

I. ROZPRAWY I ANALIZY

DOI: 10.17951/et.2025.37.215

Beata Żywicka

Uniwersytet w Siedlcach, Polska

ORCID: 0000-0001-9453-9733

e-mail: beata.zywicka@uws.edu.pl

Zmiany w semantyce wybranych nazw regionów i ich mieszkańców w świetle badań ankietowych z lat 1990–2020 (na przykładzie *PODHALA* i *GÓRALA*)

Changes in the Semantics of Selected Names of Regions
and Their Inhabitants.

The Case of *PODHALE* and *GÓRAL* (highlander)
in Surveys of 1990–2020

Abstract: The purpose of the study is to outline the changes that have occurred in the conceptualisation of selected names of regions and their inhabitants in contemporary Polish. Podhale is a historically, culturally, and economically important region of Poland, while its inhabitants are people who are often perceived through the prism of stereotypical characteristics attributed to highlanders (pol. *górale*). The data for the study come from students surveys of 1990, 2000, 2010 and 2020 (abbreviated as ASA 1990, 2000, 2010 and 2020). The results reveal that over the past four decades, Podhale has invariably been viewed through the prism of location (geography), cultural characteristics (a dialect of Polish, traditions, customs), and conditions of life (high production capacity, a developed industry, agriculture). On the other hand, the image of the region's inhabitants is dominated by three sets of characteristics. The first are cultural aspects: language, tradition, customs, folklore, singing. The second set contains characteristics relating to work and lifestyle. The third set relates to mentality and personal traits: sincerity, pride, stubbornness. Physical characteristics of the Podhale people (*górale*), such as strength, vigor, posture, or agility, also play a significant role. Psychosocial traits, such as hospitality, wisdom, openness, friendliness, kindness, or the love of the mountains, are basically stereotypical, culturally entrenched, and belong to a broad socially shared image of the people. Interestingly, the image of Podhale and highlanders is predominantly positive, with limited negative aspects (mainly to be found in the psychosocial sphere).

Keywords: axiological dictionary survey; values; value markers; names of regions; *Podhale*; *góral*; highlander

Wprowadzenie

Zanim w 1990 roku ustalono listę haseł, które powinny się znaleźć w planowanym polskim słowniku wartości, najpierw przeprowadzono dwa sondaże i wykonano dwie prace analityczne¹. Spośród bogatej listy ponad 140 haseł ostatecznie wytypowano 100 jednostek². W badaniach ankietowych opatrzonych umownie skrótem ASA (ankieta słownika aksjologicznego) uwzględniono kilka grup haseł nazywających: działania, stany, procesy, wartości i cele; nazwy wspólnot, realizujących określone wartości, nazwy członków tychże wspólnot, a także nazwy instytucji (i ich funkcjonariuszy) działających według wytyczonych celów i wartości, a także nazwy przedmiotów, funkcjonujących jako symbole. Dodatkowo uzupełniono tę grupę nazwami miejsc, które brane są pod uwagę, gdy „lokalizujemy nas samych na mentalnej mapie”³, nazwami wybranych regionów Polski, takich jak: Pomorze, Wielkopolska, Mazowsze, Podhale, Śląsk i Kresy oraz członków wspólnot je zamieszkujących (Poznaniaka, Ślązaka, górala). Te słowa będące wartościami w sensie rozszerzonym, wzbogaconym o wartościowanie przestrzeni, będą nazywać nośnikami lub „wykładnikami wartości”⁴.

Celem tego opracowania jest nakreślenie obrazu polskiego regionu (Podhala) i jego mieszkańców (górala) ukształtowanych w potocznej świadomości językowej oraz aksjologicznej przez współczesnych młodych Polaków w ciągu ostatnich 40 lat. Do opisu wybrano Podhale, ponieważ jest to miejsce ważne

¹ Na sondaże złożyły się dwie ankiety: (1) mała – rozpisana przez inicjatora badań – Jerzego Bartmińskiego w 1985 r. wśród kilkudziesięciu ekspertów, „kompetentnych sędziów”, którzy mieli wypowiedzieć się, jakie hasła powinny się znaleźć w polskim słowniku wartości; (2) anketa socjologiczna, przeprowadzona wśród 500 osób na temat tego, co uważają za wartość (Bartmiński 2006a; Bartmiński 1989; Mazurkiewicz 1989).

² Pełna lista zawierała dokładnie 147 haseł. Została ona po uzupełnieniach i modyfikacjach przedstawiona przez Ewę Borowiecką i Bogusławę Kaczyńską w Kazimierzu 28 lutego 1988 roku. Hasła te opublikowano w t. 2. „Język a Kultura”, red. Jadwiga Puzynina, Jerzy Bartmiński, Wrocław 1991.

³ Kompletny wykaz haseł został przedstawiony przez Jerzego Bartmińskiego (Bartmiński 2006a: 13–14).

⁴ Takiego określenia użyła Romualda Piętkowa, dowodząc, że „Znaczenie kulturowe przestrzeni i funkcjonowanie przestrzeni jako wykładnika wartości wynikają z naszego sposobu doświadczania świata. Świat materialny [...] jest jednocześnie przedmiotem subiektywnego postrzegania i źródłem różnych wyobrażeń, koncepcji i interpretacji. Ludzkie doświadczenia i wyobrażenia przestrzeni mają charakter wartościujący i kulturowo uwarunkowany” (1991: 187).

dla Polski pod względem historycznym, kulturowym i gospodarczym, zaś jego mieszkańcy to ludzie, którzy często są postrzegani przez pryzmat stereotypowych cech przypisywanych góralowi. Analizie poddano materiał będący owocem czterokrotnie przeprowadzonego badania ankietowego w roku 1990, 2000, 2010 i 2020 (ASA). Do eksperymentu lingwistycznego wytypowano młodych ludzi studiujących w lubelskich uczelniach publicznych. Pytanie postawione w ankiecie miało zachęcić respondentów, by pisali o swoim rozumieniu istoty Podhala i górala⁵. Wykorzystanie ankiety o charakterze otwartym, kognitywnym, pozwoliło po pierwsze: zaobserwować ewolucję badanych zmian językowych w wybranym środowisku, po drugie: odkryć wspólną bazę kulturową obecną w świadomości użytkowników polszczyzny, i po trzecie: zarejestrować zmiany ilościowe, jakie zaszły w postrzeganiu Podhala i górala po historycznym roku 1989.

