

Univerza v Ljubljani
Filozofska fakulteta



O POLAKACH I SŁOWEŃCACH

– w kręgu językowo-kulturowych stereotypów

MARIA WACŁAWEK
MARIA WTORKOWSKA

Naszym Bliskim

Ljubljana 2022

O POLAKACH I SŁOWEŃCACH

– W KRĘGU JĘZYKOWO-KULTUROWYCH STEREOTYPÓW

Avtorici: Maria Waclawek, Maria Wtorkowska
Recenzentki: Bernadeta Niesporek-Szamburska, Agnieszka Zatorska
Prevod povzetka v slovenščino in angleščino: Domen Krvina
Lektorja: Marta Nowak (poljščina), Eva Vrbnjak (slovenščina)
Tehnično urejanje: Jure Preglau
Prelom: Petra Jerič Škrbec

Založila: Založba Univerze v Ljubljani
Za založbo: Gregor Majdič, rektor Univerze v Ljubljani
Izdala: Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani
Za izdajateljico: Mojca Schlamberger Brezar, dekanja Filozofske fakultete

Tisk: Birografika Bori, d. o. o.
Ljubljana, 2022
Prva izdaja
Naklada: 200
Cena: 23,90 EUR



To delo je ponujeno pod licenco Creative Commons Priznanje avtorstva-Deljenje pod enakimi pogoji 4.0 Mednarodna licenca (izjema so fotografije). / This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (except photographs).

Knjiga je izšla s podporo Javne agencije za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije v okviru Javnega razpisa za sofinanciranje izdajanja znanstvenih monografij in Veleposlaništva Republike Poljske v Ljubljani.



Veleposlaništvo
Republike Poljske
v Ljubljani

Prva e-izdaja. Publikacija je v digitalni obliki prosto dostopna na <https://e-knjige.ff.uni-lj.si/>
DOI: 10.4312/9789617128574

Katalogna zapisa o publikaciji (CIP) pripravili v
Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani

Tiskana knjiga
COBISS.SI-ID=111804931
ISBN 978-961-7128-58-1

E-knjiga
COBISS.SI-ID=111805955
ISBN 978-961-7128-57-4 (PDF)

Spis treści

Wprowadzenie	5
1. Podstawy teoretyczne i metodologiczne	9
1.1. <i>Z teorii stereotypu</i>	9
1.1.1. Stereotypy etniczne, tożsamość zbiorowa	12
1.1.2. Ujęcie lingwistyczne	13
1.1.2.1. Instrumentarium pojęciowe	17
1.2. Podstawy metodologiczne	20
1.2.1. Cele i założenia pracy	20
1.2.2. Metoda ilościowo-jakościowa	21
1.2.3. Badania ankietowe	21
1.2.3.1. Warunki, sposób i czas badania	23
1.2.3.2. Dobór i charakterystyka respondentów	24
1.2.3.3. Budowa kwestionariusza, wyróżnione kategorie opisu	33
2. Polak i Polka, Słoweniec i Słowenka – eksplikacje	37
2.1. <i>Polak i Polka – eksplikacje</i>	39
2.1.1. <i>Polak – eksplikacje</i>	40
2.1.2. <i>Polka – eksplikacje</i>	46
2.2. <i>Słoweniec i Słowenka – eksplikacje</i>	51
2.2.1. <i>Słoweniec – eksplikacje</i>	52
2.2.2. <i>Słowenka – eksplikacje</i>	56
2.3. Wnioski	61
3. Wygląd	65
3.1. Wygląd Polaka	65
3.1.1. Typ urody	66
3.1.2. Cechy fizyczne	67
3.1.2.1. Wybrane (ogólne i szczegółowe) cechy fizyczne	67
3.1.2.2. Konkretyzacje wybranej płci	71
3.1.3. Ubiór	78
3.2. Wygląd Słowenka	80
3.2.1. Typ urody	80
3.2.2. Cechy fizyczne	82
3.2.2.1. Wybrane (ogólne i szczegółowe) cechy fizyczne	82
3.2.2.2. Konkretyzacje wybranej płci	86
3.2.3. Ubiór	91
3.3. Wnioski	93
4. Charakter	99
4.1. Charakter Polaka	101
4.1.1. Cechy pozytywne i/lub neutralne	102
4.1.2. Cechy ambiwalentne	111
4.1.3. Cechy negatywne	112
4.1.4. Cechy precyzujące płć	118
4.1.4.1. Cechy charakteru Polki	118
4.1.4.2. Cechy charakteru Polaka (mężczyzny)	120

4.2. Charakter Słoweńca	121
4.2.1. Cechy pozytywne i/lub neutralne	122
4.2.2. Cechy ambiwalentne	129
4.2.3. Cechy negatywne	133
4.2.4. Cechy precyzujące płć	137
4.2.4.1. Cechy charakteru Słowenki	138
4.2.4.2. Cechy charakteru Słoweńca (mężczyzny)	139
4.3. Wnioski	140
5. Stosunek do pieniędzy	147
5.1. Polaka stosunek do pieniędzy	148
5.1.1. Wartościowanie pozytywne i/lub neutralne	148
5.1.2. Wartościowanie negatywne	151
5.1.3. Inne	155
5.2. Słoweńca stosunek do pieniędzy	156
5.2.1. Wartościowanie pozytywne i/lub neutralne	156
5.2.2. Wartościowanie negatywne	160
5.2.3. Inne	164
5.3. Wnioski	165
6. Czas wolny	169
6.1. Czas wolny Polaka	170
6.1.1. Kontakty towarzyskie	172
6.1.2. Sport	174
6.1.3. Media i centra handlowe	175
6.1.4. Wydarzenia kulturalne i czytanie	176
6.1.5. Natura i podróże	177
6.1.6. Inne	178
6.2. Czas wolny Słoweńca	180
6.2.1. Sport	181
6.2.2. Natura i podróże	183
6.2.3. Kontakty towarzyskie	184
6.2.4. Wydarzenia kulturalne i czytanie	186
6.2.5. Media i centra handlowe	186
6.2.6. Inne	187
6.3. Wnioski	187
7. Prawdziwy Polak <i>versus</i> prawdziwy Słoweniec – ogólnie o wynikach badań	191
7.1. O badaniu	191
7.2. Ogólnie o wynikach	195
7.3. Uwagi respondentów po badaniu	198
8. Podsumowanie	201
Bibliografia	211
Wykaz tabel	228
Kwestionariusz ankiety	231
Anketni obrazec	237
Povzetek	247
Summary	249
Indeks nazwisk	251

Nie ma nic lepszego niż język,
który jest łącznikiem życia społecznego,
kluczem do wiedzy,
organem prawdy i rozsądku.

Ezop

Danuta i Włodzimierz Masłowski, *Wielka księga myśli Świata*

Wprowadzenie

„Języki – pisze Anna Wierzbicka – różnią się między sobą nie tylko jako systemy językowe, ale również jako światy kulturowe, jako nośniki etnicznej tożsamości” (Wierzbicka 1990: 71). Zgodnie z podstawowym założeniem nauk humanistycznych każda społeczność, która tworzy własną kulturę, porządkuje swe doświadczenia za pomocą takich kategorii językowych, jakie są dla tej kultury właściwe, a język jako najważniejszy sposób przekazywania kultury wpływa na kształtowanie postrzeganego w niej obrazu świata, służąc nie tylko do nazywania, ale również do odpowiedniego klasyfikowania i interpretowania rzeczywistości pozajęzykowej. Na interesujące nas wspólnoty narodowe i etniczne – polską i słoweńską – patrzymy właśnie przez pryzmat ich języków. Jedną z funkcji każdego języka naturalnego jest przekazywanie stereotypów, wspólnych danej grupie i jej kulturze (Golka 2008: 173).

Przedmiotem naszej refleksji badawczej jest analiza sposobu postrzegania, nazywania i interpretowania wybranego wycinka rzeczywistości pozajęzykowej – językowo-kulturowego stereotypowego obrazu (konceptu) Polaka i Słoweńca. Sposób ujęcia zagadnienia wpisuje je w – od lat cieszące się dużym zainteresowaniem m.in. na gruncie polskiego językoznawstwa – szeroko rozumiane studia etnolingwistyczne (grec. *ethnos* to ‘lud, plemię’, ale zarazem ‘naród’ i ‘społeczność w ogóle’; por. Niebrzegowska-Bartmińska 2017: 14–15), w tym w krąg badań nad tożsamością narodową.

Ambicją etnolingwistyki – jak stwierdza Jerzy Bartmiński – jest opisać język nie tylko jako narzędzie komunikacji społecznej, ale także jako składnik kultury. Składnik niezwykły, bo nie tylko skupiający w sobie cechy istotne kultury jako całości, nie tylko zawierający inwentarz jej zasobów, ale też ujawniający przyjęte w tej kulturze sposoby konceptualizacji i kategoryzacji rzeczy, systemy stosowanych wartościowań, punktów widzenia, utrwalonych społecznie postaw wobec świata. [...] Etnolingwistyka stara się o to, by wychodząc od języka, docierać do człowieka, do jego sposobu pojmowania świata” (Bartmiński 2007: 32–33).

Praca ukierunkowana jest na etnolingwistyczny opis wyobrażenia Polaka (Polaków) i Słoweńca (Słoweńców) wyłaniający się z podstawy materiałowej, którą w naszej pracy tworzą wypowiedzi ankietowanych respondentów z Polski i ze Słowenii. Badanie służy uchwyceniu „potocznego”, „obiegowego” rozumienia wyobrażenia przedstawicieli obu nacji.

Zagadnienia stereotypów narodowych i etnicznych od lat leżą w kręgu zainteresowań badaczy wielu dyscyplin.¹ Dużo się pisze na temat stereotypowego postrzegania Polaka, również w ujęciu językoznawczym,² sporo jest prac o stereotypowym postrzeganiu różnych Słowian (i innych nacji),³ jest dość bogata literatura wpisująca się w (stereo)typowe ujęcie Słoweńca i słoweńskości,⁴ jednak tekstów traktujących o sposobach wzajemnego utrwalenia stereotypowych obrazów Słoweńca i Polaka wciąż jest niedużo, szczególnie tych o nachyleniu językoznawczym.⁵ Dla nas szczególnie istotne jest zderzenie obu modeli reprezentantów narodów – Polaka i Słoweńca, pokazanie wzajemnego postrzegania się przez obie nacje. Niniejsza monografia jest próbą przynajmniej częściowego wypełnienia tej luki. Książka powstała na bazie naszych wcześniejszych doświadczeń (por. przyp. 5) częściowo ujętych w ramy tego opracowania, w swoisty sposób będąc ich syntezą i pogłębieniem – pierwsze wyniki zostały uzupełnione, przeliczone i zinterpretowane na nowo (rekonstrukcji stereotypowego modelu dokonano na podstawie większej liczby wyimków, otrzymanych dzięki poszerzeniu liczby respondentów). Ze względu na poszerzenie i syntetyzację w porównaniu z pierwszymi próbami opublikowanymi w formie pojedynczych artykułów przedstawione we wcześniejszych pracach wyniki zarówno ilościowe, jak i jakościowe uległy zmianie.

-
- 1 Wystarczy odwołać się do bibliografii umieszczonej w kilku ważnych polskich pozycjach (np. Anusiewicz, Bartmiński, red., 1998; Bartmiński 2007; 2009; Błuszkowski 2003; Brzozowska 2008; Gawarkiewicz 2012; Kofta, Jasińska-Kania, red., 2001; Łaszkiwicz 2021; Mikułowski Pomorski 2006; Pietrzak 2000; Wyżkiewicz-Maksimow 2012).
 - 2 Literatura na temat stereotypowego postrzegania Polaka jest bardzo bogata, tu ograniczamy się do wskazania wybranych, głównie językoznawczych, prac (Bartmiński 2007; 2009; 2014b; Bartmiński, Bielińska-Gardziel, Żywicka 2015; Bednarska 2016; Brzozowska 2008; Brzozowska 2008; Dąbrowska 1998; Fal’ković 1995; Fylypeŭs’ 2019; Fylypec 2020; Goska 2015; Gawarkiewicz 2012; Kolarska-Bobińska, red., 2003; Kowalski 2005; Krawczuk 2008; Lewiński 2014; Łaszkiwicz 2021; Majdzik, Zarek, red., 2017; Niewiara 2010a–b; 2018; 2019; 2020; Pajdzińska 2001a; Prokop 2004; Skibińska 2005; Stankiewicz, Żurek 2010; Szadura 1993; Szarota 1996; Zarzycka 2005; 2008).
 - 3 Oto przykładowe prace: Bartmiński 2007; Błuszkowski 2003; Fylypeŭs’ 2019; Fylypec 2020; Gawarkiewicz 2012; Łaszkiwicz 2021; Niewiara 2006; 2019; 2020; Paszkiewicz, Pentek, red., 2011; Skibińska 2005; Skowronek 2009; Skibińska 2005; Walas, Woźniakowski, red., 1995; Wyżkiewicz-Maksimow 2012.
 - 4 Wśród prac dotyczących postrzegania Słoweńca i słoweńskości są m.in.: Bruckmüller 2002; Cmiel 2016; 2018; Čepić 2011; Globočnik 2008; Goričar 1971; Grafenauer 1987; Grdina 1997; Hribar 1995; Jezernik 2008; Kovačev 1997; Kowalski 2009; Moritsch 2002; Novak Popov, red., 2007; Puhar 2001; Štih 2006; Tokarz 2017; Trstenjak 1991; Zgonik 2002.
 - 5 Por.: Cmiel, Kołaczek, Lament, Pieńkowska, Stachowiak 2008; Bednarska 2011; 2013; 2014; 2016; Wacławek, Wtorkowska 2017a–c; 2018a–c; 2019a–f; 2020; 2021; a–c).

Monografia ma charakter leksykocentryczny (nie dotyczy analiz o charakterze *stricte* gramatycznym) – podkreśla naddatek konotacyjny, intencję nadawczą, warunkującą odpowiedni punkt widzenia. Ukazuje rekonstrukcję językowo-kulturowego stereotypowego wyobrażenia Polaka (Polaków) i Słoweńca (Słoweńców), obejmującego odpowiednio wartościowane cechy obligatoryjne i relewantne oraz elementy ujawniające się kontekstowo. Książka składa się z siedmiu rozdziałów oraz wieńczącej pracę podsumowania. Rozdział I stanowi zasadnicze wprowadzenie w tematykę pracy: zawiera rozważania z zakresu teorii *stereotypu*, w tym ujęcia językoznawczego, skrótowo omawia przyjęte narzędzia badawcze, główne założenia i cel pracy, podstawę materiałową, zastosowaną metodologię analizy danych językowych, w tym przybliża ankietę jako metodę postępowania badawczego, charakteryzuje sposób badania, ukazuje wstępny podział materiału na kategorie semantyczne (eksplicacje, wygląd, charakter, czas wolny, stosunek do pieniędzy), które stały się podstawą do rekonstrukcji w rozdziałach II–VI wybranych fragmentów obrazu Polaka i Słoweńca. Wskazane rozdziały stanowią zasadniczą część pracy. Wyodrębniamy w nich określone cechy deskryptorowe i ich klasy, starając się odpowiedzieć na pytanie: co konkretnie respondenci mają na myśli, opisując Polaka, Polkę, Słoweńca, Słowenkę, ich wygląd zewnętrzny, charakter, zachowanie i postawy, jak konceptualizują ich sposób spędzania wolnego czasu oraz stosunek do pieniędzy. W rekonstrukcji uwzględniamy wszystkie wyekscerpowane z materiału wyimki, też jednokrotnie zarejestrowane, uznając je za cenne. Rozdział VII stanowi swoiste dopełnienie odtwarzanego konceptu przedstawicieli obu nacji, a zarazem jego weryfikację. To skrótowe przybliżenie wyników innych naszych badań ankietowych – skupiających się na konceptualizacji „prawdziwego” Polaka/Słoweńca. Posłużenie się modyfikatorem „prawdziwy” bezpośrednio wpisuje analizy w metodologię badań EUROJOS (europejskiego językowego obrazu świata). Użyty operator zawiera w sobie zarówno elementy dotyczące typowego, jak i wzorcowego reprezentanta. Wieńczące pracę podsumowanie zbiera uzyskane wyniki – skrótowo przybliża rekonstrukcję kolektywnego zróżnicowanego kulturowo i językowo obrazu Polaka i Słoweńca, ukazując ich odpowiednią specyfikę.

Dziękujemy wszystkim, którzy towarzyszyli nam podczas prac i służyli radą. Szczególne podziękowania za uważną lekturę i wsparcie kierujemy do Recenzentek wydawniczych – Pani Profesor Bernadety Niesporek-Szamburskiej oraz Pani Profesor Agnieszki Zatorskiej, bez Ich wsparcia monografia nie mogłaby się ukazać.

Książkę dedykujemy Naszym Bliskim, którzy nieustannie nam kibicowali i zawsze byli obok.

Obce mi jest poczucie, że stereotyp w jakiegokolwiek postaci, w tym także stereotyp narodowy, jest pojęciem negatywnym, niekorzystnym dla wzajemnego porozumienia się społeczeństw. Przeciwnie, stereotyp jest formą odniesienia, elementem języka koniecznym dla dokonywania pewnych skrótów i uogólnień.

Krzysztof Zanussi, *Stereotypy narodowe w filmie*

1. Podstawy teoretyczne i metodologiczne

1.1. Z teorii stereotypu

Teorię *stereotypu* od stulecia z powodzeniem wykorzystuje się w różnych obszarach (nauki humanistyczne, nauki społeczne) i dyscyplinach naukowych. Popularność ta wynika zarówno z czynników teoretycznych, jak i praktycznych, gdyż

przynależność do różnych grup jest naturalną skłonnością człowieka, zatem sposób, w jaki spostrzegamy członków własnej grupy i obcych grup, oraz to jak się wobec nich zachowujemy, wywiera istotny wpływ zarówno na nasze życie, jak i na życie innych członków naszej społeczności (a także, ujmując rzecz bardziej ogólnie, na funkcjonowanie otaczającego nas świata) (Nelson 2003: 48).

Interdyscyplinarność w przypadku badań nad stereotypami oznacza, że przynależąc do danej dyscypliny, są one zarazem obszarem z jej pogranicza, co wpływa na polisemiczność terminu. *Stereotyp* w zależności od dziedziny, a także tradycji badawczej czy koncepcji autorskiej jest nieco inaczej interpretowany. „W literaturze przedmiotu wielu dyscyplin – konstatuje Dorota Brzozowska – powstały całe monografie poruszające zagadnienie związane ze złożoną historią rozwoju samego pojęcia oraz tego, co z jego pomocą badano i pokazujące jakie, wciąż nowe, osiąga się na tym polu rezultaty” (Brzozowska 2008: 18).

W obiegowym rozumieniu **stereotyp** definiowany jest jako społecznie utrwalone, uproszczone, schematyczne, generalizujące i wartościujące potoczne wyobrażenie ludzi (np. jakiejś narodowości, płci czy jakiegoś zawodu, wieku), zwierząt (np. psa, kota, węża), roślin (np. dębu, róży), instytucji (np. kościoła, szkoły), wydarzeń (np. wyborów, wesela), rzeczy (np. motocyklu), elementów świata mitycznego (np. czarownicy), Kosmosu (np. Słońca) lub ideologii (np. rewolucji) (por. Bartmiński, Panasiuk 2001: 383–393; Urbańczyk 1999: 374–375; Wacławek 2015: 192). Nierzadko powstałe

wartościowanie ma charakter negatywny,⁶ a nadmierna symplifikacja może prowadzić do powstania zafałszowanego obrazu tego, do czego stereotyp się odnosi.

Grecka etymologia leksemu (*stereòs* – ‘steżwały, twardy’ i *typos* – ‘odcisk, wzorzec’) odzwierciedla potoczne przekonanie o odporności stereotypowych sądów na zmiany. Samo słowo zaś od dawna funkcjonuje w terminologii drukarskiej,⁷ oznaczając gotowe, sztywne matryce używane przy wielkich nakładach do procesu powielania. W klasycznym już rozumieniu, które – dzięki opublikowanej w 1922 roku książce *Public Opinion* – w szerszy obieg wprowadził Walter Lippmann, *stereotyp* to ‘rodzaj obrazu w głowie’, stanowiący formę percepcji poprzedzającą realne poznanie czegoś (Lippmann 1922).⁸

Na podstawie przeglądu literatury przedmiotu można wyróżnić co najmniej pięć zasadniczych, wspólnych różnym dziedzinom nauki wyznaczników stereotypu: **upraszczanie, generalizacja, nacechowanie emocjonalne, odporność na zmiany, perswazyjność, werbalność.**

Stereotypom przypisuje się w pewnym stopniu funkcję poznawczą – są narzędziem naturalnego kategoryzowania świata, zawierają „ziarno prawdy”, dzięki czemu mogą mniej lub bardziej trafnie odzwierciedlać np. różnice między danymi grupami społecznymi. Istotną cechą tego typu konstruktów myślowych jest nieprecyzyjna intersubiektywna generalizacja, a więc logicznie nieuprawnione przypisywanie jakiejś cechy wszystkim obiektom określanym przez daną nazwę (Bartmiński, Panasiuk 2001: 377). Geneza stereotypizacji wiąże się z naturalną ludzką skłonnością do ekonomizacji wysiłku poznawczego, upraszczania postrzegania rzeczywistości, gdyż ta bywa niełatwa i niejednoznaczna, a dzięki schematycznym obrazom staje się prostsza, bardziej przewidywalna i zrozumiała (Karwatowska, Tymiakin 2020: 16). Aktywizowanie uogólniających szablonów myślowych odbywa się automatycznie, bez obciążania zasobów poznawczych jednostki (Bukowski, Drogosz 2005), nierzadko na podstawie niewielkiego doświadczenia osobistego, a nawet bez doświadczenia, czyli przy braku wiedzy (Golka 2008: 169). Janusz Sztumski podkreśla, że „[s]tereotypy przyczyniają się do powstawania w ludzkiej świadomości mniej lub bardziej zwertego i konsekwentnego obrazu świata. Dzięki temu wiadomo, że np. Szkoci są skąpi, Anglicy to dżentelmeni itd. Mając taką stereotypową wiedzę, można czuć się dobrze wśród obcych nacji, będąc przekonanym, że coś o nich wiadomo” (Sztumski 2006: 991). Stereotypy dają zatem nierzadko złudne poczucie poznawczej kontroli postrzeganej

6 Stereotypy o wartościowaniu pejoratywnym przyczyniają się do powstawania *uprzedzeń*.

7 Ida Kurcz pisze o użyciu tego określenia przez francuskiego drukarza Didota w 1798 (Kurcz 1992).

8 Warto dodać, że na gruncie polskim w analogicznym czasie zjawiskiem stereotypizacji zajmował się polski etnograf i socjolog Jan Stanisław Bystron. „O ile jednak Lippmannowski termin: *stereotyp* oraz jego definicja jako »uproszczonego obrazu w głowie« zdobyły renomę światową, sformułowanie Bystronia »zbiorowe wyobrażenia« o narodach, a także stosowana przez niego metoda postępowania naukowego inspirowały przede wszystkim badaczy polskich” (Niewiara 2010b: 171).

rzeczywistości i także poczucie bezpieczeństwa wynikające z możliwości przewidzenia danych zachowań.

Stereotypy nieodłącznie wiążą się z oceną emocjonalną i sądami wartościującymi. Są nie tylko (jak się potocznie uważa) nacechowane negatywnie bądź pozytywnie, mogą zawierać także „ambiwalentne lub neutralne elementy deskryptywne” (Jasińska-Kania 2003: 21). Zaangażowanie emocjonalne związane z funkcjonowaniem w myśleniu jednostki czy grupy danego stereotypu pozostaje w ścisłym związku z jej określonymi pragnieniami (Sztumski 2006: 991). Stereotypowy osąd – szczególnie taki, którego funkcjonowania jednostka czy grupa nie jest świadoma – może być środkiem perswazji lub manipulacji – „będąc nosicielem emocjonalnego stosunku do rzeczywistości, [stereotyp] warunkuje zachowanie człowieka czasem silniej niż tzw. rozsądek” (Brzozowska 2008: 21). Opisywany schemat myślowy dzięki funkcjonowaniu w obrębie relacji ‘swój-obcy’ służy „spójności i integracji grupy, która ma wykreowane instrumentalnie poczucie zagrożenia ze strony innych” (Wysocka 2006: 1004).

Stereotypom przypisuje się status inwariancyjny, a więc względną odporność na zmiany, nieelastyczność, wynikającą z ogólnoludzkiej tendencji do niechęci, by rewidować raz ustalony, funkcjonujący schemat przedstawieniowy (Golka 2008: 169). Zauważa się to, co potwierdza ów obraz, a nie dostrzega tego, co mu przeczy. Siła stereotypów polega zatem na tym, że są słabo weryfikowalne. „Wzory takie, jeśli się zmieniają, to nie w wyniku racjonalnych argumentów czy statystyk, ale dlatego, że warunki społeczne domagają się innego obrazu” – zauważa Leszek Kołakowski (1999: 99). Podobnie twierdzą lingwiści, podkreślając, że stereotypy, mimo iż z definicji są odporne na zmiany, mogą być modyfikowane kulturowo, sytuacyjnie czy kontekstowo (Bartmiński 1998: 107).⁹

Bez względu na profilowaną przez daną dyscyplinę odmiennosc rozumienia terminu *stereotyp* badacze zgodni są co do jego lingwistycznego charakteru. Stereotypy są przez język utrwalane i przenoszone. Adam Schaff wprost pisze, że nie ma stereotypów awerbalnych (Schaff 1981: 37, 44), mogą być jednak wyrażane bez użycia słowa, np. w formie karykatur obrazkowych (Bartmiński, Panasiuk 2001: 374), zatem stereotypy są zwerbalizowane albo łatwo je zwerbalizować.

Zasięg stereotypizacji można rozpatrywać na trzech poziomach: globalnym (ogólne całości społeczne, np. społeczności narodowo-państwowe), segmentacyjnym (podział społeczeństwa na grupy, np. pod względem wieku, płci, wykształcenia, zawodu, typu zamieszkania i przynależności regionalnej) i indywidualnym (jednostka jako podmiot rzeczywistości społecznej) (Błuszkowski 2003: 10–11).

9 O przeobrażaniach stereotypów pisała m.in. Jolanta Panasiuk (1998).

1.1.1. Stereotypy etniczne, tożsamość zbiorowa

Językowo-kulturowe stereotypy etniczne, w tym narodowe, traktują o typowych cechach, postawach i ocenach względem własnego etnosu i wspólnot obcych. Alina Cała (1995: 90) podkreśla ambiwalencję wartościowania zawartą w stereotypach etnicznych. To, co obce, w stereotypowym osądzie stanowi swoistą mieszaną fascynacji i niechęci: oprócz pozytywnych opinii występują negatywne, i na te częściej zwraca się uwagę. Niejednoznaczność pod względem oceny stereotypów etnicznych pozwala na pewną elastyczność odnośnie do postaw względem „Innego”, umożliwiając kontakty neutralne, przyjazne lub wrogie. Czynniki sytuacyjny czy okolicznościowy sankcjonuje aktywację pozytywnych lub negatywnych ocen o danej wspólnocie bez uszczerbku dla stabilności całego stereotypowego modelu.

Jan Berting, Christiane Villain-Gandossi (1995: 23) wymieniają następujące funkcje stereotypów narodowych: 1) służenie członkom wspólnoty jako gotowe układy odniesienia, pozwalające konstruować obraz świata i ludzi, 2) wzmacnianie więzi wewnątrzgrupowej, 3) wyrażanie wspólnych wartości dzięki opozycji „nasze” wartości i zwyczaje *versus* „obce”, 4) pozytywne podkreślanie odmienności własnej zbiorowości, 5) wyłączenie ze wspólnoty tych jednostek czy grup, których wartości uważa się za zagrażające „własnym” wartościom (dyskryminacja), 6) możliwość eksponowania lojalności wobec własnej grupy, 7) w czasie kryzysu służenie do kreowania „kozła ofiarnego”.

Etnolingwistyka,¹⁰ zajmując się odtwarzaniem językowego obrazu świata, bada tożsamości wspólnotowe/zbiorowe, w tym etniczne i narodowe, narracje interpretujące rzeczywistość (Niebrzegowska-Bartmińska 2017: 11; Bartmiński, Chlebda 2008: 11–12). *Tożsamość*, wyrażająca bycie tym samym, identyczność (łac. *idem* ‘ten sam’), w obiegowym rozumieniu w kontekście jednostki oznacza ‘świadomość siebie, swoich cech i własnej odrębności’, a także ‘to, co pozwala rozpoznać daną osobę’ (por. kolokacje typu *sprawdzić/udowodnić czyjąś tożsamość*), w kontekście grupy społecznej zaś – ‘świadomość wspólnych cech i poczucie jedności’ (USJP IV: 96).¹¹ Jak zauważa Barbara Szacka: „[i]stotne jest nie tylko jednostkowe poczucie własnego »ja«, ale

10 Zob. podrozdział 1.1.2. Ujęcie lingwistyczne.

11 Abstrahujemy od wyróżnianego w polszczyźnie rozumienia *tożsamości* w sensie matematycznym – „równość dwóch wyrażeń, która zachodzi dla wszystkich wartości występujących w niej zmiennych” (USJP IV: 96). Na temat rozumienia *tożsamości* i jej odmian – m.in. *narodowej, zbiorowej (wspólnotowej, też społecznej) czy kulturowej* pisało wielu badaczy (por. Baczeko 1994; Bokszański 2005; Czapik-Lityńska 2017; Dylczewski 1996; Suchocka, Królikowska 2014; Szyfer 1997). Rodzajem tożsamości zbiorowej/społecznej, kształtowanej przez wydarzenia historyczne, jest **tożsamość kulturowa**, którą Marek S. Szczepański definiuje jako „względnie trwałą identyfikację pewnej grupy ludzi i pojedynczych jej członków z określonym układem kulturowym, na który składają się: zespół idei, przekonań, poglądów, z konkretnymi zwyczajami i obyczajami, z danym systemem aksjologicznym i normatywnym” (Szczepański 2006: 21). Zdaniem badaczy właśnie ten rodzaj tożsamości zdaje się najistotniejszym czynnikiem stanowiącym o odrębności grupy i najsilniej oddziałującym „na człowieka i na rzeczywistość” (Czapik-Lityńska 2017: 23).

także to, jak jednostka odbierana jest na zewnątrz – jak postrzegają ją inni. Tożsamość jest więc zjawiskiem społecznym, którego granica przebiega nie między »ja« a resztą ludzi, ale między »my« i »oni«” (Szacka 2003: 150), w którym pierwszą grupę cechują zachowania i wartości właściwe dla przyjętego w danej wspólnotce wzorca, drugą zaś – inny sposób postępowania czy także wyznawane poglądy. **Tożsamość zbiorowa** w studiach etnolingwistycznych pojmowana jest jako „wyabstrahowana z tożsamości indywidualnych członków danej zbiorowości część wspólna ich samo-identyfikacji z zespołem podzielanych przez nich symboli, wartości i przekonań, odwołanie do którego traktowane jest jako znak przynależności do tej zbiorowości” (Bartmiński, Chlebda 2008: 13). „Pojęcie tożsamości zbiorowej – jak twierdzi Antonina Kłoskowska – odnosi się do całych narodów lub innych społeczności w sposób kolektywny, czyli rozumianych nie jako zbiór powiązanych interakcją jednostek, ale organiczna całość, społeczne ciało [...]” (Kłoskowska 1996: 97). Taki swoisty konstrukt mentalny najlepiej wyraża się w języku, będącym narzędziem umożliwiającym poznanie i interpretację świata. Pojęcia *stereotypu* i *tożsamości* jako kategorie poznania i samopoznania są zatem ze sobą powiązane. „Konceptualizacja jednostki i zbiorowości za ich pomocą – stwierdza Bożena Tokarz – opiera się w znacznej mierze na redukcji w procesie zmierzającym do stworzenia prostych wykładni w celu zamknięcia w nazwie sposobu istnienia i działania, właściwości, zajmowanego miejsca, doświadczenia, światopoglądu, pochodzenia, wartościowania, wrażliwości i religii” (Tokarz 2017: 27).

1.1.2. Ujęcie lingwistyczne

Zgodnie z postulatami Jerzego Bartmińskiego w lingwistycznych badaniach nad stereotypem podstawowe założenie odnosi się do uznania nadrzędnej roli **potocznej odmiany języka** ogólnonarodowego¹² jako wyznacznika ‘**wspólnej bazy kulturowej**’, jak czyni to Teun A. van Dijk:

Wspólną bazę kulturową można traktować jako podstawę wszelkiej wiedzy, wewnątrz- i międzygrupowej, dlatego opierają się na niej wszelkie ideologie. Oznacza to, że dla danej kultury wspólna baza jest niekwestionowana, zdroworoządkowa i z tego względu nieideologiczna. Częścią wspólnej bazy kulturowej są ogólne normy i wartości podzielane przez wszystkich przedstawicieli danej kultury. Grupy wybierają niektóre z tych wartości kulturowych, np. wolność, równość, sprawiedliwość czy obiektywizm, i organizują je w swoje własne ideologie (Dijk van 2003: 9, cyt. za: Bartmiński 2006: 28).

12 Potoczna odmiana języka ogólnonarodowego w etnolingwistyce rozumiana jest szeroko, jako „najpowszechniejszy instrument społecznego porozumiewania się», a więc wariant standardowy języka narodowego, będący np. przedmiotem nauczania w ramach lektoratów za granicą. Niskie rejestry stylu potocznego nie są dla niego najbardziej reprezentatywne, ważniejszy jest rejestr neutralny” (Abramowicz, Bartmiński, Chlebda 2011: 231).

Takie założenie ukazuje kulturowe utrwalenie w stereotypach potocznego (zdroworozsądkowego), intersubiektywnego, naznaczonego określonym wartościowaniem oglądu świata. Wraz z nabywaniem języka przyswajają się stereotypy, będące „koniecznym wyposażeniem każdego uczestnika wspólnoty, każdego użytkownika języka, który łączy mówienie, myślenie i działanie” (Bartmiński 2011: 34–35). Jak podkreśla Regina Wyżkiewicz-Maksimow: „[s]tereotypizacja jest istotną częścią kodu językowego, ważnym elementem praktyki komunikatywnej i równocześnie wykładnikiem zarówno odziedziczonych, jak i doraźnie tworzonych schematów myślenia, wyrażonych w określonym kodzie kulturowym. Mieszczą się w nim opinie, poglądy, oceny i sądy na temat typowych przedstawicieli poszczególnych narodów, a nawet o całych narodach” (Wyżkiewicz-Maksimow 2012: 76).

Stereotypy stanowią ważny składnik **językowego obrazu świata** (JOS), a więc tego, co „łączy język i myślenie – to, co językowe, i to, co mentalne” (Bartmiński 2010: 155), co – ogólnie rzecz ujmując – jest abstrakcyjnym, intersubiektywnym modelem traktowanym jako swoista projekcja, interpretacja obrazu świata (rzeczywistości) w języku (Maćkiewicz 1999: 12; Bartmiński 2009: 12), odzwierciedlająca materialne i duchowe doświadczenie danej wspólnoty (Apresjan 1980: 80).¹³ JOS, stanowiąc pewną zakrzepłą w systemie danego języka strukturę pojęciową, za pomocą której podmiot ujmuje świat, ujawnia się we właściwościach gramatycznych i semantycznych języka: w znaczeniu słów, ich etymologii, znaczeniu derywatów, przejawia się w łączliwości leksykalnej, treści frazeologizmów, metafor, przysłów, tekstów kliszowanych i tworzonych doraźnie (treści presuponowane i implikowane).

Językowo-kulturowy stereotyp jest rozumiany jako ‘koncept’ (wyobrażenie), pewien korelat semantyczny funkcjonujący między nazwą a rzeczywistością, który tworzą treści poznawcze, emotywne i pragmatyczne oparte na indywidualnym i społecznym doświadczeniu (Bartmiński, Chlebda 2013: 70; Łozowski 2014). Obejmuje on cechy danego obiektu postrzegane jako „normalne”, właściwe modelowemu wyobrażeniu „typowego” czy „prawdziwego” przedmiotu,¹⁴ któremu przypisuje się nie tylko cechy konieczne i wystarczające (definicyjne, gatunkowe; decydujące o przynależności do danej klasy przedmiotów), ale też cechy charakterystyczne, uwzględniające konotację językową i kulturową, właściwe (najbardziej) reprezentatywnym okazom. Elementy składowe współtworzące rekonstruowany językowo-kulturowy stereotyp mogą mieć różny stopień utrwalenia w świadomości indywidualnej i zbiorowej. Stereotypowy obraz utrwalony jest przede wszystkim pod względem znaczenia, może być również ustabilizowany

13 Badacze nie są w pełni zgodni, co do ścisłego rozumienia terminu JOS (zob. np. Bartmiński 2009: 11–21; Wacławek 2015: 195).

14 Istnieje relewantna kulturowo różnica między wyobrażeniem „typowym” a „prawdziwym”. O znaczeniu drugiego z operatorów piszemy w dalszej części pracy (zob. 7. Prawdziwy Polak *versus* prawdziwy Słoweńiec – ogólnie o wynikach badań).

formalnie. „Istotna cecha stereotypu – pisze Bartmiński – nie tkwi w takim czy innym kształcie strukturalnym zdań (tekstów), które go komunikują, lecz w sposobie rozumienia poszczególnych słów, a więc w płaszczyźnie semantycznej, która nie może zostać wyłączona z kompetencji językowej” (Bartmiński 2007: 63).

W kontekście komunikacji międzynarodowej i międzykulturowej Uta Quasthoff wyróżnia następujące funkcje językowo-kulturowych stereotypów, uznając je za konieczne i wzajemnie zależne:

1. kognitywną: „wszelkie radykalne uogólnienia dokonywane w procesie przyswajania informacji – np. przy obserwacji osobliwości obcej kultury – stanowią ze względu na zasadę wartości domniemanych całkiem rozsądny międzykulturowy mechanizm uczenia się”;
2. afektywną – „pewien określony stopień etnocentryzmu w kontaktach międzyetnicznych jest z punktu widzenia kształtowania się tożsamości i stabilności psychiki danej wspólnoty całkowicie funkcjonalny”;
3. społeczną – „rozgraniczenie bycia w grupie – bycia poza grupą (ingroup – outgroup) i odpowiednie społeczne kategoryzacje są sposobem, w jaki sami członkowie danej społeczności, bez pomocy socjologów, wypracowują sobie strukturę społeczną. Bez tej struktury nie byłaby w ogóle możliwa orientacja w sferze współżycia codziennego ani wzajemne postrzeganie się. Kategoryzacja według narodowości lub na podstawie przynależności etnicznej zdaje się mieć najwyższy priorytet wśród innych kategoryzacji, jej niezbędność jest szczególnie wyrazista właśnie w kontaktach międzyetnicznych” (Quasthoff 1988: 14).

Quasthoff podkreśla także, że stereotypowe sądy mogą być niejednoznaczne dla przedstawiciela innej kultury (np. takiego, który uczy się języka obcego). Stąd, by osiągnąć sukces komunikacyjny, pojawia się konieczność eksplikacji stereotypów, które istnieją *implicite* w danym języku. Ważne zatem jest rozpatrywanie stereotypów funkcjonujących w danym języku w obrębie grupy etnicznej, która się nim posługuje, ale również poza nią: „[b]ardzo często zdarza się, że określenia specyficzne dla danego języka związane są z procesem nazywania, etykietowania i kategoryzacji, są niezrozumiałe dla innych narodowości bez dokładnego opisu kulturowego, wyjaśniającego precyzyjnie kontekst powstałego stereotypu” – podkreśla psycholog społeczny Henryk Pietrzak (2000: 21). Takie ujęcie bliskie jest hipotezie Sapira-Whorfa o relatywizmie językowym głoszącej, że „każdy język realizuje sobie właściwą wizję świata” (Piętkowa 2009: 86).

Podstawą do rekonstrukcji językowo-kulturowego stereotypu etnicznego jest analiza zagadnienia w kontekście relacji ‘swój–obcy’. Każda wspólnota kreuje własny **autostereotyp** – obraz siebie, który współtworzy zespół cech, właściwości i postaw przypisanych własnej grupie, przez nią tworzonych i jej dotyczących oraz związany z tym przyjęty system wartości i ocen. To, co potwierdza odrębność wspólnoty, wzmacnia więź wewnątrz niej i utrwała wizerunek własny – samoidentyfikację i autoocenę, to

sytuowanie się w opozycji względem istniejącego lub wykreowanego „Obcego”.¹⁵ **Heterostereotyp** to zatem odpowiednio waloryzowany schematyczny obraz „Innego”, w którym mieści się również to, jak „Obcy” widzi i ocenia inną wspólnotę (w tym nas). Stereotypowe postrzeganie może zmniejszyć lub wydłużyć dystans poznawczy, sprzyja pozytywnej autokategoryzacji (‘my’) i deprecjacji grupy obcej (‘oni’), gdyż m.in. uruchamia schemat myślowy typu ‘wolimy, co swojskie = znane, boimy się obcego = nieznanego’.

Wynikająca z natury stereotypów nieuprawniona generalizacja zwykle zniekształca prawdziwość sądu, co podkreśla Antonina Kłoskowska: „zamykanie całych, wewnętrznie zróżnicowanych zbiorowości ludzkich w szczelnych przegródkach klasyfikacyjnych doprowadza do zafałszowania obrazu rzeczywistości społecznej” (Kłoskowska 2001: 91).¹⁶ Uproszczenie jednak – jak wykazałyśmy – jest potrzebne jednostkom i grupom w funkcjonowaniu w świecie i wewnątrzgrupowej komunikacji. Badanie autostereotyp *versus* heterostereotyp¹⁷ jest szczególnie istotne, ma walor poznawczy, pozwala na odtworzenie pełniejszego modelu danego obiektu, a także lepiej rozumieć to, czym jest „swojskość” i „inność” – jak są percypowane i werbalizowane. Podwójne ujęcie wydaje się nieuchronne – auto- i heterostereotypy bowiem „splatają się wzajemnie, tworząc jedno z podstawowych narzędzi porządkowania świata” (Kołodziejek 2015: 232). Nierzadko jest tak, że opisując „Innego” – *de facto* opisujemy siebie: w sposobie postrzegania i oceniania „Obcego” kryje się informacja nie tylko o konceptualizacji obiektu, ale też o konceptualizacji wypowiadającego się podmiotu. „Stereotypy narodowe jako wyobrażenie o obcych zakładają zawsze pewne wyobrażenie o sobie i ocenę własnej zbiorowości narodowej” – jednoznacznie stwierdzają Berting i Villain-Gandossi (1995: 23).

Niniejsza praca wpisuje się w etnolingwistyczny nurt badań nad językowo-kulturowym stereotypowym wzajemnym wyobrażeniem **Polaka i Słoweńca**, stara się odpowiedzieć na pytanie, jak członkowie obu grup językowych postrzegają, konceptualizują i interpretują siebie sami i siebie nawzajem. Niezbędne jest jednak pewne uściślenie. Z powodu braku powszechnej znajomości Słowenii i Słoweńców wśród Polaków i analogicznie – Polski i Polaków wśród Słoweńców, spowodowanego m.in. historycznie mało rozwiniętymi wspólnymi kontaktami, odległością geograficzną oraz młodością Słowenii jako państwa, wypowiedanie się na temat funkcjonowania

15 Warto przywołać słowa Andrzeja Zajązkowskiego – socjologa, antropologa kulturowego: „[n]ie ma mowy o świadomym samookreśleniu się w kategoriach kulturowych, o utożsamieniu siebie z pewnym systemem wartości dotąd, dopóki jesteśmy »sami swoi«. Dopiero obecność obcego pozwala nam na określenie siebie, a to następuje w wyniku krytycznej obserwacji obcego, ujmowania go w kategoriach własnych wartości kulturowych, a zatem wartościowania go, czyli tworzenia jego etnicznego stereotypu” (Zajązkowski 1973: 284).

