba owa okazała się – wbrew oczekiwaniom – prawie homogeniczna pod tym względem.

Kończąc ilościową charakterystykę próby badawczej, warto dodać, że wśród 41 uzyskanych odpowiedzi aż 10 (czyli 24% zwrotów) wypada uznać za odpowiedzi „puste”, gdyż ich autorzy stwierdzili, że nie widzą wokół siebie żadnych codziennych, „szarych” przejawów polskości. Analizie jakościowej poddano zatem pozostałe 31 wypełnionych kwestionariuszy (czyli 31% próby badawczej, a 76% uzyskanych zwrotów).

3. ANALIZA JAKOŚCIOWA

Jak wspomniano wyżej, osoby badane zostały krótko wprowadzone w temat oraz zadano im tylko jedno pytanie otwarte. Oto tekst kwestionariusza użytego w badaniach:

*Wszyscy jesteście Polakami. Nie zawsze przeżywamy to równie intensywnie, ale chociażby obchodzona niedawno rocznica odzyskania Niepodległości sprawiła, że **przestrzeń wokół nas** nasycona została wieloma **odświętnymi** elementami polskości: powiewające flagi, kotyliony, patriotyczne manifestacje, oficjalne przemówienia, odśpiewywanie hymnu itd.*

I teraz pytanie: Jak sądzisz, czy w przestrzeni wokół Ciebie (a więc np. na Twojej uczelni, w mieszkaniu i na terenie wokół niego, w Twojej dzielnicy, mieście, miejscowości rodzinnej, w regionie, w sklepach, w kinach, na ubraniach zwykłych ludzi, na samochodach, w przyrodzie itd. itd.) można zauważyć także w zwyczajne, nieświęteczne dni, jakieś znamiona polskości? Coś, co byłoby charakterystyczne tylko dla Polski i Polaków? (np. w pokoleniu Twoich rodziców przykładem takiego elementu mógłby być fiat 126p, popularnie zwany „maluchem” – masowo produkowany i eksploatowany prawie wyłącznie w Polsce).

A więc: czy otaczająca Cię przestrzeń jest nasycona jakimiś codziennymi, „szarymi” elementami polskości także w zwyczajne dni?

Najbardziej rzucającym się w oczy wnioskiem, wynikającym z analizy jakościowej uzyskanych odpowiedzi, jest ich duży rozrzut. W sumie w kwestionariuszach pojawiło się ponad 50 różnych kategorii pojęciowych, w których respondenci próbowali zawrzeć swoje skojarzenia z treścią pytania. Nie sposób jednak wskazać kategorii zdecydowanie dominujących, każda nich pojawiała się 1–2 razy, a te najczęściej wskazywane powtarzały się nie więcej niż 5–7 razy.

Kategorią wymienianą przez respondentów najczęściej, bo aż (?) siedem razy, okazał się ubiór. Wskazywano przy tym albo na naszywki w formie małych polskich flag, albo na biało-czerwone podkoszulki, czapki i – spopularyzowane w okresie EURO 2012 – stroje wzorowane na ubiorach polskich piłkarzy. Warto też podkreślić, iż dla niektórych respondentów wyrazem kultywowania polskości było utworzenie sklepu internetowego, który oferuje wyłącznie polskie wyroby, używając do ich opisywania tylko polskich nazw, a w reklamie takich haseł jak „Produkt Polski” lub „Teraz Polska”. Jeden raz wskazano w odpowiedziach na istnienie polskich marek, znanych także za granicą: Wawel, Lajkonik i Wedel. W tym kontekście wypada przywołać jedną z odpowiedzi, której autor wymienił często oferowane na krakowskim Rynku Głównym gadzety dla turystów: biało-czerwone długopisy, breloczki, koszulki w barwach narodowych lub z napisem: I ♥ Polska.