1. Podhale w świetle badań ankietowych (ASA 1990, 2000, 2010, 2020)⁶

1.1. Podhale według ASA 1990⁷

Obraz Podhala w roku 1990⁸ zdominowały cechy kulturowe wskazujące na odrębność kulturową tego regionu (ma specyficzną kulturę (K); 28 /

⁵ Polscy studenci, biorący udział w ankiecie, udzielali odpowiedzi na pytania: *Co według Ciebie stanowi o istocie Podhala?* oraz *Co według Ciebie stanowi o istocie „prawdziwego” górala?*

⁶ W każdym roku w badanej grupie znalazło się ok. 100 osób, w wieku od 19 do 25 lat, studiujących na kierunkach humanistycznych i ścisłych w różnych lubelskich uczelniach państwowych, tj. Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej (UMCS), Uniwersytecie Medycznym (UM daw. AM), Uniwersytecie Przyrodniczym (UP daw. AR), Katolickim Uniwersytecie Lubelskim (KUL) i Politechnice Lubelskiej (PL). We wszystkich akcjach badawczych uczestniczyło dokładnie 416 studentów. W roku 1990 w ankiecie przeprowadzonej na UMCS wzięły udział 44 osoby, w tym 40 K i 4 M; na UM – 17 osób, 11 K i 6 M; UP – 15 osób, 11 K i 4 M; KUL – 6 osób, 4 K i 2 M, a na PL – 20 osób, 0 K i 20 M. W roku 2000 ankiecie poddano na UMCS – 27 osób, w tym 24 K i 3 M; na UM – 13 osób, 12 K i 1 M; UP – 4 osoby, 4 K i 0 M; KUL – 12 osób, 10 K i 2 M, a na PL – 45 osób, 9 K i 36 M. W roku 2010 odpowiedzi udzieliło z UMCS – 24 osoby, w tym 22 K i 2 M; z UM – 17 osób, 10 K i 7 M; z UP – 23 osoby, 14 K i 9 M; z KUL – 20 osób, 18 K i 2 M, a z PL – 29 osób, 16 K i 13 M. Natomiast w ostatniej akcji badawczej zorganizowanej w roku 2020 na UMCS wypowiedziało się 70 osób, w tym 62 K i 8 M; na UM – 10 osób, 8 K i 2 M; na KUL – 10 osób, 7 K i 3 M, a na PL – 10 osób, 3 K i 7 M.

⁷ Podsumowując wyniki badań ankietowych z roku 1990 i 2000, korzystam z opracowania własnego, zob. Żywicka 2006a: 289–292.

⁸ W roku 1990 odpowiedzi udzieliło 102 respondentów (N = 102), podając 82 charakterystyki deskryptorowe (D = 82), poświadczane łącznie w 364 wyrażeniach-cytatach (W = 364).

7,69%) przejawiającą się głównie w sposobie mówienia (język – górska gwara (K); 20 / 5,49%), w pielęgnowaniu górskich tradycji (mieszkańcy zachowują i kultywują swoje tradycje (K); 9 / 2,47%) i obyczajów (mieszkańcy zachowują i kultywują górskie obyczaje (K); 6 / 1,65%), w muzykalności jego mieszkańców (słynie z górskiej muzyki (K); 6 / 1,65%), którzy wyróżniają się barwnymi, ludowymi strojami (jego mieszkańcy wyróżniają się strojami (K); 10 / 2,75%).

Tabela 1. Zestawienie cech Podhala według danych ankietowych z roku 1990, 2000, 2010 i 2020 (ASA 1990, ASA 2000, ASA 2010, ASA 2020), które uzyskały największą liczbę wskazań⁹

Lp.	ASA 1990	ASA 2000	ASA 2010	ASA 2020
1.	ma specyficzny krajobraz górski (F); 65 / 17,86%	ma specyficzny krajobraz górski (F); 69 / 17,51%	górski krajobraz (F); 62 / 18,73%	górski krajobraz (F); 38 / 17,19%
2.	zamieszkałe przez górali (S); 41 / 11,26%	zamieszkałe przez górali (S); 40 / 10,15%	zamieszkałe przez górali (S); / 37/11,17%	wypas owiec na halach (B); 18 / 8,14%
3.	na halach wypasa się owce (B); 33 / 9,07%	ma specyficzną kulturę (K); 30 / 7,61%	wypas owiec na halach (B); / 32 / 9,66%	wyrób oscypków (B); 17 / 7,69%
4.	ma specyficzną kulturę (K); 28 / 7,69%	mieszkańcy zachowują i kultywują swoje tradycje (K); 21 / 5,33%	ludzie mówią gwarą (K); 29 / 8,76%	swoista kultura (K); 17 / 7,69%
5.	ludzie mówią gwarą (K); 20 / 5,49%	na halach wypasa się owce (B); 20 / 5,08%	produkcja oscypków (B); 20 / 6,04%	odrębne tradycje i zwyczaje (K); 16 / 7,23%
6.	położenie geograficzne (na południu Polski) (L); 14 / 3,85%	położenie geograficzne (na południu Polski) (L); 20 / 5,08%	panują tam specyficzne warunki atmosferyczne (F); 13 / 3,92%	ludzie mówią gwarą (K); 14 / 6,33%
7.	jego mieszkańcy wyróżniają się strojami (K); 10 / 2,75%	ludzie mówią gwarą (K); 19 / 4,82%	swoista góralska kultura (K); 13 / 3,92%	zamieszkałe przez górali (S); 13 / 5,88%
8.	mieszkańcy zachowują i kultywują swoje tradycje (K); 9 / 2,47%	ma specyficzną przyrodę (G); 12 / 3,05%	górskie tradycje (K); 12 / 3,62%	mieszkańcy wyróżniają się strojami (F); 9 / 4,07%

⁹ W tabeli cechy ułożono według malejącej frekwencji, uwzględniając te, których występowanie było wyższe lub równe 3, natomiast przy podsumowaniu wyników wzięto pod uwagę wszystkie cechy, również te jednostkowe.