16 Szczególnie w dawniejszych opracowaniach na temat uprzedzeń narodowych i etnicznych podkreślano, iż stereotypowe postrzeganie jest błędne, szkodli, utrudnia właściwe poznanie, wynika z wadliwej edukacji i cechuje osoby niewykształcone, zamknięte czy autorytarne. Wyniki badań prowadzą do modyfikacji twierdzeń dotyczących istoty stereotypów i ich funkcji (Jasińska-Kania 2003: 20–21).

17 Niektórzy badacze oprócz auto- i heterostereotypów wyróżniają również **metastereotypy** – przekonania o tym, jak sami postrzegamy to, w jaki sposób obiegowo widzą nas członkowie innych grup (Brzozowska 2008: 22–23).

w polskiej i słoweńskiej mentalności i językach obu krajów kulturowo zakorzenionego stereotypowego portretu Słoweńca w przypadku Polaków i Polaka w przypadku Słoweńców może budzić wątpliwość.¹⁸ Można i warto jednak badać istnienie takiego obrazu obu nacji – oraz jego ewentualne modyfikacje – wśród tych przedstawicieli obu narodów, którzy wzajemnego kontaktu doświadczyli i na tej podstawie wyrobili sobie obiegową opinię. Właśnie w tym znaczeniu będziemy używać określenia językowo-kulturowy auto-/heterostereotyp Polaka/Słoweńca.

1.1.2.1. Instrumentarium pojęciowe

Przybliżyliśmy już część podstawowych terminów z zakresu etnolingwistyki, dla dalszych rozważań konieczne jest przedstawienie kolejnych – narzędzi badawczych i przyjętego na potrzeby pracy ich rozumienia, umożliwiającego spójny opis: rekonstrukcję językowo-kulturowego stereotypowego wyobrażenia reprezentantów obu nacji.¹⁹

1.1.2.1.1. Wartościowanie

Wartości wpisane są w język, stanowią rdzeń każdej kultury i wyznacznik celów ludzkich działań. Warto w tym miejscu przywołać słowa socjologa i filozofa Zygmunta Bauman: „[t]o, czego »warto bronić« (o co warto bić się i z czym niełatwo się rozstać), nazywa się »wartością«. Powiedz mi, jakie wartości wyznajesz, a powiem ci, jaka jest twoja »tożsamość«” (Bauman 2005: 188). Jadwiga Puzynina definiuje *wartość* jako ‘to, co dobre’ (Puzynina 1992), z kolei Bartmiński jako ‘to, co cenne’ (Bartmiński 2009: 131–148).²⁰ Kategoria stereotypu nieodłącznie wiąże się z formułowaniem sądów wartościujących, a więc **wartościowaniem** – pozytywnym, negatywnym, neutralnym lub ambiwalentnym.²¹ Puzynina określa ten proces jako: „czynność psychiczną człowieka, polegającą na stwierdzeniu, jakie (i w jakim stopniu) wartości [...] właściwe są – zdaniem osoby wartościującej – danym cechom, zachowaniom, a pośrednio przedmiotom” (Puzynina 1992: 83). W pracy przyjmujemy rozumienie terminu za tą autorką.

18 Niezbyt liczne kontakty polsko-słoweńskie mogą wynikać również z wciąż obustronnie słabo rozwiniętej turystyki, której punktami docelowymi byłyby wzajemnie oba kraje. Słoweńcy stosunkowo rzadko wybierają Polskę jako kierunek swoich urlopów. Podobnie Polacy zwykle nie spędzają wakacji w Słowenii kojarzonej przez nich z wysokimi cenami, niewielkim dostępem do morza i przez to (stereotypowo) postrzeganej jako tranzyt do Chorwacji.

19 Zob. też **wyjaśnienie pojęć** w podrozdziale 1.2.3.3. Budowa kwestionariusza, wyróżnione kategorie opisu.

20 Bartmiński wyraża uznanie dla dokonań badawczych prac stworzonych przez Puzyninę, jednak bliższa mu jest – wyrosła na doświadczeniu amerykańskich kognitywistów – semantyka aksjologiczna uprawiana przez Tomasza Krzeszowskiego (Bartmiński 2009: 131–132).

21 Zwężyle rozumienie w lingwistyce kulturowej *wartościowania* i innych pojęć potrzebnych w rekonstrukcji JOS (m.in. *definicji kognitywnej, prototypu, kategoryzacji, konceptualizacji czy profilowania*) przybliżyła m.in. Bernadeta Niesporek-Szamburska (2004: 23–33).

1.1.2.1.2. Kategoryzowanie

W związku z mechanizmem generalizowania w proces rekonstrukcji stereotypów wpisany jest upraszczający, czyniony z określonej perspektywy poznawczej, schemat zawierający *sui generis* kompilację osądów uwarunkowanych obiektywnie, społecznie i indywidualnie. Schematyzacja dokonuje się dzięki odpowiedniej *kategoryzacji* (termin przejęty na grunt lingwistyki kognitywnej i kulturowej z psychologii i psychologii społecznej).²² **Kategoryzacja** to grupowanie w ludzkim umyśle podobnych bodźców, doświadczeń w jedną kategorię i korelacyjne ich postrzeganie (jako wzajemnie powiązanych elementów współtworzących złożoną rzeczywistość pozajęzykową; por. Evans 2009: 161). Proces ten służy przekształcaniu postrzeganej rzeczywistości w uporządkowany, uproszczony obraz świata, ułatwiający jednostce czy wspólnocie funkcjonowanie w danej rzeczywistości – jej (z)rozumienie, służące sprawnemu komunikowaniu się. Składniki włączane w obręb uporządkowanego modelu świata są **strukturalizowane** (dostrzega się między nimi zależności, współdziałania lub kontrasty) oraz **etykietowane**, czyli tak nazywane, „by ich prawdziwe bądź domniemane właściwości były manifestowane przez przyjętą nazwę” (Golka 2008: 170). Kategoryzacja prowadzi do spadku spostrzeganych różnic wewnątrzkategoriowych, a zarazem wzrostu dostrzeganych różnic międzykategoriowych (Wojciszke 2003: 72).

1.1.2.1.3. Podmiot, punkt widzenia, perspektywa oglądu

Dla JOS ważny jest zarówno przedmiot poznania, jak i jego **podmiot**. Wyrażane za pomocą języka „uporządkowane” postrzeganie świata zawsze jest antropocentryczne, naznaczone podmiotową wizją kogoś, „kto postrzega świat zmysłami, patrzy i słucha, doświadcza [...], kto konceptualizuje doświadczenie, ocenia, wypowiada się (*homo loquens*), wchodzi w określone role komunikacyjne, działa” (Bartmiński 2008: 29). Percepcja rzeczywistości pozajęzykowej nierozzerwalnie łączy się z interpretowaniem, dokonuje się w określony sposób, związany z (podmiotowym, subiektywnym) **punktem widzenia** i odpowiednią (określoną, daną) **perspektywą** oglądu przedmiotu.²³

22 Kognitywizm to nurt psychologiczny przyjęty przez językoznawstwo. Kategoryzacja funkcjonowała w języku w sposób dowiedziony naukowo od Arystotelesa. Kognitywizm zainicjował jedynie inne mechanizmy kategoryzowania (por. Grzegorzczkova 1996).

23 Bartmiński *punkt widzenia* ujmuje jako „czynnik podmiotowo-kulturowy, decydujący o sposobie mówienia o przedmiocie, w tym m.in. o kategoryzacji przedmiotu, o wyborze podstawy onomazjologicznej przy tworzeniu jego nazwy, o wyborze cech, które są o przedmiocie orzekane w konkretnych wypowiedziach i utrwalone w znaczeniu” (Bartmiński 2009: 78), a jako *perspektywę* uznaje „zespół właściwości struktury semantycznej słów, skorelowany z punktem widzenia i będący, przynajmniej w pewnym zakresie, jego rezultatem (Bartmiński 2009: 78–79). Autor oba terminy określa jako elementy metajęzykowe funkcjonujące: „ponad gramatyką i zespołem środków leksykalno-semantycznych” (Bartmiński 2009: 79).

1.1.2.1.4. Konceptualizacja, konkretyzacja

Na poziomie analizy materiału językowego służącego do rekonstrukcji językowo-kulturowego modelu danego obiektu (np. Polaka czy Słoweńca) funkcjonalne jest użycie jeszcze dwóch innych terminów: **konceptualizacja** – werbalizacja postrzeganego zmysłowo znaczenia obiektu, ujęcie świata wyrażone językowo – i **konkretyzacja** – uszczegółowienie, koncept pomyślany dający w wypowiedzi językowej konkretny obraz. „Językowa konceptualizacja świata – pisze Ewa Kołodziejek – nie ma [...] charakteru obiektywnego, rzeczywistość postrzegana jest subiektywnie, rzeczy i zjawiska widziane są z niejednakową wyrazistością, jedne ich cechy się uwydatnia, inne pomija lub odsuwa na plan dalszy” (Kołodziejek 2015: 228).

1.1.2.1.5. Definicja kognitywna

Rekonstrukcja językowo-kulturowych stereotypów wymaga użycia odpowiedniej definicji, uwzględniającej relewantne językowo i kulturowo składniki znaczenia. Jako narzędzie eksplikacji w etnolingwistyce stosuje się tzw. **definicję kognitywną**, której celem nie jest opis „obiektywnego” znaczenia słów, lecz nacechowane subiektywnie ujęcie „tego, co ludzie rozumieją pod określonymi słowami, jakie treści (cechy, wartości) mają na myśli, tworząc sobie mentalne wyobrażenie przedmiotu” (Bartmiński 2008: 25). Zdiagnozowanie specyficznego rozumienia treści przez poszczególnych użytkowników języków wymaga nie tylko odwołania się do definicji słownikowych, ale także do osobistych doświadczeń, w tym m.in. do wywołanych metodą ankietową wypowiedzi respondentów.

1.1.2.1.6. Profil, profilowanie

Językowo-kulturowy stereotyp ma strukturę radiacyjną, wyróżnia się w nim **bazę** (centrum, cechy jądrowe, a więc najbardziej typowe, reprezentatywne)²⁴ oraz cechy mniej typowe, w tym peryferyczne. Elementy bazowe „w społecznym zastosowaniu podlegają w praktyce językowej intencjonalnemu przystosowaniu do okoliczności i kontekstu” (Bartmiński 2008: 27), czyli **profilowaniu**. Poprzez wydobywanie pewnych komponentów i nadawanie im statusu cech dominujących tworzą się **profile** (warianty, odmiany; Bartmiński 1998: 108). W niniejszym opracowaniu derywowane profile to warianty stereotypu ukazujące konceptualizowany model Polaka lub Słoweńca w kontekście intencjonalnie wyrażonych ról społecznych (np. *matka/żona*), reprezentowanych postaw, uznawanych wartości (np. *tradycjonalista, patriota, katolik*),

24 W takim znaczeniu *baza* może być łączona z *prototypem* w rozumieniu Vyvyana Evansa (por. Waclawek 2015: 197).

wykonywanych (nie tylko zawodowo) czynności (np. *sportowiec, grzybiarz*) itp.²⁵ „Kreowane profile stereotypu noszą piętno określonych formacji kulturowych w różnych odpowiadających tym formacjom dyskursach ideologicznych. Różnie profilowanym wariantom stereotypów odpowiadają różne podmioty indywidualne i zbiorowe” – podkreśla Bartmiński (2011: 46).

1.2. Podstawy metodologiczne

1.2.1. Cele i założenia pracy

Zgodnie z myślą Anny Wierzbickiej języki etniczne są swoistymi nośnikami tożsamości kulturowej (Wierzbicka 1990: 71). W ujęciu tym pobrzmiewa wciąż aktualna we współczesnej semantyce językoznawczej teza o języku jako „symbolicznym przewodniku po kulturze” (Sapir 1978: 89).²⁶ W każdym języku bowiem zawarty jest właściwy danej wspólnocie obraz świata, ukazujący jej materialne i duchowe doświadczenie.

Celem opracowania jest przedstawienie wielowymiarowości językowo-kulturowych stereotypowych konceptów Polaka i Słoweńca w ujęciu synchronicznym, odtwarzanych na podstawie danych ankietowych. Praca ma charakter komparatystyczny i nachylenie leksykalne, nie dotyczy analiz morfologicznych czy składniowych, skupia się na intencji nadawczej wyrażającej określony punkt widzenia respondentów i adekwatne do nich schematy mentalne. Służy przyniesieniu odpowiedzi na pytanie, jak objęci badaniem polscy i słoweńscy respondenci postrzegają, konceptualizują i interpretują funkcjonujący w ich mentalności i języku obraz samych siebie i siebie nawzajem. Językowo-kulturowy model zawsze jest fragmentaryczny, wycinkowy. W przypadku naszych badań jest rekonstruowany z wypowiedzi ankietowych, a więc naznaczonych językiem respondentów, ich płcią, wiekiem, miejscem pochodzenia, doświadczeniem kulturowym i innymi determinantami, dlatego odtwarzane stereotypowe wyobrażenia Polaka i Słoweńca – z natury rzeczy – są niepełne, intersubiektywne i mogą być niespójne (w tym zawierające elementy wykluczające się), gdyż mogą łączyć w sobie różnorodne (w tym ograniczone czasem, środowiskiem itd.) obrazy

25 Przyjęty sposób rozumienia *profilowania* (a co za tym idzie również rozumienia *profilu*) wywodzi się z etnolingwistyki. W tradycji szkoły lubelskiej *profilowanie* dotyczy wyodrębniania aspektów (faset) i hierarchizującego selekcjonowania rekonstruowanych cech (Bartmiński 2008: 27–28). Nasze ujęcie wpisuje się w taki sposób analizy materiału, ale przyjęte przez nas odmienne fasyty wynikają z odmiennych ról itp. Na potrzeby niniejszej pracy za konieczny do analizy uznaliśmy podział na **kategorie** semantyczne (swoiste komponenty opisowe odtwarzanych wyobrażeń Polaka/Słoweńca), za które uznaliśmy: sposób definiowania, wygląd, charakter, postawy, zachowanie (zob. podrozdział 1.2.3.3. Budowa kwestionariusza, wyróżnione kategorie opisu). **Profilowanie** zaś to dające się odtworzyć z zebranego materiału odmiany rekonstruowanego modelu.

26 Skrótowo lingwistykę Sapirowską w ujęciu Anny Wierzbickiej oraz tezy innych myślicieli, którzy wpłynęli na współczesne rozumienie języka determinujące m.in. założenia lingwistyki kulturowej i etnolingwistyki, przybliżyła m.in. Ewa Kołodziejek (2015: 23–26).

(por. Tokarski 2013: 321). Zakładamy również, że składniki odtwarzanego konceptu odpowiednio nazywające/określające i wartościujące Polaka lub Słoweńca mogą uwiadaczać się kontekstowo, a także że obraz autostereotypowy może być bardziej wartościowany *in plus*, a heterostereotypowy *in minus*.

1.2.2. Metoda ilościowo-jakościowa

W dydaktyce akademickiej zwykle wyróżnia się dwa podstawowe (umownie przeciwstawne) podejścia metodologiczne: ilościowe i jakościowe. Uogólniając, głównym celem pierwszego z nich (dzięki użyciu zaplanowanej strategii statystycznej, objęciu badaniem większej grupy) jest odpowiedź na pytanie „ile?”, co wiąże się z ryzykiem spłycenia analizy, drugiej zaś – zrozumienie „dlaczego?”, co z kolei służy skupieniu się na małej próbie, analizie jednostkowych przykładów.²⁷

Przy odtwarzaniu językowo-kulturowych konceptów wspólnotowych (czegoś typowego, powtarzającego się, a zarazem wymagającego ukazania relacji między danymi cechami, wskazania przyczyn, nacechowania itd.) niezbędne wydaje się połączenie obu wspomnianych dróg postępowania badawczego. Bartmiński podkreśla, że „konieczny jest – na etapie analizy zestawień statystycznych – powrót do kategorii jakościowych i pytanie o ich korelację z danymi ilościowymi” (Bartmiński 2007: 81).²⁸ W dane liczbowe domyślnie wpisane jest bowiem wartościowanie: ilość w swoisty sposób określa jakość i odwrotnie – jakość wymaga odpowiedniej ilości. Nie warto jednak rezygnować z opisu danych językowych pojawiających się rzadko i jednorazowo – niektóre z nich być może zapowiadają nowe tendencje, modyfikacje w uzyskanym obrazie, dlatego zostały one uznane za cenne. W analizie zostały uwzględnione wszystkie wyodrębnione z ankiet wyimki. Takie podejście, będące pokłosiem wcześniejszych naszych studiów (Wacławek 2015; Wacławek, Wtorkowska 2017a–c), jest potwierdzeniem nowszych praktyk etnolingwistów, stanowiąc zarazem ukłon w stronę tezy o otwartym charakterze tzw. definicji kognitywnej (Bartmiński, Chlebda 2013: 88).

Szczegółowy opis przyjętej drogi postępowania badawczego: ankietowania, charakterystyki respondentów itd. znajduje się w dalszych podrozdziałach.

1.2.3. Badania ankietowe

Badania ankietowe definiuje się jako „określony sposób gromadzenia informacji o ludziach, ich cechach, opiniach i postawach, o zdarzeniach, zjawiskach i procesach,

²⁷ Przybliżenia obu typów badań dokonano w innym tekście (Wacławek 2015: 208–210).

²⁸ W przypadku naszych badań narzędzia podejścia ilościowego zostały ograniczone do wskazania obliczeń procentowych (podania odsetka danych poświadczeń).

uzyskiwanych dzięki wypełnianiu przez badanych specjalnych kwestionariuszy o wysokim stopniu standaryzacji, najczęściej samodzielnie w obecności lub często bez obecności ankietera” (Pilch 2003: 135). Użycie takiej metody i techniki²⁹ ma na celu otrzymanie informacji nie tylko o tym, co respondenci wiedzą o obiekcie badań, ale również o tym, jak go rozumieją i oceniają (Kupisiewicz 2012: 60). W dyscyplinach humanistycznych prowadzone są eksploracje stereotypów z wykorzystaniem ankietowania przy odwołaniu się do różnych sposobów badań – m.in. za pomocą metody Katza i Braly’ego, metody Brigham’a, metody McCauleya, metody Osgooda (tzw. dyferencjał semantyczny), skali dystansu społecznego Bogardusa, metody generowania cech, metody skojarzeń swobodnych, metody Rep – testu, tzw. but test itd. (Bartmiński 2007; 2009; Kurcz 1992; Pietrzak 2000; Weigl 1999).

Ankietowanie stanowi również częstą praktykę w studiach nad JOS, szczególnie nad językowo-kulturowymi stereotypami.³⁰ „Ankiety lingwistyczne – pisze Bartmiński – są najkrótszą drogą dotarcia do potocznej świadomości językowej, do słów, ich sposobów rozumienia, łączenia w ciągi syntagmatyczne i relacje paradygmatyczne. Ankieta jest rodzajem eksperymentu, w którym bierze udział określona (nieprzypadkowa) grupa respondentów, wypełniających polecenia eksploratora [...]” (Bartmiński 2014a: 287). Zdecydowałyśmy się na opracowanie specjalnie na potrzeby tego badania rozbudowanego kwestionariusza zawierającego tylko pytania otwarte i opracowanego w dwóch wersjach językowych – osobno dla Polaków i osobno dla Słoweńców. Więcej na ten temat w podrozdziale 1.2.3.3. Budowa kwestionariusza, wyróżnione kategorie opisu.

Posłużenie się ankietowaniem ma wiele pozytywnych stron. Jako technika badawcza jest ono łatwe do przeprowadzenia (również pod względem finansowym) na większym obszarze wśród stosunkowo dużej populacji, cechuje się wydajnością faktograficzną – dostarcza dużej liczby danych i może mieć wysoki poziom ich wiarygodności, pozwalający na szybkie i precyzyjne określenie bazowych i peryferyjnych cech desygnacyjnych oraz ich kategoryzowanie (Bartmiński 2014a; Bartmiński, Chlebda 2013; Habrajska 2000; Pilch 2003). Bogate pod względem ilościowym i jakościowym dane językowe uzyskane z tzw. „źródeł wywołanych” znacząco poszerzają obraz rekonstruowany na podstawie (*ex definitione* ogólnikowych) danych słownikowych, a także wizerunek odtwarzany z nierzadko zindywidualizowanych

29 Ze względu na często spotykany w literaturze przedmiotu chaos w użyciu terminów związanych z postępowaniem badawczym w niniejszej pracy za Tadeuszem Pilchem i Teresą Bauman (2001: 71) *metodę* rozumiemy jako kompleks teoretycznie uzasadnionych zabiegów umożliwiających odkrycie pewnych prawidłowości, *technikę* zaś jako praktyczne czynności to umożliwiające, natomiast *narzędziem* określamy instrument, za pomocą którego realizuje się wybrane techniki (w naszym przypadku to kwestionariusz ankiety).

30 Polskim badaniom nad stereotypami wspólnotowymi od początku towarzyszyło ankietowanie – por. pionierskie prace Waleriego Pisarka (1975) i Krystyny Pisarkowej (1976).

danych tekstowych.³¹ Bartmiński i Chlebda, odwołując się do trójczłonowej koncepcji języka: system – użycie – norma, twierdzą, iż wyniki badań ankietowych „dają wgląd nie tylko w sferę indywidualnych użyć i społecznie utrwalonego systemu, ale też w sferę owych uświadamianych norm, w tym – w przyjęty w praktyce sposób rozumienia i używania słów” (Bartmiński, Chlebda 2013: 79).

Ankieta – jak każda technika badawcza – ma również słabsze strony: naznaczona jest ryzykiem ograniczonej informacyjności, fragmentaryczności uzyskanego obrazu, nieuprawnionego uogólniania związanego z reprezentatywnością badanej grupy, sugerowania odpowiedzi poprzez nieodpowiednią konstrukcję poleceń, zbyt inwazyjności (suponowania osobom badanym uświadomienie sobie ich własnych stereotypów), przyjęcia wadliwej metody obliczeń, ograniczeń wynikających z czasu i miejsca badania, historycznej relatywności itd., co może budzić dystans naukowy (por. Bauman 2013: 8; Habrajska 2000: 82–83; Pilch 2003: 138; Puzynina 2010: 40–41, Waclawek 2015: 213–214).

Pomimo wad ankietowanie w rekonstrukcji językowo-kulturowych stereotypów wydaje się pożyteczne, a nawet niezastąpione, stanowiąc wstęp do wielostronnych studiów uwzględniających zarówno szerszy krąg respondentów, jak i inne techniki badań (w tym analizę danych językowych z różnych typów tekstów).³²

1.2.3.1. Warunki, sposób i czas badania

Jak wspomniano, kwestionariusz ankiety jest konstruktywnym elementem badania, stanowiącym jego narzędzie.³³ Badanie miało charakter anonimowy, co zapewniło komfort respondentom, pozwalając im na większą swobodę wypowiedzi. Formularz został stworzony w dwóch wersjach językowych – po polsku i po słoweńsku – i był wypełniany w języku pierwszym ankietowanych, co zagwarantowało im możliwość pełnego wyrażenia swojej opinii. Wypowiedzi będziemy przytaczać w oryginalnym kształcie językowym.

31 Zgodnie z proponowanym przez szkołę etnolingwistyczną podejściem badawczym całościowy obraz danego językowo-kulturowego stereotypu współtworzą dane trojakiemu rodzajowi (tzw. S–A–T): systemowe (w praktyce ograniczane do słownikowych), ankietowe i tekstowe (Bartmiński 2007; 2009); w nowszych badaniach poszerza się rekonstrukcję o dane korpusowe (konteksty z największych korpusów tekstowych i wyszukiwarek internetowych), a także tzw. przytekstowe (związane z kulturą, nie muszące ujawniać się *stricte* w danych językowych) (por. Niebrzegowska-Bartmińska 2017: 18–19). Jak podkreślają badacze: „dopiero sięgnięcie do różnego typu danych stwarza możliwość uzyskania w miarę pełnego i zobiektywizowanego obrazu” (Abramowicz, Bartmiński, Chlebda 2009: 432).

32 W każdym studium należy dążyć do jak najszerzego oglądu, zgodzić się jednak trzeba ze słowami Ryszarda Tokarskiego, iż „w opisie języka celem analiz ma być odtworzenie językowych sposobów konceptualizacji świata, a nie zdawanie sprawy z całej wiedzy o świecie czy jakimś wycinku, jaką dysponuje użytkownik danego języka” (Tokarski 1995: 54).

33 Kwestionariusz ankiety stworzony na potrzeby badań przedstawionych w monografii znajduje się na jej końcu.

Oprócz dwudzielnej części zasadniczej, na którą składały się tak samo skonstruowane pytania, najpierw stanowiąc badanie heterostereotypowe, a potem autostereotypowe, formularz zawierał preambułę i metryczkę. Pomiar w większości przeprowadzono drogą internetową bez obecności ankietera, co w naszym odczuciu dało respondentom poczucie niezależności i psychicznego odprężenia.³⁴ Łącznie zebraliśmy 200 wypełnionych formularzy – 100 polskich i 100 słoweńskich.³⁵ Główna część badania została przeprowadzona w marcu i kwietniu 2016 roku na próbie 100 osób (50 Słoweńców i tyłuż Polaków). Pomiar powtórzono później w 2017 i 2018 wśród nowych respondentów łącznie w grupie 100 osób (w takich samych proporcjach – po połowie z obu krajów).

1.2.3.2. Dobór i charakterystyka respondentów

W ankietowaniu wzięła udział określona (nieprzypadkowa) grupa badanych – dobór został ograniczony do osób z Polski i ze Słowenii mających kontakt z przedstawicielami drugiego kraju, czyli Polaków znających Słoweńców i Słoweńców znających Polaków. Znajomość (choć częściowa) kultury drugiego z badanych państw była dla nas warunkiem podstawowym i ze względu na trudności w dotarciu do ankietowanych,

34 Tylko w kilku przypadkach otrzymaliśmy kwestionariusze wypełnione odręcznie, które zostały oddane osobiście (słoweńskich ankiet wypełnionych odręcznie było 5, a polskich 7).

35 Kilkoro polskich i słoweńskich ankietowanych (po 5 w każdej grupie) nie wypełniło części formularza. Wśród kwestionariuszy uzupełnianych przez polskich badanych wskazana liczba respondentów nie wypełniła całej części dotyczącej autocharakterystyki (obrazu Polki i Polaka), tylko dwukrotnie podano wyjaśnienie takiej decyzji: *samego siebie ciężko ocenić, trudno jest wydać opinię na temat samych siebie*. Podobna sytuacja – brak uzupełnienia części autostereotypowej (obrazu Słoweńca/Słowenki) – dotyczy 3 słoweńskich ankiet. Ponadto w jednym słoweńskim formularzu nie podano danych dotyczących ujęcia heterostereotypowego (wyobrażenia Polaka), co opatrzone odpowiednim komentarzem: *Izpolnila sem slovenski del, ker o Poljakih žal malo vem oz. sem že pozabila, ker že dolgo nisem bila na Poljskem* (tłumaczenie: *Wypełnilam część słoweńską, bo – niestety – o Polakach wiem niewiele lub już niewiele pamiętam, ponieważ od dawna nie byłam w Polsce*). Poza tym zasadniczo w jednej słoweńskiej ankiecie nie udzielono odpowiedzi (podano odpowiedzi tylko na pierwsze pytanie obu części ankiet, a więc zdefiniowano Polaka/Polkę i Słoweńca/Słowenkę). Respondentka podała wyjaśnienie swojej decyzji o odstąpieniu od badania: *Nimam nikakršnih posebnih asociacij, niti ne morem odgovoriti na ostala vprašanja, saj sem na srečo do sedaj imela priložnost spoznati Poljake vseh sort, zato nikakor ne morem posploševati svojih vtisev in jih strniti v stereotip* (tłumaczenie: *Nie mam żadnych szczególnych skojarzeń, nie mogę też odpowiedzieć na pozostałe pytania, ponieważ – na szczęście – do tej pory miałam okazję poznać różnego typu Polaków, dlatego nie mogę uogólniać swoich odczuć i grupować ich w stereotypy*), natomiast w przypadku części autostereotypowej to: *Tudi na to vprašanje kot na ostala, ki se tičejo Slovencev, ne morem odgovoriti, saj nimam enoznačne asociacije. Glede na to, da že celo življenje živim v Sloveniji in poznam ljudi vseh vrst, tudi tu ne morem posploševati vtisev. Zdi se mi, da narodnost pri teh vprašanjih ne igra velike vloge, ocenjevanje ljudi bazira na osebnosti ...* (tłumaczenie: *Również na to pytanie, jak i na pozostałe, które dotyczą Słoweńców, nie mogę odpowiedzieć, bo nie mam jednoznacznych skojarzeń. Uwzględniając to, że całe życie mieszkam w Słowenii i znam różnego rodzaju ludzi, także w tym przypadku nie mogę uogólniać swoich wrażeń. Wydaje mi się, że narodowość w tych pytaniach nie odgrywa dużej roli, ocena ludzi opiera się na osobowości...*).

jak się okazało, jedynym.³⁶ Informacje uzyskane na podstawie znajdującej się na końcu kwestionariusza metryczki, zawierającej podstawowe dane demograficzno-społeczne, pozwoliły na przybliżenie grupy objętej badaniem. Tabele 1–3 przedstawiają podział uczestników ze względu na płeć, wiek, wykształcenie.

Tabela 1: Podział respondentów ze względu na płeć.

Kraj pochodzenia	Płeć		Razem
	K	M	
PL	68	32	100
SLO	75	25	100

Wyjaśnienie skrótów: K – kobieta, M – mężczyzna, PL – Polska, SLO – Słowenia

Tabela 2: Podział respondentów ze względu na wiek.

Kraj pochodzenia	Przedział wiekowy						Razem
	0–18 lat	19–25 lat	26–35 lat	36–50 lat	51–65 lat	66–80 lat	
PL	2	29	33	20	5	11	100
SLO	1	35	47	11	1	5	100

Wyjaśnienie skrótów: PL – Polska, SLO – Słowenia

Tabela 3: Podział respondentów ze względu na wykształcenie.

Kraj pochodzenia	Wykształcenie			Razem
	Podstawowe	Średnie	Wyższe	
PL	3	21	76	100
SLO	1	41	58	100

Wyjaśnienie skrótów: PL – z Polski, SLO – ze Słowenii

Wśród respondentów z obu państw zdecydowanie przeważały kobiety. Większość ankietowanych deklarowała się jako osoba pełnoletnia – młoda lub będąca w średnim wieku – zasadniczo między 18. a 50. rokiem życia (w przypadku słoweńskich badanych w szczególności między 25. a 35. rokiem życia). Większy odsetek polskich niż

³⁶ Odzew na prośbę o wypełnienie rozbudowanego kwestionariusza okazał się mniejszy od zakładanego. Pomiar musiałyśmy powtarzać, przeprowadzałyśmy go wśród nowych ankietowanych. Planowałyśmy dobór respondentów tak, by starać się zachować proporcję pod względem ich płci. Zebranie zbliżonej liczby uzupełnionych formularzy od kobiet i mężczyzn okazało się trudne w realizacji (liczba Słowenek i Polek biorących udział w badaniu – osób mających kontakt z przedstawicielami obu narodów, bo np. studiujących słowenistykę w Polsce lub polonistykę w Słowenii czy zamieszkałych w drugim kraju – okazała się zdecydowanie większa).

słoweńskich ankiet wypełniły osoby będące w wieku emerytalnym lub przedemerytalnym. W obu grupach badanych znalazły się pojedyncze osoby niepełnoletnie. Ankietowani – przede wszystkim z Polski – deklarowali się głównie jako osoby z wyższym wykształceniem, duża grupa słoweńskich respondentów ze średnim wykształceniem (wynika z tego, iż słoweński system edukacji umożliwia/umożliwiał rozciąganie czasu studiowania nawet o kilka dodatkowych lat, co chętnie było i jest praktykowane – obecnie w nieco mniejszym stopniu niż wcześniej). Tylko symbolicznie zarejestrowano osoby z wykształceniem podstawowym.

Polscy ankietowani w większości deklarowali się jako mieszkańcy środkowej lub południowej części kraju³⁷ (odwołując się do poszczególnych nazw miast, regionów lub obecnych województw), co szczegółowo obrazuje tabela 4 (ze względu na możliwość wydzielenia mniejszych fragmentów z niektórych wypowiedzi liczba cytatów jest nieznacznie większa niż 100, dlatego dane liczbowe zostały przeliczone na procentowe).

Tabela 4: Podział polskich respondentów ze względu na miejsce zamieszkania/pochodzenia (%).

Miejsce zamieszkania/pochodzenia – część Polski	%	Przykłady
centrum (Łódź i okolice, Mazowsze, Wielkopolska)	50	- <i>Polska centralna; z centralnej Polski (Łódź); Łódź; Radomsko; z Mazowsza; województwo mazowieckie, okolice Warszawy; Warszawa; stolica; Wielkopolska; z Wielkopolski, od 7 lat mieszkam w Poznaniu; Czempin, Poznań (Wielkopolska); Kórnik (woj. wielkopolskie)</i>
południe (w tym Dolny Śląsk)	41	<i>południe Polski; południowa Polska, koegzystuję między Małopolską a Górnym Śląskiem; Małopolska; Kraków; Nowy Sącz, województwo małopolskie; Sucha Beskidzka; podkarpackie; Śląsk; Górny Śląsk; Katowice; Sosnowiec; Łaziska Górne, okolice Katowic, woj. śląskie; pochodzę z Raciborza (Górny Śląsk); mieszkam pod Katowicami; woj. śląskie (Jaworzno); wrocławianka od urodzenia; Wrocław</i>
Inne	9	<i>urodziłam się na zachodzie; województwo lubelskie; Lublin; Szczecin; pochodzę z Olsztyna, ale teraz mieszkam (studiuję) w Szczecinie; województwo pomorskie; wieś pod Gorzowem Wielkopolskim</i>
Razem	100	

37 W przypadku reprezentantów słoweńskiej Polonii, którzy wzięli udział w badaniu, byli to nie tyle ludzie mieszkający, ile pochodzący ze wskazanych obszarów.

Słoweńscy respondenci w większości określali się jako mieszkańcy (lub pochodzący ze) środkowej Słowenii czy północnych regionów kraju (Gorenjska, Štajerska).³⁸ Szczegóły przedstawia tabela 5 (w wierszu ‘inne regiony’ kolejność wymienionych obszarów wynika z ich częstotliwości wskazywania jako miejsca pochodzenia badanych).

Tabela 5: Podział słoweńskich respondentów ze względu na miejsce zamieszkania/pochodzenia (%).

Miejsce zamieszkania/pochodzenia – część Słowenii	%	Przykłady
Notranjska – centrum Słowenii (Lublana i okolice)	43	<i>Osrednja Slovenija, Osrednjeslovenska, Osrednja Slovenija (Ljubljana); Osrednja – Ljubljana; iz osrednjeslovenske regije (Ljubljana); Notranjska; Ljubljana; Ljubljana z okolico; živim v Ljubljani; zdaj živim v Ljubljani; iz Ljubljane; Ljubljana (Notranjska); blizu Ljubljane; okolica Ljubljane; Škofjica; Ig blizu Ljubljane; Črna vas; Pijava Gorica pri Škofjici</i>
Gorenjska	18	<i>Gorenjska; iz Gorenjske; Škofja Loka; Škofja Loka, Gorenjska; živim v Škofji Loki; Kamnik; prihajam iz Kamnika; Dob; Dob pri Domžalah; Vir; iz Kranja; Domžale</i>
Štajerska	13	<i>Štajerska; Maribor; iz Maribora; živim v Mariboru; prihajam iz Maribora; blizu Maribora; Dravsko polje; Štajerska (Dravsko polje); Ptuj; s Ptuja</i>

38 Obecnie w Słowenii formalny podział obejmuje 12 regionów administracyjnych (*regija*), od wschodniej (północno-wschodniej) strony państwa są to: 1. *Pomurska regija* (najbardziej wysunięty na północny wschód teren nizinny i rolniczy; Murska Sobota), 2. *Podravska regija* (Maribor, Ptuj), 3. *Koroška regija* (Ravne na Koroškem, Slovenj Gradec), 4. *Savinjska regija* (Celje, Velenje), 5. *Zasavska regija* (Trbovlje), 6. *Posavska regija* (region do 1 stycznia 2015 roku nosił nazwę *Spodnjeposavska regija* – Krško), 7. *Jugovzhodna Slovenija*, (Novo mesto), 8 *Osrednjeslovenska regija* (Ljubljana), 9. *Gorenjska regija* (Kranj), 10. *Primorsko-notranjska regija* (region ten do 1 stycznia 2015 nosił nazwę *Notranjsko-kraška regija*; Postojna), 11. *Goriška regija* (Nova Gorica), 12. *Obalno-kraška regija* (Koper). W powszechnym potocznym rozumieniu kształt mapy Słowenii (kontury państwa) postrzegany jest jako forma przypominająca kurę (por. kształt Włoch kojarzony z butem z wysoką cholewą i wysokim obcasem).

W Słoweńcach jest nadal mocno zakorzeniony podział na siedem nieformalnych **tradycyjnych** prowincji (czy regionów): *Gorenjska* (Kranj), *Dolenjska* (Novo mesto), *Notranjska* (Ljubljana), (największa) *Štajerska* – Styria (Maribor), *Primorska* (Koper), *Koroška* – Karyntia (Slovenj Gradec) i *Prekmurje* (Murska Sobota), który w dużej mierze oparty jest na dawnym austro-węgierskim administracyjnym podziale tych ziem. Nazwy prowincji są ustalone, ale trudno jest wyznaczyć ich granice, ponieważ nie odpowiadają one obecnemu podziałowi administracyjnemu i geograficznemu (regionalnemu) Słowenii. Częstość podawania właśnie regionu pochodzenia lub/i zamieszkania respondentów może świadczyć też o wadze tego typu informacji dla samych ankietowanych.

Miejsce zamieszkania/pochodzenia – część Słowenii	%	Przykłady
Inne regiony	24	Primorska: <i>Primorska; iz Primorske; prihajam iz primorske regije; prihajam iz severne Primorske, iz vasi Šebrelje (med Idrijo in Tolminom);</i> Posavje: <i>Posavje; izvorno iz Posavja; Spodnjeposavska regija; iz Spodnjeposavske regije; Krško;</i> Dolenjska: <i>Dolenjska; živim na Dolenjskem; Novo mesto;</i> Goriška: <i>Goriška; iz Šentviške planote na Goriškem;</i> Koroška: <i>Koroška; iz Slovenj Gradca; iz Slovenj Gradca (Koroška);</i> Savinjska regija: <i>Savinjska;</i> Prekmurje: <i>Prekmurje;</i> Notranjsko-kraška regija: <i>Notranjsko-kraška regija;</i> Pomurje: <i>Murska Sobota</i>
Inne	2	<i>slovensko zamejstvo (Italija); živim v Sloveniji</i>
Razem	100	

Kolejne tabele (6–7) zbierają dane o deklarowanej przez respondentów pracy czy wskazywanym przez nich zajęciu. Najpierw przedstawiamy informacje na temat polskich badanych (również w przeliczeniu na dane procentowe, ponieważ nieliczni respondenci wskazali więcej niż jedną aktywność).

Tabela 6: Podział polskich respondentów ze względu na wykonywaną pracę/wykonywane zajęcie (%).

Zajęcie/praca	%	Przykłady
Uczący się	45	<i>student; studentka; uczeń</i>
Nauczyciel	18	<i>nauczyciel; nauczyciel akademicki; obecnie pracownik uczelni; wykładowca</i>
Inne	29	<i>pracownik; pracownik dużej firmy; właścicielka firmy; przedstawiciel handlowy; pracownik MSZ; redaktor, informatyk, przyszły emeryt; artysta, wolny zawód; śpiewaczka; farmaceutka; obecnie gospodyni domowa; aktualnie „house manager”</i>
Emeryt	8	<i>emeryt; emeryt, wcześniej pracownik naukowy; emerytka</i>
Razem	100	

Duża grupa polskich ankietowanych to osoby uczące się, w znakomitej większości na uczelniach, poznali Słowenię i Słowenców dzięki wymianom studenckim (45%). W badaniu wzięła również udział pewna grupa nauczycieli, zwykle akademickich (18%). Duży odsetek stanowiły osoby zajmujące się inną pracą (29%), byli to najczęściej przedstawiciele Polonii. Informacje o ich działalności zawodowej mogły być ogólne: *pracownik; pracownik dużej firmy; właścicielka firmy* lub skonkretyzowane: *pracownik MSZ; redaktor; przedstawiciel handlowy; farmaceutka; informatyk; artysta; obecnie gospodyni domowa* – to ostatnie zajęcie pojawiło się również w wersji eufemistycznej: *aktualnie „house manager”*. Nie zabrakło również osób już nieaktywnych zawodowo (8%).

Przywołane informacje warto porównać z danymi pochodzącymi od słoweńskich ankietowanych. Kolejna tabela przybliży dane na temat deklarowanych przez respondentów ze Słowenii wykonywanych prac lub zajęć czy posiadanego statusu zawodowego (edukacyjnego).

Tabela 7: Podział słoweńskich respondentów ze względu na wykonywaną pracę/wykonywane zajęcie (%).