Na drugim miejscu pod względem częstotliwości wskazań znalazły się *ex aequo*: kuchnia i – ogólnie rzecz biorąc – środki transportu. Polskość zawarta jest, zdaniem respondentów, przede wszystkim w bigosie, oscypkach, ogórkach, piwie z Żywca, ale także w kebabie (?). Pojawiło się też wskazanie na typowo polskie celebrowanie picia alkoholu („na jedną nogę”, „na drugą nogę”, „trzecia kolejka na Trzech Króli”, picie wszystkich zebranych z jednego kieliszka i strzepywanie resztek na podłogę). Natomiast „polskość w transporcie” polegać by miała na wszechobecności polskiego taboru kolejowego (lokomotywy z FABLOK-u), *malego fiata* (ta odpowiedź jest niejednoznaczna, została bowiem zasugerowana we wprowadzeniu do pytania kwestionariuszowego, a ponadto *maluch*, w przeciwieństwie do lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych, jest dziś na ulicach bardziej obiektem westchnień miłośników staroci niż wyrazem zmultiplikowanej polskiej powszechności). Kilkakrotnie zwracano też uwagę na małe polskie flagi, widniejące na poakcesyjnym modelu tablic rejestracyjnych. Wyrażono przy tym żal, jakoby były one wypierane przez flagę unijną.

Zaraz za kulinariami i środkami transportu znalazły się polskie zwyczaje i obyczaje oraz sport. Zwyczajowe zachowania albo wymieniano ogólnie, jako przejaw polskości w przestrzeni otaczającej respondentów, albo też nazywano

je po imieniu: polska gościnność, polska uprzejmość, polska serdeczność itd. Jednak obok tych, zda się pozytywnych przejawów polskości, jednym tchem wymieniano typowo polskie zachowania o odmiennym zabarwieniu: narzekanie, zazdrość, spory sąsiedzkie, nepotyzm, obłuda, kołesiosstwo i kłótnie, zwłaszcza wśród polityków. Natomiast względnie silna obecność sportu jako przejawu tego, co narodowe, może wynikać z niewystygłych jeszcze zupełnie emocji po EURO 2012. W każdym razie, respondenci wyrazili pogląd, iż sport stanowi swoisty katalizator uczuć narodowych, wskazując np. na protesty przeciwko usunięciu orzełka ze strojów reprezentacji narodowej, na odśpiewywanie na stojąco hymnu przed meczami czy na malowanie sobie przez kibiców twarzy w barwach narodowych.

Kolejnym wycinkiem przestrzeni, nasyconym tym, co *narodowe*, jest współczesna muzyka młodzieżowa. W odpowiedziach na pytanie kwestionariusza pojawiły się cztery wskazania zespołów muzycznych, które przyczyniają się do dyspersji polskiego patriotyzmu: Tormentia, Gooral, Kult oraz ogólnie – raperzy. Jeden raz wymieniono także nawrót popularności specyficznie polskiego stylu określanego jako disco polo.

Po muzyce ślady „powszedniej” polskości dostrzeżone zostały w szeroko pojętej architekturze i urządzeniu mieszkań: siermiężne, wymalowane w jaskrawe kolory blokowiska; wybudowane bez gustu i smaku, ale zadbane kościoły, szyldy informacyjne na budynkach napisane poprawną polszczyzną (w przeciwieństwie do tych na siłę „westernizowanych”), opatrywanie budynków godłami, umieszczanie kwiatów pod pomnikami i tablicami pamiątkowymi czy wreszcie coś tak prozaicznego jak kosze na śmieci lokowane w kuchni pod zlewem.

Interesujące jest wreszcie dostrzeżenie polskości w świecie przyrody, choć pojawiło się w odpowiedziach tylko raz. Jeden z respondentów wymienił tutaj topole, wierzby i brzozy jako typowe dla wyłącznie polskiego krajobrazu.