Lp.	ASA 1990	ASA 2000	ASA 2010	ASA 2020
9.	ma specyficzną przyrodę (G); 9 / 2,47%	panują tam specyficzne warunki atmosferyczne (F); 7 / 1,78%	piękno krajo- brazu (C); 12 / 3,62%	słynie z góralskiej muzyki (K); 7 / 3,16%
10.	panują tam specyficzne warunki atmosferyczne (F); 8 / 2,20%	jest tam czyste i świeże powietrze (B); 7 / 1,78%	położenie geograficzne (L); 8 / 2,41%	górska fauna i flora (F); 6 / 2,71%
11.	wyróżnia się specyficzną zabudową (B); 6 / 1,65%	produkuje się tam oscypki (B); 6 / 1,52%	odrębne obyczaje (K); 7 / 2,11%	położenie geograficzne (L); 6 / 2,71%
12.	to piękny i uroczy zakątek kraju (C); 6 / 1,65%	mieszkańcy zachowują i kultuwują góralskie obyczaje (K); 6 / 1,52%	miejsce / obszar / terytorium (L); 6 / 1,81%	miejsce wypoczynku (B); 5 / 2,26%
13.	słynie z góralskiej muzyki (K); 6 / 1,65%	ma dobrze rozwiniętą turystykę (B); 5 / 1,27%	ludzie, którzy tam żyją (S); 6 / 1,81%	Tatry (L); 5 / 2,26%
14.	mieszkańcy zachowują i kultuwują góralskie obyczaje (K); 6 / 1,65%	jego mieszkańcy wyróżniają się strojami (K); 5 / 1,27%	stanowi bazę turystyczną (B) / 5 / 1,51%	piękno krajo- brazu (C); 4 / 1,80%
15.	słynie z owczarków podhalańskich (B); 4 / 1,10%	wyróżnia się specyficzną zabudową (B); 4 / 1,02%	górska przyroda i roślinność (G); 5 / 1,51%	panują tam specyficzne warunki atmosferyczne (F); 4 / 1,80%
16.	ma dobrze rozwiniętą turystykę (B); 4 / 1,10%	słynie z owczarków podhalańskich (B); 4 / 1,02%	świeże górskie powietrze (B); 4 / 1,20%	Zakopane (L); 4 / 1,80%
17.	jest tam zielono (G); 4 / 1,10%	słynie z góralskiej muzyki (K); 4 / 1,02%	Zakopane (L); 4 / 1,20%	rozwinięta turystyka (B); 3 / 1,35%
18.	jest tam czyste i zdrowe powietrze (B); 4 / 1,10%	przyjeżdżają tam turyści (S); 4 / 1,02%	–	gościnność mieszkańców (S); 3 / 1,35%
19.	–	Janosik (K); 4 / 1,02%	–	–

Źródło: opracowanie własne

Kulturowy obraz Podhala dopełniły cechy bytowe kojarzone przede wszystkim z wypasem owiec na halach (B; 33 / 9,07%), specyficznym klimatem (z charakterystyczną drewnianą zabudową (B; 6 / 1,65%), z dobrze

rozwiniętym ruchem turystycznym (B; 4 / 1,10%), jeszcze w miarę czystym i zdrowym powietrzem (B; 4 / 1,10%) oraz z owczarkami podhalańskimi (B; 4 / 1,10%). W centrum znaczeniowym znalazły się także cechy fizyczne kierujące uwagę na niepowtarzalny krajobraz (F; 65 / 17,86%), kojarzony z górami, halami, pięknymi krajobrazami, z górską fauną i florą oraz z panującymi w tym regionie specyficznymi warunkami atmosferycznymi (F; 8 / 2,20%).

W obrazie Podhala znaczącą rolę odegrały także cechy społeczne wskazujące najczęściej na rdzennych mieszkańców tego regionu – górali (S; 41 / 11,26%) oraz lokatywne podkreślające położenie geograficzne tego regionu (L; 14 / 3,85%).

1.2. Podhale według ASA 2000

W obrazie Podhala w roku 2000¹⁰, tak jak 10 lat wcześniej, zaznaczyły się głównie cechy kulturowe, bytowe, fizyczne i społeczne. Układ rangowy cech modelujących jądro semantyczne badanego pojęcia prawie się nie zmienił. Nieznacznie wzrosła pozycja cech kulturowych i bytowych, z racji pojawienia się dwóch nowych elementów: jednego związanego ze sferą gastronomiczną, dotyczącego produkcji oscypków (B; 6 / 1,52%), drugiego zaś przypominającego postać legendarnego zbójnika – Janosika (K; 4 / 1,02%).

1.3. Podhale według ASA 2010

Po 20 latach – w roku 2010¹¹ – młodzi respondenci opisywali Podhale niemal identycznie jak ich rówieśnicy w latach poprzednich. Jądro semantyczne zostało zdominowane przez dwie cechy najczęściej przytaczane przez respondentów, uwytatniające specyfikę górskiego krajobrazu (F; 62 / 18,73%) oraz wskazujące na członków wspólnoty zamieszkujących ten region (S; 37 / 11,17%). Nieznacznie umocniła się pozycja cech bytowych i fizycznych. Poza tym w wypowiedziach respondentów w roku 2010 nie odnotowano żadnych nowych cech, które wpłynęłyby na zmianę postrzegania Podhala.

1.4. Podhale ASA 2020

Wypowiedzi młodych Polaków zebrane w roku 2020¹² nie przyniosły większych zmian w obrazie Podhala. W centrum znaczeniowym obok cechy

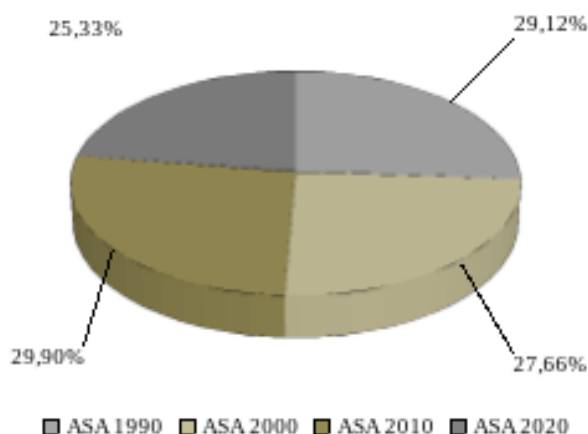
¹⁰ W roku 2000 odpowiedzi udzieliło 101 respondentów (N = 101), podając 98 charakterystyk deskryptorowych (D = 98), poświadczonych łącznie w 394 wyrażeniach cytatowych (W = 394).

¹¹ W roku 2010 wyraziło swoją opinię 113 studentów (N = 113), wymieniając 58 cech deskryptorowych (D = 58), powtórzonych łącznie na poziomie cytatów 331 razy (W = 331).

¹² W roku 2020 wypowiedziało się 100 studentów (N = 100), przytaczając 43 cechy deskryptorowe (D = 43), przywołane w 221 wyrażeniach cytatowych (W = 221).

dominującej od trzech dekad, wiążącej Podhale z górskim krajobrazem, pojawił się bytowy wyznacznik Podhala – owce wypasane na halach (B; 18 / 8,14%). Te dwie cechy pozwalają określić wskaźnik stereotypizacji na poziomie średnio wysokim – 25,33%¹³. W porównaniu z procentowym udziałem wskazań najliczniejszych składników znaczenia odnotowanych w roku 1990, 2000 i 2010, ten jest najniższy. Można więc zaryzykować stwierdzenie, że znaczenie badanego pojęcia nie jest mocno wyschematyzowane, co dowodzi, że obraz Podhala jest dość zróżnicowany dzięki licznym cechom wskazywanym przez respondentów z wysoką częstotliwością.