Zajęcie/praca	%	Przykłady
Uczący się	41	<i>študent; študentka; osnovnošolec</i>
Tłumacz	14	<i>prevajalec; prevajalec s. p.</i> [samostojni podjetnik ‘prywatny przedsiębiorca’ – przyp. autorek]; <i>prevajalka; pogodbeno/honorarno prevajanje; prevajalka (nezaposlena); pogodbeno/honorarno prevajanje; ukvarjam se s prevajanjem; prevajam</i>
Nauczyciel / badacz	10	<i>učiteljica v OŠ; učitelj; lektoriranje; zaposlen na fakulteti; zaposlena na fakulteti; raziskovalec na inštitutu; zaposlena v raziskovalni ustanovi; raziskovalka</i>
Inne	25	<i>zaposlen; zaposlen v velikem podjetju; zaposlen v večjem podjetju; veliko podjetje; zaposlena v velikem podjetju; zaposlena v podjetju; zaposlena v manjšem podjetju; zaposlena v nevladni organizaciji; javna delavka v javni ustanovi; Ministrstvo za obrambo; zaposlena v hostlu; recepcija; gostinstvo; gospodinja; lektoriranje; marketing</i>
Bezrobotny	6	<i>brezposelna; [prevajalka] (nezaposlena); brez zaposlitve; trenutno nezaposlen</i>
Emeryt	4	<i>upokojenec; upokojenka</i>
Razem	100	

Najlichnieszka grupa słoweńskich ankietowanych to osoby uczące się na wyższych uczelniach, a więc studenci, którzy poznali Polskę i Polaków głównie dzięki wymianom akademickim (41%). W badaniu wzięły udział osoby deklarujące się jako tłumacze

(14%) oraz nauczyciele, w tym też pracownicy akademicki (10%): *učitelj; učiteljica v OŠ; zaposlen na fakulteti* i naukowcy w instytutach badawczych: *raziskovalec na inštitutu; zaposlena v raziskovalni ustanovi*. Duży odsetek stanowiły osoby zajmujące się inną pracą (25%). Informacje o swojej działalności przedstawiano ogólnie (najprawdopodobniej wykorzystano wskazówki zawarte w pytaniu o zatrudnienie), określano się jako osoby zatrudnione w dużym lub małym przedsiębiorstwie, w organizacji pozarządowej lub w sektorze publicznym, niektórzy doprecyzowali miejsce zatrudnienia: *Ministrstvo za obrambo; zaposlena v hostlu; recepcija* bądź zakres swojej działalności: *gostinstvo; lektoriranje; marketing*. Wśród badanych odnotowałyśmy osoby wskazujące jako swoje zajęcie bycie gospodynią domową. Wśród respondentów znalazły się również osoby nieaktywne zawodowo – z powodu osiągniętego wieku (4%): *upokojenec, upokojenka* bądź z powodu (chwilowego) braku zatrudnienia (6%): *brezposelna; trenutno nezaposlen*. Niektórzy słoweńscy respondenci podali dwa wykonywane przez siebie zajęcia (lub zajęcia/pracę i status): *pogodbeno/honorarno prevajanje/lektoriranje; prevajalka (nezaposlena); študentka/prevajalka; zaposlena na fakulteti/prevajalka*.

Czynnikiem ważnym, wpływającym na spojrzenie respondentów, był element temporalny. Ze względu na przyczyny pobytu w Słowenii lub w Polsce ankietowani wskazywali różną deklarowaną długość kontaktu z krajem niebędącym ich ojczyzną i z jego mieszkańcami. Dane zostały podzielone na 4 grupy wyznaczające okres trwania relacji: a) bardzo krótki (do dwóch miesięcy), b) relatywnie krótki (do roku), c) długi (od roku do trzech lat), d) bardzo długi, też stały i e) trudno do określenia (por. tabele 8–9).

Tabela 8: Długość kontaktu polskich respondentów ze Słowenią i Słoweńcami (%).

Długość kontaktu	%	Przykłady
Bardzo krótki (do dwóch miesięcy)	27	<i>tydzień; mniej niż miesiąc; około półtora miesiąca; mniej niż dwa miesiące; 2 miesiące; od dwóch miesięcy mieszkam w Słowenii</i>
Relatywnie krótki (do roku)	21	<i>4 miesiące; pięć miesięcy; pół roku; dwukrotnie przebywałem na półrocznej wymianie w Słowenii; ok. 7 miesięcy; 10 miesięcy</i>
Długi (od roku do trzech lat)	16	<i>1,5 roku; sporadycznie przez dwa lata, stały kontakt od 1,5 roku; 2 lata; około 2–3 lata; 3 lata</i>
Bardzo długi, też stały	36	<i>4 lata; 5 lat; 4,5 roku mam kontakt, w Słowenii żyję [kalka ze słoweńskiego] od 1,5 roku; 7 lat; 8 lat; od około 10 lat; od 11 lat; mieszkam w Słowenii 14 lat; od 1995 roku; od 1998 roku mam kontakt, od 2002 mieszkam na stałe w Słowenii; stałe zamieszkanie, 15 lat; mieszkam na stałe w Słowenii</i>
Trudno określić	0	---
Razem	100	

Tabela 9: Długość kontaktu słoweńskich respondentów z Polską i Polakami (%).

Długość kontaktu	%	Przykłady
Bardzo krótki (do dwóch miesięcy)	15	<i>na Poljskem en teden; 2 tedna; dva tedna na poletni šoli; manj kot mesec dni; mesec dni; en mesec na poletni šoli; do meseca dni</i>
Relatywnie krótki (do roku)	31	<i>približno pol leta; pol leta; pol leta izmenjava na Poljskem; semester na Poljskem; 5 mesecev – na študijski izmenjavi; malo več kot pol leta; 7 mesecev; dvakrat po 4 mesece; šesteto približno 6–12 mesecev; skupno skoraj leto; približno eno leto v okviru študija</i>
Długi (od roku do trzech lat)	14	<i>nekaj več kot eno leto; na faksu eno leto in pol; približno dve leti (vendar ne strnjeno); dve leti; več kot dve leti; na Poljskem sem skupaj preživel približno 2,5 leta; 2,5 leta na Poljskem; 3 leta; tri leta; stik s Poljaki sem imela samo v okviru študija (na predavanjih)</i>
Bardzo długi, też stały	35	<i>približno 4 leta; odkar študiram, torej približno 4 leta; okoli 4 leta – osebno poznam samo eno Poljakinjo; štiri leta; v času študija, potem 3 leta življenja na Poljskem, trenutno tudi v službi; z nekaterimi Poljaki ga imam še vedno (stik ni reden, traja cca. 2–6 let); stalen stik s Poljaki imam okrog 10 let; že 10 let, vendar ne vsak dan; več kot deset let vsaj občasno; 11 let; vsaj 11 let posrednih stikov. Sicer pa daljši stiki s poljsko kulturo, ki sežejo v 90. leta; 12 let; prijateljski stiki, 15 let; zadnjih 15 let; redno od leta 2005; 30 let; 41 let stalno živim s Poljakom; poročen sem s Poljakinjo; imam poljske korenine, stik s Poljaki imam od rojstva; redni stiki</i>
Trudno określić	5	<i>začasno prebivališče na Poljskem; ohranjam kontakt s poljskimi prijatelji; turistični obiski; občasno hodim na Poljsko k prijateljem</i>
Razem	100	

Największy odsetek polskich (36%) i słoweńskich (35%) respondentów wskazuje na bardzo długi deklarowany okres kontaktu z południowo- lub północnoślōwianškimi pobratymcami – od kilkuletniej styczności i takiegoż pobytu po stałe zamieszkanie na terenie Republiki Słowenii czy Rzeczypospolitej:

- *4 lata; 4,5 roku mam kontakt, w Słowenii żyję [kalka ze słoweńskiego] od 1,5 roku; od 1998 roku mam kontakt, od 2002 mieszkam na stałe w Słowenii;*
- *približno 4 leta; stalen stik s Poljaki imam okrog 10 let; prijateljski stiki, 15 let; 30 let; 41 let; redni stiki.*

Tylko wśród badanych ze Słowenii znalazły się osoby, które ujawniły, iż ich stały kontakt z reprezentantami drugiej narodowości wynika z mieszanego polsko-słoweńskiego związku partnerskiego czy małżeńskiego: *stalno živim s Poljakom; poročen sem s Poljakinjo* lub pochodzenia: *imam poljske korenine, stik s Poljaki imam od rojstva*. Zakładamy, że ekscerpty uzyskane z wypowiedzi badanych wskazujących na bardzo długi kontakt w większym stopniu ujawnią po pierwsze dogłębniejsze spojrzenie

na charakteryzowaną heterostereotypową grupę, a po drugie – perspektywę mogącą wskazywać na podejście *in plus* („wybielające”) względem własnej grupy (jeśli mamy do czynienia np. z przedstawicielami zagranicznej Polonii), ewentualnie drugiej grupy (np. w przypadku mieszkających w kraju Prešerena małżeństw mieszanych, w których współmałżonek idealizuje obraz własnej ojczyzny i swoich rodaków).

Część zebranych ekscerptów, zbliżoną pod względem ilościowym w przypadku danych słoweńskich i polskich, stanowią wypowiedzi ankietowanych zapewniających o wchodzeniu w interakcje z przedstawicielami drugiej z charakteryzowanych narodowości od roku do trzech lat (PL – 16%, SLO – 14%): *1,5 roku; około 2–3 lata; 3 lata; nekaj več kot eno leto; več kot dve leti; 3 leta življenja na Poljskem*. Widać wyraźny wzrost odsetka zwłaszcza słoweńskich badanych deklarujących relatywnie krótki okres (do roku) wzajemnych polsko-słoweńskich relacji (PL – 21%, SLO – 31%): *4 miesiące; dwukrotnie przebywałem na półrocznej wymianie w Słowenii; 10 miesięcy; približno pol leta; malo več kot pol leta; semester na Poljskem; skupno skoraj leto*.

Duży procent słoweńskich badanych (15%), a jeszcze większy odsetek polskich respondentów – drugi pod względem wielkości (27%) poświadczą tworzenie badanego heterostereotypowego osądu na podstawie bardzo krótkiego kontaktu ze Słoweńcami lub Polakami:

- *tydzień; mniej niż miesiąc; około półtora miesiąca; mniej niż dwa miesiące;*
- *na Poljskem en teden; manj kot mesec dni; en mesec na poletni šoli.*

Dodatkowo z niewielkiej części jedynie słoweńskich odpowiedzi trudno wywnioskować, jak długi był w momencie wypełniania ankiety okres trwania kontaktu z Polską i Polakami, gdyż ankietowani wskazywali jedynie ogólnie to, że czasowo bywają w Polsce (również w celach turystycznych) czy miewają kontakt z jej mieszkańcami (SLO – 5%): *začasno prebivališče na Poljskem; turistični obiski; obranjam kontakt s poljskimi prijatelji*, co można by uznać (zwłaszcza w przypadku wyjazdów urlopowych) za okresy raczej krótkie.³⁹ Formułowanie ankietowych sądów na podstawie bardzo krótkiego i relatywnie krótkiego okresu trwania polsko-słoweńskich relacji (uznałyśmy, że chodzi maksymalnie o 3 miesiące) powinno – jak sądzimy – tworzyć ujęcie odznaczające się bardzo schematycznym oglądem obcej grupy oraz mało zdystansowanym spojrzeniem na własną (co z kolei może wiązać się nie tyle z idealizującą, ile z nazbyt krytyczną oceną siebie samych).

Warto dodać, że przede wszystkim słoweńscy respondenci zapytani o długość kontaktu z przedstawicielami drugiej nacji okazali się bardziej wylewni – udzielili dokładnych odpowiedzi, co zwiększyło liczbę wyróżnionych ekscerptów. Doprecyzowanie dotyczyło na przykład:

39 Zatem te wypowiedzi można zinterpretować tak, by weszły do kategorii ‘bardzo krótki czas kontaktu (do dwóch miesięcy)’, zwiększając jej wartość procentową.

- regularności kontaktu z użyciem określeń temporalnych typu: *staty, ciągly, regularny, okresowy, chwilowy, czasowy, nie każdego dnia, nadal* (słń. *stalen, reden, občasen, ne vsak dan, še vedno*): *z nekaterimi Poljaki ga [stik] imam še vedno (stik ni reden, traja cca. 2–6 let); že 10 let, vendar ne vsak dan; stalno živim s Poljakom; stalen stik s Poljaki imam okrog 10 let; redno od leta 2005; več kot deset let vsaj občasno; redni stiki;*
- stabilności kontaktu (ciągly lub z przerwami): *približno dve leti (vendar ne strnjeno); zadnjih 15 let, na Poljskem sem skupaj preživel približno 2,5 leta; skupno skoraj leto; šesteto približno 6–12 mesecev; skupno skoraj leto; dvakrat po 4 mesece; 5 x po 14 dni [70 dni]; sem bila še večkrat po mesec dni ali manj na Poljskem;*
- miejsca kontaktu, czy dokonał się on w Słowenii, na przykład kontakt na uczelni, czy też w Polsce, na przykład w ramach wymiany stypendialnej lub szkoły letniej: *na Poljskem en teden, na faksu eno leto in pol; na Poljskem manj kot mesec, v Sloveniji pa 4 leta; stik s Poljaki sem imela samo v okviru študija (na predavanjih); pol leta izmenjava na Poljskem, 4 leta stik na fakulteti (s profesorji); 5 mesecev – na študijski izmenjavi.*

Dobór grupy respondentów – ich deklarowana płeć, wiek, miejsce zamieszkania, wykształcenie, praca i zajęcia oraz długość kontaktu z przedstawicielami drugiej badanej nacji – miał znaczący wpływ na uzyskane wyniki. Rekonstruowane wyobrażenia o Polakach i Słowenianach odzwierciedlają przyjęty przez badanych punkt widzenia i ich (inter)subiektywną perspektywę.

1.2.3.3. Budowa kwestionariusza, wyróżnione kategorie opisu

Jak wspomniano, użyty w badaniu kwestionariusz ankiety znajduje się na końcu monografii, część zasadnicza została poprzedzona preambułą przedstawiającą cel badania i apel o udział w nim, zakończenie zaś tworzyły metryczka i podziękowanie. Meritum o dwudzielnej paralelnej konstrukcji zawiera po 5 poleceń, dotyczących sposobu postrzegania grupy obcej, a następnie własnej:

1. Kto to jest Słoweniec/Słowenka (Polak/Polka)? (prośba o zdefiniowanie)
2. Proszę wskazać i krótko opisać to, co (najlepiej) charakteryzuje Słowenian i Słowenkę (Polaka i Polkę): wygląd; charakter, zdolności, zachowanie; relacje rodzinne; kulinaria; stosunek do: pieniędzy, nauki i wykształcenia, religii, państwa i narodu; sposoby spędzania wolnego czasu; inne; czy jest coś, co Pana/Pani zdaniem w Słowenii (w Polsce) szczególnie wyróżnia przedstawicieli danej płci?
3. Co szczególnie kojarzy się Panu/Pani ze Słowenianem i Słowenką (Polakiem i Polką), a także ze Słowenian i tym, co słoweńskie (z Polską i tym, co polskie)? Proszę uzasadnić swój wybór.
4. Czy zna Pan/Pani jakieś dowcipy, anegdoty lub powiedzenia o Słowenianach (Słoweniankach) / Polakach (Polkach)? Jeśli tak, to jakie?
5. Czy chciałby Pan/chciałaby Pani jeszcze coś dodać na temat Słowenian i/lub Słowenki (Polaka i/lub Polki)?

Wszystkie pytania (polecenia) miały charakter **otwarty** – pozwalający respondentom na samodzielne sformułowanie odpowiedzi, wyrażenie własnego punktu widzenia, co służy uzyskaniu wiarygodnych wyników, w tym zminimalizowaniu wywierania wpływu na badanych. Posłużenie się ankietą otwartą dopuszcza wiele odpowiedzi – respondenci mogli wskazać więcej niż jedną opisywaną cechę. Uznałyśmy celowość użycia rozbudowanego formularza – tak skonstruowana ankieta pozwala na pełniejszą rekonstrukcję stereotypowego obrazu obu nacji, dała materiał językowy, którego obszerność przerosła nasze oczekiwania, co stanowi niewątpliwą korzyść dla badania.⁴⁰

Pierwsze polecenie dotyczyło rozumienia zakresu znaczeniowego etnonimów, w tym zbadania cech, które respondenci uważają za dystynktywne. Ma to na celu odtworzenie takiego modelu eksplikacji Polaka/Polki i Słoweńca/Słowenki, który odpowiadał perspektywie wypowiadających się, stanowiąc tym samym podstawę do stworzenia wieńczących pracę odpowiednich definicji kognitywnych. Odpowiedzi na drugie, rozbudowane, pytanie ankiety służą rekonstrukcji zasadniczego trzonu cech konotowanych przez Polaka/Polkę oraz Słoweńca/Słowenkę. Celowo w treść polecenia zostały wplecione wybrane (proponowane) kategorie (wygląd, charakter i zachowanie, sposoby spędzania wolnego czasu, stosunek do rodziny, pieniędzy itd.), które piszący mógł określić. Stanowiło to dużą pomoc zarówno dla ankietowanych, jak i dla eksplorujących. Dobór tematyczny determinowały poprzednie nasze doświadczenia (Wacławek 2015: 286–306), a przede wszystkim wyniki wcześniejszych polsko-słoweńskich badań terenowych (Cmiel, Kołaczek, Lament, Pieńkowska, Stachowiak 2008). W opisanych wywiadach z Polonią w Słowenii nierzadko pojawiały się opinie na temat różnic kulturowych, które odzwierciedlają się m.in. w charakterze narodowym czy obyczajowości. Już pierwsze analizy zebranego materiału ankietowego umocniły nas w przekonaniu o słuszności dokonanego zabiegu (por. Wacławek, Wtorkowska 2017a–b; 2018a), dlatego na potrzeby niniejszej pracy wyróżniłyśmy następujące **kategorie tematyczne** opisu odtwarzanego językowo-kulturowego stereotypu Słoweńców/Polaków: definicja (eksplikacja), wygląd, charakter i zachowanie, stosunek do pieniędzy, czas wolny.⁴¹ Przyjęty

40 Długość kwestionariusza spowodowała jednak jego małą zwrotność, zniechęcała potencjalnych respondentów do jego wypełnienia, co znacząco wydłużyło czas badania i wpłynęło na ostateczny dobór ankietowanych (zob. przyp. 36.). Miało to przełożenie na wyniki, w naszym odczuciu na korzyść rekonstruowanego obrazu. Kwestionariusz wypełniły osoby, które rzeczywiście chciały szczerze, pełniej wypowiedzieć się na temat postrzegania własnej i drugiej nacji.

41 Możliwa **objętość monografii** – niestety – okazała się dla nas sporym **ogranicznikiem**. Zebrany za pomocą ankiety materiał językowy był bardzo obszerny, dlatego, aby móc go rzetelnie przedstawić, na ostatnim etapie pisania książki zmuszone byłyśmy, by nie włączyć do niej niektórych wstępnie założonych, wynikających z budowy ankiety, tematycznie części. Część wyników – pierwsze wprawki na mniejszej grupie respondentów – została już opublikowana w formie artykułów (zob. Polaka stosunek do rodziny: Wacławek, Wtorkowska 2021 oraz Polaka i Słoweńca stosunek do edukacji: Wacławek, Wtorkowska 2019c i e), a część analiz będzie przedstawiona w kolejnych opracowaniach. W osobnych artykułach zostaną przedstawione wyniki dotyczące słoweńskiego stosunku do rodziny, a także polskiego i słoweńskiego stosunku do religii, państwa i narodu (analiza na podstawie części danych językowych

w pracy sposób klasyfikacji materiału w pierwszym oglądzie różni się od przyjętej praktyki etnolingwistów, ponieważ tylko pośrednio wpisany jest weń podział na aspekty – domeny wyróżniane z określonego punktu widzenia.⁴²

Podczas wstępnej analizy zebranego materiału zostały wyodrębnione odpowiednie (czasem kilkuwyrazowe) segmenty tekstu – **wyimki** (inne określenia: ekscerpty, werbalizacje, egzemplifikacje, wskazania, poświadczenia, cytaty, przykłady), traktowane jako najmniejsze jednostki opisu, które przy cytowaniu będą zapisane kursywą i oddzielane od siebie średnikiem, podczas ich cytowania najpierw będziemy podawać przykładowe wyimki tworzące obraz autostereotypowy, a potem heterostereotypowy (a zatem podczas omawiania rekonstruowanego modelu Polaka najpierw podamy polskie ekscerpty, a potem słoweńskie, a podczas odtwarzania modelu Słoweńca – najpierw egzemplifikacje słoweńskie, a potem polskie). Wyimki połączone w zespoły o znaczeniu bliskoznacznym współtworzące **deskryptory** (inaczej: cechy deskryptywne), które mogły zostać sprowadzone do większych wspólnych wiązek cech – **syndromów**, a następnie do **klas tematycznych** (zespołów syndromów). Na wskazany podział nakłada się **wartościowanie**, które uznałyśmy za wyższą jednostkę opisu, podkategorię tworzącą dany podrozdział monografii.⁴³ Przyjętą w pracy strategię rekonstrukcji stereotypu (a co się z tym wiąże grupowania wyekscerpowanego materiału językowego) można przedstawić w następujący sposób: wyimki → deskryptory → (syndrom) → (klasa) → podkategoria: wartościowanie i ‘inne’ → kategoria (np. wygląd) → stereotyp.⁴⁴

wynikających z polecenia 2. ankiety), osobno przedstawimy także rekonstrukcję obrazu polskości i słoweńskości odtwarzanego z przywoływanych polskich i słoweńskich anegdot, powiedzeń czy dowcipów (zob. polecenie 4. ankiety) czy skojarzeń związanych nie tyle z Polakami i Słoweńcami, ile z krajami opisywanych narodów (część werbalizacji zarejestrowanych w odpowiedziach na polecenia 3. i 5). Ze wskazanego powodu w książce nie uwzględniliśmy również wyników badań dotyczących językowo-kulturowego obrazu polskich i słoweńskich upodobań kulinarnych, stanowiących ważny element kodu kulturowego, w tym samoidentyfikacji. W tym przypadku pozostaje nam odesłać czytelników do wcześniej opublikowanych opracowań (Wacławek, Wtorkowska 2018c, 2019d i f).

- 42 Podział na **aspekty** (fizyczny/fizyczny, biologiczny, kulturowy, lokalistyczny/lokacyjny, społeczny, psychiczny, psychospołeczny, polityczny, etyczny, religijny itd.; por. Bartmiński 2007; Bartmiński, red., 2006; Bartmiński, Chlebda 2013: 82) został przez nas potraktowany jako **kryterium dodatkowe**, jedynie pomocnicze. Materiał językowy pochodzący z pytań otwartych nie zawsze daje się jednoznacznie zaklasyfikować w bloki aspektowe, w analizowanym materiale wiele kategorii jest rozmytych, a podział na aspekty nie zawsze bywa klarowny, co przyznają sami etnolingwiści (Bartmiński, red., 2006: 41). Użyteczniejsza wydaje się analiza nastawiona nie tyle na wydzielenie aspektów, ile na opis jakościowy.
- 43 Podkategoria tematyczna związana z wartościowaniem, budująca dane podrozdziały opisujące fragmenty odtwarzanego wyobrażenia Polaka/Słoweńca, została najczęściej podzielona na: a) pozytywne (lub pozytywne i neutralne – jeśli trudne okazało się jednoznaczne rozgraniczenie), b) ambiwalentne (niejednoznaczne pod względem wartościowania; wyróżniane, jeśli wynikało to z zebranego materiału), c) negatywne; d) ‘inne’ (dodatkowa podkategoria – wyimki pozbawione wartościowania, niedające się zaklasyfikować w wyróżnione ramy deskryptorów i – siłą rzeczy – do jednostek im nadrzędnych; wpisujące się w nią wypowiedzi wyrażają m.in. brak wiedzy na dany temat, trudność z odpowiedzią lub brak odpowiedzi).
- 44 W nawias ujęto elementy, które mogą (ale nie muszą) wystąpić.

Tabele 10–11 prezentują dane liczbowe obrazujące wielkość badania – w tym sumę wszystkich wyimków zaliczonych do danej kategorii tematycznej osobno w auto- i heterostereotypie Polaka lub Słoweńca, stanowiącą podstawę do obliczeń procentowych (czyli to, co stanowi 100%).

Tabela 10: Językowo-kulturowy stereotyp Polaka: całościowe zestawienie liczbowe wyodrębnionych wyimków.

Stereotyp Polaka – kategorie tematyczne		Liczba wszystkich wyimków uzyskanych w ramach odpowiedzi na dane pytanie		Razem
		A	H	
Eksplikacje (definicje)	<i>Polaka</i>	150	190	340
	<i>Polki</i>	145	182	327
Wygląd		420	410	830
Charakter		778	625	1 403
Stosunek do pieniędzy		247	209	456
Czas wolny		329	286	615
Razem		2 069	1 902	3 971

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Tabela 11: Językowo-kulturowy stereotyp Słoweńca: całościowe zestawienie liczbowe wyodrębnionych wyimków.

Stereotyp Słoweńca – kategorie tematyczne		Liczba wszystkich wyimków uzyskanych w ramach odpowiedzi na dane pytanie		Razem
		A	H	
Eksplikacje (definicje)	<i>Słoweńca</i>	135	182	317
	<i>Słowenki</i>	140	168	308
Wygląd		399	371	770
Charakter		565	587	1 152
Stosunek do pieniędzy		231	189	420
Czas wolny		356	404	760
Razem		1 826	1 901	3 727

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Materiał językowy wyekscerpowany z ankietowych „tekstów wywołanych” jest ciekawy badawczo: zarejestrowane ekscerpty wykazują się zbieżnością, widoczne jest bogactwo pod względem ilościowym i jakościowym. Uzyskane wyniki można traktować jako reprezentatywne.

Wydaje się, że tożsamość jest jak grzech:
choć bardzo jej się opieramy,
nie umiemy od niej uciec.

Samuel Huntington, *Kim jesteśmy? Wyzwania
dla amerykańskiej tożsamości narodowej*

2. *Polak i Polka, Słoweniec i Słowenka* – eksplikacje

W rozdziale rekonstruujemy oraz porównujemy językowe obrazy Polaka i Polki oraz Słoweńca i Słowenki, powstałe na podstawie danych językowych uzyskanych z odpowiedzi na pytania: *Kto to jest Polak/Polka?* oraz *Kto to jest Słoweniec/Słowenka?*⁴⁵ Termin *definicja* obejmuje swym zakresem wyrażenia o bardzo różnorodnej postaci, dlatego czasem odróżnienie definicji od innych konstrukcji wyrazowych niebędących definicjami *sensu stricto* bywa trudne. Według *Malej encyklopedii logiki* **definicja** to termin odnoszący się do bardzo szerokiego zakresu wyrażen językowych, których jedyną cechą wspólną jest to, iż przyczyniają się one w pewien sposób do wyjaśnienia sensu określonego wyrażenia (Marciszewski 1988: 36), a zgodnie z ujęciem *Powszechnej encyklopedii filozofii* to określenie krótkie, lecz pełne zmierzające do jednoznacznej charakterystyki jakiegoś przedmiotu lub zakomunikowania o semantycznych funkcjach wyrażenia poprzez wskazanie sposobu jego przekładalności na inne wyrażenie (Kamiński 2002). Wiele rodzajów definicji i ich różnorodność wynika z różnych celów, jakie przyświecają określonym typom definicji i metodom ich realizacji (Kamiński 2002; Krzyżanowski 1993: 390). Jednym z podstawowych pytań dotyczących definicji jest głębokość stopnia uszczegółowienia znaczeniowego opisu wyrażen językowych. Jeśli przyjmiemy, że definicja „[...] powinna obejmować całe spektrum, bogactwo, różnorodność i wieloaspektowość ludzkich doświadczeń kulturowych ujawniających się w języku” (Grzegorzczkova 1993: 9), to znajdziemy się w kręgu językoznawstwa kognitywnego, gdzie definicji klasycznej przeciwstawiona jest tzw. definicja kognitywna, która nie musi uwzględniać selekcji cech definicyjnych, jej celem jest „zdanie sprawy ze sposobu pojmowania przedmiotu przez mówiących danym językiem, tj. utrwalonej społecznie i dającej się poznać poprzez język i użycie języka wiedzy o świecie, kategoryzacji jego zjawisk, ich charakterystyki i wartościowania” (Bartmiński 2009: 42). Takie formacje mają charakter otwarty, uwzględniają cechy konotacyjne, które są utrwalone społecznie, wypuklone przez kontekst kulturowy, wyrażane są

45 W kwestionariuszu dla słoweńskich respondentów wskazane polecenia brzmiały: *Definirajte, kdo je Poljak/Poljalkinja?* oraz *Definirajte, kdo je Slovenec/Slovenka?*

w danych tekstowych i „wywołanych” (ankietowych)⁴⁶ (Bartmiński, Tokarski 1993) oraz w „wiedzy przyjękowej” (Bartmiński 2004; Niebrzegowska-Bartmińska 2017), w wierzeniach i praktykach obrzędowych i magicznych.⁴⁷ Innymi słowy, w ujęciu etnolingwistycznym naukowy charakter definicji zostaje odrzucony na rzecz wiedzy potocznej, a więc tego, co ludzie (w naszym przypadku polscy i słoweńscy ankietowani) rozumieją jako nazwę eksplikowanego obiektu (w kontekście naszych badań chodzi o wyrazy *Polak* i *Polka* oraz *Słoweniec* i *Słowenka*).

W zebranych materiale ankietowym rzadko zarejestrowano krótkie eksplikacje w budowie przypominające definicje taksonomiczne, które są zamknięte, strukturalne i minimalne: *Słoweniec to obywatel Słowenii; Słowenka je prebivalka Slovenije*. Podobną formę do cytowanych wyimków mają definicje taksonomiczne, zawarte na przykład w *Słowniku języka polskiego* pod redakcją Witolda Doroszewskiego (SJPD),⁴⁸ mają one charakter scjentystyczny – w wyjaśnianiu znaczenia jest odwołanie do wiedzy naukowej, a *definiens* zostaje poddany kategoryzacji, są ograniczone do wyznaczenia cech wystarczających i koniecznych, stąd budowa tekstu hasłowego ma kształt *genus proximus + differentia specifica*. Większość odnotowanych w naszych badaniach ankietowych eksplikacji miała charakter „otwarty”, nie ograniczała się do wskazania cech koniecznych i wystarczających, zawierała różne, zwykle odpowiednio wartościujące opisy, nierzadko bezpośrednio niewiążące się z definiowaniem *sensu stricto* i przez to odbiegała od definicji taksonomicznych (minimalnych):

Polak – mieszkaniec dużego europejskiego kraju z niezbyt szczęśliwym położeniem geopolitycznym, osobnik głównie chłopskiego pochodzenia, który zwykle (wbrew faktom) doszukuje się w swoim rodowodzie szlacheckich bądź arystokratycznych przodków, przekonany o wyjątkowych przymiotach swojego narodu, zapatrzony w jego martyrologiczne dzieje, żyjący w poczuciu skrzywdzenia przez Historię [sic!] i w przekonaniu o dziejowej niesprawiedliwości, z mizernymi kwalifikacjami społecznymi (choć w młodszym pokoleniu to się zmienia), raczej nieufny i zawistny, ale za to z fantazją i wyobraźnią.

Jak wspomnieliśmy, taki typ eksplikacji wpisuje je w tworzenie definicji określanych za Bartmińskim jako „kognitywne”.

Zgodnie ze słownikowym ujęciem *nacjonalizm* to „postawa społeczna i polityczna oraz ideologia uznająca interes własnego narodu za wartość najwyższą, głosząca, że suwerenne państwo narodowe jest najwłaściwszą formą organizacji danej

46 W tworzoną definicję kognitywą dane tekstowe, ankietowe lub inne mogą być wplecione w formie cytatów stanowiących integralny element artykułu hasłowego, pełniących funkcję nie tylko egzemplifikującą, ale również wyjaśniającą – eksplikacyjną (Bartmiński, Tokarski 1993: 49).

47 Ryszard Tokarski zamiast tzw. definicji kognitywnych proponuje semantyczne definicje „otwarte” (Tokarski 2013: 310–312).

48 Por. zawarte tam definicje *Polaka* i *Polki*: *Polak* ‘człowiek narodowości polskiej, rodem z Polski’ (SJPD VI: 864), *Polka* ‘kobieta narodowości polskiej’ (SJPD VI: 891).

społeczności złączonej wspólnotą pochodzenia, języka, historii, kultury” (USJP II: 767). Nacjonalizm jest silnie zakorzeniony nie tylko w polityce, ale również w życiu codziennym jednostek (Billig 1995) i „[w] tym sensie definiuje on zbiorowość, do której [one] przynależą oraz buduje przywiązanie do niej tworząc tożsamości narodowe” (Grodecki 2021: 34). Jednostki, określając swoją przynależność, najczęściej postrzegają się w kontekście tożsamości narodowej, dlatego określają siebie oraz innych głównie przez pryzmat przynależności do danego narodu (Triandafyllidou 1998: 253). Nie dziwi zatem fakt, że to właśnie różne odmiany i kryteria „polskości” i „słoweńskości” (uznane przez nas za swoiste klasy tematyczne) były treścią wyjaśnień w opisie haseł *Polak/Polka* i *Słoweniec/Słowenka*, zaproponowanych przez polską i słoweńską grupę ankietowanych. Rozumienie **tożsamości narodowej** przyjmujemy za Antoniną Kłoskowską, która ujmuje to pojęcie jako „zbieżność subiektywnych postaw wielu ludzi odnoszonych do własnej grupy kulturowej [...] świadomość pewnej odrębności od obcych i poczucie związku z grupą swoich oraz świadomość ciągłości, historycznego trwania tej grupy i jej zbiorowej filiacji – wywodzenia się od wspólnych przodków czy przodka” (Kłoskowska 1992: 134).⁴⁹ Jak wspomnieliśmy, zamieszczone w ankiecie pytanie o definicję miało zatem służyć ukazaniu projekcji tego, jak polscy i słoweńscy ankietowani rozumieją nazwy *Polak/Polka* oraz *Słoweniec/Słowenka* i jak je kategoryzują.

2.1. *Polak i Polka* – eksplikacje

W polskich definicjach słownikowych *Polak* to ‘człowiek narodowości polskiej, mieszkaniec Polski, obywatel tego państwa’ (USJP III: 307), *Polka* zaś to ‘kobieta narodowości polskiej, mieszkanka Polski, obywatelka tego państwa’ (USJP III: 320). Za kryteria „polskości” analogicznie w obu definicjach słownikowych uznano przynależność do narodu polskiego (kategoryzacja narodowościowa), miejsce zamieszkania (kategoryzacja geograficzna) oraz przynależność do organizmu państwowego (kategoryzacja polityczna). Słoweńskie słowniki nie podają definicji haseł *Polak* i *Polka*, w słoweńskim słowniku ortograficznym (*Slovenski pravopis*, dalej – SP) znajdziemy je jako wyrazy hasłowe, jedynie z informacją ogólną (podaną skrótowo) w formie danych gramatycznych dotyczących końcówek fleksyjnych dopełniacza liczby pojedynczej, rodzaju gramatycznego oraz typu nazwy (*Poljak, -a / Poljakinja, -e* – preb. i. = prebivalsko ime ‘nazwa mieszkańca’).⁵⁰ Przyjrzyjmy się, które kryteria polskiej i słoweńskiej

49 O tożsamości narodowej z różnych punktów widzenia pisano wiele (por. Bokszański 2005; Kłoskowska 1996; Łodziński 2001; Majdzik, Zarek, red. 2017; Nowicka, Szacki 2004; Szadura 1993; Ścigaj 2012; Tokarz 2017 i inni).

50 Wersja elektroniczna słownika ortograficznego (eSP) poszerza jedynie informacje o część mowy i dodatkowy typ rzeczownika: *Poljak, Poljaka / Poljakinja, Poljakinje* – *samostalnik moškega/ženskega spola; ime bitja, prebivalsko ime* (‘rzeczownik rodzaju męskiego/żeńskiego, nazwa istoty żyjącej, nazwa własna’).

tożsamości narodowej oraz jakie cechy utrwalone w językowych obrazach świata okazały się bardziej lub mniej istotne dla respondentów.

2.1.1. *Polak* – eksplikacje

Łącznie z odpowiedzi na pytanie *Kto to jest Polak?* zebrano 340 werbalizacji (150 wśród polskich respondentów i 190 wśród słoweńskich – liczby te stały się podstawą obliczeń procentowych, osobno w auto- i heterostereotypie).⁵¹ Jak zaznaczyliśmy, polskie i słoweńskie wypowiedzi dotyczące definiowania Polaka oparte były na dwuczłonowym definiensie i zazwyczaj stanowiły część składową rozbudowanego artykułu hasłowego. W funkcji *genus proximum* wystąpiły różne określniki, które zebrano w poniższej tabeli.⁵²

Tabela 12: *Polak* – eksplikacje, podział ze względu na *genus proximum* (%).

<i>Polak to...</i> (<i>genus proximum</i>)	A	H
Obywatel / državljan	24	15
Osoba (płci męskiej) / oseba (moškega spola)	20	25
Mieszkaniec / prebivalec	16	7
Mężczyzna / moški	13	10
Katolik / katolik	4	4
Patriota / patriot	4	4
Potomek / potomec	3	7
Człowiek / človek	3	5
Słowianin / Slovan	3	3
Członek / pripadnik	1	9
Inne	3	3
Bez <i>genus proximum</i>	6	8
Razem	100	100

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

51 Sumy wyimków (W) w auto- (A) i heterostereotypie (H): $W_A = 150$ (100%) i $W_H = 190$ (100%).

52 Warto podkreślić, że w tym podziale (i kolejnych dotyczących eksplikacji haseł *Polka*, *Słoweńiec* i *Słowenka*) chodzi nam o użycie w definiensie *expressis verbis* wymienionych rzeczowników w funkcji *genus proximum*. Badani często w sposób opisowy wyrażali określone kryteria „polskiej tożsamości”/„polskości”, które zostały dokładnie omówione w dalszej części rozdziału (np. posiadanie obywatelstwa czy mieszkanie w Polsce). W obszar takich konceptualizacji – inaczej niż w przypadku podziału ze względu na człon nadrzędny ankiety definicji – zostały zaliczone wypowiedzi synonimiczne o różnej konstrukcji składniowej, np. *obywatel Polski* oraz *mężczyzna posiadający obywatelstwo Rzeczypospolitej Polskiej*, podobnie *mieszkaniec Polski* i *osoba zamieszkująca teren Polski*.

Najliczniejsza grupa polskich, a znacząco mniejsza słoweńskich badanych w wyjaśnieniu pojęcia *Polak* w funkcji *genus proximum* użyła określnika ‘obywatel’ (A – 24%, H – 15%): *obywatel Polski; obywatel Rzeczypospolitej Polskiej; obywatel kraju nad Wisłą; obywatel PL; državljan Republike Poljske; državljan Poljske*. Wielu respondentów, prawie wyłącznie w heterostereotypie, w definicji Polaka posłużyło się określeniami ‘osoba’, też w formie rozbudowanej, uzupełnionej informacją o płci ‘osoba płci męskiej’ (A – 20%, H – 25%)⁵³, także ‘mieszkaniec’ (A – 16%, H – 7%) lub ‘mężczyzna’ (A – 13%, H – 10%): *osoba posiadająca polskie obywatelstwo; osoba płci męskiej, która urodziła się na terytorium Polski; mieszkaniec Polski; mężczyzna będący obywatelem Polski; Poljak je oseba, ki živi na Poljskem; oseba moškega spola, ki je rojena na Poljskem; prebivalec Poljske; moški, ki se identificira s Poljsko*. W mniej częstych konceptualizacjach ankietowani obu nacji użyli w funkcji *genus proximum* określeń ‘katolik’, ‘patriota’ (A i H – po 4%) i ‘Słowianin’ (A i H – po 3%). Określnik ‘człowiek’ przez słoweńskich badanych został nieco częściej wykorzystany niż przez polskich, co sugeruje, że ten rzeczownik w ich osądzie może być dobrym eksplikatorem (A – 3%, H – 5%): *człowiek czujący się Polakiem; človek rojen na Poljskem s poljskim državljanstvom; človek, ki se vedno bolj odpira navzven*.⁵⁴ Ciekawe badawczo jest częste użycie przez słoweńskich respondentów konkretyzacji ‘pripadnik’ (H – 9%) w znaczeniu ‘członek; przynależący do...’: *pripadnik poljskega naroda; moški, ki je pripadnik poljskega naroda; kdor se opredeljuje kot pripadnik poljskega naroda*. Taki określnik odnotowano jedynie sporadycznie w autocharakterystyce, głównie w kontekście mniejszości narodowej/etnicznej, pokolenia emigrantów (A – 1%): *Polak to članek polske manjšine za granico*, w podobnym kontekście użyto rzeczownika ‘potomec’ / ‘potomek’: *potomec Poljakov; potomec poljskih staršev; potomek, ktorý čuje się Polakiem*.

W grupie ‘inne’ zebrano określenia, które zostały zarejestrowane bardzo rzadko, jednokrotnie, ale ze względu na zmienność kulturowo uwarunkowanych stereotypów, a także dystans do uzyskanych wyników, uznałyśmy je za cenne. Jedynie polscy respondenci w funkcji *genus proximum* użyli nazw typu ‘osobnik’ (*osobnik glównie chłopskiego pochodzenia*), ‘mistrz’ (*mistrz bylejakości, prowizorki i ironii*), tylko w heterostereotypie zaś odnotowano: ‘syn’ (*sin Poljaka in/ali Poljakinje*) oraz ‘przedstawiciel’ (*predstavnik slovanskega naroda*). Rzadko, głównie w ujęciu autostereotypowym, w eksplikacjach opisywanego „przedmiotu mentalnego” (konstruktu) zawarto zaimki: *každy, ten, kto, ktoś – slń. vsak, ta/tisti, kdor, nekdo, np.: ktoś, kto urodził się i spędził większość życia w Polsce; vsak, ki ima poljsko državljanstvo; Poljak je ta, ki živi na Poljskem; tisti, ki ima poljsko državljanstvo oz. čuti pripadnost poljskemu narodu; kdor ima starše*

53 W autostereotypie eksplikacje w wersji rozszerzonej to jedynie 5% z 20% w omawianej klasie, w heterostereotypie znacznie więcej – 14% z 25% w omawianej klasie.

54 Badani czasem przy konstruowaniu swoich definicji popełniali błąd w definiowaniu typu *idem per idem*, por. *Polak to mężczyzna definiujący się jako Polak*.

Poljake; nekdo, ki živi v Srednji Evropi, prebivalec Poljske. Znikoma ilość odpowiedzi zaczynała się od słów: *Jako Polaka wyobrażam sobie [...] – Kot Poljaka si predstavljam [...].* Do omawianej grupy wliczono również brak odpowiedzi – odnotowany tylko w autostereotypie: osiem osób nie udzieliło odpowiedzi na zadane pytanie.⁵⁵

Dość często definicje nie zawierały *genus proximum*, a oparte były jedynie na wyliczeniach wybranych cech (A – 6%, H – 8%): *Polak – mieszka w Polsce, zamieszkujący Polskę, zamknięty w sobie, zaradny, pomysłowy, Poljak – v roki ima pivo ali vodko; večinoma pretirano uporablja vulgarizme, požrtvovalen, prijazen, vesel, delaven; mnogokrat je tudi ambiciozen pri delu; izjemno lepega in olikanega vedenja; visok moški z velikim nosom in brki.*

Zebrany materiał językowy pozwolił na wyodrębnienie jedenastu klas tematycznych stanowiących tzw. **kryteria „polskości”**, czyli konceptualizowane przez respondentów wyznaczniki bycia Polakiem. Uzyskane wyniki ukazuje tabela 13.

Tabela 13: *Polak* – eksplikacje, podział na klasy tematyczne (%).

<i>Polak...</i> (kryteria „polskości”)	A	H
Jest obywatelem Polski	21	14
Mieszka w Polsce	15	8
Jest osobą płci męskiej/mężczyzną	13	12
Może mieszkać poza Polską	10	10
Czuje się Polakiem	9	18
Mówi po polsku	8	11
Jest narodowości polskiej	6	5
Ma polskie pochodzenie	5	8
Jest katolikiem	5	4
Urodził się w Polsce	3	2
Inne	5	8
Razem	100	100

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Na podstawie uzyskanych danych językowych wyekscerpowanych z ankietowych eksplikacji Polaka wyodrębniono różne „mierniki” uznania kogoś za przedstawiciela narodu polskiego. Wśród rekonstruowanych kryteriów bycia Polakiem są:

- a) **posiadanie polskiego obywatelstwa** (A – 21%, H – 14%): *obywatel Polski; mężczyzna będący obywatelem Polski; mężczyzna posiadający obywatelstwo Rzeczypospolitej*

⁵⁵ Niektórzy respondenci wyjaśnili przyczynę takiej postawy: *samego siebie ciężko ocenić, nie napisałam, gdyż musiałabym powtórzyć informacje zawarte w odpowiedzi do pytania drugiego* (które dotyczyło m.in. charakteru i wyglądu konceptualizowanego Polaka).