Do przywołanych powyżej przykładów warto dodać jeszcze kilka pojedynczych wypowiedzi, jakie pojawiły się w badaniach, istotnych z punktu widzenia celu prezentowanego tutaj projektu, a mianowicie wstępnego rozpoznania kategorii używanych przez młodych ludzi do identyfikowania w przestrzeni tego, co nieodświeżnie *narodowe*. I tak, wskazano na nierzadko spotykane w miastach graffiti, obrazujące albo ważne wydarzenia z narodowej historii (np. bitwa pod Grunwaldem), albo postacie drogie dla wielu Polaków (np. papież Jan Paweł II). Na te same treści, ale pojawiające się w zupełnie innym – bo internetowym kontekście – zwrócono uwagę, mówiąc o nowoczesnych portalach. Interesujące wydaje się też uwzględnienie zwykłych, prywatnych rozmów, które nierzadko schodzą na temat przynależności narodowej. Szczególne wtedy, gdy dobre imię narodu czy państwa wystawiane jest na szwank, pojawiają się reakcje obronne. I na koniec zaskakująca wypowiedź, krytykująca listopadowy Marsz Niepod-

ległości jako przejaw przesadnego nacjonalizmu i fanatyzmu, bez należytego zrozumienia i szacunku dla tego, co polskie. Prawdopodobnie jest to przykład kształtowania opinii przez media, które nie po raz pierwszy, także i w minionym 2012 roku wytworzyły nader jednostronny obraz Marszu.

4. PODSUMOWANIE

Przeprowadzone badania sondażowe, jak już kilkakrotnie zaznaczono, miały charakter wstępny. Uzyskane wyniki nie dają podstaw do tworzenia jakichkolwiek uogólnień, ale też nie taki był cel procesu badawczego. Chodziło o sprawdzenie, czy zjawiska opisywane w zachodniej literaturze przedmiotu np. jako nacjonalizm banalny, nacjonalizm „zwisających nieruchomości flag”, nacjonalizm codzienności, nacjonalizm kultury masowej itp., w ogóle funkcjonuje w naszym kręgu kulturowym, jakimi posługuje się kategoriami pojęciowymi, jakie obszary życia społecznego wypełnia. Odpowiedzi, jakich udzielono na pytanie kwestionariusza, pozwalają przypuszczać, że dalsze badania w tym kierunku byłyby jak najbardziej uzasadnione. Wprawdzie fragmentaryzacja zjawiska określonego powyżej typu nacjonalizmu wydaje się daleko posunięta (na co wskazuje tematyczna wielowątkowość odpowiedzi), ale też da się już teraz wskazać kilka płaszczyzn życia społecznego, które dają nadzieję na owocną eksplorację w przyszłości. Codzienny ubiór z wyraźnie zaznaczonymi wskaźnikami polskości (naszywki, marki, kolorystyka), elementy sieci handlowych, elementy architektury codzienności, wyposażenie gospodarstw domowych, kulinaria, sport, krajobraz miejski i pozamiejski – to pierwsze z brzegu, ujawnione w procesie badawczym obszary, które zdają się stanowić interesujący badawczo zasób tego, co *narodowe* w życiu codziennym. Nie miejsce tutaj, aby się rozwodzić nad metodologicznymi warunkami ewentualnych przyszłych badań. Znacznie większa i reprezentatywna próba badawcza, starannie przygotowany kwestionariusz sondażu, a lepiej jeszcze – wywiadu, to poniekąd oczywiste punkty wyjściowe w przyszłych badaniach. I wreszcie na koniec trzeba podkreślić, iż zaprezentowane powyżej wstępne badania ujawniły dość wyraźnie, że w warunkach polskich (mam tu na myśli kontekst czasu teraźniejszego i przemiany kultury narodowej), nachalny wpływ mediów, a zwłaszcza kształt promowanego przez nie dyskursu narodowego, będzie stanowił trudną do wyizolowania zmienną, ingerującą w rekonstruowany przez badaczy obraz tego co *narodowe* w naszej codzienności.