Wykres 1. Porównanie wskaźników stereotypizacji Podhala na podstawie ASA 1990, 2000, 2010 i 2020



Źródło: Opracowanie własne

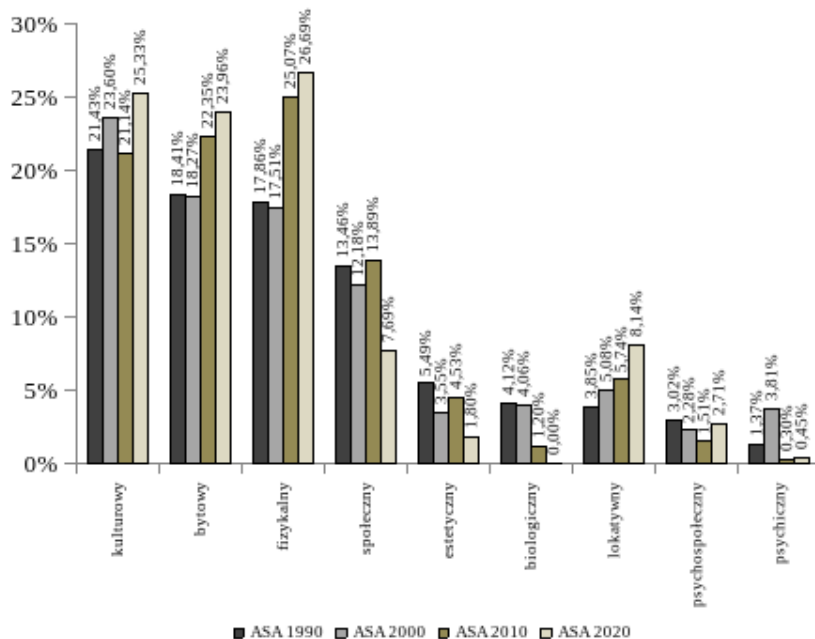
2. Obraz Podhala z perspektywy czterech dekad – wyniki konfrontacji danych z roku 1990, 2000, 2010 i 2020

Porównując dane z lat 1990 i 2020, można stwierdzić, że na przestrzeni ostatnich czterech dekad w obrazie Podhala zaszły tylko niewielkie zmiany. Stopień koncentracji cech pojawiających się na czołowych miejscach jest dość wysoki, ponieważ wynosi blisko 30,00%. Strefę jądrową pojęcia tworzą te same charakterystyczne cechy: specyficzny krajobraz górski – góry, hale, owce i mieszkańcy Podhala – górale, pasący owce, produkujący oscypki, mówiący

¹³ Wskaźnik stereotypizacji został obliczony na podstawie wzoru zaproponowanego przez J. Bartmińskiego $Ws = \frac{(Fh1 + Fh2)}{W} \times 100$ (1988: 101), gdzie Ws to wskaźnik stereotypizacji dwu cech wymienionych najczęściej, zaś Fh1 i Fh2 – suma dwóch cech o najwyższej liczbie wskazań, a W – liczba wszystkich wyrażeni cytowanych.

gwarą, wyróżniający się specyficzną kulturą oraz zachowujący i kultywujący góralskie tradycje i zwyczaje.

Wykres 2. Graficzne przedstawienie struktury aspektowej PODHAŁA w ASA 1990, 2000, 2010 i 2020



Źródło: Opracowanie własne

Chociaż niezmiennie patrzono na Podhale przez pryzmat cech kulturowych, bytowych fizycznych i społecznych, to należy zaznaczyć, że wszystkie wymienione charakterystyki stopniowo umacniały swoją rangę, uzyskując coraz wyższy wskaźnik procentowy (wykres 2), jak również osiągając najmocniejszą pozycję, z wyjątkiem cech społecznych, około roku 2020. Zasadnicze zmiany semantyczne wykazujące statystycznie istotne różnice frekwencyjne odnotowano dla aspektu¹⁴ fizycznego ($p = 0,0198$)¹⁵. W roku 2000 wymieniło go ponad 17,00% respondentów, zaś w 2020 – ponad 26,00%. Mniej znaczącą zmianę, mieszczącą się w granicach przypadku, zaobserwowano

¹⁴ Aspekt rozumiem jako domenę wyróżnioną z określonego punktu widzenia, do której można przypisać określony zespół cech. W opracowaniu wyodrębniono takie aspekty, jak: kulturowy (K), bytowy (B), fizyczny (F), społeczny (S), estetyczny (C), biologiczny (G), lokatywny (L), psychospołeczny (A), psychiczny/psychologiczny (P), etyczny (E), ideowy (I), historyczny (H) i religijny (R) (zob. Brzozowska 2006a: 40–41).

¹⁵ Różnice ilościowe między aspektami i metawyrażeniami obliczono na podstawie: Brzozowska 2006b: 44–47.

w aspekcie bytowym ($p = 0,0793$), częściej dostrzeganym w roku 2010 i 2020 niż w 1990 i 2000. Wyraźny spadek dał się zauważyć w aspekcie społecznym. Różnice frekwencyjne występowania tego aspektu wykazały znaczącą zmienność, zwłaszcza w dwóch momentach czasowych w roku 2000 i 2020, wynosząc $p = 0,0056$. W roku 2000 wskazało na niego ponad 12,00% respondentów, tymczasem 20 lat później – zaledwie 7,00% badanych.

Większe zróżnicowanie w obrazie Podhala można dostrzec w sferze pozajądrowej, wśród tzw. konotacji słabych. Ankietowani w roku 2000 najczęściej akcentowali swoistość góralskiej kultury, podkreślali, że mieszkańcy zachowują i kultywują góralskie tradycje. Kojarzyli Podhale z postacią legendarnego zbójnika Janosika. Zdecydowanie częściej opisywali Podhale pod kątem swoistości psychiki jego rodowitych mieszkańców. Wymieniano m.in. miłość do gór, zamiłowanie do swobody, sentymentalizm, specyficzną mentalność, a także wyrachowanie, upór i przysłowiową „góralską mądrość”. Być może na taki obraz mieszkańców mogła mieć wpływ popularność tekstów ks. Józefa Tischnera pisanych gwarą podhalańską i propagujących „filozofię góralską”. Młodzi ludzie dużo pisali o specyfice górskiej przyrody, wymieniając w pierwszej kolejności góry, dalej górskie potoki, lasy i echo. W roku 2000 respondenci rzadziej wiązali Podhale z wypasem owiec na halach, za to w roku 2020 docenili wartość smakową produktów spożywczych, szczególnie produkowanego na Podhalu sera owczego, zwanego popularnie oscypkiem. W roku 2010 zwracali uwagę na rozwój turystyczny tego regionu i duży napływ turystów, zaś 10 lat później podkreślali gościnność jego mieszkańców.