Polskiej; obywatel RP; Poljak – državljan Republike Poljske; poljski državljan; državljan Poljske; tisti, ki ima poljsko državljanstvo; moški, ki je pridobil poljsko državljanstvo; človek s poljskim državljanstvom; oseba s poljskim državljanstvom; oseba, ki ima poljsko državljanstvo, a co za tym idzie również polskich dokumentów tożsamości: vsak, ki ima poljsko državljanstvo in poljski potni list; državljan Poljske, ki ima osebno izkaznico oz. potni list, s čimer dokazuje svoje državljanstvo;

- b) **mieszkanie (przez długi czas) w Polsce** (A – 15%, H – 8%): *mieszkaniec Polski; mieszkaniec dużego europejskiego kraju; mieszka w Polsce; zamieszkujący Polskę; prebivalec Poljske, države na srednjem severu Evrope; živi na Poljskem [ali v tujini]; v večini primerov živi na Poljskem; moški, ki živi na Poljskem; oseba moškega spola živeča na Poljskem; Poljak je prebivalec Poljske države; nekdo, ki živi v Srednji Evropi, prebivalec Poljske, część wyimków dookreśla czas zamieszkania na terenie państwa polskiego jako długi: ktoś, kto urodził się i spędził większość życia w Polsce; człowiek, ki je večino časa preživel na Poljskem;*
- c) **bycie mężczyzną**, osobą płci męskiej, też człowiekiem⁵⁶ (A – 13%, H – 12%): *mężczyzna; osoba płci męskiej; człowiek; moški; oseba moškega spola; človek;*
- d) **mieszkanie (rzadziej urodzenie się) poza Polską** (A i H – po 10%): *obywatel RP niekoniecznie mieszkający na terenie RP; osoba mieszkająca [w Polsce lub] poza nią; obywatel Polski mieszkający [na jej terenie lub] poza nią; [moški, ki živi na Poljskem in] moški, ki ne živi na Poljskem, przy czym wielu ankietowanych w tym przypadku uzupełniało swoją wypowiedź o dodatkowe warunki, które musi spełnić człowiek mieszkający poza granicami kraju, aby był – w ich wyobrażeniu – Polakiem; czynniki te dotyczyły głównie poczucia przynależności do narodu polskiego (može mieszkać i pracować za granicą, ale Polskę traktuje jako swoją ojczyznę, język polski jest jego językiem ojczystym, ma poczucie więzi narodowej i kulturowej z Polską; Poljaki pa so lahko tudi tisti v emigraciji, a se morajo še vedno čutiti Poljake), posiadania polskich przodków (lahko tudi nekdo, ki živi v tujini, pa ima poljske korenine, potomec Poljakov, ki se je rodil in živi v tujini) czy polskiego obywatelstwa (lahko živi na Poljskem oz. kje drugje in ima poljsko državljanstvo; tudi vsi s poljskim državljanstvom, ki živijo v tujini) lub bycia Polonusem i poczucia przynależności do wspólnoty ludzi mieszkających poza granicami Polski, ale zachowujących polskie tradycje oraz interesujący się polską kulturą i rozumiejący polskie interesy narodowe (zamieszkujący Polskę lub inny kraj, gdzie jest przedstawicielem Polonii, mówiącym po polsku; pripadnik poljske skupnosti v diaspori);*
- e) **bycie Polakiem**, nie tylko w znaczeniu samej przynależności do narodu polskiego, ale również, w sensie **świadomości** (poczucia) tej przynależności – identyfikowania się z narodem, na co szczególnie zwrócili uwagę słoweńscy badani (A – 9%, H – 18%): *osoba, która czuje się przywiązana do tego kraju, mieszka w nim, pracuje, czuje się obywatelem; osoba, która w sercu i w duszy czuje się Polakiem (niezależnie od tego, gdzie mieszka i co robi); osoba utożsamiająca się z narodowością polską, człowiek czujący się Polakiem; kto Polskę traktuje jako swoją ojczyznę; identyfikujący się z Polską; se identificira s svojo državo v administrativnem (državljanstvo) in kulturnem smislu (uporaba jezika); oseba moškega spola, ki se opredeljuje kot pripadnik poljskega naroda; moški, ki se identificira kot Poljak ter ga drugi Poljaki/Poljakinje kot takega sprejemajo;*

56 O stereotypowym utożsamianiu człowieka z mężczyzną piszemy w dalszej części rozdziału (zob. wnioski).

- f) **posiadanie polskiej narodowości** (A – 6%, H – 5%): *mężczyzna narodowości polskiej; mężczyzna posiadający [obywatelstwo lub] narodowość Rzeczypospolitej Polskiej; osoba mająca narodowość polską; osoba narodowości polskiej; moi polskie narodności; osoba polskie narodności; osoba moškega spola, katere narodnost je poljska; osoba moškega spola, ki je po rodu poljske narodnosti;*
- g) **posiadanie polskiego pochodzenia, polskich przodków, polskich korzeni**, z których Polak często jest dumny (A – 5%, H – 8%): *osoba pochodząca z Polski, mająca polskie korzenie; osoba rozumiejąca swoje [polskie] pochodzenie; osoba o polskim pochodzeniu; mężczyzna posiadający korzenie rodzinne na terenach Polski lub byłych terenach Polski (dzisiejszej Litwy, Białorusi, Ukrainy); osoba s poljskimi koreninami; je osoba poljskih korenin; moi poljskega rodu; sicer je Poljak zgolj „po koreninah” (kar je že veliko); ima pa poljske korenine; moi, ki prihaja iz Poljske, wiele konkretyzacji wyrażało warunek posiadania polskich rodziców (lub jednego z nich) albo przodków, którzy długi czas zamieszkiwali polskie ziemie: osoba posiadająca rodziców z obywatelstwem polskim; moi poljskih staršev (vsaj enega); sin Poljaka in/ali Poljakinje; osoba moškega spola, ki ima starše Poljake; osoba poljske krvi; kdor ima starše Poljake; potomec Poljakov; potomec Poljaka, ki lahko živi kjerkoli drugje; potomec poljskih staršev; osoba, ki ima poljske prednike/korenine; moi poljskega rodu, ki ima po večini poljske prednike oziroma prednike, ki so desetletja in stoletja dolgo živeli na območju poljske države, in je na svoje korenine globoko ponosen;*
- h) **bycie katolikiem** (A – 5%, H – 4%): *Poljak-katolik; katolik; katoličan; tako ali drugače povezan s katolicizmom, ki je pravzaprav sestavni del poljske narodne identitete; nekdo katoliške verske pripadnosti*, tylko w słoweńskich wyimkach odnotowano doprecyzowanie dotyczące dużej pobożności (konceptualizacje Polaka jako osoby wierzącej, religijnej): *religiozen, veren;*
- i) **urodzenie się w Polsce** rzadko wskazywane było jako kryterium „polskości” (A – 3%, H – 2%): *mężczyzna, który urodził się na terenie Polski, mężczyzna urodzony i wychowany w Polsce; obywatel urodzony w Polsce; človek rojen na Poljskem; osoba moškega spola, ki je rojena na Poljskem; moi, ki se je rodil na Poljskem.*

Oprócz wymienionych już kryteriów odnotowałyśmy inne, m.in. językowe – **umiejętność mówienia po polsku**. W tak konceptualizowanym ujęciu (nieco mocniej wyeksponowanym w heterostereotypie) Polak to osoba znająca język polski, potrafiąca się za pomocą niego porozumiewać, w tym z dumą się nim posługująca (A – 8%, H – 11%): *mężczyzna mówiący po polsku; posługujący się językiem polskim; władający językiem polskim; osoba mówiąca po polsku; zna poljsko; govori poljsko; v večini primerov komunicira v poljščini; s ponosom govori poljski jezik; Poljak je ta, ki govori poljsko*, dla której polszczyzna jest językiem ojczystym:⁵⁷ *język polski jest jego języ-*

57 Słoweniec nazywa swój język *materni / materinščina* (pol. *ojczysty*), forma derywowana jest od rzeczownika *matka* (ślń. *mater*), a zatem (nie tylko) w tym kontekście język słoweński nie ma takiego uprzywilejowania form męskoosobowych, jaki cechuje polszczyznę (Wtorkowska 2021). Polski wyraz *macierz* w znaczeniu ‘ojczyzna’ czy ‘matka’ jest dzisiaj stylistycznie nacechowany i rzadko używany (USJP II: 522–523), a przymiotnik *macierzysty* semantycznie nie odnosi się bezpośrednio do matki.

kiem ojczystym; osoba postugująca się językiem polskim od urodzenia jako pierwszym; njegov materni jezik je poljščina; poljščina mu je materinščina; oseba moškega spola, katere materni jezik je poljščina; materni jezik – poljščina; prebivalec države Poljske, ki mu je poljski jezik materni jezik; večinoma s poljščino kot maternim jezikom, na katerega je zelo ponosen. Dodatkowo, w nielicznych słoweńskich konceptualizacjach wyrażono uwagę dotyczącą polskiej dykcji, postrzeganej jako trudnej w odbiorze z powodu zbyt szybkiego tempa mówienia: *nekoliko nerazložno, ker hitro govori; zelo hito govori, zato se ga težje razume.* Ponadto w jednej z werbalizacji podkreślono, iż doskonała znajomość polszczyzny nie musi być czynnikiem niezbędnym, a więc definiującym Polaka, jednak opanowanie jej przynajmniej w stopniu umożliwiającym ogólną komunikację stanowi istotny wyznacznik tożsamości narodowej: *prav tako ni nujno odlično znanje poljskega jezika, kljub temu pa je vsaj okvirno poznavanje/sposobnost sporazumevanja v poljščini pomemben del identitete.*

W nie najmniejszej pod względem ilości klasie tematycznej ‘inne’ zostały zebrane odpowiednio wartościujące wyimki precyzujące przede wszystkim wygląd oraz charakter i zachowanie polskiego przedstawiciela płci męskiej (A – 5%, H – 8%). W słoweńskich eksplikacjach obraz Polaka rysuje się w większości pozytywnie – jako osoby pracowitej, często ambitnej, zdolnej do poświęceń, odpowiedzialnej, poważnej, ale też powściągliwej (*zadržan; bolj zadržan človek; introvertiran*), w przypadku ostatniej z wymienionych cech zauważono pozytywny kierunek zmian: *človek, ki se vedno bolj odpira navzven.* Zgodnie z zebranymi w tej części badania danymi, Polak jest nieco konserwatywny w sposobie myślenia, w tym przywiązany do zwyczajów i tradycji: *ceni tradicijo in družino; zavezan tradiciji.* Poza tym jest pomocny, uprzejmy, może odznaczać go wyjątkowo wysoka kultura osobista. To również intelektualista i przedsiębiorca, ale także człowiek agresywny, nadużywający wulgaryzmów, który dobrze wie, czego chce i zawsze osiąga swój cel. To miłośnik sportu i zagorzały kibic, który czasem przesadza ze swoim zapałem, bywa wesoły i głośny, lubi zabawę i alkohol, którego czasem nadużywa. W mniej licznych wyimkach polskich zarysowany obraz charakteru Polaka okazał się bardziej surowy: *zamknięty w sobie, umie kombinować i znaleźć rozwiązanie każdego problemu, nie zawrze w pełni uczciwymi sposobami, dumny ze swojej zaradności; mistrz bylejakości, prowizorki i ironii, ale to też człowiek zaradny, pomysłowy; ciężko pracujący (poprzednie dziesięciolecia), inteligentny, zarabiający „na rodzinę”; oszczędny; poważny; wykształcony.*

Polak zgodnie z konceptualizacjami zawartymi w eksplikacjach heterostereotypowych ma określone cechy fizjonomiczne – to człowiek zazwyczaj jasnowłosy, o niebieskich oczach i okrągłej twarzy. Wskazane cechy dla niektórych respondentów przedstawiały istotny element opisu (*pomembne so tudi fiziološke karakteristike*) i chociaż w ich odczuciu nie stanowiły warunku koniecznego dla bycia Polakiem, to jednak uznano je za pożądane: *čeprav te fiziološke karakteristike niso nekakšen 100-% pogoj, so pa kar malce zaželenne.* Poza tym Polak to wysoki, poważny mężczyzna o ładnych rysach

twarży, mający często ogoloną głowę, duży nos i wąsy. W oczach swoich rodaków przedstawiciel narodu może też być *zaniedbany, niepotrafiący się ubrać*, z kolei w ujęciu heterostereotypowym być człowiekiem zwyczajnym, „normalnym”: *kot Poljaka si predstavljam precej navadno osebo*.

2.1.2. Polka – eksplikacje

Z odpowiedzi na pytanie *Kto to jest Polka?* zebrano łącznie 327 werbalizacji (145 wśród polskich respondentów i 182 wśród słoweńskich – liczby te stały się podstawą obliczeń procentowych, osobno w auto- i heterostereotypie).⁵⁸ Porównując eksplikacje *Polaka* jako przedstawiciela płci męskiej i *Polki* jako przedstawicielki płci żeńskiej, zauważono, że w niektórych wypadkach zarówno polscy, jak i słoweńscy ankietowani podawali takie same definicje przy obu hasłach, zmieniając tylko rodzaj gramatyczny *genus proximum*. Kilka razy w definiensie hasła *Polka* nie powtórzono definicji jej męskiego odpowiednika, ale podano informację odsyłającą do eksplikacji *Polaka*: *to samo* albo *jak wyżej* lub *jak wyżej, tylko w formie żeńskiej*; *enako velja za Poljakinje*; *glej moško obliko*; *enako kot za Poljaka*. Poniższa tabela przedstawia wykaz określeń w funkcji *genus proximum*, których w eksplikacjach użyli polscy i słoweńscy respondenci, opisując Polkę.

Tabela 14: Polka – eksplikacje, podział ze względu na *genus proximum* (%).

<i>Polka</i> to... (<i>genus proximum</i>)	A	H
Obywatelka / državljanka	32	16
Kobieta / ženska	27	24
Osoba (płci żeńskiej) / oseba (ženskega spola)	17	20
Mieszkanka / prebivalka	10	10
Katoliczka (katolik) / katoličanka	2	2
Potomkini / potomka	0	5
Członkini / pripadnica	1	9
Gospodyni / gospodinja	0	3
Człowiek / človek	1	0
Inne	4	4
Bez <i>genus proximum</i>	6	7
Razem	100	100

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

58 Sumy wyimków (W) w auto- (A) i heterostereotypie (H): $W_A = 145$ (100%) i $W_H = 182$ (100%).

Podobnie jak w przypadku eksplikacji *Polaka* najliczniejsza grupa polskich, a znacznie – o połowę – mniejsza słoweńskich badanych w wyjaśnieniu pojęcia *Polka* w funkcji *genus proximum* użyła określnika ‘obywatelka’ (A – 32%, H – 16%): *obywatelka Polski; obywatelka Rzeczypospolitej Polskiej; obywatelka kraju nad Wisłą; obywatelka RP; državljanka Poljske; poljska državljanka*. Duża liczba ankietowanych, w większości polskich, w definiowaniu przedstawicielki narodu posłużyła się określnikiem ‘osoba’ (A – 17%, H – 20%): *Polka to osoba mająca narodowość polską; Poljakinja je oseba s poljskimi koreninami*, część badanych, przede wszystkim słoweńskich, użyła rozbudowanej formy, określającej płeć ‘osoba płci żeńskiej’:⁵⁹ *oseba płci żeńskiej pochodząca z Polski; oseba ženskega spola, ki živi na Poljskem; oseba ženskega spola, katere materni jezik je poljščina*. Polscy i słoweńscy respondenci częściej niż jako osobę konceptualizowali przedstawicielkę narodu polskiego jako ‘kobietę’ (A – 27%, H – 24%): *kobieta pochodząca z Polski; kobieta będąca obywatelką Polski; ženska, ki živi na Poljskem; ženska, ki se identificira s Poljsko*. Polka konceptualizowana była również (w jednakowym stopniu w auto- i heterostereotypie) jako ‘mieszkancka’ (A i H – 10%): *mieszkancka Polski; prebivalka Poljske* oraz w mniej licznych ekscerptach jako ‘katoliczka’ (A i H – po 2%) – w polskich ekscerptach raczej w formie męskiej: *katolik; katoliczka; katoličanka*. W dość licznych eksplikacjach słoweńskich odnotowano w funkcji nadrzędnika wyraz ‘pripadnica’ (H – 9%): *pripadnica poljskega naroda*, a polski odpowiednik w formie ‘członkini’ odnotowany był w ujęciu autostereotypowym bardzo rzadko. Określenia ‘potomkini’ (H – 5%): *potomka Poljakov; potomka poljskih staršev* oraz ‘gospodyni’ (H – 3%) znalazły miejsce jedynie wśród wypowiedzi heterostereotypowych.

Określenia, które zarejestrowano bardzo rzadko, jednokrotnie zebrano w klasie ‘inne’ (A i H – po 4%). W funkcji *genus proximum* sporadycznie wystąpiły określniki ‘matka’ (*matka pracująca zawodowo*), ‘żona’ (*mati ter žena*), ‘córka’ (*hči Poljaka in/ali Poljakinje*), ‘przedstawicielka’ (*predstavnica poljskega naroda; predstavicielka Polonii*), ‘patriotka’⁶⁰ i ‘Słowianka’, też ‘Polak’ (*Poljakinja je Poljak ženskega spola*). Określenie ‘człowiek’ jako *genus proximum* nie pojawiło się *expressis verbis* w ramach eksplikacji *Polki*, jednak uznano je również za definicyjny człon nadrzędny w sytuacji, gdy respondenci podali przy członie definiowanym, określany komentarz odsyłający do hasła *Polak* (*tak samo jak wyżej; isto kot pri Poljaku*), a ten zawierał właśnie ten nadrzędnik. W podobnych przypadkach uwzględniano również inne wyrazy w funkcji *genus proximum* (A – 6%, H – 7%), jak sporadycznie użyty ‘członek’ w odniesieniu do Polki: *członek polskiej mniejszości za granicą*. Niektóre polskie i słoweńskie eksplikacje nie zawierały żadnego określnika w funkcji *genus proximum*, a definicje oparte były na wyliczeniach, np. *Polka – często pełna kompleksów, niestety; Poljakinja – delavna*,

59 W autostereotypie takie eksplikacje stanowią jedynie 4% z 17%, w heterostereotypie znacznie więcej – 12% z 20%.

60 Określniki: ‘patriotka’ i ‘córka’ pojawiły się wyłącznie w ujęciu heterostereotypowym.

ponosna na svojo družino, verna, lepa.

Analiza polskich i słoweńskich eksplikacji pozwoliła na wyodrębnienie jedenastu kryteriów „polskości” (w tym jednego dodatkowego stanowiącego ‘inne’ cechy), czyli określonych klas tematycznych, które w opinii respondentów obu nacji stanowią wyznaczniki bycia Polką – to, co określa jej cechy „definityjne”. Uzyskane wyniki zbiera tabela 15.

Tabela 15: *Polka* – eksplikacje, podział na klasy tematyczne (%).

<i>Polka...</i> (kryteria „polskości”)	A	H
Jest obywatelką Polski	19	14
Mieszka w Polsce	15	9
Jest osobą płci żeńskiej/kobietą	14	16
Może mieszkać poza Polską	9	10
Czuje się Polką	8	10
Mówi po polsku	7	12
Jest narodowości polskiej	5	5
Ma polskie pochodzenie	5	6
Jest katoliczką	4	4
Urodziła się w Polsce	3	2
Inne	11	12
Razem	100	100

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Z eksplikacji utworzonych przez badanych obu nacji wyłania się wyobrażenie Polki spełniającej określone warunki przynależności do grona przedstawicielek narodu polskiego, wyznaczniki te w większości pokrywają się z opisanymi wcześniej kryteriami bycia Polakiem. Na podstawie wyimków zebranych z eksplikacji Polkę określa:

- a) **posiadanie polskiego obywatelstwa** (A – 19%, H – 14%): *obywatelka Polski; obywatelka RP; obywatelka kraju nad Wisłą; obywatelka Rzeczypospolitej Polskiej; drżavljanka Poljske; oseba ženskega spola, ki ima državljanstvo Republike Poljske; ženska, ki ima poljsko državljanstvo; oseba s poljskim džavljanstvom;*
- b) **mieszkanie (przez długi czas) w Polsce**, czynnik mocniej uwypuklony w autostereotypowych konceptualizacjach (A – 15%, H – 9%): *mieszkanka Polski; kobieta, która [urodziła się i] spędziła większość życia w Polsce; Poljakinja je prebivalka poljske države; prebivalka države Poljske; oseba, ki živi na Poljskem; oseba ženskega spola živeča dalj časa na Poljskem; predstavnica slovanskega naroda, ki v večini primerov živi na Poljskem;*
- c) **bycie kobietą, osobą płci żeńskiej** (A – 14%, H – 16%): *kobieta; osoba płci żeńskiej; ženska; oseba ženskega spola;*

- d) **mieszkanie (rzadko urodzenie się) poza Polską** (A – 9%, H – 10%): *mieszkanka Polski; osoba płci żeńskiej mieszkająca na terenie Polski; żenska, ki živi [na Poljskem ali] v tujini; državljanka Poljske, ki živi [bodisi doma bodisi] v tujini; oseba ženskega spola, ki živi na Poljskem ali zunaj nje; oseba, ki živi na Poljskem ali drugje; [prebivalka Poljske oziroma] pripadnica poljskega naroda, ki živi zunaj meja; Poljakinja je potomka Poljakov, ki se je rodila in živi v tujini; je oseba poljskih korenin, ne glede na to, kje trenutno prebiva oz. živi, przy czym respondenci w tym przypadku dookreślali dodatkowe warunki dotyczące głównie poczucia przynależności do narodu polskiego: Poljakinje pa so lahko tudi tiste v emigraciji, a se morajo še vedno čutiti Poljake, posiadania polskich przodków: tudi ženska, ki ne živi na Poljskem, ima pa poljske korenine; lahko živi tudi v tujini, pa ima poljske korenine lub dotyczące posiadania polskiego obywatelstwa: tudi vsi s poljskim državljanstvom, ki živijo v tujini; oseba ženskega spola, ki živi na Poljskem oz. kje drugje in ima poljsko državljanstvo;*
- e) **bycie Polką** (A – 8%, H – 10%), werbalizowane jako przynależność do narodu polskiego, państwa polskiego i polskiej kultury: *se tudi sama označuje za Poljakinjo; Poljakinja – pripadnica poljskega naroda; pripadnica poljskega naroda na Poljskem ali v tujini, jak również jako świadomość (poczucie) tej przynależności: ma poczucie więzi narodowej i kulturowej z Polską; każda kobieta, która czuje przynależność do narodu polskiego; osoba, która czuje się przywiązana do tego kraju, mieszka w nim, pracuje, czuje się obywatelem; osoba, która w sercu i w duszy czuje się Polakiem, identyfikująca się z Polską; oseba ženskega spola, ki čuti pripadnost poljski kulturi; ta, ki čuti pripadnost poljskemu narodu; oseba ženskega spola, ki se opredeljuje kot pripadnica poljskega naroda; Poljakinja – hči Poljaka in/ali Poljakinje, ki se identificira kot Poljakinja; oseba, ki se identificira za Poljakinjo; se tudi sama označuje za Poljakinjo; oseba ženskega spola, ki se poistoveti s Poljsko; ženska, ki se identificira s Poljsko, pa naj živi na Poljskem ali v tujini; oseba ženskega spola, ki se identificira s svojo državo v administrativnem (državljanstvo) in kulturnem (uporaba jezika) smislu, jak też jako takie postrzeżenie/identyfikowanie kobiety przez przedstawicieli narodu polskiego: ženska, ki se identificira kot Poljakinja ter jo drugi Poljaki/Poljakinje kot tako sprejemajo;*
- f) **posiadanie polskiej narodowości** (A i H – po 5%): *osoba mająca narodowość polską; kobieta narodowości polskiej; żenska poljske narodnosti; oseba ženskega spola, katere narodnost je poljska; oseba ženskega spola poljske narodnosti; se po narodnosti sama opredeljuje kot Poljakinja; oseba ženskega spola, ki je po rodu poljske narodnosti;*
- g) **posiadanie polskiego pochodzenia, polskich przodków, polskich korzeni** (A – 5%, H – 6%): *osoba o polskim pochodzeniu; posiadająca rodziców z obywatelstwem polskim; osoba płci żeńskiej, której przodkowie są Polakami; kobieta, która ma polskie korzenie; kobieta mająca polskie pochodzenie, polskie korzenie; Poljakinja je potomka Poljakov; oseba s poljskimi koreninami; ima poljske korenine; je oseba poljskih korenin; ženska poljskih staršev (vsaj enega); potomka poljskih staršev; ima starše Poljake; ženska poljskega rodu; ženska, ki prihaja iz Poljske; oseba s poljsko krvjo; ima poljske prednike;*
- h) **bycie katoliczką**, osobą wierzącą i postępującą w życiu codziennym według zasad wiary (A i H – po 4%): *katoliczka; katolik; katoličanka; državljanka Poljske većinoma katoliške verske pripadnosti; verna; zelo verna oseba in v skladu s tem deluje tudi v vsakdanjem življenju;*

- i) **urodzenie się w Polsce** mogło być znaczące dla postrzegania tożsamości narodowej kobiety określonej jako *Polka* – udział procentowy jest taki sam, jak w przypadku konceptualizacji Polaka (A – 3%, H – 2%): *osoba płci żeńskiej, która urodziła się na terenie Polski; kobieta, która urodziła się w Polsce; kobieta urodzona i wychowana w Polsce; Poljakinja je oseba ženskega spola, ki se je rodila na Poljskem; oseba ženskega spola, ki je rojena na Poljskem.*

Zgodnie z konceptualizowanym polskim oraz słoweńskim wyobrażeniem Polka powinna **umieć mówić po polsku**, co w większym stopniu podkreślili słoweńscy respondenci, prawdopodobnie wskazując cechę zbyt oczywistą dla ankietowanych z Polski, a przez to uznaną za mniej godną werbalizowania (A – 7%, H – 12%): *mówiąca po polsku; władająca językiem polskim; osoba płci żeńskiej postępująca się językiem polskim od urodzenia jako pierwszym; govori poljsko; komunicira v poljščini*, a także powinna uznawać polszczyznę za swój język ojczysty: *język polski jest jej językiem ojczystym; materni jezik ji je poljščina; poljščina ji je materinščina; njen materni jezik je poljščina; oseba ženskega spola, katere materni jezik je poljščina; prebivalka države Poljske, kateri je poljski jezik materni jezik; večinoma s poljščino kot maternim jezikom*. Szybkie tempo mówienia, a co za tym idzie mowa Polaków, która może być niezrozumiała dla odbiorcy zewnętrznego kulturowo, została przy charakterystyce przedstawicielki narodu polskiego dookreślona jako wyraźna (w odróżnieniu od sposobu wymowy polskiego mężczyzny): *v nasprotju s Poljakom pa Poljakinja govori razločno*.

W grupie ‘inne’ zostały zebrane werbalizacje, które dotyczyły cech charakteru, zachowania bądź wyglądu Polki. Liczba wyimków była wyższa niż w przypadku definicji męskiego przedstawiciela narodu polskiego (A – 11%, H – 12%). Zgodnie z konceptualizowanym polskim wyobrażeniem kobieta z Polski to z jednej strony osoba *wykształcona, niezmiernie pracowita; odpowiedzialna; samodzielna; odważna, przedsiębiorcza*, z drugiej zaś – *pełna kompleksów, niedoceniająca siebie i swojej wartości*. Oprócz pracy zawodowej zajmuje się domem – jest gospodynią, dba o rodzinę, z której jest dumna, troszczy się o dzieci, dla których jest dobrą matką i które dla niej bardzo dużo znaczą, dobrze radzi sobie w kuchni. Zatem to kobieta sukcesu potrafiąca pogodzić obowiązki służbowe i rodzinne tak, aby nikt na tym nie ucierpiał, nierzadko czyni to kosztem swoich potrzeb: *je gospodinja, skrbi za dom in otroke, čeprav tudi dela, ponosna na svojo družino – v vseh pogledih uspešna; je zelo dobra mati, saj se mi zdi, da Poljakinji njeni otroci pomenijo največ*. Często jest postrzegana jako „prawdziwa” głowa rodziny, zarządza domem i domownikami. Kilku polskich respondentów wskazało różnicę w definiowaniu przedstawicielek narodu polskiego ze względu na wiek – te ze starszego pokolenia według ich wyobrażenia cenią bardziej wartości rodzinne, są ofiarne, zdolne do poświęceń, matriarchalne, w młodszym pokoleniu zaś więcej jest wyemancypowania, pewności

siebie, niezależności, ale też w pewien sposób próżności dzięki większemu zwracaniu uwagi na ładny wygląd oraz modny strój.

W zrekonstruowanym na podstawie przede wszystkim słoweńskich ekscerptów modelu Polki rysuje się ona głównie jako kobieta ładna, a nawet piękna, też na tle przedstawicielek innych narodów, szczególnie niesłowiańskich (*slovanska lepoticca; lepa kot vse Slovanke, medtem ko so Nemke in Angležinje grde*), zadbana, ładnie ubrana, z ładnym makijażem (*običajno zelo urejena in lepa; lepa ženska, ki se rada tudi lepo obleče in naliči; zelo urejena frizura, naličena, lepo oblečena, prijetnega videza*), potrafiąca się wyjątkowo ładnie i grzecznie zachować (*izjemno lepega in olikanega vedenja*). W jednokrotnych słoweńskich wyimkach znalazł się zarzut przesady w dbaniu o wygląd oraz poczuciu niespełnienia w obliczu braku partnera, co można odebrać raczej jako wyraz zazdrości niż jako prawdziwie negatywną ocenę: *ženske se mi zdijo malce obsedene z zunanjostjo, precej se urejajo in kolikor sem jih spoznala se ne počutijo izpopolnjene brez partnerja* (zob. też rozdział 3. Wygląd). To też osoba z cechami przypisywanymi Polakowi (i przy nim opisanymi), czasem jednak przedstawicielka narodu postrzegana i oceniana jest jako bardziej swobodna niż on – mniej uwięziona w pewnych ramach narodowych: *enako kot Poljak, le da včasih malo bolj svobodna in za spoznanje manj ujeta v neke narodove okvire*. Mimo że jest kobietą, dla której dom i rodzina wiele znaczą, pragnie pokazać się światu, podróżować, odkrywać i być nieograniczona zasadami i oczekiwaniami społeczeństwa: *se želi pokazati svetu, potovati, raziskovati in biti neomejena z družbenimi pravili in pričakovanji*.

Mniej konkretyzacji w omawianej grupie eksplikacji dotyczyło cech charakteru polskiej kobiety. Według rzadszych tego typu wyimków (stereo)typowa Polka to kobieta miła, uprzejma, pracowita, służąca pomocą, poza tym to osoba uśmiechnięta i będąca w dobrym humorze, czasem bywająca zamknięta, ale też silna, z charakterem, bezkompromisowa. W jednej z wypowiedzi respondentów odnotowano definicję polki w znaczeniu: *taniec, którym mężczy się dzieci w Wielkopolsce*.

2.2. Słoweniec i Słowenka – eksplikacje

Słoweniec w polskiej definicji słownikowej to ‘człowiek narodowości słoweńskiej, mieszkaniec Słowenii, obywatel tego państwa’, a *Słowenka* to ‘kobieta narodowości słoweńskiej, mieszkanka Słowenii, obywatelka tego państwa’ (USJP III: 1272). Za kryteria „słoweńskości” w obu definicjach uznano przynależność do narodu słoweńskiego (kategoryzacja narodowościowa), miejsce zamieszkania (kategoryzacja geograficzna) oraz przynależność do organizmu państwowego (kategoryzacja polityczna). Szukając podobnych haseł w słoweńskich słownikach, czeka nas niespodzianka, bowiem ani *Slovar slovenskega knjižnega jezika* (SSKJ), ani jego drugie, uzupełnione

i częściowo poprawione wydanie (*Slovar slovenskega knjižnega jezika, druga, dopolnjena in deloma prenovljena izdaja*, dalej SSKJ2) czy *Slovar novejšega besedja slovenskega jezika* (SNB) nie odnotowują haseł *Slovenec* i *Slovenka*.⁶¹ W słowniku ortograficznym (*Slovenski pravopis*, SP) występują hasła *Slovenec*, *Slovenka* opatrzone kwalifikatorem *preb. i.* (*prebivalsko ime* ‘nazwa mieszkańca’), informującym o typie nazwy, a ich definicje można uznać za gramatyczne, gdyż podają wskazówki jedynie o rodzaju gramatycznym i kilku (nielicznych) formach przypadku: dopełniacza i narzędnika liczby pojedynczej w przypadku *Słoweńca* (*Slovénec* -nca m s -em) oraz końcówki mianownika liczby mnogiej w przypadku *Słowenki* (*Slovénka* -e ž),⁶² a rozszerzony wariant słownika, istniejący na razie wyłącznie w wersji elektronicznej (eSP) dodaje tylko informację o części mowy i dodatkowo o typie rzeczownika (*samostalnik moškega/ženskega spola; ime bitja, stvarno ime* ‘rzeczownik rodzaju męskiego/żeńskiego, nazwa istoty żyjącej, nazwa własna’). Ciekawostką może być zamieszczenie w SSKJ i SSKJ2 hasła w formie zaprzeczonej *Neslovenec / neslovenec* – z możliwością zapisu małą lub wielką literą – w znaczeniu ‘ten, kto nie jest Słoweńcem’ (SSKJ 1994: 667), taki stan rzeczy można uznać za błąd w definiowaniu, gdyż trudno wyeliminować cechy, które nie zostały opisane/przypisane w szczątkowym artykule hasłowym dotyczącym Słoweńca. Reasumując, niewiele więc informacji dotyczących definicji mieszkańców Polski i Słowenii znajdziemy w ogólnych słownikach słoweńskich (SSKJ, SSKJ2, SNB, SP, eSP).

2.2.1. *Słoweniec* – eksplikacje

Z odpowiedzi na pytanie *Kto to jest Słoweniec?* zebrano łącznie 317 werbalizacji: 135 wśród polskich ankietowanych i 182 wśród słoweńskich – liczby te stanowiły podstawę do obliczeń procentowych, osobno w auto- i heterostereotypie.⁶³ W ankietowych eksplikacjach w funkcji *genus proximum* wystąpiły różne określniki, których zestaw podaje poniższa tabela 16.

61 Jak wyjaśniają autorzy, ów brak wynika z założenia o nieopracowywaniu nazw własnych jako odrębnych haseł, chyba że stanowią one część innej jednostki leksykalnej, najczęściej połączenia wyrazowego, frazeologizmu.

62 Fakt ten można by tłumaczyć tym, że *Slovenski pravopis* powstawał w latach 1991–2001 przede wszystkim na podstawie materiału opracowanego już w SSKJ, przy czym, jak widać, utrzymał też większość przyjętych w nim zasad.

63 Sumy wymiarków (W) w auto- (A) i heterostereotypie (H): $W_A = 135$ (100%) i $W_H = 182$ (100%).

Tabela 16: *Słoweniec* – eksplikacje, podział ze względu na *genus proximum* (%).

<i>Słoweniec</i> to... (<i>genus proximum</i>)	A	H
Mieszkaniec / prebivalec	23	23
Osoba (płci męskiej) / oseba (moškega spola)	22	15
Mężczyzna / moški	12	16
Obywatel / državljan	12	28
Członek / pripadnik	11	1
Człowiek / človek	5	3
Potomek / potomec	5	3
Inne	4	5
Bez <i>genus proximum</i>	6	6
Razem	100	100

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Respondenci obu nacji w równym stopniu użyli w swoich definicjach *Słoweńca* w funkcji *genus proximum* określnika ‘**mieszkaniec**’ (A i H – po 23%): *prebivalec Slovenije; mieszkaniec Slovenii*, przy czym kilku badanych w eksplikacji opisało dodatkowo wielkość, kształt oraz położenie miejsca zamieszkania (kraju/państwa) *Słoweńca*: *prebivalec majhne države, ukleščene med Alpe, Jadransko morje in Panonsko nižino; prebivalec majhne državice v obliki kokoške; mieszkaniec małego europejskiego kraju; mieszkaniec małego państwka w kształcie kury*. Definiowany *Słoweniec* konceptualizowany był również jako ‘**osoba**’ (A – 22%, H – 15%), zwykle w ekplikacjach precyzowano informację o płci ‘osoba płci męskiej’:⁶⁴ *Slovenec je oseba, ki živi v Sloveniji; osoba płci męskiej; oseba moškega spola* oraz ‘**mężczyzna**’ (A – 12%, H – 16%): *moški*. Znacząca część polskich, a prawie o połowę mniej słoweńskich ankietowanych, w swoich eksplikacjach *Słoweńca* w funkcji *genus proximum* użyła określnika – ‘**obywatel**’ (A – 12%, H – 28%): *državljan Slovenije; obywatel Slovenii*. Podobnie w większości w autostereotypie posłużono się wyrazami ‘pripadnik’ (A – 11%, H – 1%) w znaczeniu ‘członek; ktoś przynależący do...’: *pripadnik slovenskega naroda; członek mniejszości słoweńskiej za granicą*, ‘człowiek’ (A – 5%, H – 3%): *človek s slovenskim državljanstvom; človek, ki živi v Sloveniji* oraz ‘potomek’ (A – 5%, H – 3%): *potomec Slovencev; potomek Słoweńców*.

Oprócz wymienionych wyrazów w funkcji *genus proximum* sporadycznie wystąpiły określenia, takie jak: ‘przedstawiciel’ (*predstavnik slovenskega naroda*), ‘syn’ (*sin Slovenca in/ali Slovenke*), ‘Słowianin’ (*Slovenec je Slovan, ki želi biti German*) i ‘osobnik’: *osobnik płci męskiej*, które zebrano w klasie tematycznej ‘inne’ (A – 4, H – 5%). Sporadycznie,

64 W autostereotypie to aż 12% z 22%, w heterostereotypie znacznie mniej – 5% z 15% w omawianej klasie tematycznej.

głównie w ujęciu autostereotypowym, w eksplikacjach przy opisie definiowanego „obiekту” użyto zaimków – taki sposób eksplikacji zarejestrowano w znacznie mniejszym stopniu niż to wystąpiło przy eksplikacjach *Polaka: Slovenec je ta, ki ima slovensko državljanstvo; kdor ima slovenske starše*. Do omawianej grupy ‘inne’ zaliczono również brak odpowiedzi – definicji *Słoweńca* (dwa przypadki wśród słoweńskich ankietowanych).

Dość często, podobnie jak w przypadku eksplikacji *Polki* i *Polaka*, również ankietowe definicje *Słoweńca* były oparte jedynie na wyliczeniach wybranych cech, nie zawierały *genus proximum* (A i H – po 6%): *Slovenec – delaven, malo oportunist, konservativen, zaprt, ima rad nogomet*.

Analiza danych językowych uzyskanych z polskich i słoweńskich eksplikacji zaowocowała wydzieleniem dziesięciu klas tematycznych tworzących określone kryteria „słoweńskości”, elementy odróżniające bądź charakteryzujące męskiego przedstawiciela narodu słoweńskiego. Tabela 17 prezentuje uzyskane wyniki.

Tabela 17: *Slovenec* – eksplikacje, podział na klasy tematyczne (%).