3. Góral w świetle badań ankietowych (ASA 1990, 2000, 2010, 2020)¹⁶

3.1. Góral według ASA 1990¹⁷

W roku 1990 w odpowiedziach ankietowanych¹⁸ dominowało przekonanie, że „prawdziwy” góral mówi gwarą z okolic Podhala (K; 39 / 10,37%), nosi charakterystyczny strój ludowy – serdak, kapelusz z piórkiem (F; 29 / 7,71%) i żyje w zgodzie z tradycją, szanuje ją, pielęgnuje, kultywuje i przekazuje kolejnym pokoleniom (K; 29 / 7,71%). Te cechy były najczęściej przytaczane przez respondentów i bezsprzecznie zdominowały obraz górala w roku 1990. Ich wskaźnik stereotypizacji oscylował na granicy 18,00%.

W dalszej kolejności wymieniano mieszkanie w górach (L; 23 / 6,12%), miłość (P; 14 / 3,72%) i przywiązanie do gór (P; 12 / 3,19). Dość często kojarzono „prawdziwego” górala z wypasem owiec na halach (B; 15 / 3,99%). Podkreślano jego dbałość o bogatą kulturę regionu (K; 10 / 2,66%), obyczajowość (K; 9 / 2,39%) oraz kultywowanie na co dzień góralskiego folkloru (K; 6 / 1,60%). Wśród głównych atrybutów górala przytaczano zazwyczaj ciupagę i kapelusz z piórkiem (B; 8 / 2,13%). Niejednokrotnie zwracano uwagę na sprawność fizyczną „prawdziwego” górala, wymieniając zazwyczaj jego siłę i wigor (F; 6 / 1,60%). Równie często podkreślano jego cechy psychospołeczne, takie jak hardość (A; 5 / 1,33%), upór i twardy charakter (P; 4 / 1,06%) oraz etyczne, podając za przykład góralski honor (E; 4 /

¹⁶ W każdym roku w badanej grupie znalazło się ok. 100 osób, w wieku od 19 do 25 lat, studiujących na kierunkach humanistycznych i ścisłych w różnych lubelskich uczelniach państwowych, tj. Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej (UMCS), Uniwersytecie Medycznym (UM daw. AM), Uniwersytecie Przyrodniczym (UP daw. AR), Katolickim Uniwersytecie Lubelskim (KUL) i Politechnice Lubelskiej (PL). We wszystkich badaniach wzięło udział dokładnie 421 studentów. W roku 1990 w ankiecie przeprowadzonej na UMCS wzięło udział 44 osoby, w tym 33 K i 11 M; na UM – 15 osób, 11 K i 4 M; UP – 17 osób, 6 K i 11 M; KUL – 9 osób, 7 K i 2 M, a na PL – 19 osób, 1 K i 18 M. W roku 2000 ankiecie poddano na UMCS – 25 osób, w tym 22 K i 3 M; na UM – 13 osób, 9 K i 4 M; UP – 5 osób, 4 K i 1 M; KUL – 11 osób, 10 K i 1 M, a na PL – 48 osób, 17 K i 31 M. W roku 2010 odpowiedzi udzieliło z UMCS – 24 osoby, w tym 22 K i 2 M; z UM – 21 osób, 16 K i 5 M; z UP – 21 osób, 14 K i 7 M; z KUL – 21 osób, 21 K i 0 M, a z PL – 28 osób, 13 K i 15 M. Natomiast w ostatniej akcji badawczej zorganizowanej w roku 2020 na UMCS wypowiedziało się 52 osoby, w tym 49 K i 3 M; na UM – 16 osób, 8 K i 8 M; na KUL – 42 osoby, 21 K i 1 M, a na PL – 10 osób, 4 K i 6 M.

¹⁷ Wyniki badań dla hasła GÓRAL na podstawie materiału ankietowego zebranego w roku 1990 i 2000 zostały opracowane przez Jerzego Bartmińskiego (2006b: 293–298).

¹⁸ W roku 1990 odpowiedzi udzieliło 104 respondentów (N = 104), podając 376 charakterystyk deskryptorowych (D = 376), poświadczonych łącznie w 111 wyrażeniach-cytatach (W = 111).

1,06%). Eksponowano jego muzykalność, umiejętność śpiewu i gry na różnych instrumentach (K; 5 / 1,33%).

Tabela 2. Zestawienie cech „prawdziwego” górala według danych ankietowych z roku 1990, 2000, 2010 i 2020 (ASA 1990, ASA 2000, ASA 2010, ASA 2020), które uzyskały największą liczbę wskazań¹⁹

Lp.	ASA 1990	ASA 2000	ASA 2010	ASA 2020
1.	język (K); 39 / 10,37%	język (K); 39 / 10,29%	język (góralaska gwara) (K); 49 / 17,00%	język (góralaska gwara) (K); 40 / 17,54%
2.	strój (F); 29 / 7,71%	tradycja (K); 37 / 9,76%	zachowuje tradycje (K); 44 / 12,68%	kultywowanie tradycji (K); 27 / 11,84%
3.	tradycja (K); 29 / 7,71%	mieszkanie w górach (L); 23 / 6,07%	strój, który nosi (F); 21 / 6,05%	charakterystyczny ubiór (F); 18 / 7,89%
4.	mieszkanie w górach (L); 23 / 6,12%	strój (F); 21 / 5,54%	ma ciupagę (B); 18 / 5,18%	góry (L); 14 / 6,14%
5.	owce (B); 15 / 3,99%	kultura (K); 17 / 4,49%	wyrób oscypków (B); 17 / 4,89%	kultura (K); 11 / 4,82%
6.	miłość do gór (P); 14 / 3,72%	miłość do gór (P); 17 / 4,49%	bogata kultura (K); 15 / 4,32%	wyrób oscypków (B); 10 / 4,38%
7.	przywiązanie do gór (P); 12 / 3,19%	ciupaga (B); 13 / 3,43%	góry (L); 12 / 3,45%	ma ciupagę (B); 9 / 3,94%
8.	kultura (K); 10 / 2,66%	góry (L); 12 / 3,17%	pochodzenie (L); 12 / 3,45%	miejsce zamieszkania (L); 9 / 3,94%
9.	obyczaje (K); 9 / 2,39%	pochodzenie (L); 12 / 3,17%	pielegnuje obyczaje (K); 11 / 3,17%	wypasa owce (B); 8 / 3,50%
10.	ciupaga (B); 8 / 2,13%	miłość do przyrody (P); 9 / 2,37%	pasie owce (B); 8 / 2,30%	pochodzenie (L); 8 / 3,50%
11.	folklor (K); 6 / 1,60%	miejsce zamieszkania (L); 7 / 1,85%	mieszka w górach (L); 8 / 2,30%	muzykalność (K); 5 / 2,19%
12.	siła (F); 6 / 1,60%	obyczaje (K); 9 / 2,39%	miłość do gór (P); 7 / 2,01%	pracowity (B); 3 / 1,31%
13.	wigor (F); 6 / 1,60%	owce (B); 15 / 3,99%	przewiduje pogodę (B); 5 / 1,44%	odrębne obyczaje (K); 3 / 1,31%

¹⁹ W tabeli cechy ułożono według malejącej frekwencji, uwzględniając te, których występowanie było wyższe lub równe 2, natomiast przy podsumowaniu wyników wzięto pod uwagę wszystkie cechy, również te jednostkowe.

Lp.	ASA 1990	ASA 2000	ASA 2010	ASA 2020
14.	góry (L); 5 / 1,33%	charakter (P); 6 / 1,58%	jest silny (F); 5 / 1,44%	potrawy góralskie (B); 2 / 0,87%
15.	hardość (A); 5 / 1,33%	patriotyzm (I); 6 / 1,58%	patriotyzm lokalny (I); 5 / 1,44%	honor (E); 2 / 0,87%
16.	śpiew (K); 5 / 1,33%	alkohol (B); 5 / 1,32%	muzykalność (K); 5 / 1,44%	wartości moralne (E); 2 / 0,87%
17.	brak odpowiedzi / nie wiem / inne (?); 4 / 1,06%	gościnność (S); 5 / 1,32%	przywiązanie do swego regionu (P); 5 / 1,44%	żyje w zgodzie z naturą (B); 2 / 0,87%
18.	honor (E); 4 / 1,06%	muzyka (K); 5 / 1,32%	czuje się góralem (A); 4 / 1,15%	–
19.	miejsce zamieszkania (L); 4 / 1,06%	mądrość (P); 5 / 1,32%	rodzina (liczna) (S); 3 / 0,86%	–
20.	twardy charakter (P); 4 / 1,06%	miejsce urodzenia (L); 4 / 1,06%	–	–
21.	upór (P); 4 / 1,06%	osypki (B); 4 / 1,06%	–	–
22.	–	przynależność do grupy (S); 4 / 1,06%	–	–
23.	–	przywiązanie do gór (P); 4 / 1,06%	–	–

Źródło: Opracowanie własne

3.2. Góral według ASA 2000²⁰

W roku 2000 cechy „prawdziwego” górala koncentrowały się – tak jak dekadę wcześniej – wokół języka (K; 39 / 10,29%) i tradycji (K; 37 / 9,76%). Wskaźnik stereotypizacji również był bardzo podobny, gdyż wyniósł niewiele ponad 20,00%. Pośród cech dobrze znanych pojawiło się kilka nowych, uwydatniających walory psychospołeczne „prawdziwego” górala, akcentujących jego pochodzenie (L; 12 / 3,17%), miłość do przyrody (P; 9 / 2,37%), skłonność do nadużywania alkoholu (B; 5 / 1,32%), miejsce urodzenia (L; 4 / 1,06%), oraz umiejętność wyrabiania serów owczych zwanych powszechnie osypkami (B); 4 / 1,06%). Po raz pierwszy w swoich odpowiedziach

²⁰ W roku 2000 na to samo pytanie odpowiedziały 102 osoby (N = 102), podając 98 cech deskryptorowych (D = 98) powtórzonych w sumie na poziomie cytatów 379 razy (W = 379).

młodzi Polacy przypisali „prawdziwemu” góralowi patriotyzm (I; 6 / 1,58%) ujawniający się w postawie szacunku, miłości i poświęcenia dla ojczyzny.

3.3. Góral według ASA 2010²¹

W roku 2010 respondenci wymienili znacznie mniej cech łączonych z „prawdziwym” góralem niż w roku 1990 i 2000. Za to względny udział dwu wyrażen najczęściej wymienianych w ogólnej frekwencji (język i zachowywanie tradycji) był bardzo wysoki, ponieważ wyniósł ponad 29,00%. Wśród cech dotąd nieprzytaczanych wystąpiły cztery nowe, eksponujące tym razem patriotyzm lokalny (I; 5 / 1,44%) oraz powiązane z nim oddanie dla własnego regionu (P; 5 / 1,44%). Pojawiła się także powszechnie kojarzona z „prawdziwym” góralem umiejętność przewidywania pogody (B; 5 / 1,44%) i posiadanie licznej rodziny (S; 3 / 0,86%).

3.4. Góral według ASA 2020²²

W ostatniej akcji badawczej przeprowadzonej w roku 2020 respondenci wymienili najmniej, bo zaledwie 228 wyrażen, które określały „prawdziwego” górala. Poszerzyły one zespół cech pozostających na peryferiach znaczeniowych badanego hasła. Wśród nich pojawiły się cechy etyczne (E; 2 / 0,87%) oraz bytowe, podkreślające życie górali w zgodzie z naturą (B; 2 / 0,87%).

4. Obraz „prawdziwego” górala z perspektywy czterech dekad – wyniki konfrontacji danych z roku 1990, 2000, 2010 i 2020

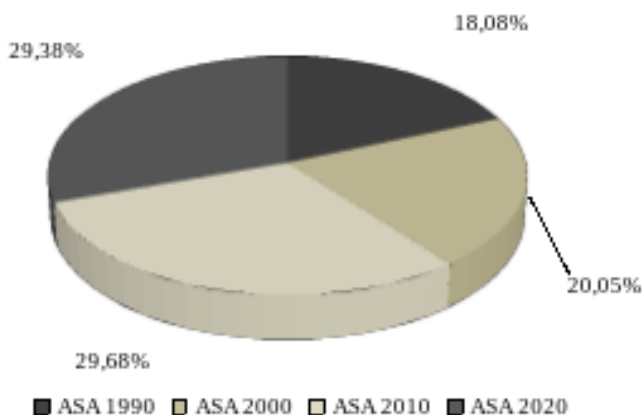
W obrazie „prawdziwego” górala wyłaniającym się z wypowiedzi respondentów zdecydowanie dominują cechy kulturowe: język, tradycja, kultura, obyczaje, folklor, śpiew; drugi zespół tworzą charakterystyki dotyczące zajęć: wypas owiec, wyrób oscypków (spoza przytoczonych: styl życia, zachowanie, praca, przepowiadanie pogody, baca, bacówka, hale, pamiątki, handlarz); trzeci zaś odnosi się do strony psychicznej: miłość do gór i przywiązanie do nich, twardy charakter, upór, hardość, mądrość. Znaczącą rolę odgrywa charakterystyka w kategoriach fizycznych: siła, wigor, sprawność, silny głos, postawa, zwinność, krzepa oraz etycznych: góralski honor.