<i>Slovenec...</i> (kryteria „słoweńskości”)	A	H
Mieszka w Słowenii	18	17
Czuje się Słoweńcem	14	8
Ma słoweńskie pochodzenie	12	9
Jest obywatelem Słowenii	11	23
Jest osobą płci męskiej/mężczyzną	10	15
Mówi po słoweńsku	10	5
Mieszka poza Słowenią	8	2
Jest narodowości słoweńskiej	6	10
Urodził się w Słowenii	3	6
Inne	8	5
Razem	100	100

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Zgodnie z konceptualizowanym wyobrażeniem *Slovenec* został zdefiniowany jako osoba, która powinna spełniać następujące kryteria:

- a) **mieszkanie w Słowenii**, to kryterium w opinii ankietowanych okazało się znaczące, co podkreślone jest przez wielkość danych pod względem ilościowym (A – 18%, H – 17%): *prebivalec Slovenije; prebivalec RS; prebivalec države Slovenije; prebivalec slovenske države; moški, ki živi v Sloveniji; oseba moškega spola, ki živi doma [ali v tujini]; človek živeči v Sloveniji; mieszkaniec Słowenii; mieszkaniec Republiki Słowenii; rdzenny mieszkaniec Słowenii; najczęściej mieszka w Słowenii; osoba mieszkająca*

w Słowenii; najczęściej mieszkająca w Słowenii; mieszka w Słowenii; mieszkaniec terenu w granicach politycznych kraju Słowenia;

- b) **bycie Słowencem**, ten wyznacznik „słoweńskości” mocniej został wyeksponowany w autostereotypie (A – 14%, H – 8%), konceptualizowano go nie tylko w kontekście samej przynależności do narodu słoweńskiego, ale częściej – w znaczeniu **zdawania sobie sprawy** z tej przynależności (jej **czuciu**): *čuti pripadnost slovenski kulturi; oseba, ki se poistoveti s Slovenijo; oseba, ki se glede na svojo narodno pripadnost počuti kot Slovenec/se opredeli za Slovenca; moški, ki se tudi sam identificira kot Slovenec; moški, ki se identificira kot Slovenec ter ga drugi Slovenci/Slovenke kot takega sprejemajo; oseba, ki se čuti „Slovenca”; czuje się obywatelem Słowenii; osoba, która w sercu czuje przynależność do Słowenii/narodu słoweńskiego; każdy przedstawiciel płci męskiej, który czuje przynależność do narodu słoweńskiego; osoba, która czuje się przywiązana do Słowenii; osoba identyfikująca się z narodowością słoweńską;*
- c) **posiadanie słoweńskiego pochodzenia, słoweńskich przodków, słoweńskich korzeni** (A – 12%, H – 9%): *oseba, ki ima slovenske prednike/korenine; moški, ki ima slovenske korenine; ima večinoma slovenske korenine; ima slovenske prednike; najpomembnejši element nacionalne pripadnosti so seveda določena zgodovinska dejstva (predniki); moški slovenskih staršev (vsaj enega); ma rodžino i korzenje sloveńskie; osoba płci męskiej o najczęściej ruralnych słoweńskich korzeniach, mocno związana z ziemią i naturą; osoba posiadająca rodziców z obywatelstwem słoweńskim; kto się urodził w słoweńskiej rodzinie, gdzie ojciec i/lub mama jest/są Słowencami; osoba mająca związki ze Słowenią i Słowencami;*
- d) **posiadanie słoweńskiego obywatelstwa** (A – 11%, H – 23%): *slovenski državljan; državljan Slovenije; državljan Republike Slovenije; državljan RS; moški, ki ima slovensko državljanstvo; moški, ki je pridobil slovensko državljanstvo; človek s slovenskim državljanstvom; obywatel Słowenii; obywatel Republiki Słowenii; obywatel narodu słoweńskiego; posiadający obywatelstwo Republiki Słowenii, też słoweński dokument tożsamości: posiadający słoweński paszport;*
- e) **bycie mężczyzną**, osobą płci męskiej, też człowiekiem (A – 10%, H – 15%): *moški; oseba moškega spola; človek; mężczyzna; osoba płci męskiej; człowiek;*
- f) **umiejętność mówienia po słoweńsku** (A – 10%, H – 5%): *govori slovensko; govori slovenski jezik; praviloma govori slovensko; ponavadi govori slovensko; komunicira v slovenščini; osoba identyfikująca się z językiem słoweńskim; mówiący po słoweńsku, wskazanie, że jego językiem ojczystym jest słoweński: oseba moškega spola, katere materni jezik je slovenski; njegov [Slovenca] materni jezik je slovenščina; prebivalec države Slovenije, kateremu je slovenski jezik materni jezik; večinoma (ne pa nujno) materni govorec slovenskega jezika; materinščina mu je slovenščina; njegova materinščina je slovenščina; język słoweński jest jego językiem ojczystym, konceptualizowany Słoweniec zna też języki obce, szczególnie angielski, za pomocą którego porozumiewa się z cudzoziemcami: praviloma govori slovenski jezik, vendar glede na okoliščine in interakcijo s tujci tudi tuje jezike, npr. angleščino, španščino; poleg slovenščine, ki mu je materinščina, dobro govori tudi angleško in druge jezike;*
- g) **mieszkanie (rzadziej urodzenie się) poza Słowenią** (A – 8%, H – 2%): *oseba, ki živi v Sloveniji ali zunaj nje; državljan Slovenije, naj živi doma ali v tujini; moški, ki se je*

rodil in živi v tujini; osoba mieszkająca też poza Słowenią; niekoniecznie mieszkający w Słowenii, w tym przypadku podkreślano, że to osoba czująca się Słowencem lub mające słoweńskie korzenie: Slovinci pa so lahko tudi tisti v emigraciji, a se morajo še vedno čutiti Slovence; ali pa živi v zamejstvu ali tujini in ima slovenske korenine;

- h) **posiadanie słoweńskiej narodowości** (A – 6%, H – 10%): *oseba slovenske narodnostne pripadnosti; moški slovenske narodnosti; oseba moškega spola, ki je po rodu slovenske narodnosti; osoba narodowości słoweńskiej; mężczyzna narodowości słoweńskiej; mający narodowość słoweńską; mężczyzna posiadający narodowość Republiki Słowenii;*
- i) **urodzenie się w Słowenii** – kryterium to było postrzegane jako ważne dla mniejszej liczby ankietowanych, nieco mocniej podkreślono je w ujęciu heterostereotypowym (A – 3%, H – 6%): *oseba moškega spola, ki je rojena v Sloveniji; moški, ki je rojen v Sloveniji; urodzony w Słowenii; osoba urodzona w Słowenii; osoba urodzona w Republice Słowenii; osoba urodzona na terytorium Słowenii; tudzież osoba w nim [w państwie Słowenia] urodzona.*

W klasie semantycznej ‘inne’ zawarto ekscerpty, które dotyczyły przede wszystkim charakteru, rzadziej wyglądu definiowanego Słowenka (A – 8%, H – 5%). Częściej słoweńscy badani wzbogacali eksplikacje o dodatkowe cechy charakterystyczne dla swojego wyobrażenia rodaka. W rekonstruowanym modelu mocno została wyeksponowana sportowa „natura” (i sylwetka) Słowenka, który uprawia sport (*se ukvarja s športom; rad športa*), jest jego miłośnikiem (*športni navdušenec*) i dobrym kibicem (*dobri navijači*). To – zgodnie z modelem rekonstruowanym w heterostereotypie – *mężczyzna w średnim wieku, głównie kawaler – najczęściej będący w związku nieformalnym; ktoś, kto jest niezwykle pracowity i ułożony; otwarty względem turystów; wizualnie podobny do Polaka*. Ekscerpty zebrane w ujęciu autostereotypowym tworzą model niosący głównie wartościowanie negatywnie lub ambiwalentne. Zgodnie z konceptualizowanym słoweńskim wyobrażeniem mieszkańiec Słowenii to osoba chłodna i zamknięta, też w stosunku do współobywateli (*bladen in zadržan, tudi do sodržavljancev; zaprt do sonarodnjakov*), a także powierzchowna, niezbyt rozmowna, prosta (również w sposobie postrzegania świata), uprzejma, ale zarazem zawistna, zazdroszcząca sąsiadom i winiąca innych za swoje błędy. To też mężczyzna mający swój dom i zapas domowego wina, lubiący konsumpcję trunków i często pijący ponad miarę, jego atrybutem bywa dzierzona w ręce wino lub piwo. Poza tym to człowiek niezadowolony ze swojego państwa, rozpaczający nad sytuacją, obciążony przeszłością i marzeniami o lepszej przeszłości, skłonny do narzekania i samobójstw, to: *słowiański góral spod Alp; Slovan, ki želi biti German; po srcu Balkanec, po mentaliteti zahodnjak*.

2.2.2. Słowenka – eksplikacje

Z odpowiedzi na pytanie *Kto to jest Słowenka?* zebrano łącznie 308 ekscerptów (140 wśród polskich i 168 wśród słoweńskich respondentów) – wartości te stanowiły

podstawę obliczeń procentowych w auto- i heterostereotypie. Respondenci definiując *Słowenkę*, podobnie jak *Polkę*, *Polaka* i *Słoweńca*, w funkcji *genus proximum* użyli różnych określeń – ich wykaz przedstawia tabela 18.

Tabela 18: *Słowenka* – eksplikacje, podział ze względu na *genus proximum* (%).

<i>Słowenka</i> to... (<i>genus proximum</i>)	A	H
Mieszkanka / prebivalka	22	21
Osoba (płci żeńskiej) / oseba (ženskega spola)	20	15
Kobieta / ženska	15	17
Obywatelka / državljanka	11	25
Członkini / pripadnica	10	1
Potomkini / potomka	5	4
Inne	9	9
Bez <i>genus proximum</i>	8	8
Razem	100	100

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Wśród najczęstszych rzeczowników użytych w funkcji *genus proximum* w definiowaniu *Słowenki*, przeważały określenia podobnie jak w definicjach *Słoweńca*: ‘**mieszkan-ka**’ (A – 22%, H – 21%): *prebivalka Slovenije*; *mieszkanka Słowenii*, ‘**osoba**’ (A – 20%, H – 15%): *oseba, ki živi zunaj slovenskih meja*; *osoba mieszkająca też poza Słowenią*, nadrzędnik występował również w konstrukcji rozszerzonej, podkreślającej informację o płci, co odnotowano częściej w autostereotypie, ‘osoba płci żeńskiej’:⁶⁵ *oseba ženskega spola živeča v Sloveniji*; *osoba płci żeńskiej mająca narodowość słoweńską*, ‘**kobieta**’ (A – 15%, H – 17%): *ženska, ki ima slovensko državljanstvo*; *kobieta, która mieszka w Słowenii* oraz ‘**obywatelka**’ – konceptualizacja zdecydowanie mocniej wyeksponowana w heterostereotypie (A – 11%, H – 25%): *državljanka Slovenije*; *obywatelka Słowenii*. Jedynie w wypowiedziach autostereotypowych często podawano określnik ‘**pripadnica**’ w znaczeniu ‘członkini, kobieta przynależąca do...’ (A – 10%, H – 1%): *pripadnica slovenskega naroda*. Poza tym słoweńska kobieta bywała określana jako ‘potomkini’ (A – 5%, H – 4%): *potomka Slovencev*; *potomkini słoweńskich przodków*.

Wśród pozostałych określeń, których sporadycznie użyli polscy i słoweńscy ankietowani, a które zebrano w klasie semantycznej ‘inne’ znalazły się określniki wskazujące cechy osobnicze związane z płcią, takie jak: ‘matka’ (*mati*), ‘żona’ (*žena*), ‘córka’ (*hči*), ‘dziewczyna’ (*punca*), też z zawodem, wykonywanym zajęciem – ‘kucharka’ (*kuharica*),

65 W autostereotypie to aż 11% z 20%, w heterostereotypie znacznie mniej – 6% z 15% w omawianej klasie tematycznej.

‘gospodyni’ (*gospodinja*). Podobnie jak w przypadku eksplikacji wcześniej omówionych nazw mieszkańców Polski i Słowenii również w respondenckich definicjach *Słowenki* odnotowano przykłady eksplikacji bez *genus proximim*, utworzonych w formie wyliczenia określonych cech, np. *Slovenka – natančna, prijazna, ustrezljiva; Slovenka – miła, cicha, skromna*.

Z analizy werbalizacji składających się na polskie i słoweńskie eksplikacje *Słowenki* wyodrębniono dziesięć klas tematycznych stanowiących swoiste kryteria „słoweńskości”, według których zdefiniowano konceptualizowaną przedstawicielkę narodu. Poniższa tabela przedstawia otrzymane rezultaty.

Tabela 19: *Słowenka* – eksplikacje, podział na klasy tematyczne (%).

<i>Słowenka...</i> (kryteria „słoweńskości”)	A	H
Mieszka w Słowenii	14	18
Czuje się Słowenką	13	10
Ma słoweńskie pochodzenie	13	9
Jest obywatelką Słowenii	12	24
Jest osobą płci żeńskiej/kobietą	12	13
Mówi po słoweńsku	9	5
Mieszka poza Słowenią	9	2
Jest narodowości słoweńskiej	8	10
Urodziła się w Słowenii	3	5
Inne	7	4
Razem	100	100

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Zgodnie z konceptualizowanym polskim i słoweńskim wyobrażeniem *Słowenka* w eksplikacjach ankietowanych obu nacji została zdefiniowana jako osoba spełniająca następujące warunki/kryteria:

- a) **mieszkanie w Słowenii**, co okazało się ważniejsze dla polskich ankietowanych (A – 14%, H – 18%): *prebivalka Slovenije; prebivalka Republike Slovenije; prebivalka slovenske države; ženska, ki živi v Sloveniji; oseba ženskega spola, ki živi doma [ali v tujini]; prebivalka majhne državice v obliki kokoške; mieszkanka Słowenii; mieszkanka RS; mieszka w Słowenii; najczęściej mieszka w Słowenii; osoba mieszkająca w Słowenii; najczęściej mieszkająca w Słowenii;*
- b) **bycie Słowenką, odczuwanie** przywiązania, przynależności do Słowenii i narodu słoweńskiego, słoweńskiej kultury, a zatem w eksplikacji konceptualizowana jest nie tylko sama przynależność do narodu słoweńskiego, ale częściej **świadomość/ zdawanie sobie sprawy z owej przynależności** – wskazane kryterium nieco mocniej

zostało wyeksponowane w słoweńskich ekscerptach (A – 13%, H – 10%): *čuti pripadnost slovenski kulturi; oseba, ki se poistoveti s Slovenijo; oseba, ki se čuti „Slovenko”; oseba ženskega spola, ki se opredeli za Slovenko; se identificira s Slovenci; ženska, ki se ima za Slovenko; czuje się obywatelką Słowenii; osoba, która w sercu czuje przynależność do Słowenii/narodu słoweńskiego; etnicznie i politycznie utożsamiająca się ze swoim krajem; osoba, która czuje się przywiązana do Słowenii; każda kobieta, która czuje przynależność do narodu słoweńskiego; związana ze swoim państwem, miejscem pobytu; osoba identyfikująca się z narodowością słoweńską;*

- c) **posiadanie słoweńskiego pochodzenia, słoweńskich przodków, słoweńskich korzeni**, co również nieco wyraźniej zaznaczono w autostereotypie (A – 13%, H – 9%): *oseba, ki ima slovenske prednike/korenine; ženska, ki ima slovenske korenine; ima večinoma slovenske korenine; ima slovenske prednike; ženska slovenskih staršev (vsaj enega); ma rodinjo i korzenje slovenske; osoba posiadająca rodziców z obywatelstwem słoweńskim; kto się urodził w słoweńskiej rodzinie, gdzie ojciec i/lub mama jest/są Słowęcami; osoba posiadająca rodziców z obywatelstwem słoweńskim;*
- d) **posiadanie słoweńskiego obywatelstwa**, warunek zdecydowanie częściej odnotowany w polskim modelu (A – 12%, H – 24%): *slovenska državljanica; državljanica Slovenije; državljanica Republike Slovenije; državljanica RS; ženska, ki ima slovensko državljanstvo; oseba ženskega spola s slovenskim državljanstvom; obywatelka Słowenii; obywatelka Republiki Słowenii; obywatelka narodu słoweńskiego; posiadająca obywatelstwo Republiki Słowenii, ma też słoweński dokument tożsamości: posiadająca słoweński paszport;*
- e) **bycie kobietą**, osobą płci żeńskiej (A – 12%, H – 13%): *ženska; oseba ženskega spola; kobieta; osoba płci żeńskiej;*
- f) **umiejętność mówienia po słoweńsku**, co nieco mocniej podkreślono w autostereotypowych explikacjach (A – 9%, H – 5%): *govori slovensko; govori slovenski jezik; praviloma govori slovensko; ponavadi govori slovensko; komunicira v slovenščini; oseba identyfikująca się z językiem słoweńskim; mówiąca po słoweńsku, wskazanie, że jej językiem ojczystym jest słoweński: oseba ženskega spola, katere materni jezik je slovenski; njen materni jezik je slovenščina; prebivalka države Slovenije, kateri je slovenski jezik materni jezik; večinoma (ne pa nujno) materna govorica slovenskega jezika; materinščina ji je slovenščina; njena materinščina je slovenščina; język słoweński jest jej językiem ojczystym, ponadto uściślenie o znajomości języków obcych, szczególnie angielskiego, którego używa do kontaktu z cudzoziemcami: praviloma govori slovenski jezik, vendar glede na okoliščine in interakcijo s tujci tudi tuje jezike, npr. angleščino, španščino; poleg slovenščine, ki ji je materinščina, dobro govori tudi angleško in druge jezike;*
- g) **mieszkanie (rzadziej urodzenie się) poza Słowenią**, taki warunek w heterostereotypie został odnotowany sporadycznie (A – 9%, H – 2%): *oseba, ki živi v Sloveniji ali zunaj nje; državljanica Slovenije, naj živi doma ali v tujini; ženska, ki se je rodila in živi v tujini; osoba mieszkająca też poza Słowenią; niekoniecznie mieszkająca w Słowenii, w opisanej sytuacji konceptualizowana kobieta czuje się Słowenką lub ma słoweńskie korzenie: Slovenci pa so lahko tudi tisti v emigraciji, a se morajo še vedno čutiti Slovence; ali pa živi v zamejstvu ali tujini in ima slovenske korenine;*
- h) **posiadanie słoweńskiej narodowości** (A – 8%, H – 10%): *oseba slovenske narodnostne pripadnosti; ženska slovenske narodnosti; oseba ženskega spola, ki je po rodu*

slovenske narodnosti; osoba narodowości słoweńskiej; kobieta narodowości słoweńskiej; mająca narodowość słoweńską; osoba płci żeńskiej posiadająca narodowość Republiki Słowenii;

- i) **urodzenie się w Słowenii** (A – 3%, H – 5%): *oseba ženskega spola, ki je rojena v Sloveniji; ženska, ki je rojena v Sloveniji; urodzona w Słowenii; osoba urodzona w Słowenii; osoba urodzona w Republice Słowenii; osoba urodzona na terytorium Słowenii.*

W klasie tematycznej ‘inne’ zebrano zrekonstruowane cechy definiujące Słowenkę, w większej liczbie odnotowane w autostereotypie, które dotyczyły głównie charakteru lub rzadziej wyglądu (A – 7%, H – 4%). Zgodnie z konceptualizowanym wyobrażeniem Słowenka to kobieta wyemancypowana, która stara się wykazać swoje zdolności i odnieść sukces w życiu zawodowym, ale dla kariery nie poświęci wszystkiego, bo-wiem ceni tradycyjną rolę matki, jest żoną i kucharką, to osoba zarządzająca słoweńskim domem, o który z oddaniem się troszczy. Konceptualizowana w eksplikacjach Słowenka jest aktywna sportowo i społecznie, ma wiele przyjaciółek, lubi obmawiać, choć bywa cicha, skromna, dyskretna, jest zrelaksowana i nie martwi się tym, jak ją widzą inni ludzie. Cechy słoweńskiej kobiety były czasem w ujęciu autostereotypowym zestawione i porównane z cechami słoweńskiego mężczyzny: *podobna Slovencu; kot Slovenec; bolj zgovorna kot Slovenec; bolj odgovorna kot Slovenec, ne poglablja se preveč v bistvo stvari ne intelektualno ne emotivno; Slovanka, ki se ne ubada s svojimi koreninami – v ostalih lastnostih je podobna Slovencu*. Kilka ekscerptów dotyczyło wyglądu przedstawicielki narodu słoweńskiego. Zgodnie z zrekonstruowanym na tej podstawie obrazem Słowenka rysuje się jako kobieta zadbana, schludna, ale nie lubiąca wyróżniać się swoim wyglądem, wysoka, ciemnooka i ciemnowłosa.

Na koniec warto przytoczyć dłuższy opis słoweńskiego respondenta, który oprócz odnośnika do definicji Słowenka obszernie dookreślił konceptualizację słoweńskiej kobiety:

Tako kot Slovenec. Mnogokrat je lepa, je samostojna in neodvisna od moškega. Je karakterno pogosto zelo podobna slovenskemu moškemu. Čisto normalno je, da da otroke v vrtec in hodi v službo. Pogosto zasluži enako kot moški. V Sloveniji obstaja „seksualni socializem”, globoko zakoreninjena, skoraj naravna enakopravnost, ki jo Slovenke živijo in se manj pogosto o njej sprašujejo kot Poljakinje.⁶⁶

66 Tłumaczenie: *Tak samo jak Słoweniec. Niejednokrotnie piękna, samodzielna i niezależna od mężczyzny. Pod względem charakteru jest często bardzo podobna do słoweńskiego mężczyzny. Prowadzi dzieci do przedszkola i idzie do pracy, co jest zupełnie normalne. Często zarabia tyle samo, co mężczyzna. W Słowenii panuje „seksualizm płciowy”, głęboko zakorzenione, niemal naturalne równouprawnienie, którym żyją słoweńskie kobiety i o które rzadziej się pytają niż Polki.*

2.3. Wnioski

Zarówno polscy, jak i słoweńscy ankietowani zaproponowali różne eksplikacje *Polki* i *Polaka* oraz *Słoweńca* i *Słowenki*, które były zróżnicowane pod względem obszerności opisu – od krótkich, zamkniętych, po nieco rozbudowane, do obszernych, mniej typowych, zawierających kilkudzaniowy opis przedstawicieli i przedstawicielek obu narodów, często z określeniami wartościującymi, dotyczącymi cech charakteru i wyglądu.⁶⁷ Niektóre z eksplikacji, będące zazwyczaj częścią składową rozbudowanego definiensa, można uznać za definicje klasyczne, gdyż podawały nazwę gatunkową oraz różnicę gatunkową zgodnie z maksymą *Definitio fit per genus proximum et differentiam specificam*. Definicje klasyczne powstają przez przejście od ogółu do szczegółu, są realne (ze względu na funkcję), próbują oddać realny stan rzeczy, podają jednoznaczny charakterystykę przedmiotu, są równościowe i wyraźne (ze względu na budowę), zawierają definicyjny znak równości, w postaci spójek „to”, „jest to”, słn. „je” lub myślnika, mają dwuczłonowy definiens (*genus proximum + differentia specifica*), por. *Poljak je državljan Republike Poljske; Słowenka to mieszkanka Slovenii*. Typowe w ankietowych eksplikacjach jest nieprzestrzeganie reguł definicji taksonomicznych, bowiem tworzone przez respondentów „hasła” służą innym celom, mają ukazać to, jak badani postrzegają, nazywają i interpretują przedmiot opisu – Polaka, Polkę, Słoweńca i Słowenkę. Na podstawie zebranego materiału można odtworzyć tzw. definicję kognitywną nastawioną na zdawanie sobie sprawy z utrwalonej w języku „naiwnej”/„potocznej” intersubiektywnej wiedzy o świecie i takim kategoryzowaniu obiektów oraz ich odpowiednim wartościowaniu.

Jako podsumowanie tej części badań, podajemy zrekonstruowaną „bazę” stereotypu – która stanowi zarazem najważniejszą część definicji kognitywnej wieńczącej pracę. W jej tworzeniu zostało uwzględnionych **pięć** najczęściej wskazywanych klas tematycznych – **kryteriów „polskości” i „słoweńskości”** reprezentantów obu płci obu nacji.

Oto, zgodnie z wynikami badań odtwarzanych z danych wyekscerpowanych z **pol-skich eksplikacji**, konceptualizowani przedstawiciele obu grup narodowych:

Polak – obywatel Polski, mieszkaniec Polski, mężczyzna mieszkający również poza granicami państwa polskiego, czujący się Polakiem;

Polka – obywatelka Polski, mieszkanka Polski, kobieta mieszkająca również poza granicami państwa polskiego, czująca się Polką;

Słowiec – obywatel Słowenii, mieszkaniec Słowenii, mężczyzna narodowości słoweńskiej, mający słoweńskie pochodzenie, czujący się Słowencem;

Słowenka – obywatelka Słowenii, mieszkanka Słowenii, kobieta narodowości słoweńskiej, mająca słoweńskie pochodzenie, czująca się Słowenką.

67 Ekscerpty te zostały uwzględnione również w analizie kategorii ‘wygląd’ i ‘charakter’, do których rzeczywiście się odnosiły.

Na podstawie **słoweńskich eksplikacji** przedstawicieli i przedstawicielek obu nacji, zrekonstruowano poniższe „definicje”:

Polak – osoba czująca się Polakiem, obywatel Polski, osoba płci męskiej/mężczyzna, mówi po polsku, mieszka również poza granicami państwa polskiego;

Polka – osoba płci żeńskiej, obywatelka Polski, mówi po polsku, mieszka również poza granicami państwa polskiego, czuje się Polką;

Słowiec – mieszkaniec Słowenii, czuje się Słowencem, ma słoweńskie pochodzenie, obywatel Słowenii, osoba płci męskiej/mężczyzna, mówi po słoweńsku;

Słowenka – mieszkanka Słowenii, czująca się Słowenką, o słoweńskim pochodzeniu, obywatelka Słowenii, osoba płci żeńskiej/kobieta, mówi po słoweńsku.

Porównanie polskiej definicji słownikowej (USJP⁶⁸) i „definicji” utworzonej na podstawie eksplikacji ankietowanych Polaków pokazuje zbieżność w postrzeganiu definiowania *Polaka* i *Słowenka*, jedynie ze zmianą kolejności dwu komponentów definiensa dotyczących posiadania polskiego obywatelstwa i zamieszkania na terenie Polski. W członach określających hasel słownikowych na pierwszym miejscu pojawiło się posiadanie (polskiej/słoweńskiej) narodowości. To kryterium może być różnie interpretowane, gdyż słowo *narodowość* może oznaczać tradycyjnie przynależność lub pochodzenie narodowościowe i etniczne, choć w potocznym rozumieniu, też pod wpływem języków zachodnich, jest utożsamiane z *obywatelstwem*.⁶⁹ W szerokim rozumieniu w zakres *narodowości* wejdą również eksplikacje, które zostały w naszej analizie wyodrębnione osobno ze względu na podział uwzględniający element językowy (posiadanie polskiego/słoweńskiego pochodzenia, polskich/słoweńskich korzeni, polskich/słoweńskich przodków oraz poczucie bycia Polakiem i Polką oraz Słowencem i Słowenką, poczucie polskiej/słoweńskiej przynależności). Ciekawe, że dla polskich ankietowanych kryterium narodowościowe okazało się bardziej istotne w definiowaniu *Słowenka* i *Słowenki*, a mniej w eksplikacjach dotyczących „samego siebie” – własnych rodaków i rodaczek. Z kolei słoweńscy badani władanie językiem ojczystym częściej podkreślili zarówno w ujęciu auto-, jak heterostereotypowym, a w eksplikacjach *Polaka* i *Polki* zwrócili większą uwagę na możliwość mieszkania poza granicami państwa polskiego niż zamieszkiwania na terenie Polski.

68 *Polak* – „człowiek narodowości polskiej, mieszkaniec Polski, obywatel tego państwa” (USJP III: 307); *Polka* – „kobieta narodowości polskiej, mieszkanka Polski, obywatelka tego państwa” (USJP III: 320); *Słowiec* – „człowiek narodowości słoweńskiej, mieszkaniec Słowenii, obywatel tego państwa”; *Słowenka* – „kobieta narodowości słoweńskiej, mieszkanka Słowenii, obywatelka tego państwa” (USJP III: 1272).

69 „W większości z [języków zachodnich], w szczególności we Francji, pojęcie narodowości (fr. *nationalité*) jest równoznaczne z obywatelstwem zarówno formalno-prawnie, jak i w potocznym znaczeniu. Najczęściej więc w innych krajach zachodnich polskie pojęcie „narodowość” tłumaczone jest, dla podkreślenia niezależności od obywatelstwa, poprzez słowo etniczność (w językach tych krajów)”: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Narodowo%C5%9B%C4%87> (dostęp: 09.03.2022).

Reasumując, dla polskich respondentów przy uznaniu kogoś za *Polaka* i *Polkę* oraz *Słoweńca* i *Słowenkę* najczęściej wskazywane było wspólnie we wszystkich definicjach kryterium polityczne oraz geograficzne, zgodnie z którym *Polak/Polka* to obywatel(ka) i mieszkaniec/mieszkanica Polski, dla słoweńskich respondentów *Polak/Polka* to osoby mieszkające też poza Polską, a *Słowiec/Słowenka* to obywatel(ka) i mieszkaniec/mieszkanica Słowenii. Eksplikacje utworzone przez słoweńskich badanych wyglądają nieco inaczej, gdyż za główne wyznaczniki „polskości” i „słoweńskości” uznano obok kryteriów geograficznego i politycznego (uwzględnionych też przez polskich respondentów, ale podanych w innej kolejności, a zatem niejednakowo ważnych) kryterium świadomościowe, zgodnie z którymi w wyobrażeniu słoweńskich badanych *Polak/Polka* to mieszkaniec/mieszkanica Polski, osoba płci męskiej/żeńskej czująca się Polakiem/Polką, obywatel(ka) Polski, mówiący/mówiąca po polsku, a *Słowiec/Słowenka* to mieszkaniec/mieszkanica Słowenii, osoba płci żeńskiej czująca się Słoweńcem/Słowenką, mówiąca po słoweńsku.

Porównując eksplikacje *Polaka* i *Słoweńca* jako przedstawiciela płci męskiej oraz *Polki* i *Słowenki* jako reprezentantki płci żeńskiej, zauważamy, że większość ankietowanych obu nacji podawała analogiczne definicje przy obu hasłach, zmieniając jedynie rodzaj gramatyczny *genus proximum*, por. *obywatel* – *obywatelka*, *mieszkaniec* – *mieszkanica*, *mężczyzna*, *człowiek*⁷⁰ – *kobieta* lub o wiele częściej, szczególnie wśród słoweńskich badanych, *osoba płci męskiej* – *osoba płci żeńskiej*. Często zatem jako kategorię nadrzędną zarejestrowano nieróżnicujący pod względem płci rzeczownik *osoba*, rzadziej zaimki. Nieczęsto, bo w jednokrotnych eksplikacjach, jako nadrzędnik odnotowano inne określenie dla *Polaka* i *Słoweńca*, inne dla *Polki* i *Słowenki*, uwzględniające czynnik biologiczny, kulturowy lub zawodowy (częściej w definiowaniu kobiet), por. *syn*, *mistrz*, *osobnik*, *przedstawiciel*, *matka*, *żona*, *córka*, *dziewczyna*, *gospodyni*, *kucharka* czy *przedstawicielka*. W porównaniu budowy definicji *Polaka* i *Polki* oraz *Słoweńca* i *Słowenki* pod względem użycia określonego członu nadrzędnego widoczne jest mniejsze zróżnicowanie *genus proximum* w eksplikacjach przedstawicieli Słowenii, bowiem jedynie w definicjach *Polaka* i *Polki* odnotowano nadrzędniki typu *katolik* oraz *patriota*.

Różne pod względem budowy i treści eksplikacje przedstawicieli i przedstawicielek narodu polskiego i słoweńskiego ukazały ważność pojmowania tożsamości narodowej oraz różnorodne jej aspekty. Na złożoność problemu wskazał w swojej eksplikacji jeden ze słoweńskich ankietowanych:

Menim, da narodnosti ne določa zares (a priori) narodnost staršev, mesto rojstva ali država bivanja. S perspektive državnih evidenc je stvar morda lažje določljiva in se ne nujno

70 Między innymi *Inny słownik języka polskiego* (ISJP I: 224) podaje znaczenie słowa *człowiek*, które wyraźnie wskazuje płeć: *człowiek to dorosły mężczyzna*, również w potocznym postrzeganiu *mężczyzna* jest utożsamiany z *człowiekiem* i odwrotnie – *człowiek z mężczyzną* (por. np. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2010; Łozowski 2008; Pajdzińska 2001b; Waclawek 2015: 276–277).

*ujema z opredelitvami posameznikov. Priseljenec nikdar ne more biti „resnični Poljak”. Najpomembnejši element nacionalne pripadnosti oz. nacionalne identitete je torej deklaracija posameznika, da pripada določenemu narodu in pa seveda določena zgodovinska dejstva (predniki). Seveda je možno tudi, da se človek čuti kot pripadnik dveh/več narodov.*⁷¹

Z analizy materiału językowego wynika, że respondenci w różny sposób konceptualizują tożsamość narodową, ukazując swoją perspektywę, dany punkt widzenia, odmienne postawy wobec siebie i innego narodu. Zarówno zwrot kulturowy/antropologiczny, jaki dokonał się w humanistyce, jak i zmiany ustrojowe krajów, umożliwiające emigrowanie lub zmuszające do emigracji, w tym rozpad federacyjnej formy państwowości (Jugosławii), skłaniają do ponownego wskazania czynników kształtujących własną tożsamość narodową lub do jej redefinicji. Oczywiście, zdajemy sobie sprawę, że użyta na potrzeby naszego badania metoda ankietowa ma niedoskonałości, a rekonstruowany obraz jest fragmentaryczny, choć siłą rzeczy, taki być musi, gdyż zawsze będzie ograniczony m.in. czasem historycznym czy wielkością grupy. Mimo to badania tego typu są znaczące, stanowią niezwykle bogate źródło informacji, nie tylko *stricte* językoznawczych (por. np. Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2010: 141), oferują też – obok walorów poznawczych – klarowny model analityczny.⁷²

71 Tłumaczenie: *Uważam, że obywatelstwo nie jest tak naprawdę (a priori) określone przez narodowość rodziców, miejsce urodzenia czy kraj zamieszkania. Z perspektywy aktów stanu cywilnego sprawa może być łatwiejsza do określenia i niekoniecznie odpowiadać definicjom jednostek. Imigrant nigdy nie może być „prawdziwym Polakiem”. Najważniejszym elementem przynależności narodowej bądź tożsamości narodowej jest zatem deklaracja jednostki o przynależności do określonego narodu i naturalnie pewne fakty historyczne (przodkowie). Oczywiście, możliwe jest, aby człowiek czuł się członkiem dwóch/więcej narodów.*

72 Polskie badania sondażowe wskazują, „że podstawy tożsamości narodowej, choć są stabilne i trwałe, to jednak w dłuższej perspektywie czasowej mogą ulegać zmianom” (Karkowska 2019: 2). Warto będzie zatem w przyszłości powtórzyć tego typu badania, sprawdzając tym samym zmienność w kryteriach tożsamości narodowej obrazu Polaka i Polki oraz Słoweńca i Słowenki wśród respondentów z omawianych nacji.

Jak cię widzą, tak cię piszą
przysłowie

3. Wygląd

Wygląd jako zespół cech składających się na czyjąś zewnętrzną (USJP IV: 558) jest „[p]ierwszą informacją, do której mamy dostęp, fizycznie stykając się z drugą osobą” (Szymanik 2014: 7). Choć zdajemy sobie sprawę, że aparycja nie jest najważniejsza, to jednak przy pierwszym kontakcie często nieświadomie kategoryzujemy i odpowiednio wartościujemy drugiego człowieka właśnie na podstawie jego wyglądu i zachowania (Nęcki 1990; Demarais, White 2006; 2007). Dopiero przy bliższym poznaniu – jeśli do niego dojdzie – pierwsze wrażenie ustępuje miejsca docenieniu osobowości, poglądów, zainteresowań. Wagę pierwszego wrażenia podkreślają między innymi Ann Demarais i Valerie White, twierdząc że, „[p]ierwsze wrażenie to pierwsza – i niekiedy jedyna – możliwość wyrobienia sobie przez kogoś pojęcia o tym, kim jesteś. Według wszelkiego prawdopodobieństwa pojęcie to przez długi czas pozostanie niezmienione. To, jak inni będą nas postrzegać i czy w ogóle zechcą nas bliżej poznać, zależy w znacznej mierze od pierwszego wrażenia” (Demarais, White 2007: 12). Jesteśmy więc oceniani i sami oceniamy na podstawie wyglądu i zachowania – w takim postrzeganiu wiele zależy od punktu widzenia i perspektywy oglądu osób dokonujących ewaluacji. Przyjrzyjmy się zatem językowo-kulturowym wyobrażeniom aparycji Polaków i Słoweńców zrekonstruowanym na podstawie wypowiedzi polskich i słoweńskich respondentów.

3.1. Wygląd Polaka

Zebrano łącznie 830 werbalizacji opisujących wygląd Polaków (420 z polskich ankiet i 410 ze słoweńskich – liczby te są punktem wyjścia do obliczeń procentowych osobno w auto- i heterostereotypie). Wśród zgromadzonego materiału przeważały ekscerpty dotyczące całej polskiej nacji, choć dość liczną grupę stanowiły te charakteryzujące konkretną płć. Wyodrębniono następujące podkategorie związane z aparycją: ‘typ urody’, ‘cechy fizyczne’: ogólne, szczegółowe i precyzujące płć, a także ‘ubiór’. Choć sumy wyimków w autostereotypie i heterostereotypie są zbliżone do siebie, to analiza materiału pokazuje różnice w ich dystrybucji w obrębie wyróżnionych podkategorii. Tabela 20 całościowo przedstawia uzyskane wyniki ilościowe w przeliczeniu na dane procentowe.

Tabela 20: Wygląd Polaka – podział na podkategorie (%).

Stereotyp	Typ urody	Cechy fizyczne			Ubiór	Razem
		ogólne	szczegółowe	precyzujące płeć		
A	10	7	23	56	4	100
H	8	5	32	50	5	100

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

3.1.1. Typ urody

Konkretyzacje na temat typu urody Polaków w znaczeniu ogólnych cech zewnętrznych w kontekście porównania z przedstawicielami innych nacji stanowią w autostereotypie 10%, w ujęciu heterostereotypowym nieco mniej – 8%. Różnorodność jakościowa opisywanego materiału pozwoliła na wyodrębnienie czterech cech deskryptorowych (por. tabela 21).

Tabela 21: Typ urody Polaka – podział na deskryptory (%).

Polak... (deskryptor)	A	H
Nie ma cech charakterystycznych	2	3
Ma europejski wygląd	2	2
Ma słowiański wygląd	3	1
Jest typem mieszanym	3	2
Razem	10	8

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Zarówno polscy, jak i słoweńscy respondenci w większości nie dostrzegli w wyglądzie Polaków cech charakterystycznych wyłącznie dla przedstawicieli narodu polskiego. Zgodnie z takim sposobem konceptualizacji nasi rodacy w opinii ankietowanych **nie mają cech charakterystycznych i wyglądają jak każdy inny** (A – 2%, H – 3%): *chyba nie istnieje jakiś typ urody charakterystyczny tylko dla Polaków; nie zauważyłam żadnych cech charakterystycznych; nie widzę specjalnych cech zewnętrznych; niewyróżniający się; nie rozlikujejo se od drugih ljudi; videdz brez izrazitih značilnosti; menim, da pri videzu Poljakov ne izstopa nobena značilnost, ki bi jih lahko jasno označila za Poljake; Poljakinja in Poljak: videdz brez izrazitih značilnosti; za Poljake in Poljakinje si ne predstavljam določnega videza; ne vidim posebnosti; izgledajo kot drugi; po ničemer ne izstopajo*. Ekscerpty zgromadzone w tym deskryptorze wskazywały też w niewielkim stopniu na **zwyczajność i przeciętność** wyglądu Polaków, co w autostereotypie – a tam głównie się pojawiły – można odczytać jako przejaw krytyki w ocenie własnej aparycji: [wygląd]

pospolity; przeciętni w wyglądzie; zwyczajni; nic szczególnego; normalny wygląd; kot Poljaka si predstavljam precej navadno osebo. Takie ujęcie wpisuje obraz Polaka w dwa skorelowane modele: najpierw w szerszy krąg, zgodnie z którym Polacy **wyglądają jak Europejczycy**, często jednak z zawężeniem do mieszkańców środkowej części kontynentu (A i H – po 2%): *wyglądają jak Europejczycy; o wyglądzie Europejczyka; europejski wygląd; europejska uroda; wygląd środkowoeuropejski; rysy środkowoeuropejskie; evropejski videz brez izrazitih značilnosti; podoben ostalim prebivalcem Evrope; srednjeevropski; evropejski videz; izgleda kot Evropejec; tipični srednjeevropski videz; videz značilen za Centralno Evropo*, co czasem bywa też tłumaczone wymieszaniem się różnych nacji: *są to raczej rysy środkowoeuropejskie, wymieszane, bez skrajności; obecnie duża mieszanka typów antropologicznych, stąd coraz większe upodobnienie do przeciętnego mieszkańca Europy.* Według drugiego wyróżnionego w większości przez polskich respondentów modelu Polak wygląda jak **Słowianin** (A – 3%, H – 1%): *słowiańska uroda; słowiański typ urody; typowa uroda słowiańska; bardzo słowiańska uroda; słowiański wygląd; bi rekla tipično slovanski videz; imajo tipične slovanske poteze; izgledajo kot drugi Slovani; v primerjavi z ostalimi slovanskimi narodnostmi po ničemer ne izstopajo.* Polscy ankietowani z narodów słowiańskich wymienili Rosjan i zauważyli podobieństwo między tymi nacjami: *podobieństwo do Rosjan; podobni Rosjanom*; natomiast słoweńscy badani porównywali Polaka do siebie: *ne dosti drugačen od Slovenca; meni osebno se zdijo enaki kakor mi; podobni nam; izgledajo kot Slovenci*, co w ujęciu heterostereotypowym nie powinno dziwić, ponieważ definiowany obiekt postrzegany jest zazwyczaj subiektywnie, z własnego punktu widzenia i własnej perspektywy.

Niewielka liczba polskich i słoweńskich wyimków przedstawia postrzeganie powierzchni modelowanego Polaka jako reprezentującego **typ mieszany** (A – 3%, H – 2%): *różny; zróżnicowany; różnoraki wygląd; najróżniejszy; mocno mieszany; ze względu na dużą populację jest również ogromna różnorodność pod względem wyglądu; izgledajo različno; raznoliki videz.* Taka konceptualizacja powiązana jest z doprecyzowaniem różnorodnej aparycji Polaków i dostrzeganiem w rekonstruowanym obrazie przedstawiciela tego narodu cech charakterystycznych dla kilku ras i/lub ludów indoeuropejskich: *rasa przeważnie aryjska; jest spotykany [typ] czasem kojarzony z „nordyckością”; nekaj germanskih potez; redko skandinavski videz; kavkazijska rasa.*

3.1.2. Cechy fizyczne

3.1.2.1. Wybrane (ogólne i szczegółowe) cechy fizyczne

Dookreślenia wyglądu Polaka dotyczące łącznie ogólnych i szczegółowych cech fizycznych stanowią liczną grupę (łącznie: A – 30%, H – 37%) i w znaczący sposób określają rekonstruowany model. Same konkretyzacje odnoszące się do cech ogólnych

stanowiły jednak niewielką część zebranego materiału (A – 7%, H – 5%, por. tabele 20 i 22).

Tabela 22: Ogólne cechy fizyczne Polaka – podział na deskryptory (%).

<i>Polak jest...</i> (deskryptor)	A	H
Zadbany i ładny	3	3
Mniej zadbany	2	1
Średniej budowy ciała	2	1
Razem	7	5

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Przedstawiciel narodu polskiego postrzegany jest zarówno we własnym osądzie, jak i ze słoweńskiej perspektywy jako człowiek **zadbany** (słń. *urejen*) (A i H – po 3%): *dbają o wygląd; zadbani, schludni, dbają o siebie; raczej zadbani i schludni; urejen; urejeni; vedno urejeni; urejen videdz ob vsaki priložnosti; urejenost*, choć warto dodać, że niektórzy polscy respondenci dodatkowo zauważają pozytywną zmianę, jaka aktualnie dokonuje się w odbiorze wyglądu konceptualizowanego rodaka: *teraz coraz więcej osób dba o siebie; zmienia się [na pozytywny] stosunek do własnego ciała i wyglądu; na szczęście coraz więcej Polaków dba o siebie*. Niewielka część słoweńskich wyimków współtworzy minikolekcję poświadczającą **ładny** (słń. *lep*) wygląd Polaka: *posebej lep videdz ljudi; oba spola izgledata lepa*. W znacznie mniejszym stopniu, przede wszystkim w polskich konkretyzacjach, uwidacznia się model **mniej zadbane go Polaka** (A – 2%, H – 1%). Krytyce podlega głównie sylwetka, postrzegana jako zbyt obfita: *ostatnio lekka nadwaga; spora część Polaków i Polek po, powiedzmy, 35 roku życia ma nadwagę; wiele osób odchudza się; często ludzie z nadwagą; o zbyt obfitych kształtach*. Obok krytycznie ocenianego obrazu, rysuje się inny, również w większości w polskich wypowiedziach (A – 2%, H – 1%), gdzie Polak przedstawiany jest jako osoba **o średniej**, normalnej **sylwetce**, niemająca problemów z nadwagą: *średniej (raczej szczupłej) budowy; normalna budowa ciała (ani szczupli, ani grubi); średniej budowy; przeciętna budowa ciała; sylwetka średnia; zelo majhen delež ljudi (vsaj v primerjavi s Slovenci) ima prekomerno telesno težo; postavni*. W przeciwieństwie do rekonstruowanego obrazu wyglądu Słoweńca, nikt z ankietowanych językowo nie wyraził dostrzegania wysportowanej, szczupłej sylwetki konceptualizowanego typowego mieszkańca kraju nad Wisłą (por. ogólne cechy fizyczne Słoweńca).

Wypowiedzi respondentów pozwoliły na odtworzenie szerszego obrazu detali stereotypowego polskiego ciała (A – 23%, H – 32%). Uzyskane wyniki przedstawia poniższa tabela.

Tabela 23: Szczegółowe cechy fizyczne Polaka – podział na deskryptory (%).

Polaka cechują... (deskryptor)	A	H
Oczy	7	5
Włosy	6	9
Karnacja	5	7
Wzrost	3	4
Twarz	2	6
Gesty, ruchy	0	1
Razem	23	32

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Na podstawie materiału językowego można doprecyzować wybrane części ciała: oczy, włosy, karnację, twarz i wzrost, ukazujące bardzo fragmentaryczny obraz rekonstruowanego wyglądu typowego przedstawiciela narodu polskiego. Cechom szczegółowym więcej uwagi poświęcili słoweńscy badani, przez co ujawnili swój punkt widzenia. W ujęciu auto- i heterostereotypowym Polak postrzegany jest jako **osoba o jasnych barwach**. Badani w największej mierze dookreślali kolor oczu (A – 7%, H – 5%) – inaczej niż w przypadku Słoweńców, gdzie ten deskryptor był najrzadziej opisywany, a także włosów (A – 6%, H – 9%) i koloryt skóry (A – 5%, H – 7%). Dane te nierzadko gromadzono w ramach jednej wypowiedzi, np. *svetla polt, lasje, oči; večinoma so bolj svetle polti in svetlih las; pogosto so svetlolasi in s svetlimi očmi*.

(Stereo)typowy Polak ma zazwyczaj:

- a) **jasne oczy** (słn. *svetle oči*) (A – 7%, H – 5%): *o jasných očach; jasne oczy; ma jasne oczy; oczy jasne; svetle oči; stereotipno [kakšni svetlejši lasje in] svetle oči, kar, seveda, ne velja za vse; ima oči svetle barve; pogosto so [svetlolasi in] s svetlimi očmi, najczęściej niebieskie lub zielone: niebieskie oczy; o niebieskich oczach; oczy niebieskie lub zielone; jasne oczy – niebieskie lub zielone; modre oči; svetle oči (pogosto zelene); Poljaki in Poljakinje imajo pogosto [rjave ali] modre oči; rzadziej ciemne: pretežno temnejših [las in] oči, brązowe: Poljaki in Poljakinje imajo pogosto rjave [ali modre] oči, czasem piwne lub czarne: od błękitnych oczu po czarnookich;*
- b) **jasne włosy** (słn. *svetli lasje*) (A – 6%, H – 9%): *jasne włosy; blondyn/blondynka; blondyni; spotykany jest typ bardzo jasnego blondyna; włosy częściej jasne niż ciemne; o jasných włosach; włosy w kolorze blond lub ciemny blond, mysi; svetli lasje; večinoma svetlolasi; plavi lasje; [oseba] svetlih las; svetlejši lasje; [za Poljake in Poljakinje si ne predstavljam določnega videza,] morda le lase svetlejšje barve; Poljaki so svetlolasi; Poljaki in Poljakinje imajo navadno svetle lase (blond), w tym jasnobrązowe: ew. o jasnobrązowych włosach; običajno so lasje svetlo rjave barve, czasem ciemne: włosy ciemne; szatyni; zazwyczaj szatyni; najczęściej szatyni/szatynki; temnolas; pretežno temnejših las [in oči] lub rzadko czarne, słowem – od jasných włosów po czarne;*

- c) **jasną karnację** (słń. *svetla polt*) (A – 5%, H – 7%): *jasna karnacija; biała skóra jasnej karnacji; ma jasną skórę; blada, wręcz sinawa cera; Poljaki in Poljakinje imajo svetlo polt; svetla polt; svetlejša polt; Poljaki so svetlejše poti; bledoličen; bela polt; svetla koža; [oseba] svetle polti; morda so nekoliko svetlejše polti; svetlopoltega obraza, rzadko ciemniejszą, śniadą: malce temnejša polt; cera raczej jasna, ewentualnie lekko śniada, spotyka się osoby śniade, ale nieczęsto; osoby o bardzo jasnej lub bardzo ciemnej karnacji spotyka się rzadziej; pretemna polt nekako ne spada v „polski repertuar”.*

Dodatkowe określenia dotyczące oczu i włosów, czyli najczęściej werbalizowanych deskryptorów, związane były z ich kolorem. Badani zauważali również obok barwy inne cechy, jak na przykład sporadycznie wielkość oczu czy częściej długość i kształt włosów – proste: *włosy proste w kolorze blond lub ciemny blond, mysi; proste włosy; ravni lasje [in velike, jasne oči]*, falowane: *włosy falowane*, krótkie: *kratki lasje* czy niefarbowane: *ogromno ljudi ima svojo naravno barvo las*.

W podkategorii ‘szczegółowe cechy fizyczne’ badani doprecyzowali również twarz i wzrost Polaków. Wygląd **twarży** (słń. *obraz*) częściej określili słoweńscy respondenci, rzadko polscy (A – 2%, H – 6%). W ujęciu heterostereotypowym Polak charakteryzuje się okrągłym kształtem twarzy – cechy tej w ogóle nie dostrzegli u swoich rodaków Polacy: *okrogel obraz; bolj okrogel obraz; pogosteje bolj okrogel obraz; širok oziroma okrogel obraz/glava; imajo malce širši (za moje pojme pravi slovanski) obraz; okrogel obraz; običajno imajo okrogle obraze; pogosto okrogel obraz*. Jednostkowe egzemplifikacje w obu ujęciach wskazały również na osobliwy wygląd nosa: *Polaka možna poznać po nosie; nos szczególnie; poseben nos* oraz poważny wyraz twarzy: *twarz poważna; ozbiljen/resen obraz*. Ponadto ze słoweńskiej perspektywy Polacy charakteryzują się wysokim czołem: *zdi se mi, da imajo Poljaki visoka čela; za Poljake se zdi, da je po videzu značilno visoko čelo*, wydatnymi kośćmi policzkowymi: *poudarjena, višje ležeča rožnata lica; poudarjene ličnice; močne lične kosti*, niewielkimi uszami: *mala ušesa; nekoliko bolj drobna ušesa* oraz raczej ostrymi rysami twarzy: *ostre poteze obraza; za Poljake so značilne ostrejše obrazne poteze, nekoliko ostrejše obrazne poteze*, choć nie wyklucza się rysów delikatnych, zauważonych również przez polskich badanych: *delikatne rysy; gladkie rysy*, co z kolei można połączyć z *dobrodusznym wyrazem twarzy; nežnih potez svetlopoltega obraza; o nežnejših obraznih potezah*.

Jako ostatni aspekt wyglądu w podkategorii szczegółowych cech fizycznych zarówno w auto-, jak i w heterostereotypie wyodrębniono **wzrost** (A – 3%, H – 4%). Samych siebie postrzegamy jako osoby przede wszystkim średnio wysokie: *typowy Polak jest średniego wzrostu; Polak ma średni wzrost; średni wzrost; średniego wzrostu; osoba średniego wzrostu; wzrost średni; niezbyt wysocy lub wysokie: raczej wysokiego wzrostu; budowa ciała raczej [krępa lub] wysoka; jesteśmy narodem wysokim; raczej wysocy*. Głównie jako ludzi wysokich postrzegają nas słoweńscy ankietowani: *Poljaki so visoki; visok; visoki; višji; višje rasti; oseba višje rasti; posebna višina; srednje višje do višje postavave*,

rzadziej jako ludzi o średnim wzroście: *srednje visoka rast; srednja rast* czy niskich: *[meni osebno se zdijo enaki kakor mi, razen tega da] so mogoče malo manjše rasti; Poljaki in Poljakinje so nižje rasti (bolj opazno pri moškem spolu).*

Jedynie mieszkańcy znad Soczy, Sawy i Drawy w swoich wypowiedziach dodatkowo językowo dookreślili gesty i ruchy Polaków (H – 1%), które odbierane są jako delikatne: *njihove kretnje so nežne, nežnejši gibi*, choć bywają też agresywne: *geste osebe so nevsiljive in nežne, odvisno od situacije pa tudi agresivnejše.*

3.1.2.2. Konkretyzacje wybranej płci

Człowieka postrzegamy najczęściej przez pryzmat płci, przy czym „płeć jest pojmowana jako konstrukt kulturowy, niezwykle złożony, motywowany szeregiem czynników, nie tylko czynnikiem biologicznym” (Rejter 2013: 7). Płeć kulturowa (*gender*) „nie jest tożsama z płcią biologiczną (naturalną): tworzy nową jakość – jest kulturową, utrwaloną w mentalności i języku »nadbudową«, oznacza psychiczne i kulturowe poczucie »bycia kobietą lub mężczyzną« wraz z odpowiednim repertuarem norm, wartości i zachowań przypisanych społecznie tej płci” (Wacławek 2015: 199). Wyróżnienie płci kulturowej wiąże się nie tylko z określonym sposobem postrzegania desygnatów, ale również z wypowiadającymi się respondentami – dostrzeżeniem ich „żeńskiego”/„męskiego” punktu widzenia i związanej z tym perspektywy, które „wpływają na jakość ewokowanych skojarzeń” (Nowosad-Bakalarczyk 2004: 286).

Połowę zarejestrowanych w badaniu ekscerptów (w ujęciu autostereotypowym nawet więcej niż połowę) w obrębie kategorii ‘wygląd’ stanowią dane językowe odnoszące się do aparycji konkretnej płci (A – 56%, H – 50%). Wyimki te często są potwierdzeniem wcześniejszych analiz, choć liczne wypowiedzi wnoszą dodatkowe, bardziej szczegółowe elementy do odtwarzanego językowo-kulturowego obrazu Polki i Polaka. Kolejna tabela przedstawia ogólny udział procentowy danych językowych współtworzących rekonstruowany model wyglądu Polaka danej płci.

Tabela 24: Cechy fizyczne precyzujące płeć Polaka – podział na klasy tematyczne (%).

Klasa	A	H
Wygląd Polki	36	30
Wygląd Polaka	20	20
Razem	56	50

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

3.1.2.2.1. Wygląd Polki

Kulturowe postrzeganie przez pryzmat piękna dotyczy przede wszystkim kobiet, a nie mężczyzn, jest ono przypisane kobietom (Doroszewicz 2002: 68). Stereotypowo pod względem aparycji są oceniane właśnie osoby płci żeńskiej, co potwierdzają pod względem ilościowym i jakościowym również nasze badania. Zrekonstruowany na podstawie zebranych werbalizacji model – w przeciwieństwie do odtworzonego obrazu Słowenki – jest jednoznacznie nacechowany *in plus*. Tabela 25 przedstawia uzyskane wyniki ogólne.

Tabela 25: Wygląd Polki – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).

Polka jest... (deskryptor)		A		H	
		Osobno	Wspólnie	Osobno	Wspólnie
Atrakcyjna	atrakcyjna	8	30	8	26
	zadbana	8		7	
	ładna, piękna	7		4	
	ładnie i modnie ubrana	5		4	
	(idealnie) umalowana	2		3	
Wybrane detale ciała		6		4	
Razem		36		30	

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Dane językowe oceniające aparycję Polki tak w auto-, jak i w heterostereotypie zdecydowanie wskazują na pozytywnie wartościowany model polskiej kobiety, postrzeganej jako osoba przyciągająca uwagę, interesująca, **atrakcyjna** (słń. *privlačna*) (po 8% w A i H), co zostało wyrażone wprost: *Polki są atrakcyjne; Polki są atrakcyjnymi kobietami; większość Polek mocno wyczulona na punkcie atrakcyjnego wyglądu; Poljakinje so zelo privlačne ženske; Poljakinje so privlačne; menim, da so Poljakinje vizualno zelo atraktivne; ženske: zelo privlačne.*⁷³ Ponadto atrakcyjność, zgodnie z ujęciem auto- i heterostereotypowym, przejawia się w tym, że Polka *expressis verbis* określana jest jako **zadbana** (słń. *urejena*) (A – 8%, H – 7%): *kobiety są zazwyczaj zadbane; Polki są z reguły zadbane; Polki są przeważnie zadbane; większość kobiet jest zadbana; kobieta raczej zadbana, starająca się dbać o swój wygląd i strój; Polki dbają o swój wygląd zewnętrzny; kobiety w Polsce wyróżnia dbałość o swój wygląd; Polki to są osoby, które naprawdę dbają o swój wygląd i przykładają do tego dużą wagę i starają się tym*

73 W ramy tego deskryptora zostały włączone również wyimki wpisujące się w atrakcyjność Polki bez użycia przymiotnika *atrakcyjna* lub jego derywatów, za to wprost nazywające wysportowanie i szczupłą sylwetkę: *o wysportowanej sylwetce; coraz częściej wysportowana; ženske: postavne; vitke; športnice.*

wyglądem coś o sobie powiedzieć; *żeńske: urejene (oblačila, ličila, pričeska); Poljakinje so lepo urejene; zelo urejene ženske; vedno urejena; dekleta so vedno urejena; [żeńske so] izredno urejene; Poljakinje so brezhibno urejene; ženske urejene ne glede na finančni status; urejenost, skrb za lep izgled – mišljeno za Poljakinje; Poljakinje [so lepe ženske, ki] veliko dajo na svoj videz; za pripadnice ženskega spola lahko rečem, da so vedno urejene, w tym (idealnie) umalowana (A – 2%, H – 3%): Polka – często makijaż; z domu wychodzą w makijażu, z pomalowanymi paznokciami; nie wyjdą z domu bez makijażu; Poljakinje so brezhibno naličene; so skrbno naličene [in s frizuro, kot bi ravnokar prišle od frizerja]; Poljakinja pa [je lepa ženska, urejena,] nosi make-up; Poljakinje se rade ličijo; nališpane; zelo nališpane. Zgodnie z rekonstruowanym z wypowiedzi ankietowych koncepcie Polki jest ona również określana jako **ładna** (słń. *lepa*): Polki są raczej ładne; większość kobiet jest ładna; Polka – ładna; ładne kobiety; polskie kobiety są ładne [i zadbane]; polskie kobiety są naprawdę bardzo ładne; ženske lepe; lepe ženske; [żeńske] imajo lepe, nežne poteze; Poljakinja pa je lepa ženska, [urejena, nosi make-up]; Poljakinje so lepe ženske, [ki veliko dajo na svoj videz]; lepa, [urejena, lepo oblečena]; za pripadnice ženskega spola lahko rečem, da so izredno [prijazne], lepe, a nawet **piękna** (słń. *krasna*) (łącznie: A – 7%, H – 4%): kobiety piękne; kobiety są wyjątkowo urodziwe; ponadprzeciętnie piękne kobiety; krasne ženske, prekrasne ženske. Polkę postrzega i językowo określa się także jako osobę **ładnie i modnie ubraną** (słń. *lepo in moderno oblečena*) (A – 5%, H – 4%): większość kobiet jest ładnie ubrana; Polka – dobrze ubrana; ładnie, modnie ubrana; z domu wychodzą często elegancko ubrane; kobiety podkreślające wyglądem, w tym ubiorem, swoją kobiecość; kobieta starająca się dbać o swój wygląd i strój; [żeńske so] zelo lepo oblečene; [lepa, urejena,] lepo oblečena; Poljakinje se rade lepo oblačijo; ona – moderno oblečena; Poljakinja je večinoma izjemno urejena, oblečena po novejši modi; Poljakinje so elegantne ženske s smislom za lepo oblačenje.*

Wymienione wyżej deskryptory bywały czasem dookreślane – szczególnie w hetreostereotypie – wybranymi detalami, które dotyczyły głównie kobiecej garderoby. Ankietowani wymienili spódnicę: [dekleta] *pogosto nosijo krila; veliko nosijo krila; pogosteje kot me nosijo krila*, buty na wysokich obcasach: *Polka – często buty na obcasie; z domu wychodzą często na obcasach; rade so obute v visoke pete* oraz futro: *żeńske, predvsem starejše, še vedno nosijo krzno in krznene dodatke*.

Dodatkowo, jedynie polscy respondenci zauważyli i językowo wyrazili w opisie swojej konceptualizowanej rodaczki takie fizyczne atrybuty jej wyglądu jak duży biust czy zgrabne pośladki: z *Polką* [kojarzą mi się] *blond włosy i duży biust, jeżeli chodzi o kobiety, to nie wiem do końca, dlaczego mi się tak kojarzą, może dlatego, że dużo moich nauczycielek z podstawówki i gimnazjum było blondynkami z dużym biustem, choć czasem nie pisali o tym wprost: zgrabne, mają czym oddychać i mają na czym siedzieć, mają*

*odpowiednie figury i kształty*⁷⁴ oraz to, że Polka ładnie pachnie: *kobiety ładnie pachną; Polka – używanie dużej ilości perfum*. Natomiast tylko słoweńscy ankietowani zwrócili uwagę na to, że Polka jest uśmiechnięta: *nasmejana; vedno nasmejana; za pripadnice ženskega spola lahko rečem, da jih krasi nasmeh*, ma kobiecy, dziewczęcy wdzięk: [żeńskie] – *ženstvene; [żeńskie] imajo nek poseben čar, morda pridih dekliskosti i ładną fryzurę*:⁷⁵ *[so skrbno naličene in] s frizuro, kot bi ravnokar prišle od frizerja; [dekleta] imajo negovane lase, lepo frizuro; krasi jih kratka lepa pričeska*.

Badani obu nacji czasem bardzo szczegółowo opisywali **wybrane detale** wyglądu tylko wybranych części **ciała** Polki, jak wzrost, kształt twarzy, karnacja, kolor oczu i włosów (A – 6%, H – 4%). W ten sposób profilowana (stereo)typowa Polka to najczęściej blondynka o jasnych, niebieskich oczach i jasnej cerze: *jasne włosy i oczy; Polki o jasnych włosach i jasnych oczach; z Polką [kojarzą mi się] blond włosy; niebieskie oczy; Polki stereotypowo mają blond włosy i niebieskie oczy, co nie zawsze jest prawdą, aczkolwiek sądzę, że tak wyobrażają nas sobie inne narody; ženske so svetle polti; ženske – svetli lasje; ženske imajo večinoma svetle lase [in specifičen nos]; ženske pogosteje svetli lasje, svetle oči; Polka: niebieskie oczy, rzadko osoba mająca ciemniejsze włosy: włosy ciemny blond; ženske imajo rjave lase*. Tak w konceptualizacjach auto-, jak i w heterostereotypowych Polka ma długie włosy: *z Polkami kojarzą mi się długie włosy, zaplecione w warkocz, może wynika to z mickiewiczowskiego ideału piękna; dolgi lasje*, tylko słoweńscy badani zauważyli dodatkowo, że są one często farbowane: *pogosto z barvanimi lasmi; Poljakinje se rade [ličijo in] barvajo na blond*. W polskich konceptualizacjach wyrażono, że *kobiety [są] niższe od mężczyzn*, czyli są albo średniego: *są średniego wzrostu; kobieta ok. 165 cm wzrostu*, albo wysokiego wzrostu: *Polki: wysokie; wysoka*. Ze słoweńskiej perspektywy postrzegane mogą być również jako osoby wysokie: *ženske so višje (cca. 165–170 cm)*, ale dodatkowo też jako niskie: *ženske so manjše rasti; ženske so majhne; ženske so bolj majhne*. Słoweńscy badani licznie dookreślili **twarz** (słń. obraz), która w ich wyobrażeniu jest okrągła, ładna, delikatna, miła: *ženske imajo okrogel obraz; [żeńskie] imajo lepe, nežne, okrogle obraze; poleg urejenosti imajo tudi prijeten obraz; [żeńskie] imajo lepe, nežne poteze*, też często lalkowata: *ženske imajo pogosto „ljubke”, punčaste poteze obraza*, choć nieliczni zauważyli również ostrzejsze rysy twarzy: *ostrejše obrazne poteze; [żeńskie] – tudi močne poteze* i specyficzny niewieści nos: *ženske imajo večinoma specifičen nos*. Jeden polski ekscerpt dookreślił *wysokie kości policzkowe* Polki.

Niektórzy ankietowani, głównie w autostereotypie, porównywali urodę Polek z aparycją przedstawicielek innych narodów, Rosjanek, Ukrainek, Białorusinek, z urodą których, w opinii tych respondentów, Polka przegrywa: *jeśli chodzi o stereotyp*

74 Co ciekawe, te jednostkowe wypowiedzi podkreślające seksualną/cielesną atrakcyjność polskiej kobiety i w tym kontekście przedstawiające fragmentaryczność jej obrazu, ukazujące mechanizm metafory typu POLKA TO DUŻY BIUST I ZGRABNE POŚLADKI, zostały zarejestrowane w wypowiedziach respondentów obu płci.

75 Ankietowani dokładnie dookreślali kolor i wygląd włosów – zob. deskryptor: wybrane detale ciała.

pięknej Polki, to wydaje mi się, że w tej chwili przegrywamy z Rosjankami i Ukrainkami; kobiety bardzo często zadbane i podkreślające wyglądem, w tym ubiorem, swoją kobiecość (choć nie tak bardzo jak Ukrainki, Białorusinki czy Rosjanki). Wygląd zewnętrzny konceptualizowanej Polki był również porównywany z aparycją przedstawicielek narodu słoweńskiego. W tym porównaniu Polka, stawiająca bardziej na zrobienie odpowiedniego wrażenie niż praktycyzm, wygrywa: *Polki na pewno są bardziej kobiece niż nastawione na pragmatyzm Słowenki*. Jedynie w jednostkowych wypowiedziach znalazł się zarzut przesady w dbaniu o wygląd, co można odebrać raczej jako wyraz zazdrości niż jako prawdziwie negatywną ocenę: *ženske se mi zdijo malce obsedene z zunanjostjo, precej se urejajo*. Jak wynika z analizy, wygląd w rekonstruowanym językowo-kulturowym wyobrażeniu Polki jest bardzo pozytywnie nacechowany, co krótko podsumowuje jedna ze słoweńskich wypowiedzi: *za pripadnice ženskega spola lahko rečem, da so izredno prijazne, lepe, vedno urejene, krasi jih kratka pričeska in nasmeh, ki je izredno pomemben pri videzu*.

3.1.2.2.2. Wygląd Polaka

Znaczną część wyimków, taką samą pod względem ilościowym w auto- i w heterostereotypie (A i H – po 20%), stanowią werbalizacje na temat wyglądu osoby płci męskiej. Wśród ankietowanych przeważały kobiety, które ujawniły swój punkt widzenia i przyjętą perspektywę: z oglądanych i ocenianych przejęły rolę oglądających i oceniających – w takim podejściu możemy dopatrywać się zmian socjokulturowych związanych z egalitaryzacją we wzajemnym postrzeganiu się przedstawicieli obu płci (Waćławek 2016: 152–153; Waćławek 2011). Wyniki przedstawia tabela 26.

Tabela 26: Wygląd Polaka – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).

Polak jest... (deskryptor)		A		H	
		Osobno	Wspólnie	Osobno	Wspólnie
Mało atrakcyjny	niezadbany	6	12	5	8
	źle ubrany	4		2	
	otyły	2		1	
Atrakcyjny	zadbany	2	6	2	4
	dobrze ubrany	2		1	
	szczupły, przystojny	2		1	
Wybrane detale ciała		2		8	
Razem		20		20	

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Wygląd Polaka odtwarzany na podstawie danych ankietowych można sprowadzić do dwu przeciwstawnych modeli: Polak jest atrakcyjny i Polak jest mało atrakcyjny. Drugi ze wskazanych schematów – statystycznie częstszy (A – 12%, H – 8%) – wydaje się bardziej utrwalony: *polscy mężczyźni albo nie dbają o wygląd fizyczny, albo przesadnie dbają o wygląd; vidim dve različni podobi: je bodisi urejen ali pa, nasprotno, zanemarjen; izstopa pa videdz »huligana« in poslovneža, vsaj po mojih izkušnjah se najbolj opazi njih*. Model nieatrakcyjnego polskiego mężczyzny przeciwstawiany jest modelowi wyłącznie atrakcyjnej Polki: *Poljaki naj ne bi bili ravno privlačni, medtem ko za Poljakinje velja ravno nasprotno; menim, da so Poljakinje vizualno zelo atraktivne, medtem ko moški del zelo zaostaja*. Ukonkretniając rekonstruowany na podstawie polskich i słoweńskich danych ankietowych wyobrażenie męskiego przedstawiciela narodu polskiego, (stereo)typowy Polak jest: **nieatrakcyjny, zaniedbany** (słń. *ni privlačen, neurejen*) (A – 6%, H – 5%): [mężczyźni] *w ogólnej masie mało atrakcyjni fizycznie; wielu mężczyzn nie jest zadbanych; drugi typ: niezadbany, niezbyt schludny; zaniedbany; Polak: mniej zadbany i wysportowany; gdy mieszkalam w Polsce, polscy mężczyźni wydawali mi się zupełnie nieatrakcyjni, ale jak przyjechałam do Berlina, to zaczęłam doceniać ich swojskość; Poljaki niso privlačni; [moški so] nešportne postave; moški ne dajo veliko na videdz (oblačenje, frizura); Poljaki – malo leni glede urejanja svojega videza; fantje pa po drugi strani niso tako prijetnega videza, [morda ravno zaradi obrbite glave]*, w tym **mniej zadbany od Słoweńca**: *polscy mężczyźni są mniej zadbani niż słoweńscy; często za mało zadbani i wysportowani (zwłaszcza w porównaniu ze Słoweńcami), źle ubrany* (A – 4%, H – 2%), najczęściej w skarpety i sandały, w rękę trzyma reklamówkę ze sklepu Biedronka: *nie potrafiący się ubrać; mężczyźni w okresie letnim zakładają skarpetki do sandałów; sandały i skarpetki; Polak: specyficzny sposób ubierania się (polary, kraciaste koszule z krótkim rękawem); z Polakiem [kojarzy mi się] biały podkoszulek; noszący przeważnie jeansy; Polaka łatwo poznać za granicą, gdy ma siatkę z biedronki; Polak to „Janusz” – typowy mężczyzna średniej klasy w sandałach i skarpetkach trzymający torebkę z biedronki; Poljaki imajo poseben stil; bele nogavice*. Zgodnie z rekonstruowanym z wypowiedzi ankietowych konceptem polskiego mężczyzny jest on również **otyły / ma duży („piwny”) brzuch** (słń. *okrogel, debel, velik trebuh*) (A – 2%, H – 1%): *mężczyzna z dużym brzuchem; Polak kojarzy mi się z mężczyzną w średnim wieku, „z brzuszkiem”; z Polakiem [kojarzy mi się] piwny brzuch; moški so bolj okrogli; včasih predebeli; moški so čokati; Poljak ima velik trebuh*. Niektórzy respondenci zauważyli pozytywny kierunek zmian, w którym zmierzają polscy mężczyźni, przełamywanie negatywnego modelu: *mężczyźni coraz bardziej zadbani (wcześniej nie przywiązywali wagi do wyglądu); moški v preteklosti z zelo „sproščenim” odnosom do zunanjega izgleda, zdaj vse bolj skrbni; Polacy (mężczyźni) w przeszłości często zmęczeni i zaniedbani, a dziś szczególnie w bogatszych warstwach są raczej zadbani, wypielęgnowani, choć zmęczeni z przepracowania*.

W pozytywnie wartościowanym obrazie Polak prezentuje się jako mężczyzna **atrakcyjny** – częściej w oczach konceptualizujących go rodaków (A – 6%, H – 4%). Zgodnie z tym wyobrażeniem przedstawiciel narodu jest **zadbany** (słń. *urejen*) (A i H – po 2%): *Polak – wyróżniam dwa typy: pierwszy, to zadbany mężczyzna, często ubrany w koszulę, dbający o swój wygląd i wizerunek; coraz częściej można u nas spotkać mężczyzn zwracających uwagę na wygląd; są raczej zadbani, wypielegnowani; Polak – raczej zadbany; urejen; so urejeni, dobrze ubrany* (A – 2%, H – 1%): *Polak – dobrze ubrany; mężczyzna często ubrany w koszulę; elegancko ubrany; lepo oblečen, przystojny, szczupły, wysportowany* (słń. *vitek, suh, postavnen, športen*) (A – 2%, H – 1%): *panowie raczej przystojni; moiški: vitki, postavni; moiški so suhi; Poljaki športni; [moiški] imajo deško, nežnejšo telesno konstrukcijo, barczysty: mężczyźni barczyści*. Zdaniem polskich ankietowanych trzeba jednak umieć zachować umiar również w tym względzie, aby nie popaść w skrajność (nadmierną dbałość o męską aparycję), co jest ujemnie wartościowane: *przesadnie dbają o wygląd, popadając w narcyzm; coraz więcej można u nas spotkać mężczyzn zwracających (czasem przesadną) uwagę na wygląd (metro- i drwaloseksualni); młodsze pokolenia z tendencją do skrajności (od narcyzów do kulturystów)*.

Głównie słoweńscy ankietowani dookreślali detale wyglądu Polaka. Wyimki te (zebrane w deskrypcorze ‘wybrane detale ciała’) były czasem jednokrotne i dotyczyły niektórych, bardzo różnych elementów aparycji: karnacji, włosów, wzrostu, szczegółów wyglądu twarzy, np. wąsów, czoła, ust, nosa. Zgodnie z zebranymi danymi językowymi (stereo)typowy Polak ma jasną karnację: *moiški so svetle polti; moiški: svetlejša polt in lasje; on – bledoličen; zdi se mi, da so moiški svetle polti [temnih las]*, ciemne włosy: *szare lub ciemny blond włosy; on – temnolas; temnejši [krajši] lasje (moiški); moiški imajo rjave lase; zdi se mi, da so moiški [svetle polti], temnih las; moiškega označujejo kratki svetli do rjavi lasje* lub rzadziej jasne: *moiški: svetlejša polt in lasje; moiški imajo bolj svetle lase* albo różnorodnego koloru: *również duża różnorodność w kolorze włosów i oczu*. Jego atrybutem są także wąsy: *z Polakiem [kojarzą mi się] wąsy; večkrat brki pri moiških; moiški imajo pogosto brke; moiški zlasti v preteklosti brki; pogosto z malimi brčicami; Poljak ima [velik trebuš], brke*, raczej wysoki wzrost: *wysocy; mężczyzna ok. 180 cm wzrostu; wysoki; višje rasti; zdi se mi, da so moiški visoki*, rzadziej niski: *moiški so manjše rasti (cca. 165–170 cm)*.

Z cech doprecyzowujących męską aparycję polscy respondenci zauważyli i językowo wyrazili tylko wąskie usta: *polscy mężczyźni również mają charakterystyczną dla nich samych urodę (mają wąskie usta)*. Słoweńscy ankietowani okazali się uważniejszymi obserwatorami, uwagę skoncentrowali na detalach dotyczących głowy konceptualizowanego przedstawiciela polskiej nacji. Zgodnie z zebraniem materiałem (stereo)typowy Polak ma krótkie włosy: *praktično ni dolgolascev; [temnejši] krajši lasje (moiški); kratki lasje*, może być też łysy lub ogolony: *Poljaki so plešasti; fantje pa po drugi strani niso tako prijetnega videza, morda ravno zaradi obrite glave*, co jednak nie robi dobrego wrażenia na słoweńskich respondentach. Polak w ujęciu heterostereotypowym charakteryzuje

się dużą głową (*moški imajo večje glave*), wysokim czołem (*visoko čelo; moški imajo večina visoko čelo; za Poljake se zdi, da je po videzu značilno visoko čelo, prav tako ostrejše obrazne poteze*), dużym, długim i szpiczastym nosem (*on – dolgonos; Poljaki – značajske poteze, veliki nosovi, si jih zapomniš, s špicastim nosom; poseben nos*), poważnym wyrazem twarzy (*moški: resen izraz obraza*), może odrobinę łobuzerskim (*moški imajo malce robusten obraz*), okrągłą twarzą (*moški imajo oglat obraz*) o raczej ostrych rysach (*ostrejše obrazne poteze; moški so ostrih potez; za Poljake se zdi, da so po videzu značilne ostrejše obrazne poteze*), rzadziej delikatnych, dziewczęcych ([*moški imajo*] *lepe, skoraj dekliške obraze*). Jednokrotne werbalizacje przedstawiają określony typ Polaka, a mianowicie kierowcę samochodów ciężarowych, którego wyróżnia duży brzuch i wąsy: *Poljak ima velik trebuh, brke (taki naj bi bili tipični poljski vozniki tovornjakov)*.

3.1.3. Ubiór

Ubiór, a więc wszystko to, co służy do okrycia ciała, co się wkłada na siebie i nosi (USJP IV: 189–191), jest ważnym składnikiem naszego wyglądu zewnętrznego, tym, co nas wyróżnia, kreuje, świadczy o nas samych, ponieważ bywa przejawem naszych przekonań i upodobań. Zarówno polscy, jak i słoweńscy badani poświęcili w podobnym stopniu uwagę ubiorowi Polaków (A – 4%, H – 5%). Tabela 27 przedstawia zebrane wyniki w przeliczeniu na procenty.

Tabela 27: Ubiór Polaka – podział na deskryptory (%).

Polaka cechuje... (deskryptor)	A	H
Przykładanie dużej wagi do ubioru	2	2
Ubiór elegancki, ładny i modny	2	2
Niemodny ubiór	0	1
Razem	4	5

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Badani, pisząc o polskim ubiorze, często podkreślali jego elegancki, strojny, odświeżony i okazjonalny charakter. Mieli zatem pewnie na myśli *strój* i *strojenie się*, a więc okrywanie się czymś w celu upiękśnienia, ozdobienia i przystrojenia się, a nie tylko ukrycia swojej nagości (USJP III: 1420).⁷⁶ Obraz Polaka dotyczący przyodziewku jest w większości pozytywnie wartościowany. Polak rysuje się jako człowiek przykładający ogromną wagę do odpowiedniego wyglądu, w tym ubioru, **potrafiący się ubrać**, odpowiednio odziać w zależności od sytuacji, wydarzenia, pory dnia czy roku

⁷⁶ Na różnicę między dwoma pozornymi synonimami, a mianowicie wyrazami *ubranie* i *strój* oraz *ubierać się* i *stroić*, zwraca uwagę między innymi Anna Szymanik (2014: 49).

(A i H – po 2%): *z reguły przywiązują wagę do wyglądu i ubioru; uważa wygląd za wizytówkę; przykładają dużą wagę do ubioru; zawsze ubrani odpowiednio do sytuacji; oblačijo se primerno za dogodek oz. čas dneva in leta; urejen videz ob vsaki priložnosti; vedno urejeni, posebej glede oblačil; zmeraj »pravilno« oblačeni; oblačenju posvečajo veliko pozornosti in najbrž tudi časa.* Słoweńscy ankietowani zauważyli wyjątkowo ładny niedzielny czy świąteczny wygląd Polaków, w tym odpowiedni strój przedstawicieli każdej grupy wiekowej, szczególnie kiedy idą na mszę: *urejenost in lep način oblačenja, posebej ko grejo k maši v cerkev od malih otrok do starih ljudi; posebej lep nedeljski videz ljudi; krasna nedeljska oz. praznična oblačila; vsi zelo lepo oblačeni, posebej ob nedeljah in praznikih.* Ponadto badani z tej grupy porównywali odzież noszoną przy różnych okazjach przez Polaków i Słoweńców. W takim zestawieniu słoweńska prezencja wypada bardziej praktycznie, polska zaś jest postrzegana jako sformalizowana i ładna na każdą okazję, nawet tę mniej ważną: *na splošno se za prireditve, tudi majhne, veliko bolj formalno oblačejo – ko bi pri nas oblekli kavbojke in lepsi pulover, je na Poljskem skoraj obvezna obleka; znajo se spodobno obleči za vsako priložnost; krasno oblačeni ob vsaki priložnosti; dobro oblačeni ne glede na situacijo oz. priložnost; na izpite pridejo zelo lepo oblačeni, pogosto v belih, svetlih srajcah in temnih krilih ali hlačah, moški tudi v oblekah, drugače kot pri nas.*

Polak zatem – zgodnie z rekonstruowanym modelem – ubiera się **elegancko**: *ubierajaj się elegancko; elegancki ubiór; potrafią się elegancko ubrać; elegantna oblačila, starannie: starannie ubrani; wiele osób staranniej się ubiera; schludnie ubrani; schludne ubrania, ładnie i modnie (A i H – po 2%): często ubierają się po prostu ładnie i modnie; noszą ładne i modne ciuchy; podąża za trendami mody; sledijo evropskim modnim trendom; nosijo modna oblačila.* Nieliczni respondenci dookreślali styl polskiego ubioru, widząc w nim różnorodność: *duża różnorodność w stylu w obrębie każdej grupy wiekowej; Poljaki imajo poseben stil; z tłumu wyróżnia się głównie młodzież eksperymentująca ze stylizacją; próba jak najmocniejszego wyróżnienia się u młodzieży, dominację wybranych kolorów: ubierają się w stonowane kolory czy – bardzo rzadko – wymieniając poszczególne części garderoby: klapki i krótkie spodenki.*

Kilku przedstawicieli narodu słoweńskiego zauważyło, że modny ubiór Polaków jest domeną mieszkańców wielkich czy większych polskich miast. Mieszkaniec prowincji – według osądu wskazanej grupy – nie ulega presji mody, nosi ubrania nieodpowiadające najnowszym trendom, zatem ubiera się **niemodnie** (H – 1%): *osebni stil je odvisen od velikosti mesta, v katerem živijo – v večjih mestih (Varšava, Krakov) sledijo evropskim modnim trendom, v manjših mestih pa je stil oblačenja večine rahlo zastarek; v manjših mestih so včasih precej konservativno oblačeni.*

3.2. Wygląd Słoweńca

Na temat wyglądu Słoweńców łącznie zebrano 770 konkretyzacji (399 z wypowiedzi polskich respondentów i 371 ze słoweńskich – liczby te stały się podstawą obliczeń procentowych osobno w auto- i heterostereotypie). Ankietowani dookreślali typ urody, wybrane cechy fizyczne (ogólne, szczegółowe, związane z poszczególnymi częściami ciała oraz precyzujące aparycję wybranej płci Słoweńców), a także ubiór. Analiza materiału pozwoliła na wyodrębnienie następujących podkategorii tematycznych, wokół których grupowane były ekscerpty: ‘typ urody’, ‘cechy fizyczne’: ogólne, szczegółowe i precyzujące płeć oraz ‘ubiór’. Tabela 28 całościowo zbiera dane procentowe uzyskane na podstawie analizy materiału.

Tabela 28: Wygląd Słoweńca – podział na podkategorie (%).

Stereotyp	Typ urody	Cechy fizyczne			Ubiór	Razem
		ogólne	szczególne	precyzujące płeć		
A	25	9	30	27	9	100
H	20	16	22	31	11	100

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

3.2.1. Typ urody

Pierwsza wydzielona grupa danych językowych dotyczy typu urody Słoweńca, którą rozumiemy jako zbiór ogólnych cech zewnętrznych na tle porównawczym z reprezentantami innych narodów. W ujęciu autostereotypowym tego typu egzemplifikacje stanowią 25%, w heterostereotypowym nieco mniej (H – 20%) wszystkich zebranych w tej podkategorii ekscerptów. Podobnie jak w przypadku odtwarzanego modelu polskiego typu urody wyróżniłyśmy cztery cechy deskryptorowe, wynikające z różnorodności jakościowej analizowanego materiału. Tabela 29 przedstawia uzyskane wyniki ilościowe w przeliczeniu na dane procentowe.

Tabela 29: Typ urody Słoweńca – podział na deskryptory (%).

<i>Słoweniec...</i> (deskryptor)	A	H
Nie ma cech charakterystycznych	15	6
Ma europejski wygląd	3	2
Ma słowiański wygląd	3	7
Jest typem mieszanym	4	5
Razem	25	20

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

W rekonstruowanej części językowo-kulturowego obrazu Słowienca wyraźnie – przede wszystkim w autostereotypie – wyeksponowano brak jednoznacznych cech wyglądu przedstawiciela tej grupy południowych Słowian (A – 15%, H – 6%). Słowieniec zatem **wygląda jak każdy inny**: *teško bi po videzu za nekoga rekli, da je Slovenec; mislim, da je skoraj nemogoče določiti videz tipičnega Slovenca/tipične Slovenke; ni nekih rasnih posebnosti; brez posebnih fizičnih lastnosti; ni enotnega videza, ki bi bil prepoznaven kot „slovenski”; ni posebnih značilnosti; ne predstavljam si tipičnega obraza/postave; nimamo tako definiranega videza; mislim, da nimata nobenih posebnih lastnosti; nič posebnega; ni nič specifičnega, kar bi predstavljalo videz Slovencev; v primerjavi z ostalimi slovanskimi narodnostmi po ničemer ne izstopajo; ne ravno izstopajoč, pod względem antropologicznym brak wyrazistych cech swoistych; według mnie nie ma żadnych cech fizycznych wyróżniających Słowenców; nie znajdują cech wyglądu zewnętrznego, które mogłabym przypisać ogólnie do Słowenek/Słowenców; brak wiodących cech wyróżniających zarówno pod względem koloru włosów, jak i rysów twarzy; ogólnie: bez cech szczególnych w rysach twarzy. Brak cech charakterystycznych Słowienca podkreślają również jednostkowe przykłady, wyłącznie w ujęciu autostereotypowym, werbalizujące **przeciętność** wyglądu (słn. *povprečen*): *povprečni; povprečen izgled*. Taka ocena zewnętrżności rozumiana jako typowa i/lub niczym szczególnym się niewyróżniająca jest wyrazem ambiwalentnego wartościowania, które zdradza podejście krytyczne w ocenie własnej powierzchowności. Użyte tylko raz wśród polskich respondentów określenie *przeciętny* rozumiane jest w kontekście szerszego porównania do innych mieszkańców Europy: [Słowieniec] *wygląda jak przeciętny Europejczyk*.*

Kolejne dwa dające się zrekonstruować modele to: Słowieniec wygląda jak Europejczyk oraz jak Słowianin (w tym Polak i Jugosłowianin). Pierwszy model wpisuje obraz Słowienca albo w krąg bardziej ogólny i uniwersalny (**euuropejski**) (A – 3%, H – 2%): *neizrazit evropski videz; podoben ostalim prebivalcem Evrope; rysy evropskie; tipovo evropski [wygląd]; typowy Słowieniec lub Słowienka nie wyróżnia się wśród przeciętnych mieszkańców Europy; nic – wygląda jak przeciętny Europejczyk*, albo – przeważnie w autostereotypie – zawęża go do członków narodów z **południowo-wschodniej Europy**: *srednjeevropski; srednjeevropski izgled; srednjeevropski videz; ima vse videzne karakteristike prebivalca Srednje Evrope; videz značilen za Srednjo/Južno Evropo; južni srednjeevropski s prehodom proti Sredozemlju; Europa Sredkova*. Drugi model przedstawia wygląd Słowienca na tle porównawczym ze Słowianami, w tym głównie z Polakami (też Czechami i Słowakami) oraz Jugosłowianami (A – 3%, H – 7%). Zgodnie z obrazem odtwarzanym z tych ekscerptów, częściej zarejestrowanych w polskich konceptualizacjach, Słowienicy wyglądają **jak Słowianie**: *slovanski tip; večini pa se vseeno pozna tipično slovanski tip; słowiański typ; wygląd słowiański; słowiańska uroda; nie widzę żadnych cech zewnętrznych odmiennych od wielu innych narodowości w Europie, np. Polaków, Czechów, Słowaków, w tym Polacy i Jugosłowianie: podobno kot*

Poljaki; [izgled] ne dosti drugačen od Poljaka; Slovenci – se da opaziti, da so prebivalci bivše Jugoslavije; Slovencey nie różnią się od Polaków, zarówno pod względem cech fizycznych, jak i ubioru; nie potrafię wskazać żadnych szczególnych cech, np. w porównaniu z Polakiem/Polką, jeśli chodzi o cechy wrodzone (karnacja, kolor włosów, oczu itp.). Polskie konkretyzacje zrównujące wygląd Słoweńców z wyglądem Polaków nie powinny dziwić, ukazują intersubiektywną polonocentryczną perspektywę i takież punkt widzenia.