²¹ W roku 2010 na pytanie o istotę „prawdziwego” górala odpowiedzi udzieliło 115 studentów (N = 115), wymieniając 55 cech deskryptorowych (D = 55), powtórzonych łącznie na poziomie 347 cytatów (W = 347).

²² W roku 2020 na tak samo zadane pytanie wypowiedziało się 100 studentów (N = 100), przytaczając 64 cechy deskryptorowe (D = 64), przywołane w 228 wyrażeniach cytatowych (W = 228).

Dwie cechy najczęściej wymieniane przez młodych ludzi – posługiwanie się gwarą i zachowywanie tradycji – nie należą co prawda do cech kryterialnych górala, lecz są cechami stereotypowymi, utrwalonymi kulturowo i funkcjonującymi w szerokim obiegu społecznym. Obie te cechy były najczęściej wskazywane przez respondentów we wszystkich czterech akcjach badawczych. Można uznać je za dominujące w postrzeganiu „prawdziwego” górala. Najwyższy wskaźnik ich stereotypizacji, wynoszący ponad 29,00%, odnotowano w roku 2010, najniższy zaś, sięgający zaledwie 18,00%, zarejestrowano w roku 1990 (por. wykres 3).

Wykres 3. Porównanie wskaźników stereotypizacji „prawdziwego” górala w ASA 1990, 2000, 2010 i 2020



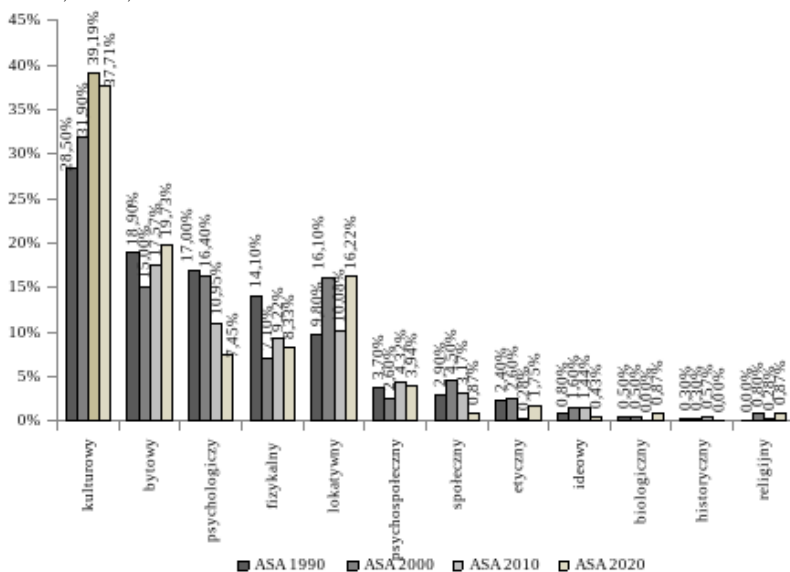
Źródło: Opracowanie własne

Podstawowy lokalistyczny wyznacznik wyobrażenia górala – zamieszkiwanie w górach, był wymieniany przez respondentów na tyle często, że zachował dość wysoką pozycję na liście frekwencyjnej. Najwyżej uplasował się w roku 2000, zajmując wysokie trzecie miejsce.

Pozytywne cechy w ewaluacji „prawdziwego” górala przytaczano w porównywalnym stopniu we wszystkich czterech akcjach badawczych, podając ich najwięcej w aspekcie psychospołecznym (gościnność, życzliwość, szacunek, respekt, otwartość, szczerość, niesienie pomocy), psychicznym (mądrość, hardość, upór, uczciwość, stanowczość, temperament, pewność siebie, poczucie humoru, racjonalizm), a także w aspekcie bytowym (spryt, przebiegłość, cwaniactwo, pracowitość). Nieznaczne akcenty krytyczne pojawiły się w ewaluacji „prawdziwego” górala w roku 2000, 2010 i 2020 zwłaszcza w aspekcie psychicznym (chciwość, skąpstwo, bezczelność, bezwzględność, przemądrzałość, niegodziwość) i psychospołecznym (zadziorność, zdzierstwo, konfliktowość, skłonność do bójek, okrucieństwo).

Struktura aspektowa obrazu „prawdziwego” górala w okresie badanych czterech dekad zmieniała się jedynie w pewnym stopniu (zob. wykres 4).

Wykres 4. Graficzne przedstawienie struktury aspektowej obrazu „prawdziwego” górala w ASA 1990, 2000, 2010 i 2020



Źródło: Opracowanie własne

Nieustannie dominuje, a nawet wzrasta postrzeganie górala w kategoriach kulturowych, jako umuzykalnionego, przywiązanego do tradycji, mówiącego gwara Podhalańczyka, Sabały (por. Bartmiński 2006b: 297), wyróżniającego się charakterystycznym strojem.

Stabilną i dość znaczącą pozycję zachował również aspekt bytowy (wypasanie owiec, oscypki) i psychospołeczny. W ostatniej akcji badawczej wyraźnie umocniła się pozycja aspektu lokatywnego²³ (góry, zamieszkiwanie w górach), który stale wiązano z aspektem psychologicznym, eksponując miłość do gór i do przyrody w ogóle, przywiązanie do gór, do miejsca urodzenia i zamieszkania. To właśnie aspekt psychologiczny wykazał się największą zmiennością w czasie około roku 2020. Poziom istotności statystycznej wyniósł $p = 0,0124$. W roku 1990 zwróciło na niego uwagę 17,00% badanych, tymczasem po 20 latach – zaledwie 7,00% respondentów.

W ciągu ostatnich 20 lat wyraźnie stracił na znaczeniu aspekt fizyczny, zdominowany przez cechy sprawnościowe, związane z wyglądem i postawą.

²³ Aspekt lokatywny w obrazie „prawdziwego” górala zachowuje znaczącą pozycję niezmiennie od 40 lat. Różnice ilościowe są na tyle znaczące, że można je uznać za nieprzypadkowe $p = 0,0098$.

W roku 1990 uwzględniło go w swoich wypowiedziach ok. 14,00% respondentów, zaś w roku 2000 wskazało na niego zaledwie 7,00% ankietowanych. Różnica frekwencyjna dla omawianego aspektu okazała się znacząca i nieprzypadkowa, ponieważ wyniosła $p = 0,0018^{24}$.