Ostatni wyróżniony deskryptor w opisywanej podkategorii ‘typ urody’ językowo doprecyzowuje specyfikę słoweńskiej powierzchowności, określając ją jako **mieszankę różnych cech** (A – 4%, H – 5%): *videz, je zelo različen; videz, je zelo raznolik; ni nekega splošnega tipa; Slovenci so dovolj premešan narod; Slovenci so po videzu zelo mešani, saj nas okelpa toliko različnih narodov, da smo se že precej zmešali z drugimi; Slovenija je res na prelomu različnih kultur in narodov, zato je res odvisno od prednikov in položaja v Sloveniji; zróžnicowany [wygląd]; typ mieszany.* Wśród tych różnych cech respondenci najczęściej wymieniali cechy słowiańskie, germańskie, romańskie, południowo-europejskie: *mešanica slovanskih, germanskih, romanskih in madžarskih genov je naredila svoje; mešane poteze obraza (germanske, slovanske, romanske itd.); od arijcev in temnih „bosancev” pa do latino izgleda, največ pa je mešanic; kavkazijska rasa; Slovencey stanowią mieszankę południowych cech wyglądu oraz cech wyglądu charakterystycznych dla mieszkańców Austrii; mieszanina słowiańskiego i śródziemnomorskiego typu urody.*

3.2.2. Cechy fizyczne

3.2.2.1. Wybrane (ogólne i szczegółowe) cechy fizyczne

Najlichnieszą grupę językowych dookreśleń wyglądu Słoweńców stanowią konkretyzacje dotyczące niektórych – ogólnych i szczegółowych – cech fizycznych (łącznie: A – 39%, H – 38%). Wybrane fizyczne cechy ogólne były werbalizowane w mniejszym zakresie, w znacznej większości w heterostereotypie (A – 9%, H – 16%). Tabela 30 przedstawia uzyskane wyniki ilościowe w przeliczeniu na dane procentowe.

Tabela 30: Ogólne cechy fizyczne Słoweńca – podział na deskryptory (%).

<i>Słoweniec jest...</i> (deskryptor)	A	H
Wysportowany	2	9
Zadbany	1	7
Mniej zadbane	6	0
Razem	9	16

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Analiza materiału językowego wskazuje na znaczne różnice w ujęciach auto- i heterostereotypowym. Sami Słoweńcy widzą swojego reprezentanta jako człowieka o **mniej zadbanym** i zmęczonym **wyglądzie** (A – 6%), czego w ogóle nie dostrzegli (a raczej czego językowo nie wyrazili) polscy badani: *ne dajemo toliko na zunanji videz; ne dajo veliko poudarka na videz; [videz] ob priložnostih urejen, večinoma pa sproščen; utrujen videz*. Wskazany osąd pojawiał się również w werbalizacjach ukazujących porównanie z przedstawicielem narodu polskiego: *na videz ne tako prijetno lepi kot Poljaki*. Niektórzy słoweńscy respondenci uzależniali wygląd od wieku Słoweńca, twierdząc, iż mniej o swoją powierzchowność dba przedstawiciel narodu, który jest młody i w średnim wieku, ponieważ w tym wieku chętniej wydaje pieniądze na podróże i rozrywkę: *mladi in tisti v srednjih letih ne dajejo veliko na zunanji izgled, bolj so jim pomembna potovanja in zabava*.

Zdecydowanie pozytywny obraz wyłania się w dużo większej mierze z heterostereotypowych konkretyzacji. Zgodnie z rekonstruowanym obrazem Słoweńca jest **wysportowany i szczupły** (A – 2%, H – 9%): *so praviloma nekje vitke do srednje postave; vedno več je nekih športnih tipov (žensk in moških); srednje telesne gradnje; debelost ni pogosta značilnost; normalne teže; szczupli; szczupły; wysportowani; bardzo wysportowani; wysportowana sylwetka; sylwetka wysportowana; bardzo rzadko spotyka się osoby otyłe; smukła i wysportowana sylwetka; charakterystyczne, że zarówno mężczyźni, jak i kobiety mają często wysportowane, smukłe, umięśnione sylwetki, co wskazuje na uprawianie sportów; są bardzo wysportowani i dbają o zdrowie*. Uznanie dla zdrowej sylwetki, przejawiające się w znacznej większości w polskich werbalizacjach może świadczyć o tym, że w ujęciu heterostereotypowym aktywność fizyczna postrzegana jest jako cecha typowo słoweńska (i – siłą rzeczy – niepolska). Niewielka liczba podobnych wypowiedzi wśród słoweńskich badanych może zaś świadczyć o tym, iż dla nich uprawianie sportów i wiązany z tym zdrowy wygląd jest czymś zwyczajnym, „normalnym”, zatem niewartym językowego wyrażenia. W ujęciu heterostereotypowym przeważają również pozytywnie wartościowane wyimki określające wygląd Słoweńca jako **zadbany i ładny** (słń. *urejen, lep*) (A – 1%, H – 7%): *vedno čist, urejen videz; urejenost; zadbany izgled; Ljubljanczani [sic! lublańczycy] są baaardzo zadbani; bardzo dużą wagę przykładają do wyglądu zewnętrznego, do ubrania, uczesania; schludnie ubrani; do rodni ljudie, o harmonijnych wyrazistych rysach; w ogóle to bardzo piękny naród, podczas pierwszego przyjazdu byłam zaskoczona ilością ładnych osób na ulicach*.⁷⁷ Egzemplifikacje świadczące o trosce o wygląd zewnętrzny i związane z tym pozytywne wartościowanie własnej powierzchowności w badanej grupie Słoweńców okazało się zaskakująco rzadkie, co świadczy o podejściu samokrytycznym. Wśród słoweńskich egzemplifikacji znalazły się również nieliczne, ale ważne wyimki, wskazujące na to, że o swój

77 Badani nie byli jednak konsekwentni w swym osądzie, co pokażą wyniki dotyczące takich kategorii jak ubiór czy dookreślenie wybranej płci.

wygląd troszczy się przedstawiciel starszej generacji słoweńskiej populacji: *stari ljudje skrbijo za videz, lepa in draga oblačila, frizura, čevlje, torbe* (bo reprezentant młodszej generacji – jak wykazałyśmy – ma inne priorytety). Odnotowałyśmy również ekscerpty sygnalizujące zachodzące *in plus* zmiany w omawianej kategorii: *vedno več je žensk in moških, ki dajo veliko na svoj videz*.

Respondenci, częściej słoweńscy, okazali się wnikliwymi obserwatorami i sędziami, zauważając w wyglądzie mieszkańca Słowenii cechy szczegółowe, dotyczące wybranych części ciała (A – 30%, H – 22%). Uzyskane wyniki przedstawia tabela 31.

Tabela 31: Szczegółowe cechy fizyczne Słoweńca – podział na deskryptory (%).

Słoweńca cechujq... (deskryptor)	A	H
Karnacja	9	5
Włosy	8	6
Wzrost	6	6
Twarz	4	2
Oczy	3	3
Razem	30	22

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Dane uzyskane z ankiet nie tworzą spójnego obrazu, respondenci językowo doprecyzowali odpowiednio: karnację, wzrost, twarz, głównie oczy, jednostkowo również czoło i nos, co potwierdza fragmentaryczne postrzeganie przez nich słoweńskiego ciała.

Zgodnie z rekonstruowanym językowo-kulturowym wyobrażeniem aparycji Słoweńca w ujęciu auto- i heterostereotypowym postrzegany on jest jako osoba zarówno o jasnych, jak i ciemniejszych barwach, inaczej niż Polak, który rysuje się jako osoba głównie o jasnym typie urody. Największy odsetek zarejestrowanych werbalizacji to dane językowe odnoszące się do karnacji (A – 9%, H – 5%), koloru włosów (A – 8%, H – 6%) i koloru oczu (A i H – po 3%), które często skupione były w ramach jednej wypowiedzi, por. *svetli lasje, svetla polti; temnejši lasje, svetle oči, podolgovat obraz; po videzu so Slovenci svetle polti, svetlih do temnih las, zelenih/modrih do temnih oči; jasna karnacija, włosy raczej jasne niż ciemne, jasne oczy*.

(Stereo)typowy Słoweńiec ma zatem:

- a) **jasną karnację** (słń. *svetla polti*) (A – 9%, H – 5%): *svetla polti; svetlopolta oseba; svetla koža; po videzu so Slovenci svetle polti; bela polti; bela rasa; precej blede polti; narod bolj svetle polti; jasna karnacija; w miarę jasna karnacija; dominuje karnacija jasna; mają raczej jasną karnację, o nieco ciemniejszym odcieniu w porównaniu z Polakami: svetla polt (temnejša kot pri Poljakih); nekoliko temnejše polti kot Poljaki/Poljakinje, rzadziej ciemniejszą, śniadą cerę: nekoliko več temne polti; ciemna karnacija; smagła cera;*

- b) **ciemne lub jasne włosy** (słń. *temni, svetli lasje*) (A – 8%, H – 6%): *barva las zelo raznolika; različno: včasih svetli lasje, včasih temni lasje; nianse od svetlih, sivkastih do zelo temnih las; svetli/temni lasje; svetlih do temnih las; tež niemalo jest wśród nich blondynów i osób, które mają czarne włosy, częściej ciemne, ciemniejsze niż u Polaków: temnejši lasje; nekoliko več temnejših las; pogosteje temnejših las kot Poljaki; ciemne włosy, w tym o brązowym odcieniu w opinii głównie Słoweńców: rjavolasi; rjavi lasje; večina ima rjave lase; većinoma rjava barva las; prevladujejo rjavi lasje (nianse od svetlih, sivkastih do zelo temnih); typowe dla Słoweńców jest to, że mają brązowe włosy; jasnobrązowe włosy, a czarnym w opinii samych Polaków: czarne/ciemne włosy; czarne włosy; raczej bruneci, rzadziej jasne: svetli lasje; jasne włosy; często blondyni; najczęściej jasne włosy; włosy częściej jasne niż ciemne; włosy ciemny blond;*
- c) **jasne lub ciemne oczy** (słń. *svetle, temne oči*) (A i H – po 3%): *barva oči zelo raznolika; različno: včasih svetle oči, včasih temne oči, jasne oczy: svetle oči; jasne oczy; najczęściej jasne oczy, niebieskie lub zielone: modre oči; zelenih/modrih do temnih oči; jasne oczy (zielone, niebieskie, szare), też ciemne, brązowe lub czarne, ciemniejsze niż u Polaków: rjavooki; pogosteje temnejših oči kot Poljaki; brązowe oczy; czarne/ciemne; oczy czarne.*

Wszystkie konkretyzacje dookreślające włosy i oczy w zasadzie dotyczyły ich koloru. Nie odnotowano innych cech, jak na przykład długość (włosów) czy kształt (oczu i/lub włosów), które były obecne w przypadku dookreśleń omawianych elementów wyglądu Polaka. Zarejestrowaliśmy tylko jedną konkretyzację w heterostereotypie dookreślającą oczy Słoweńca inaczej niż w kontekście ich barwy: *ladne*.

Interesujące, że właściwie wyłącznie w słoweńskich werbalizacjach pojawiły się bezpośrednie odniesienia do wyglądu Polaków, np. *pogosteje temnejših las in oči kot Poljaki; svetla polt (temnejša kot pri Poljakih); nekoliko temnejše polti kot Poljaki/Poljakinje*.

Wyodrębniony w ramach szczegółowych cech fizycznych element dookreślający wygląd Słoweńca, zauważony w takiej samej mierze wśród ankietowanych obu nacji, to **wzrost** (A i H – po 6%). W obu ujęciach Słoweniec postrzegany jest najczęściej jako osoba wysoka: *visoki; visoki ljudje; pogosto zelo visoki; povprečno visoki ljudje; Slovenci so povprečno do rahlo nadpovprečno visoke rasti (tudi ženske); wysocy; zwykle wysocy; wzrost – wysoki; wzrost raczej wysoki* lub średniego wzrostu: *srednje visoka rast; srednje visok narod; nismo preveč visoki; sredni wzrost; wzrost raczej średni; osoba średniego wzrostu; osoby średniego wzrostu albo też wysokie*. Nikt z ankietowanych nie zwerbalizował wzrostu Słoweńca jako niskiego, a w jednokrotnej słoweńskiej konkretyzacji wzrost został określony jako normalny: *normalno velik*.

Oprócz barwy oczu, włosów i kolorytu skóry ankietowani wyrazili swoje zdanie na temat wzrostu i twarzy Słoweńców. Część werbalizacji dotyczyła **wyglądu twarzy** (słń. *obraz*) (A – 4%, H – 2%). Zgodnie z obrazem odtwarzanym z danych ankietowych od przedstawicieli obu nacji Słoweńcy mogą odznaczać się pociągłym lub kwadratowym kształtem twarzy, mającej poważny wygląd i ostre rysy: *pociągła twarz;*

kwadratowy kształt twarzy; podolgovat obraz; resen izraz na obrazu; o ostrych rysach twarzy; ostre poteze obraza. Słoweniec sam siebie może postrzegać również jako osobę o delikatniejszych rysach: *nekoliko gracilnejših potez; nežne poteze*. Jednostkowo w ujęciu autostereotypowym wskazano również na wyrazisty nos: *izrazitejših nosov*, a w heterostereotypowym na wysokie czoło Słoweńca: *wysokie czoło*.

W odróżnieniu od rekonstruowanego modelu ogólnych i szczegółowych cech fizycznych Polaka, w którym pojawiły się sygnały stereotypowego postrzegania gestów czy ruchów, w obrazie Słoweńca nie zarejestrowano tego typu dookreśleń.

3.2.2.2. Konkretyzacje wybranej płci

Percypowane i językowo wyrażane ogólne wrażenie estetyczne wywoływane przez kobiety i mężczyzn stanowi istotną cechę wyróżniającą daną płć (por. Piechnik 2009: 100). Znaczący pod względem ilościowym i jakościowym odsetek danych w zakresie szeroko pojętej kategorii ‘wygląd’ współtworzą językowe konkretyzacje dotyczące aparycji wybranej słoweńskiej płci (A – 27%, H – 31%). Potwierdzają one wcześniej przedstawione analizy, wiele wypowiedzi jednak wnosi dodatkowe, nowe, bardziej szczegółowe elementy do odtwarzanego językowo-kulturowego obrazu zarówno Słowenki, jak i Słoweńca. Uzyskane wyniki ogólne przedstawia tabela 32.

Tabela 32: Cechy fizyczne precyzujące płć Słoweńca – podział na klasy tematyczne (%).

Klasa	A	H
Wygląd Słowenki	13	18
Wygląd Słoweńca	14	13
Razem	27	31

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

3.2.2.2.1. Wygląd Słowenki

Stereotypowo („tradycyjnie”) to kobiety są częściej oceniane pod względem aparycji (Doroszewicz 2002; Kaschak 2005; Wacławek 2015). Zrekonstruowane na podstawie danych ankietowych językowo-kulturowe modele wzajemnie się wykluczają: Słowenka jest atrakcyjna / Słowenka jest mało atrakcyjna. Tabela 33 przedstawia uzyskane wyniki ogólne.

urodziwe; ich uroda nie dosięga [sic!] do urody Polek; Słowenki na ogół nie są tak zadbane jak Polki; kobiety [są] mniej zadbane niż np. Włoszki; średnio zadbane; niezbyt dbające o siebie, poza tym raczej brak im polotu i finezji. Negatywnemu wartościowaniu poddana została też figura słoweńskiej kobiety, w tym dostrzeżono jej dysproporcje (H – 2%): *dość otyłe; szerokie biodra, nieproporcjonalna figura; często o nieproporcjonalnych do całego ciała szerokich biodrach.* Również same przedstawicielki ocenianej narodowości (w badaniu gros respondentów było płci żeńskiej) poddały negatywnemu wartościowaniu własny wygląd, zauważając, że na ogół nie są tak zadbane jak Polki, ponieważ wygląd nie jest dla nich tak istotny, jak w ich odczuciu jest dla kobiet z Polski: *u spoločnem pa niso tako urejene kot Poljakinje; rekla bi, da nam urejenost oz. viden ni tako zelo pomemben ☺; nakopičena z make-upom in kičem.*

Swoistym pogodzeniem odtworzonych sprzecznych modeli niech będą wypowiedzi polskich ankietowanych, w których podkreślono to, iż Słowenki mogą być nieświadome swojej urody, kobiecości albo nie potrafią lub nie chcą tego w swoim wizerunku pokazać: [*Słowenki to bardzo ładne dziewczyny, ale*] *wyduje mi się, że są trochę nieświadome swojej kobiecości; jako kobiety chyba trochę nie odnajdują się w swojej atrakcyjności; Słowenki są ładne, jednak nie zawsze umieją to pokazać albo raczej nie zawsze mają potrzebę, by to podkreślić.*

Zarówno polscy, jak i słoweńscy ankietowani szczegółowo dookreślili **detale** wyglądu wybranych części ciała konceptualizowanej przedstawicielki Słowenii (A – 6%, H – 4%). Werbalizacje dotyczyły głównie **wzrostu, koloru i wyglądu włosów**, a także **makijażu** oraz **garderoby**. Tak konceptualizowany (stereo)typowy obraz nie jest jednolity. Modelowana kobieta jest przeważnie średniego lub niskiego wzrostu: *ženske so nižje rasti; jest osobą niewysoką; są średniego do niskiego wzrostu; niska; visoke ženske.*⁷⁸ Ma różny kolor włosów, od ciemnych: *Slovenka – ponavadi črnolasa; ženske so temnih las; Słowenka ma ciemne włosy; szatynka; włosy koloru brunatnego [sic!]* po jasne: *Słowenka: blondynka; włosy koloru blond; ciemny blond włosy*, często są farbowane: *predvsem mlajše ženske si lase barvajo svetlo; obstaja pa veliko pobravnih blondink.* Poza tym włosy raczej są długie i proste: *dolgi lasje pri ženskah; młode dziewczyny często mają długie, proste włosy; u kobiet średnie i długie włosy; długie włosy* oraz związane: *kobiety mają zazwyczaj związane włosy.* Słowenka ma naturalny wygląd, nie robi (wyrazistego) makijażu: *naturalny wygląd; brak makijażu lub słaby makijaż; kobiety mają zazwyczaj lekki makijaż*, co zauważyli jedynie polscy respondenci, a w zasadzie zauważyły polskie respondentki, gdyż większość osób biorących udział w badaniu to osoby płci żeńskiej.

Ostatnim elementem wyglądu, którzy dostrzegli i językowo dookreślili u Słowenki badani obu nacji, był jej ubiór. Według polskich ankietowanych Słowenka jest: *ciekawie ubrana; [są] sensownie ubrane (jeśli kicz, to kontrolowany), widać w tym ich*

78 Niektórzy respondenci obu nacji dokładnie dookreślili wzrost Słowenki, podając go w centymetrach: *ženske so srednje velikosti (160–168 cm); ženske povprečno visoke okoli 165; ok. 170 cm vzrastu.*

charakter, a nie tylko bieżące trendy, lubią etno-wzory i ozdoby. Przedstawiciele słoweńskiej nacji okazali się bardziej krytyczni w ocenie wyglądu swoich kobiet. Zgodnie z tak zarysowanym obrazem Słoweńka nie martwi się za bardzo swoim wyglądem i nie przywiązuje wagi do kolorystycznego współgrania elementów swojej garderoby: *se ne obremenjuje preveč s svojim izgledom; ne posveča velike pozornosti temu, ali se barva majice ujema z barvo čevljev*. Zarówno polscy, jak i słoweńscy ankietowani zauważyli przewagę raczej sportowego stylu w ubiorze słoweńskiej kobiety, uwidaczniającego się w częstym zakładaniu džinsów, rzadkim noszeniu spódnic i butów na wysokim obcasie oraz umiejętności łączenia eleganckich elementów garderoby ze sportowymi dodatkami: *dekleta običajno nosijo oprijete kavbojke in balerinke; manj nosimo krila in visoke pete; sportowy stroj; kojarzą mi się ze sportowym stylem ubierania się (zauważyłam, że dziewczyny łączą eleganckie ubrania, sukienki, spódniczki ze sportowym obuwem)*.

3.2.2.2.2. Wygląd Słoweńca

Przedstawiciele obu nacji biorący udział w badaniu prawie w jednakowym stopniu poświęcili uwagę wyglądowi Słoweńca (A – 14%, H – 13%). Analiza zebranego materiału ukazuje stosunkowo dużą liczbę konkretyzacji wizerunku męskiego, szczególnie gdy porównamy dane z danymi ilościowymi dotyczącymi obrazu kobiety, którą stereotypowo/kulturowo postrzega się przez pryzmat urody (wygląd Słoweńki: A – 13%, H – 18%). Poza tym uwidoczniło się bardziej pozytywne ocenianie wyglądu przedstawiciela słoweńskiej nacji niż jej przedstawicielki. Tabela 34 zbiera uzyskane wyniki ogólne.

Tabela 34: Wygląd Słoweńca – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).

Słoweńec jest... (deskryptor)		A		H	
		Osobno	Wspólnie	Osobno	Wspólnie
Atrakcyjny	atrakcyjny i zadbany	2	5	1	8
	wysportowany, szczupły	2		4	
	ładny, przystojny	1		3	
Mało atrakcyjny	niezadbany, przesadnie zadbany	2	3	1	1
	otyły	1		0	
Wybrane detale ciała		6		4	
Razem		14		13	

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Większość respondentów obu grup narodowych określa Słoweńca jako mężczyznę **atrakcyjnego** (A – 5%, H – 8%), **dbającego o swój wygląd**: *moški so privlačni; moški skrbijo za svoj izgled in za zdravje; mlajši moški dajo več na videx; moški zelo skrbijo za*

izgled; zadbani; M: dbający o wygląd, **wysportowanego, silnego**, raczej **szczupłego** (A – 2%, H – 4%): *z izoblikovano postavo; moški dajo veliko na postavo – izklesana telesa; moški športne postave; moški so krepki; wysportovani; često uprawiają sport i chodzą na siłownię; mężczyźni o zadbanej sylwetce; jego postawa wskazuje na to, że dba o swoje zdrowie i kondycję fizyczną; panowie często ładnie zbudowani; wysportowani; mężczyźni raczej szczupli*. Ponadto słoweński mężczyzna został dookreślony jako **ładny, przystojny** (słń. *lep, postaven*) (A – 1%, H – 3%): *moški so lepi; postavni; moški so čedni in postavni; mężczyźni [są] bardzo przystojni; przystojni; w miarę przystojny; Słoweńcy [są] dość przystojni; Słoweńcy są bardzo przystojni i mający młodzieńczy wygląd: mladostni*. W ujęciu autostereotypowym, w konkretyzacjach porównujących aparycję Polaka i Słoweńca ten drugi wypada lepiej, oceniany jest *in plus*: *v primerjavi s Poljaki pa bi rekla, da so Slovenci privlačnejši*. Niektórzy badani przywoływali opinię na temat słoweńskiego mężczyzny zasłyszaną od koleżanek czy znajomych kobiet z Polski: *w opinii koleżanek z Polski Słoweńcy są bardzo przystojni; Słoweniec – pierwsze, co usłyszałam od ludzi, a konkretnie od dziewczyn, które były w Słowenii, zanim ja się tutaj pojawiłam to to, że Słoweniec jest piękny jak Włoch tylko wyższy. To faktycznie się sprawdziło*. W przypadku wypowiedzi mężczyzn przywołany osąd o słoweńskiej przystojności może być wyrazem asekuracji – nie chcąc wypowiadać się na temat wyglądu płci, którą sami reprezentują, przytaczają opinie koleżanek.

Słabo zarysowany obraz **mniej atrakcyjnego** Słoweńca wyłania się przede wszystkim z autostereotypowych werbalizacji (A – 3%, H – 1%). Biorący udział w badaniu Słoweńcy wyrazili, że przedstawiciel płci męskiej albo nie przywiązuje wagi do wyglądu zewnętrznego, jest niezadbany (A – 1% z 2%), ma duży brzuch od picia piwa (A – 1%), szczególnie dotyczy to osoby w średnim wieku (40–60 lat), albo odwrotnie – w mniemaniu ankietowanych Słoweniec przesadnie dba o swoje ciało (A – 1% z 2%): *moški: ne da veliko na zunanost; s pivskim trebuškom ali pa s preveč izoblikovano postavo; moški – pivski trebušček; veliko moških srednjih let (40–60 let) ima pivski trebuh; moški dajo veliko na postavo, ampak pretiravajo s fitnesom in imajo preveč izklesana telesa*. Konkretyzacji podobnie negatywnie wartościujących wygląd Słoweńca nie znajdziemy wśród wyimków polskich badanych, prócz zupełnie jednokrotnych (H – 1%): *podobnie [jak Słowenka] niezadbany i niedbale ubrany*.

Polscy i słoweńscy badani starali się szczegółowo opisać i ocenić **detale** wyglądu – wybrane części ciała zarówno Słowenki, jak i Słoweńca – oglądu obu płci dokonali w równym stopniu (zob. deskryptor ‘wybrane detale’ w wyglądzie Słowenki i ‘wybrane detale’ w wyglądzie Słoweńca – po 6% w autostereotypie i po 4% w heterostereotypie). Werbalizacje męskiej aparycji dotyczyły głównie **wzrostu, koloru włosów i oczu** oraz **garderoby**. Z polskiej i słoweńskiej perspektywy Słoweniec postrzegany jest jako mężczyzna wysoki, mierzący od 170 do 180 centymetrów: *moški so visoki; moški so veliki nekje med 170–180 cm; moški povprečno visoki okoli 178; Słoweńcy są*

z reguły wysocy; rośli; mężczyźni średniego do wysokiego wzrostu; wysoki; powyżej 175cm; Słoweniec: *wysoki*, mający ciemniejsze włosy: *temnih las*; *obstaja pa veliko temnolasih moških*; *ciemne włosy*; *szatyn*; mężczyzna o włosach w kolorze ciemny blond, choć w heterostereotypowych konceptualizacjach zdarza się też blondyn: *jasnowłosy*; często o jaśniejszych włosach. Konceptualizowany mieszkaniec Słowenii to osoba raczej o jasnym kolorze oczu: *o oczach niebieskich albo brązowych*; często o jasnych (*niebieskich*, *zielonych*) oczach. W ocenie badanych to mężczyzna skupiony na własnej cielesności i atrakcyjności, czasem nadmiernie poświęcający się rzeźbieniu swojego ciała oraz podążaniu za modą: *veliko je metroseksualcev*; *pretiravajo s fitnessom in imajo preveč izklesana telesa*; *vedno čist*; *sledi modnim trendom*; *lepo oblečen*; *modnie ubrani*. Poza tym może mieć potargane włosy, także nosić wąsy: *z razmršenimi lasmi*; *moški z brki*. Gdy jest młody, ubrany bywa w dżinsy i sweter z kapturem albo w koszulę i marynarkę: *fantje pa kavbojke in pulover s kapuco ali srajco in suknjič*. Jeden słoweński respondent wyraził kłopot w określeniu wyglądu słoweńskich mężczyzn, twierdząc, że są różni: *Slovenec: res bi težko posplošila, ker se mi zdi, da tipičnega videza ni in da se moški zelo razlikujejo med sabo*.⁷⁹

3.2.3. Ubiór

Sposób ubierania jest niewątpliwie ważnym aspektem wyglądu każdego człowieka. Łączny odsetek werbalizacji tworzących tę klasę semantyczną w rekonstruowanym modelu zewnętrznosci Słowenca jest najniższy (A – 9%, H – 11%),⁸⁰ mimo to wyłaniający się z nich obraz okazuje się ciekawy badawczo (zob. tabela 35).

Tabela 35: Ubiór Słowenca – podział na deskryptory (%).

Słowenca cechuje... (deskryptor)	A	H
Ubiór praktyczny / mniej elegancki	4	6
Ubiór ładny i modny	3	1
Ubiór na sportowo	1	3
Inne	1	1
Razem	9	11

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

79 Wśród cech, które nie wpisują się bezpośrednio w kategorię wyglądu, ale którą wymienili polscy respondenci, jest swoista kultura osobista. Słoweniec – w przeciwieństwie do przedstawiciela narodowości włoskiej – jest kulturalny, podobnie jak Polak: *Słowenicy mają w sobie kulturę polskiego mężczyzny, a nie takiego włoskiego macho, więc bardzo przypadli mi do gustu; kulturalni*.

80 Przypomnijmy, że ubiór stanowił również element opisu w kategorii konkretyzacji wybranej płci, tak w wyglądzie Słowenki, jak w aparycji Słowenca (podobnie jest w przypadku wyglądu Polki i Polaka).

W wypowiedziach obu grup narodowościowych wskazano na waloryzowaną neutralnie **praktyczność** ubioru Słoweńców, ich nieprzywiązywanie wagi do elegancji i wysokie cenie sobie wygody i praktyczności (A – 4%, H – 6%): *ljudje so tudi zelo usmerjeni v uporabno; ljubezen do bolj praktičnih oblačil itd.; tako moški kot ženska ne pretirava v skrbi za svoj izgled; se radi oblačijo udobno; predvsem med vikendi imamo najraje sproščena oblačila; ceniący funkcjonalność ponad styl i wygląd; možna w tym dopatrywać się praktycyzmu (ubierają się tak, by było im wygodnie)*. Z części wyimków wyłania się konceptualizacja Słoweńca preferującego styl casualowy, a więc nieformalne i swobodne stylizacje na co dzień, które może również zastosować do pracy, oczywiście, jeśli tam nie obowiązuje określony *dress code*, np. latem Słoweńcy – częściej niż Polacy – prywatnie i służbowo noszą pełny letni strój i otwarte buty: *ljudje so precej »casual«, kar se kaže v načinu oblačenja, obnašanju itd.; poleti vsi družbeni sloji zasebno in delno tudi službeno v polni poletni obleki in odprti obutvi – pogosteje kot Poljaki; ogólnie ma dość luźny stosunek do obowiązujących trendów mody i zasad tzw. dress code'u*.

Sami mieszkańcy znad Soczy, Sawy i Drawy postrzegają swojego modelowego reprezentanta za osobę **modnie i ładnie** ubraną: [*izgled*] *urejen in po zadnji modi; sledenje modi; lepo oblečen*. Taki sposób konceptualizacji tylko symbolicznie zauważyli polscy respondenci: *wiele osób z dobrym gustem i ciekawym stylem* (A – 3%, H – 1%). Dodatkowo z małej liczby wyimków można odtworzyć minio obraz ukazujący ładny, zadbany wygląd Słoweńców, powiązany z odpowiednim wiekiem reprezentantów tej nacji – osoba starsza dba o swój wizerunek, nosząc ładne i drogie ubrania oraz dodatki (buty, torby): *stari ljudje skrbijo za videz, lepa in draga oblačila, [frizure] čevlje, torbe*.

Z postrzeganą i językowo wyrażaną (stereo)typową słoweńską wygodą, praktycznością i swobodą ubioru łączy się także sygnalizowane już przywiązanie do sportu, ujawniające się również w egzemplifikacjach określających strój i styl Słoweńca jako **sportowy, luźny**, co nieco częściej dostrzegali polscy ankietowani (A – 1%, H – 3%): *se radi oblačijo športno; zelo radi nosijo trenirko, superge; športna oblačila; sportowy strój; styl sportowy, luźny; lubią nosić luźne stroje – dres, adidas; często widzę ludzi w sportowych ubraniach; sportowy, praktyczny ubiór, wygodny ubiór; sportowy, luźny styl ubierania się*. Nie zawsze jednak tego typu werbalizacje są neutralne, bywa, że wyrażają krytykę, głównie ze strony Polaków (Polek) przywiązujących większą wagę do mody, a przede wszystkim do konieczności dopasowania stroju do oficjalnej sytuacji: *myślę, że jeśli chodzi o ubiór, to Słoweńcy (i kobiety, i mężczyźni) mają mniej wycucia i nie zawsze potrafią ubrać się stosownie na daną okazję (na egzamin, oficjalne spotkanie, do kościoła itd.); ich brak wycucia sytuacji [w kontekście stroju] czasem mnie razi; nie potrafi się ciekawie ubrać, nie sledzi „nowinek” w modzie; nie przywiązują wagi do mody; zelo radi imajo stara in ponošena oblačila*. Taki sposób konceptualizacji i wynikającą z tego negatywną ocenę odzwierciedla wyrażony przez jedną z respondentek pogląd, iż to, jak wyglądamy, świadczy o nas i pośrednio o naszym stosunku do osób, z którymi

się spotykamy. Słoweńiec zatem z takiego punktu widzenia, dbając przede wszystkim o (swoją) wygodę niż o elegancką prezencję, przez odmiennego kulturowo odbiorcę może być postrzegany jako cechujący się lekceważącym stosunkiem do rozmówcy.

W deskryptorze ‘inne’ zostały zebrane wypowiedzi, których nie można było zaliczyć do wyżej opisanych (A i H – po 1%). Słoweńscy respondenci zauważyli, że przedstawiciel ich narodu ubiera się bardzo podobnie do przedstawiciela innych narodów, pod tym względem nie odznacza się cechami charakterystycznymi, nie wyróżnia się pod względem ubioru. Taki ogląd wiąże się z ambiwalencją pod względem wartościowania. Słowa krytyki w związku z brakiem wizualnych wyróżników słoweńskiego ubioru czy szerzej wizerunku wiązano między innymi ze strachem przed odznaczeniem się i związaną z tym koniecznością konfrontacji z opinią innych, brakiem oryginalnych pomysłów w zakresie ubioru, a także z dokonywaniem zakupów przez wszystkich w jednych i tych samych sklepach: *včasih deluje, kot da imamo le dve trgovini, saj je veliko ljudi oblečenih zelo podobno; tudi ni drugih posebnosti v izgledu (npr. oblačenje); po videzu ne sme izstopati, ker bi lahko sosedge čudno gledali*. Dodatkowo, jeden ze słoweńskich respondentów zwrócił uwagę na szerszy kontekst związany z kulturą ludową, a mianowicie to, że Słoweńcy rzadko noszą strój ludowy. Jest to – zdaniem ankietowanego – postawa odmienna od postawy reprezentowanej przez przedstawicieli sąsiednich narodów bądź pokrewnych słowiańskich kultur, gdzie stroje ludowe noszone są częściej i z dumą. U Słoweńców i przez Słoweńców takie zachowanie uznane byłoby za śmieszne: *glede oblek pa se mi zdi, da Slovenca redko vidiš v narodni noši, za razliko od sosednjih narodov oziroma sorodnih, slovanskih kultur, kjer je to bolj pogosto, celo častno – pri nas pa bi se veliko ljudi posmehovalo*. W przeciwieństwie do słoweńskich ankietowanych, Polacy jednostkowo wymienili wartościowaną pozytywnie odwagę w wyborze stylu ubierania Słoweńca: *nie boją się prezentować swojego własnego stylu ubioru*, zauważyli też brak odpowiedniej synchronizacji warunków atmosferycznych z wyborem garderoby: *ubierają się nieodpowiednio do pogody. np. płaszcz w ciepły dzień czy trampki zimą*.

3.3. Wnioski

O znaczącej roli wyglądu w świadomości i języku danej społeczności świadczy między innymi popularne przysłowie *jak cię widzą, tak cię piszą* (NKP:WPP III: 660–661), zarejestrowane w różnych postaciach i funkcjonujące w różnych krajach,⁸¹ odzwierciedlające stereotypowy sąd o tym, że ludzi postrzega się i ocenia na podstawie ich wyglądu i zachowania. Zebrany na potrzeby pracy materiał językowy, służący rekonstrukcji postrzeganej, ocenianej i interpretowanej kategorii wyglądu Polaka

81 Por. angielskie *fine feathers make fine birds*, niemieckie *Kleider machen Leute*, rosyjskie *одежда красит человека*, czeskie *šaty dělají človíka* czy fińskie *vaatteet tekevät miehen*; https://pl.wiktionary.org/wiki/jak_ci%C4%99_widz%C4%85,_tak_ci%C4%99_pisz%C4%85; data dostępu: 14.03.2022).

i Słoweńca, okazał się bogaty zarówno pod względem ilościowym, jak i jakościowym. Podobnie duża liczba wyekscerpowanych polskich i słoweńskich werbalizacji⁸² oraz zasadniczo zbliżony ich rozkład w ramach poszczególnych podkategorii i klas tematycznych potwierdza, jak istotnym wyznacznikiem kulturowym jest dla nich właśnie aparycja. Tabela 36 zestawia dane procentowe uzyskane w kategorii ‘wygląd Polaka i Słoweńca’ w ujęciu auto- i heterostereotypowym.

Tabela 36: Kategoria: wygląd Polaka/Słoweńca (%).

Kategoria	S	Typ urody	Cechy fizyczne			Ubiór	Razem
			ogólne	szczegółowe	precyzujące płeć		
Wygląd Polaka	A	10	7	23	56	4	100
	H	8	5	32	50	5	100
Wygląd Słoweńca	A	25	9	30	27	9	100
	H	20	16	22	31	11	100

Wyjaśnienie skrótów: S – stereotyp, A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Ocena narodu na podstawie wyglądu bywa nierzadko pobieżna i krzywdząca, ale trudno zaprzeczyć temu, że to właśnie aparycja pozwala na schematyczne, stereotypowe kategoryzowanie, a pierwsze wrażenie, otrzymane na podstawie czyjegoś wyglądu, mowy ciała, nastawienia itd., trudno zmienić. Ankietowani obu nacji okazali się wnikliwymi obserwatorami, dookreślając zarówno elementy pozytywnie wartościowane, doceniające walory zewnętrznego Polaka i Słoweńca związane z ich urodą, dbałością o ciało i kondycję fizyczną, jak i te neutralne, kojarzone z praktycznością i wygodą, po negatywne, ukazujące zaniedbanie w sferze ubioru czy brak dbałości o kondycję fizyczną.

Zgodnie z rekonstruowanym obrazem zarówno (stereo)typowy Polak, jak i także Słoweńca (ten nawet w znacznie większej mierze) nie ma cech charakterystycznych, nie odznacza się specjalnym typem urody i wyglądu jak inni – jak Europejczycy, w tym Słowianie, szczególnie mieszkańcy państw ościennych: jak Rosjanie w przypadku Polaków lub inni dawni Jugosłowianie bądź Włosi w przypadku Słoweńców. Definiowany obiekt postrzegamy zazwyczaj subiektywnie, z własnego punktu widzenia i własnej perspektywy, stąd nie dziwią zarejestrowane porównywania drugiego narodu do własnego: *Słoweńcy są podobni do nas* [Polaków]; *Poljak – ne dosti drugačen od Slovenca*, co wynika z faktu, iż brak typowych cech wyglądu sprawia, że przedstawiciele obu narodów, a szczególnie Słoweńcy, postrzegani są jako reprezentujący typ

82 Na temat wyglądu Polaka zebrano łącznie 830 wyimków (420 w autostereotypie i 410 w heterostereotypie), na temat wyglądu Słoweńca zaś 770 (399 w autostereotypie i 371 w heterostereotypie).

mieszany: w urodzie [Słoweńców] uwidacznia się kulturowe mieszanie różnych plemion i wpływów słowiańskich oraz germańsko-romańskich. Często są to wysocy blondyni, ale też osoby o typie widocznie południowym, co może wskazywać na typ włoski lub na pochodzenie z innych republik byłej Jugosławii; ker smo mešani, zato so nekateri [Slovenci] bolj severnjaško svetli, drugi pa bolj južnjaško temni; Slovenci so dovolj premešan narod, da ni izrazitih karakteristik videza.

Zgodnie z odtworzonym obrazem przedstawicieli narodu polskiego jest postrzegany ogólnie zazwyczaj jako człowiek zadbany, w rzadszych wyjątkach mniej zadbany – choć w tym przypadku dostrzeżono dokonujący się pozytywny kierunek zmian (w wyglądzie polskich mężczyzn, bo kobiety w osądzie badanych raczej nie muszą już bardziej dbać o prezencję). Jeśli z kolei chodzi o ogólny wizerunek Słoweńców, jest on w większości pozytywnie wartościowany, szczególnie w ujęciu heterostereotypowym nie odnotowano ekscerptów tworzących model krytyczny. Zgodnie z rekonstruowanym konceptem Słoweniec to człowiek dbający o sylwetkę, wysportowany i szczupły. Rodacy konceptualizowanego Słoweńca (a więc samego siebie) postrzegają jako człowieka zmęczonego i mniej zadbanego, co jednak go nie dotyczy, gdy jest w starszym wieku. Mimo czasem deklarowanych trudności ze zdefiniowaniem wyglądu polskiej i słoweńskiej nacji, ankietowani okazali się uważnymi obserwatorami. W obu zróżnicowanych, obfitujących w liczne werbalizacje, opisach cech szczegółowych respondenci dookreślali karnację, włosy, wzrost, twarz, oczy Polaka i Słoweńca, uznając właśnie te elementy w jakimś stopniu za kluczowe. Powstałe w ten sposób modele są jednak – siłą rzeczy – fragmentaryczne, nie tworzą spójnych obrazów. Przedstawiciel narodu polskiego rysuje się jako osoba średniego bądź wysokiego wzrostu, o jasnych włosach, jasnych oczach, najczęściej niebieskich, tudzież jasnym kolorzycie skóry. Twarz w znacznym stopniu stanowi o urodzie człowieka, często bywa jedynym odkrytym elementem naszego ciała, dlatego jej „składniki” w wypowiedziach respondentów podlegały drobiazgowemu oglądowi. Konceptualizowany Polak ma raczej okrągłą twarz, mającą poważny wyraz i ostre lub delikatne rysy oraz wysokie czoło. Na jego obliczu można też dostrzec szczególny nos i wyraziste kości policzkowe. (Stereo)typowy Słoweniec zaś to człowiek wysokiego lub średniego wzrostu, mający jasną karnację, jednak nieco ciemniejszą w porównaniu z Polakami i ciemniejsze (rzadziej jasne) włosy i jasne oczy. Twarz Słoweńca w zasadzie była konceptualizowana podobnie jak u Polaka.

Zebrany materiał językowy pozwolił na konkretyzację obrazu płci (stereo)typowych przedstawicieli obu narodów. Kulturowo uwarunkowane postrzeganie kobiety i mężczyzny stanowi ważny element językowego obrazu świata, gdyż język utrwala m.in. stereotypy dotyczące płci, przekonania o tym, czym jest kobiecość, a czym męskość (Kloch 2000: 148). W opinii respondentów obu nacji Polka to osoba bardzo atrakcyjna, kobieta niemal idealna – zadbana, ładna, a nawet piękna, dobrze i raczej

modnie ubrana. Jest nienagannie umalowana, pachnąca, uśmiechnięta, ma ładną fryzurę i wdzięk. (Stereo)typowa przedstawicielka narodu polskiego to najczęściej blondynka o jasnych (niebieskich lub zielonych) oczach, jasnej karnacji, długich, jasnych, często farbowanych włosach, o twarzy okrągłej, miłej i delikatnej, czasem lalkowatej. W porównaniu z urodą wschodnich Słowianek wygląd (stereo)typowej Polki przegrywa, postrzegana jest jako mniej urodziwa, natomiast jej aparycja w porównaniu z prezencją Słoweńek, nastawionych bardziej na wygodę i praktyczność, oceniana jest bardzo pozytywnie. Wyobrażenie słoweńskiej kobiety wyraźnie zawiera elementy nacechowane negatywnie. Zgodnie z tym modelem Słoweńki nie są tak zadbane jak Polki czy Włoszki, często są nieświadome swojej urody i kobiecości albo nie potrafią lub po prostu nie chcą wyeksponować swojego piękna. Słabiej zarysowany przeciwstawny model przedstawicielki narodu słoweńskiego rysuje ją jako kobietę atrakcyjną, dbającą o ładny wygląd, szczupłą i wysportowaną, o różnym – głównie jednak ciemniejszym – kolorze włosów, które są długie i proste, często to osoba o naturalnym wyglądzie, pokazująca się bez makijażu.