Góral od 40 lat cieszy się niesłabnącą sympatią i zainteresowaniem respondentów, które nie wykraczają jednak poza popularny stereotyp turystyczny (zob. Bartmiński 2006b: 298).

Wnioski

Analiza danych dowiodła, że współcześni młodzi Polacy patrzą na Podhale głównie przez pryzmat cech kulturowych (odrębność kulturowa, folklor, język, tradycje, obyczaje), bytowych (zagospodarowanie regionu, źródło utrzymania mieszkańców – wypas owiec, prowadzenie rozwiniętej działalności turystycznej, charakterystyczne potrawy czy dbałość o środowisko naturalne), fizykalnych (specyfika krajobrazu, fauny, panujących warunków atmosferycznych, ukształtowanie terenu), społecznych (mieszkańcy, ludzie), lokatywnych (położenie geograficzne) i estetycznych (piękno podhalańskiej przyrody).

Z wypowiedzi respondentów wyłonił się urozmaicony obraz mieszkańców tego regionu. Uformowały go przede wszystkim cechy kulturowe (kultura, język, tradycje i zwyczaje), bytowe (zajęcia mieszkańców, potrawy) i psychologiczne ujawniające zarówno pozytywne, jak i negatywne cechy ich charakteru, intelektu, zdolności, zainteresowań i uczuć²⁵. Szczególne miejsce zajęły także cechy fizykalne kojarzone z wyglądem, strojem, tężyzną fizyczną, najważniejszymi atrybutami, wyróżniającymi „prawdziwego” górala, i lokatywne, kojarzone z pochodzeniem, miejscem zamieszkania i urodzenia. To one ukształtowały twarde jądro semantyczne badanych pojęć. W sferze słabych konotacji pojawiły się cechy psychospołeczne nazywające zachowania społeczne, relacje z innymi ludźmi, socjalne i etyczne. Okazjonalnie zarysowały się cechy ideowe, biologiczne, historyczne oraz religijne.

²⁴ Istotność statystyczną różnic w zakresie aspektowym dla „prawdziwego” górala w roku 1990 i 2000 obliczyła Brzozowska 2006b: 53.

²⁵ Należy podkreślić, że w czasie czterech badanych dekad ewaluacja górala była przeważnie, choć nie absolutnie pozytywna. Kilkanaście negatywnych cech pojawiło się głównie w aspekcie psychicznym (19) i psychospołecznym (12) oraz w znikomym stopniu w fizykalnym (3) i kulturowym (1). Cech dodatnich najwięcej było w aspekcie psychicznym (20), nieco mniej w psychospołecznym (14) oraz kulturowym (7) i bytowym (6), niewiele w religijnym (1). Ogółem cech wartościowanych pozytywnie odnotowano 48, zaś cech negatywnych 35.

Stosunkowo wysoki stopień koncentracji składników znaczenia „prawdziwego” górala świadczy o tym, że respondenci, wskazując na nieliczne cechy z wysoką częstością, kreowali bardziej wyschematyzowany i mniej różnorodny obraz badanego pojęcia.

Bibliografia

- Bartmiński Jerzy, 1990, *Punkt widzenia, perspektywa interpretacyjna, językowy obraz świata*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. Jerzy Bartmiński, Lublin: Wydawnictwo UMCS, s. 109–127.
- Bartmiński Jerzy, 1988, *Kryteria ilościowe w badani stereotypów językowych*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego” 41, s. 91–104.
- Bartmiński Jerzy, 1989, *Projekt i założenia ogólnego słownika aksjologicznego*, „Język a Kultura” 2, red. Jerzy Bartmiński, Jadwiga Puzynina, Wrocław: Wydawnictwo CPBP 08.05 „Polska kultura narodowa, jej tendencje rozwojowe i percepcja”, s. 293–312.
- Bartmiński Jerzy, 2006a, *Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce*, [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. 8–29.
- Bartmiński Jerzy, 2006b, GÓRAL, [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. 293–298.
- Mazurkiewicz Małgorzata, 1989, *Stan prac nad słownikiem aksjologicznym*, „Język a Kultura” 2, red. Jerzy Bartmiński, Jadwiga Puzynina, Wrocław: Wydawnictwo CPBP 08.05 „Polska kultura narodowa, jej tendencje rozwojowe i percepcja”, s. 385–396.
- 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, *Istotność statystyczna różnic w rozumieniu nazw wartości w ankietach ASA 1990 i ASA 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. 44–62.
- Piętkowa Romualda, 1991, *O aksjologizacji przestrzeni w języku i poezji*, „Język a Kultura” 2, red. Jerzy Bartmiński, Jadwiga Puzynina, Wrocław: Wydawnictwo CPBP 08.05 „Polska kultura narodowa, jej tendencje rozwojowe i percepcja”, s. 187–196.
- Żywicka Beata, 2006, PODHALE, [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. 289–293.

Streszczenie: Celem artykułu jest nakreślenie zmian, jakie zaszły w wyobrażeniu Podhala i jego mieszkańców we współczesnym języku polskim. Podhale to miejsce ważne dla Polski pod względem historycznym, kulturowym i gospodarczym, z kolei jego mieszkańcy to ludzie, którzy często są postrzegani przez pryzmat stereotypowych cech przypisywanych góralowi.

Bazę materiałową stanowią dane ankietowe pozyskane od studentów w roku 1990, 2000, 2010 oraz 2020. Ujawniły one, że w ciągu czterech ostatnich dekad na Podhale niezmiennie patrzono przez pryzmat cech lokatywnych (specyficzne położenie geograficzne), kulturowych (regionalna odmiana języka – gwara, tradycje i obyczaje) oraz bytowych (wysokie możliwości produkcyjne, rozwinięte rolnictwo). Natomiast w obrazie mieszkańców ujawniły się trzy zespoły cech – po pierwsze – kulturowe: język, tradycja, kultura, obyczaje, folklor, śpiew; po drugie – charakterystyki dotyczące zajęć: praca, styl życia; po trzecie – psychiczne: szczerość, duma, upór. Znaczącą rolę odgrywa również charakterystyka mieszkańców Podhala w kategoriach fizycznych: siła, wigor, postawa, zwinność, krzepa. Cechy psychospołeczne, takie jak: gościnność, mądrość, otwartość, serdeczność, życzliwość, miłość do gór, są cechami stereotypowymi, utrwalonymi kulturowo i funkcjonującymi w szerokim obiegu społecznym. Co ciekawe, w obrazie Podhala i górala przeważa ewaluacja pozytywna z ograniczonymi akcentami krytycznymi, szczególnie w aspekcie psychospołecznym.

Słowa kluczowe: ankieta słownika aksjologicznego; wartości; nośniki wartości; aspekt; nazwy regionów; Podhale; góral