W przypadku rekonstruowanego obrazu polskiego mężczyzny jest on często postrzegany w bardziej negatywnym świetle niż w przypadku konceptualizowanego wyglądu Polki czy słoweńskiego mężczyzny. Polak jest zaniedbany, otyły, często ma duży „piwny” brzuch, źle się ubiera. Drugi – słabiej zaznaczony – model Polaka przedstawia go jako człowieka atrakcyjnego, zadbanego, przystojnego, szczupłego, wysportowanego oraz dobrze ubranego. Zdarza się, że łatwo w dbaniu o swój wygląd popada w skrajność i przesadę: *albo nie dbają o wygląd fizyczny i często lub wyłącznie leżą przed telewizorem, albo przesadnie dbają o wygląd, popadając w narcyzm*. Konceptualizowany przedstawiciel narodu polskiego płci męskiej oprócz cech szczegółowych wskazanych wcześniej dla wszystkich (jasna karnacja, detale twarzy) odznacza się raczej wysokim wzrostem, krótkimi włosami, czasem łysą lub ogoloną głową, spiczastym nosem, wąskimi ustami i często wąsami. Słoweński mężczyzna z kolei – szczególnie w heterostereotypie – postrzegany jest jako atrakcyjny, dbający o siebie, ładny i przystojny, silny, wysoki, raczej szczupły, mający wysportowaną sylwetkę, zwykle ciemne włosy i jasne oczy. Krytyczny obraz męskiego przedstawiciela tego narodu (przypisujący mu cechy podobne jak negatywnie odtworzonemu obrazowi wyglądu Polaka) pojawił się jedynie symbolicznie.

Respondenci często porównywali między sobą wygląd obu płci Polaków, wyraźnie na korzyść aparycji stereotypowo postrzeganej płci pięknej: *co tu dużo mówić – [Polki] dużo piękniejsze niż panowie Polacy; Polacy nie przywiązują aż takiej wagi do wyglądu jak Polki; menim, da so Poljakinje vizualno zelo privlačne, medtem ko moški del zelo zaostaja; Poljakinje so privlačne, lepo urejene, Poljaki niso privlačni, so plešasti, močni; ženske so izredno lepe, moški pa ne; Poljaki naj ne bi bili ravno privlačni, medtem ko za Poljakinje velja ravno nasprotno; moški so preprosto oblečeni, medtem ko so Poljakinje brezhibno*

urejene, pogosto z barvanimi lasmi, in brezhibno naličene; [moški] ne dajo veliko na videz (oblačenje, frizura), ženske so popolno nasprotje ☺ so izredno urejene – zelo lepo oblečene, veliko nosijo krila, rade so obute v visoke pete, so skrbno naličene in s frizuro, kot bi ravnokar prišle od frizerja. Podobnego zestawienia obu płci nie dostrzeżono w żadnym z ujęć (auto- i heterostereotyp) w obrazowaniu płci Słoweńców.

Wyniki badań materiału językowego dotyczącego wyglądu płci Polaków pokazują, że w tym zestawieniu zwyciężają przedstawicielki płci żeńskiej, w ocenie wyglądu Słoweńców zaś prym wiodą bardziej dbający o swój wygląd mężczyźni. Ciekawe badawczo jest to, że w klasie semantycznej ‘wygląd Polki’ nie odnotowano żadnej werbalizacji pozwalającej na wyodrębnienie przeciwnego do atrakcyjnej polskiej kobiety modelu zarówno w ujęciu auto-, jak i heterostereotypowym. Nie bez znaczenia jest fakt, że większość ankietowanych stanowiły właśnie osoby płci żeńskiej, dla których kulturowo atrakcyjny wygląd staje się często kryterium własnej oceny i poczucia własnej wartości (por. Doroszewicz 2002, Mandal 2004). Być może pozytywny autostereotyp Polki miał podkreślić surową ocenę „Innego”, w naszym kontekście „Innej”, czyli Słowenki – i stanowił swoisty sposób dowartościowania samego (a raczej samej) siebie. Podejście krytyczne można jedynie dostrzec w jednostkowych wypowiedziach heterostereotypowych, które zawierają pod adresem Polki zarzut obsesji na punkcie swojego wyglądu i przesadnej troski o swoją powierzchowność: *ženske se mi zdijo malce obsedene z zunanjostjo; precej se urejajo*, co może jednocześnie interpretować jako implikację zazdrości.⁸³ Negatywnie wartościowane ujęcie krytyczne, przedstawiające Polaka jako osobę mniej atrakcyjną, zarejestrowane przeważnie w autostereotypie, jest wyrazem samokrytycyzmu, co potwierdzają słowa jednego z respondentów: *My Polacy jestešmy bardzo krytyczni w stosunku do siebie. W ocenie zewnętrznosci głównie przedstawicielki narodu polskiego, choć również polskiego mężczyzny, można zauważyć różnicę w obu ujęciach – w autostereotypie, mimo pozytywnego wartościowania, odnotowałyśmy liczne określenia asekuracyjne, typu *raczej, zazwyczaj, z reguły, przeważnie, w większości*, które zakładają choć w niewielkim stopniu istnienie odstępstw od prezentowanej oceny. Ekskcerpty słoweńskie są w tym przypadku bardziej kategoryczne, nieprzewidujące wyjątków – zawierają uściślenia, typu *vedno, zmeraj* w znaczeniu ‘zawsze’, por. pol. *Polki są zazwyczaj [raczej / z reguły / przeważnie / w większości] zadbane* – słu. *Poljakinje so zmeraj [vedno] urejene*.*

Cenne, choć ilościowo najmniej liczne tak w kategorii wyglądu Polaków, jak w kategorii wyglądu Słoweńców, okazały się wypowiedzi dotyczące aspektu kulturowego związanego z ubiorem, zgodnie z którymi Słoweńcy preferują wygodę i praktyczność, mają styl sportowy i raczej *luźny stosunek do dress code’u*, co może być różnie wartościowane. Polak przykłada wagę do swojego wyglądu, w tym ubioru, umie się

83 Podobny zarzut pod adresem konceptualizowanej swojej rodaczek odnajdujemy w słoweńskich wypowiedziach, ujawniających element samokrytyki: *Slovenke so preveč obremenjene s sabo in svojim videzom*.

odpowiednio ubrać na każdą okazję i każdą porę dnia i roku, a szczególnie ładnie prezentuje się w niedzielę. Ubiór Polaka odbierany jest jako staranny, elegancki, modny i różnorodny, ale, gdy jest mieszkańcem mniejszego miasta, nie nadąża za trendami mody i ubiera się raczej staromodnie.

Ankietowani językowo licznie dookreślali ogólne i szczegółowe cechy aparycji, co świadczy o tym, jak ważną i interesująco badawczo kategorią jest dla nas wygląd, który potrafi też odzwierciedlić wiele cech naszego charakteru, ponieważ – jak twierdzi Małgorzata Borliczek – „[s]tereotyp wyglądu odwołuje się do łatwo dostrzegalnych i weryfikowalnych wyróżników kultury osobistej” (Borliczek 2012: 28).

W charakterze ludzkim wyraża się, antropologicznie rzecz biorąc, pełny człowiek.

Wojciech Chudy, *Charakter jako wartość antropologiczno-etyczna*

Zbiór konstrukcji opisujących osobowość człowieka jest nieskończony,
jak nieskończony jest rejestr zachowań ludzkich.

Krystyna Kleszczowa, *Konstrukcje opisujące cechy osobowości*

4. Charakter

W tej części pracy przedstawiamy syntetyczne ujęcie wyników dotyczących kategorii ‘charakter’. Słownik języka polskiego definiuje *charakter* jako „zespół cech psychicznych względnie stałych, właściwych danemu człowiekowi, przejawiających się w jego postępowaniu, sposobie bycia, usposobieniu i przyjętym systemie wartości” (USJP I: 397–398), z kolei *znacaj*, podobnie *karakter* po słoweńsku jest rozumiany bardziej ogólnie jako: ‘to, co określa człowieka jako jednostkę, zwłaszcza w odniesieniu do ludzi, środowiska’, zatem na przykład mówienie czy zachowanie danej osoby pokazuje/może pokazywać jej charakter (SSKJ: 1677–1678, 383–384). Sam termin ma rodowód antyczny, pochodzi z greki (gr. *charaks* – pal, *charassein* – przycinać, karbować, *charakter* – piętno, cecha wyróżniająca i specyficzna, pierwotnie – kształt pala granicznego lub znak odróżniający granicę jednej posiadłości od innej, coś stałego) (Nowak 2003: 492). W naukach psychologicznych termin ten ma rozmyte granice, jest różnie rozumiany – ma cechy wspólne z *temperamentem* oraz z *osobowością*, z którymi bywa identyfikowany (Szewczuk 1998: 364–372). Zdaniem niektórych badaczy „[w] psychologii XX wieku pojęcie charakteru zastępowane jest przez *osobowość*, rozumianą jako pełna synteza indywidualnego życia biopsychicznego skupionego na *ego*” (Nowak 2003: 493).

Przyjmujemy językoznawcze rozumienie kategorii semantycznej (pola) **charakter** – na potrzeby pracy utożsamionego z **osobowością** – w znaczeniu zaproponowanym przez Krystynę Kleszczową (1986), zgodnie z którym w jego ramy wchodzi konstrukcje językowe opisujące właściwości psychiczne, które orzekają coś o osobie, informują o jej zachowaniu, w tym o czynnościach habitualnych, i zawierają odpowiednie wartościowanie (Kleszczowa 1986: 12). Kategoria ‘charakter’ jest przez nas rozumiana szeroko – współtworzą ją immanentnie w nią wpisane konstrukcje językowe opisujące m.in. cechy psychiczne, psychospołeczne, społeczne, dotyczące etyki i wartości, kultury, narodu, wyznawanej ideologii, religii itp. Część badaczy z różnych

dyscyplin w pracach traktujących o narodzie czy narodach, głównie w związku ze znaczącymi przemianami czy zagrożeniami, wyodrębnia i analizuje tzw. charakter narodowy. Mimo iż samo zagadnienie uznawane jest za jedno z najbardziej kontrowersyjnych w naukach humanistycznych (Lewandowski 2008: 11), wydaje się ono w badaniach nad językowo-kulturowymi stereotypami etnicznymi (przynajmniej w jakimś stopniu) funkcjonalne. Na potrzeby pracy przyjmujemy, że **charakter narodowy** „jest jednym z wyróżników wspólnoty kultury, przejawiającej się w stylu dążenia do uzyskania i zachowania wartości ważnych i znaczących dla trwałości i rozwoju narodu” (Wyżkiewicz-Maksimow 2012: 66).⁸⁴ Podobne rozumienie terminu przedstawia socjolog Edmund Lewandowski: „charakter narodowy to wspólny większości danego społeczeństwa zespół postaw i wzorów postępowania, ukształtowany historycznie i względnie trwały. Nie chodzi więc o specyficzne cechy poszczególnych jednostek, lecz o dominujący s t y l [rozstrzelenie autora] myślenia, odczuwania i zachowania” (Lewandowski 2008: 25). Badacze podkreślają, że rekonstruowany „charakter narodowy” nie musi być w pełni zgodny z rzeczywistością empiryczną – można jednak zakładać, że przynajmniej w jakimś stopniu jest do niej zbliżony (Lewandowski 2008: 31).

Uzyskane w badaniu ankietowym dane językowe zostały sprowadzone do następujących podkategorii: ‘pozytywne i/lub neutralne’, ‘ambiwalentne’, ‘negatywne’ oraz ‘precyzujące płeć’. Ze względu na obszerność i różnorodność materiału konieczna była jego dalsza segmentacja (przede wszystkim w podkategorii ‘pozytywne i/lub neutralne’). Zdecydowaliśmy się na wyodrębnienie klas tematycznych („sfer”) – często o umownym zasięgu i o rozmytych, przenikających się granicach – zbierających ekscerpty wyrażające:

- emocje: emocjonalność, usposobienie (temperament, natura), odczucia;
- intelekt i uzdolnienia: cechy umysłowości, talent, umiejętności, skłonności, dodatkowo: wiedza, wykształcenie;
- interakcje: stosunek do ludzi, zachowania społeczne, w tym: (szeroko rozumiana) otwartość (*versus* zamkniętość, w tym dyskryminacja), solidarność oraz chęć niesienia pomocy, relacje rodzinne itd.;
- aspiracje i działania: stosunek do pracy, obowiązków, zajęć, ambicja, odpowiedzialność;
- utożsamianie się z narodem: związek z narodem, krajem, państwem, też z przyjętą polityką i związaną z tym ideologią;

84 Recepcja literatury opisującej charakter narodowy skłania jednak do zachowania dystansu naukowego względem prezentowanych w niektórych pracach treści, gdyż – jak podkreśla Wyżkiewicz-Maksymow – pomimo wagi badań do studiów tego typu „należy podchodzić niezwykle ostrożnie, ponieważ sporo w niej nieuprawnionych generalizacji, etnocentrycznego spojrzenia na specyfikę własnego narodu oraz kontrowersji zarówno merytorycznych, jak i metodologicznych” (Wyżkiewicz-Maksimow 2012: 66).

- religijność: stosunek do wiary, pobożności;
- inne: m.in. wyrażanie indywidualizmu, różnorodności lub normalności.⁸⁵

Wskazane kręgi tematyczne („sfery”) nie zawsze w pełni pokrywają się z zakresem konkretnych wyróżnianych w etnolingwistyce aspektów (Bartmiński, red., 2006: 40–41), mogą mieć szerszy lub węższy od nich zasięg. Przyjęty sposób interpretacji materiału uznajemy za funkcjonalny.

Dane językowe na temat charakteru, zachowania, postaw właściwych dla odtwarzanego modelu Polaka i Słoweńca okazały się najliczniejsze w zebranych materiale – w przypadku rekonstruowanego obrazu mieszkańca Polski wyodrębniono łącznie aż 1 403 cytaty, a mieszkańca Słowenii – 1 152. Materiał został szczegółowo poklasyfikowany – nawet jeśli wyrażał małe wielkości procentowe, kryją się pod nim spore wielkości liczbowe.⁸⁶

4.1. Charakter Polaka

Respondenci szeroko rozpisali się na temat postrzeganego przez nich polskiego charakteru. Z zebranego materiału językowego wyodrębniliśmy łącznie 1 403 ekscerpty: 778 z danych pochodzących od polskich respondentów i 625 z danych uzyskanych od słoweńskich. Suma wszystkich wyimków z auto- lub heterostereotypu stanowi podstawę do obliczeń procentowych.⁸⁷ Wstępna analiza materiału wykazała bardzo wysoki odsetek danych świadczących o pozytywnym wartościowaniu charakteru w rekonstruowanym wyobrażeniu Polaka z perspektywy słoweńskiej, a dość krytyczny osąd z polskiej. Wyniki przedstawia poniższa tabela.

Tabela 37: Charakter Polaka – podział na podkategorie (%).

Stereotyp	Cechy				Razem
	pozytywne i/ lub neutralne	ambiwalentne	negatywne	precyzyjne płeć	
A	47	10	29	14	100
H	69	9	14	8	100

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

⁸⁵ Wskazany podział traktujemy jako umowny. Ze względu na nierzadkie zacieranie się granic między stereotypowym nastawieniem narodowościowym oraz religijnością (por. *Polak-katolik*) w ujęciu ambiwalentnym i krytycznym (gdzie trudniej było wyznaczyć granice między wskazanymi kręgami tematycznymi) zamiast „sfer” narodowościowej i religijnej wyróżniłyśmy wspólną dla nich „ideologiczną” – ‘poglądy’, czasem w opisie materiału także w połączeniu z interakcjami – ‘interakcje i poglądy’. Poza tym niekiedy mała liczba danych umożliwiających wspólną klasyfikację skłoniła nas również do połączenia w opisie wartościowania ambiwalentnego lub negatywnego kręgu tematycznego związanego z intelektem, uzdolnieniami z aspiracjami i działaniami – ‘myślenie i działanie’.

⁸⁶ Ze względu na wielkość i różnorodność materiału w zasadzie tylko w opisie tej kategorii zdecydowałyśmy się na uwzględnianie „połówek” procenta (np. 7,5%).

⁸⁷ Sumy wyimków (W) w auto- (A) i heterostereotypie (H): $W_A = 778$ (100%) i $W_H = 625$ (100%).

4.1.1. Cechy pozytywne i/lub neutralne

Przeważający odsetek danych heterostereotypowych i znaczący autostereotypowych tworzy model pozytywnie i/lub neutralnie wartościowanych cech charakteru Polaka (A – 47%, H – 69%). Tabela 38 zbiera dane przypisane do wskazanych klas tematycznych.

Tabela 38: Cechy pozytywne i/lub neutralne w charakterze Polaka – podział na klasy tematyczne (%).

Klasy tematyczne	A	H
Aspiracje i działania	14	14
Interakcje	13	32
Utożsamianie się z narodem	11	9
Emocje	4	7
Intelekt i uzdolnienia	2	4
Religijność	2	2
Inne	1	1
Razem	47	69

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Z kolei następną tabelą przedstawia podział na deskryptory w ramach wyróżnionych klas tematycznych w podkategorii ‘charakter Polaka’.

Tabela 39: Cechy pozytywne i/lub neutralne w charakterze Polaka – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).

Klasy tematyczne (i w jej obrębie deskryptory)		A		H	
		Osobno	Wspólnie	Osobno	Wspólnie
Aspiracje i działania	praktyczny, zaradny, pomysłowy	5	14	2,5	14
	pracowity	4		4	
	ambitny	4		1	
	wytrwały	1		2	
	odpowiedzialny, silny psychicznie	0		4,5	

Klasy tematyczne (i w jej obrębie deskryptory)		A		H	
		Osobno	Wspólnie	Osobno	Wspólnie
Interakcje	gościnnie i towarzyski	5,5	13	6	32
	otwarty	2		6	
	rodzinny	3		1	
	uprzejmy, dobrze wychowany	1,5		7	
	przyjacielski, pomocny	1		10	
	rozmowny	0		2	
Utożsamianie się z narodem	(romantyczny) patriota	5,5	11	7	9
	dumny	4,5		2	
	lokalny patriota	1		0	
Emocje	uśmiechnięty, wesoły	2	4	3	7
	energiczny, temperamentny	1,5		2	
	inne	0,5		2	
Intelekt i uzdolnienia	inteligentny	0	2	2	4
	zdolny, wykształcony	2		2	
Religijność		2		2	
Inne		1		1	
Razem		47		69	

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Wśród cech pozytywnie i/lub neutralnie wartościowanych najwyższy odsetek polskich danych i drugi pod tym względem wśród słoweńskich tworzą obraz **aspiracji i działań**, związany z później opisaną klasą tematyczną 'intelekt i uzdolnienia' i świadczący o tym, że sfera obejmująca stosunek do pracy, obowiązków, aspiracje itd. jest postrzegana jako ważna składowa zespołu cech konceptualizowanego Polaka (A i H – po 14%). Mocniej we własnej ocenie pokreślono **zaradność, praktyczny zmysł i pomysłowość** Polaka (A – 5% z 14%, H – 2,5% z 14% w tej klasie): *praktyczni; inteligencja praktyczna; praktyczność; zaradny; osoba zaradna; są zaradni; przedsiębiorczy; pomysłowi; pomysłowość; fantazja; pragmatyczność; praktyczni; iznajdljivi; iznajdljivost; podjeten*. Wskazane cechy wyraźnie rysują syndrom „złotej rączki”: *pan złota*

račzka; potrafi wszystko zrobić sam; gdy są doceniani i dobrze opłacani, są wtedy kreatywni; na splošno so zelo iznajdljivi (pregovor „Polak potrafi” ne obstaja brez razloga – v vseh pomenih). Dzięki wskazanym predyspozycjom stereotypowy Polak jest elastyczny, umie odnaleźć się w różnych sytuacjach nawet mimo przeciwności losu: *elastyczni; nie ma dla nich rzeczy niemożliwych i nie do załatwienia; łatwo przystosowują się do zmiennych warunków, do sytuacji ekstremalnych; zdolność przetrwania w trudnych warunkach; Polacy są odporni na przeciwności; ogromna zdolność do zmiany wszystkiego (miejsca zamieszkania, zawodu itp.); sporo wewnętrznej siły do pokonywania kryzysów.* Poza tym w zebranych materiale wyraźnie zarysowała się **pracowitość** (A – 4% z 14%, H – 4% z 14% w omawianej klasie): *osoba pracowita; osoby pracowite; pracowici; większość jest pracowita; uczynny, pracowity; pracowitość; gdy są doceniani i dobrze opłacani, potrafią świetnie pracować, z poświęceniem; przywiązanie do pracy, dobrze pracuje za granicą; delavni; delavni, marljivi; delavnost; marljivost; trdo delajo in veliko sami proizvedejo (dober mali biznis); pridni ljudje.* Zgodnie z wynikami badania Polak sam siebie postrzega raczej jako osobę **ambitną** (A – 4% z 14% w tej klasie): *potrafi być naprawdę ambitny; ambitni; jesteśmy ambitni; są ambitni; stawiający sobie wysokie cele; osoba niebojąca się wyzwań; nie boją się trudów i przeciwności.* Frekwencyjna rzadkość w materiale słoweńskim wyimków dotyczących wysokich aspiracji sugeruje, że z punktu widzenia tej grupy etnicznej wskazana predyspozycja niekoniecznie jest pierwszorzędna dla charakteryzowanego przedstawiciela Słowian zachodnich (A – 1% z 14% w tej klasie): *ambiciozni; ambicioznost; vedno dosežejo, kar hočejo, kar si zadajo.* Sami Polacy dodają również, że polska ambicja może mieć swoje granice, a więc wskazana chlubna cecha charakteru nie musi być trwała: *ambitni, ale w granicach rozsądku – gdy osiągną dany cel bardzo często spoczywają na laurach; ambicja jest obecna do pewnego czasu – kupno mieszkania, samochodu, założenie rodziny, a później totalna stagnacja.* W niewielkim stopniu ankietowani przypisują również pozytywnie wartościowaną determinację w działaniu, a więc **wytrwałość** (A – 1% z 14%, H – 2% z 14% w omawianej klasie): *wytrwałość w dążeniu do celu; dążą do celu; dążący do celu, zdeterminowany; zdolność do poświęcania się w celu osiągnięcia sukcesu, małymi krokami do celu; je vztrajen/vztrajna; vztrajni; vztrajnost; vedno dosežejo, kar hočejo, kar si zadajo; trpežnost.* W zasadzie tylko w słoweńskich wyimkach dobrze zarysowały się również inne pożądane cechy konceptualizowanego Polaka w kontekście jego aspiracji i stosunku do pracy – **odpowiedzialność i siła psychiczna** (mocny charakter) ważne m.in. do pełnienia kierowniczego stanowiska (H – 4,5% z 14% w omawianej klasie): *zelo odgovorni; so zelo odgovorni; duševno močan človek; po mojem mnenju imata Poljak in Poljakinja zelo močan karakter; pokončen značaj; so čvrsteга karakterja; psibično močni ljudje; zelo so močni kot vodje skupine, saj so zelo odgovorni, dodatkowo, w pracy są zaangażowani, dbają o wspólne dobro: kot podrejeni člani skupine ogromno prispevajo k skupnemu dobremu.*

Ze słoweńskich werbalizacji wyłania się bardzo wyraźnie zarysowany model polskich cech charakteru dotyczących szeroko rozumianych zachowań społecznych – **sfer interakcji**, w polskim materiale odsetek ekscerptów z tej klasy był wysoki – drugi pod względem częstotliwości w omawianej podkategorii cech pozytywnie i/lub neutralnie wartościowanych, jednak z pewnością tego typu przymiotów polscy respondenci u siebie aż tak mocno nie dostrzegli, jak to zrobili Słoweńcy (A – 13%, H – 32%). Ujęcie zewnętrznego kulturowo odbiorcy ujawnia jego perspektywę – widzi i docenia kontaktowość Polaka, który aż w takim stopniu nie percypuje tej cechy u siebie. W opinii ankietowanych Słoweńców Polak jest przede wszystkim **przyjacielski** (przyjazny) i dlatego też **pomocny**, a nawet solidarny (H – razem 10% z 32% w omawianej klasie). Polak określany jest wprost jako *przyjacielski/przyjazny* (słń. *prijateljski, prijazen*): *prijateljski, prijazni; so zelo prijazni; prijaznost; iz izkušenj lahko sklepam, da so Poljaki zelo prijazni; zdi se mi, da so zelo prijazni; na splošno so Poljaki prijazni in radovedni ljudje; prijazni do neznancev; doslej mi je uspelo priti v stik z le eno neprijazno Poljakinjo, vsi ostali pa so bili zelo prijateljski; ko pa te spoznajo in te sprejmejo, se z njimi spoprijateljš*. W ramy tego deskryptora wpisane zostały również rzadsze wyimki nazywające doświadczany ciepły kontakt ze strony przedstawicieli polskiego narodu: *topli ljudje; so topli; toplina; ljudje, ki sem jih spoznala, so po obnašanju prijetni in topli*. Z perspektywy ankietowanych Słoweńców Polak oceniany jest jako skory do pomocy, ktoś **pomocny** (słń. *ustrežljiv*). Wyimki świadczą o docenianiu polskiego wysiłku w chęci niesienia pomocy i wdzięczności za nią: *ustrežljiv; ustrežljivi; pripravljene pomagati; pripravljenost pomagati; pripravljene pomagati vsakemu; Poljak rad pomaga; oseba, ki uvidi potrebe ostalih ljudi in se jim trudi pomagati po najboljših močeh; če potrebuješ pomoč, ti pomagajo (npr. usmeritev na ulici ...); z veseljem so mi pomagali, kadar sem jih kaj prosila (birokracija, čisto vsakdanje stvari glede življenja v študentskem domu ...)*.⁸⁸ Takie zalety jak przyjacielski stosunek i chęć niesienia pomocy w autocharakterystyce pojawiły się tylko symbolicznie (A – 1% z 13% w tej klasie): *przyjacielscy; pomocny; pomoc w sytuacjach codziennych*. Zarówno Polacy, jak i Słoweńcy percypują Polaka jako osobę **gościnną** (słń. *gostoljuben*) i **towarzyską** (słń. *družaben*); łącznie: A – 5,5% z 13%, H – 6% z 32% w omawianej klasie):

- *gościnni; Polacy są gościnni; jesteśmy gościnni; bardzo gościnni; przyjaźnie nastawiony do gości; dobra gościnność; polska gościnność; Polacy są także bardzo gościnni, czasem do stopnia, w którym ciągle aktualne okazuje się powiedzenie: „Zastaw się, a postaw się”; gość*

88 Dodatkowo, chęć niesienia pomocy przez Polaka może wiązać się z potrzebą chwili. Jeden z ankietowanych opisał sytuację po tym, jak został okradziony w Polsce – jego polscy przyjaciele i znajomi solidarnie pomogli mu, również finansowo: *Enkrat so me na Poljskem okradli in sem ostal brez denarja in dokumentov, vsi moji poljski prijatelji in celo znanci so se zanimali za mojo situacijo in me spraševali, ali mi lahko tudi finančno kako pomagajo (čeprav tega od njih res ne bi pričakoval, saj si z nekaterimi nismo bili zelo blizu), medtem ko me ni niti eden od mojih bližnjih prijateljev iz Belgije in Francije vprašal, če potrebujem pomoč. Te pripravljenosti pomagati s strani Poljakov seveda ne bom nikoli pozabil.*

w dom, Bóg w dom, zastaw się, a postaw się; gostoljubni; so zelo gostoljubni; gostoljubnost; izjemna gostoljubnost; gostoljuben narod; w ujęciu heterostereotypowym polska gościnność została porównana do słoweńskiej i bardziej doceniona niż własna: bolj gostoljuben kot Slovenec;

- *towarzyscy; Polacy są towarzyscy; są towarzyscy i potrafią spędzać czas ze znajomymi, dobrze się bawiąc; szybko nawiązują relacje z innymi ludźmi, są bardzo towarzyscy; towarzyskość; kontaktowi; drużabni; drużabnost; radi se družijo; moji poljski prijatelji (bila sem na izmenjavi v Wrocławu) so oboževali igranje družabnih iger in petje karaok; moški in ženske pa so precej socialne narave.*

Dodatkowo, tylko ankietowani południowi Słowianie wskazali związaną z gościnnością i towarzyskością skłonność do rozmowy stereotypowego Polaka (*rozmowny* – słń. *zgovoren*; H – 2% z 32% w tej klasie): *zgovorni; so zgovorni; ob prvih srečanjih morda nekoliko zadržani, sicer pa zgovorni; zgovornost*, w tym szybko mówiący: *hitro govorijo*. Przede wszystkim Słowienicy dostrzegli w Polaku **uprzejmość** i **dobre wychowanie** (łącznie: H – 7% z 32% w omawianej klasie). Zgodnie z rekonstruowanym obrazem Polak postrzegany i oceniany jest jako człowiek uprzejmy/grzeczny (słń. *vljuden*), kulturalny (słń. *kulturen*), odnoszący się z szacunkiem (słń. *sposťljiv*) i dobrze wychowany (słń. *vzgojen*): *vljudni; mlajši so vljudni do starejših; so zelo vljudni; vljudnost; izjemno vljudno obnašanje; kulturni; so zelo kulturni; kulturno se obnašajo; vedno zelo vljudni in sposťljivi; lepo vzgojeni*, innymi słowy: *obnaša se zelo lepo*. Polak postrzegany bywa jako bardziej kulturalny niż Słowieniec: *bolj kulturen kot Slovenec*, a także jako odznaczający się wskazanymi przymiotami podczas kontaktu z cudzoziemcami: *prijazni in vljudni do tujcev*. W pojedynczych heterostereotypowych wypowiedziach doceniono kulturę słowa Polaka: *menim, da so Poljaki izredno dobro artikulirani, v svojem izražanju so tudi zelo uvidevni in kulturni* i jego zdolności retoryczne: *znajo dobro zastopati svoja stališča*. Przywiązanie do dobrego wychowania, w tym stosowanie oficjalnych form grzecznościowych (pan/pani), wiąże się z tym, że Polak przez Słowienca odbierany jest jako osoba przywiązana do formalnych kontaktów: *formalnost; večino odlikuje izjemno lepo vedenje, formalnost; prijaznost in vljudnost, čeprav včasih z odtenkom uradnosti*. Skłonność do kulturalnego zachowania w rekonstruowanym zbiorze cech godnych pochwały w autostereotypowym modelu pojawił się tylko w stopniu symbolicznym (A – 1,5% z 13% w tej klasie), co oznacza, że przez ankietowanych nie jest to cecha uznawana za wyróżniającą Polaka: *miły; z dużą kulturą osobistą; w miarę uprzejmi; generalnie naród życzliwy*. Głównie ze słoweńskiego materiału wyłania się inna rekonstruowana społecznie ważna cecha – szeroko rozumiana **otwartość** Polaka, która w polskim materiale została odtworzona raczej symbolicznie (*otwarty* – słń. *odprt*; A – 2% z 13%, H – 6% z 32% w omawianej klasie): *otwarcu; najczęściej coraz bardziej otwarcu; otwartość; niezamknięci w sobie, odprti; odprti ljudje; odprt narod; odprta narava; odprtost; ekstrovertiran; nesramežljivost; lažje naveže/vzpostavi kontakt*.

Postrzegana przez Słowenców polska łatwość nawiązywania kontaktów ujawnia wpisana w wypowiedź zamkniętość stereotypowego Słowenca – Polak może być postrzegany jako bardziej otwarty na poznawanie ludzi niż stereotypowy przedstawiciel (na przykład) drugiej z charakteryzowanych nacji: *w spoznavanju drugih so precej bolj odprti kot na primer Slovenci*. Dodatkowo, otwartość może dotyczyć różnych sfer życia, aktywności, edukacji czy typów relacji: *ksenofilia; tolerancyjni; większa otwartość w sprawach prywatnych; sledijo izobraževalnim trendom in s svojo odprtostjo gradijo napredek na vseh področjih*. Tylko Słowenicy wyrazili wprost, że Polacy mogą być ciekawi świata czy ludzi (*ciekawyy – sñ. radoveden*): *na splošno so Poljaki radovedni; ker sem bila tujka in zato zanje zanimiva, so bili precej radovedni in so me veliko spraševali*. Przypisywana otwartość może jednak być ograniczona (nie ujawniać się na początku kontaktu lub może w ogóle się nie ujawnić, jeśli ktoś nie mówi po polsku): *w momencie gdy ktoś zdobędzie ich zaufanie, stają się otwarci; odprti do ljudi, ki se trudijo govoriti njihov jezik; načeloma zelo odprti ljudje, čeprav ne vedno do tujcev (predvsem starejša generacija, tudi zaradi neznanja angleščine)*. Dodatkowo, Polak jest postrzegany jako człowiek **rodzinny**, co jednak w tej części zebranego materiału (a więc dotyczącego charakteru i zachowań, postaw) wyrażono rzadko (A – 3% z 13%, H – 1% z 32% w tej klasie):⁸⁹ *dla Polaków rodzina jest priorytetem, są bardzo przywiązani do rodziny; przywiązanie do rodziny, która jest ostoją; rodzinność; tradycyjne rodzinne święta; cenijo družino*. W takim ujęciu ‘rodzina’ może być rozumiana bardzo szeroko: *to, co ja najbardziej w Polsce lubię, to jest poczucie, że jesteśmy dużą rodziną. Wartości rodzinne, które są nie tylko w domu, ale też wśród znajomych i przyjaciół, spędzanie wspólnie czasu, ciepło rodzinne. Dla mnie Polska to jest kraj ciepły, taki pachnący babcią*.

Wysoki odsetek danych w rekonstruowanym modelu pozytywnie i/lub neutralnie wartościowanego charakteru Polaka dotyczy **sfer narodowej** (łącznie: A – 11%, H – 9%).⁹⁰ W jej obszar weszły wyimki dotyczące postrzeganego, nazywanego i odpowiednio wartościowanego związku z narodem, krajem/państwem, ale też z przyjętą polityką i związaną z tym ideologią. Polak, głównie we własnym osądzie, czuje się **dumny** (sñ. *ponosen*) z tego, że jest z Polski, odczuwa przywiązanie do ojczyzny (razem: A – 4,5% z 11%, H – 2% z 9% w tej klasie). Oto przykładowe cytaty z polskich wypowiedzi: *dumni; Polacy są dumni ze swojej kultury i swojego państwa; jeśli miałabym wskazać cechę charakteru narodowego Polaków, to byłaby to duma. Duma ta jest związana z historią, ze wspamiętymi przodkami, którzy walczyli o kraj (tak więc duma pochodzi*

89 Polak jest jednak wyraźnie postrzegany jako rodzinny – potwierdza to analiza materiału językowego zebranego w ramach kategorii ‘stosunek do rodziny’ i opisaną w innym opracowaniu (Waclavek, Wtorkowska 2021).

90 Wyimki dookreślające polskie przywiązanie do narodu w opisie charakteru, świadczą, że jest to ważny aspekt polskiej „natury” / polskiego „charakteru narodowego”. Respondenci szczegółowo dookreślili postrzegany przez nich stosunek Polaka do państwa i narodu w innej części ankiety (por. kwestionariusz ankiety). Obraz powstały z tych wyimków zostanie przedstawiony w innym opracowaniu.

z czynów innych, nie własnych); Polacy są dumni z tego, że w ich dziejach był papież Jan Paweł II, że mieliśmy wspaniałych artystów jak Fryderyk Chopin, Henryk Sienkiewicz, naukowców jak Maria Curie-Skłodowska; jesteśmy dumni z naszej historii; kocham polskość, uważam, że jesteśmy cudownym narodem. I nawet te cechy, z których przeciętny człowiek nie byłby dumny – ja kocham, kocham polskość za prawie wszystko; inne: chwala to, co polskie; lubią podkreślać swoją polskość; możemy się pochwalić dorobkiem i wkładem nieprzeciętnych osobowości w dziejach; przekonani o swojej wielkości; przekonani o swojej wyższości mającej źródło w bogatym doświadczeniu zdobytym w burzliwej przeszłości; przywiązanie do ojczyzny. Polscy ankietowani w opisie tej sfery własnego charakteru okazali się bardzo wylewni, wskazali różne powody, dzięki którym można odczuwać dumę (wspaniała i zarazem trudna historia, autorytety w dziedzinie nauki, religii czy sztuki itp.). Wypowiedzi świadczą jednak o pewnym dystansie do budzącej mocne emocje postawy patriotycznej (*duma pochodzi z czynów innych, nie własnych; nawet te cechy, z których przeciętny człowiek nie byłby dumny – ja kocham, kocham polskość za prawie wszystko*), która może przerodzić się w nacjonalizm (*przekonani o swojej wyższości*). Słoweńscy badani w charakterystyce okazali się bardziej oszczędni w słowach: *ponosni; so zelo ponosni; ponosni na svoj jezik, navade; zelo ponosni na domovino; navezanost na domovino; spoštljivi*. Znow przyrównali się do swojego wyobrażenia Polaka i również w tej sferze wyżej je ocenili niż własne (sugerując nawet polską pokorę względem swojego dziedzictwa): *nasploh večje spoštovanje, celo ponižnost v odnosu do (lastne) kulture, jezika, tudi avtoritet kot pri Slovencih*. Zebrany materiał pozwala na zrekonstruowanie syndromu (**romantycznego**) polskiego **patrioty** (łącznie: A – 5,5% z 11%, H – 7% z 9% w omawianej klasie). Polak wprost został nazwany *patriotą* (słn. *domoljub, patriot*): *patrioci (w większości przypadków); patriotyzm; wyjątkowy patriotyzm polski; domoljub; Poljaki so domoljubni; patrioti; so precej patriotski; patriotizem*. Z ekscerptów z obu grup wyłania się kolekcja danych świadczących o postrzeganiu Polaka jako człowieka kochającego swój kraj z wyraźnie naznaczonym romantycznym ujęciem, gotowością do poświęceń dla dobra ojczyzny i narodu:

- a) *niepoprawny straceńczy romantyk; gen romantyzmu i kawaleryjskiej finezji; romantyczne wzorce ciągle żywe; Polacy uważani są za wspaniałych ułanów, koń i dziewczyna, z naciskiem na rumaka jako numer jeden; cierpiętnictwo i martyrologia;*
- b) *szanującego pełną walki historię: szanujący historię; tragiczna, ale szlachetna i wymagająca chwały przeszłość i waleczność Polaków; często sytuacja zewnętrzna, międzynarodowa nie sprzyjała Polakom, stąd nasze porażki mimo ogromnych możliwości narodowych, społecznych, jednostkowych; zanimanje za zgodovino (2. svetovna vojna); lastna zgodovina jim je zelo pomembna; močno se zavedajo svoje (boleče) zgodovine;*
- c) *bohaterskiego i solidarnego w obliczu zagrożenia: bohaterscy; odważny; w czasie zagrożenia jesteśmy bohaterscy i solidarni; Polak jest bohaterski i skłonny do poświęceń w obliczu zagrożenia. Wtedy jest zdolny do heroizmu, bohaterstwa, ofiarowania życia za innych; ze szczególnym bohaterstwem, szaleństwem, porywaniem się do walki, gdy*

nie ma szans na zwycięstwo. Honor był i jest wciąż wartością bardzo wysoko cenioną. Popychają Polaków do „nierozważnych” działań, przeciwstawiania się wrogom w obliczu zagrożenia; pripravljenost stopiti skupaj in se boriti kot narod; štitiijo, kar jim pripada; so zelo borbeni in ponosni; spoštuje druge, a hkrati brani svoje vrednote, a tym konspiratora: Polacy są wspañialymi konspiratorami.

Dodatkowo, tylko w symbolicznym 1% obrazie autostereotypowym dotyczącym pozytywnie i/lub neutralnie wartościowanej sfery narodowościowej Polaka, wskazano na przywiązanie do „małej ojczyzny” – **patriotyzm lokalny**: *mają ogromne przywiązanie do tej małej ojczyzny; zawsze, jeśli ktoś jest z małej miejscowości, nie poda jej nazwy, tylko powie „jestem z okolic” i wymieni jakieś większe miasto; u nas czujemy się przede wszystkim dumni z tego, że jesteśmy Ślązakami, a Polakami też (ale najpierw ważne jest to, że jesteśmy ze Śląska).* Poza tym jedna respondentka podkreśliła to, że Polak nie powinien czuć się gorszy, może być dumny z tego, kim jest, postrzegać swoją wartość w szerszym, bo słowiańskim i europejskim, kontekście: *zaczyna się doceniać walory własnej kultury, rozumianej nie tylko jako kulturę polską, ale też szerzej – słowiańską, a także europejską.*

Pewien odsetek danych ukazuje pozytywnie i/lub neutralnie waloryzowaną sferę **emocji** konceptualizowanego Polaka (A – 4%, H – 7%). Z perspektywy obu badanych grup Polak może uchodzić za człowieka o wesołym usposobieniu, kogoś uśmiechniętego, zabawnego, dowcipnego i pozytywnego (A – 2% z 4%, H – 3% z 7% w tej klasie): *uśmiechnięci; lubią żartować; potrafimy być zabawni i cieszyć się życiem; są zabawni; młodzi potrafią się świetnie bawić; pogosto nasmejani; na splošno so Poljaki nasmejani; veseli; dovtipen; pozitivna miselnost; radi imajo zabavo.* Dzięki takim przymiotom, jak pisze jeden z polskich respondentów: *mamy dystans do siebie, potrafimy się z siebie śmiać.* Polak chce być postrzegany jako człowiek energiczny, żywiołowy i temperamentny i tak bywa widziany przez Słowenców (A – 1,5% i H – 2%): *energiczni; temperamentni; uvažam, že jesteśmy bardzo temperamentni i mamy w sobie coś z takich Włochów, że potrafimy krzyknąć i potrafimy tupnąć; żywiołowy zapach; spontaniczni; energični; predvsem energični; zdi se mi, da so zelo energični; živahen značaj; v družbi zelo živahni; živahni ljudje; temperamentni; temperamentni, vendar tega na zunaj ne pokažejo hitro.* Wśród serii frekwencyjnie rzadszych **innych** cech dostrzeganych u konceptualizowanego Polaka (A – 0,5% z 4%, H – 2% z 7% w omawianej klasie) były m.in.: *dobroć (so zelo dobri ljudje; dobrega srca), uczuciowość/wrażliwość czy delikatność (duža vražljivost; emocionalen; nežen karakter), a także wyrozumiałość (jeśli chce, potrafi być wyrozumiały; je zelo razumevaajoča oseba).*

W niewielkim stopniu wskazano pozytywnie wartościowane przymioty związane z **intellektem i uzdolnieniami** (łącznie: A – 2%, H – 4% w tej klasie), co raczej świadczy o tym, że w ocenie badanych takie zalety nie są nazbyt częste u stereotypowego przedstawiciela nacji. Tylko Słowenicy zauważyli i docenili polską inteligencję (H – 2% z 4%): *inteligenten; zelo inteligentni; inteligentni.* Z rodzimych wyimków wynika,

że Polak jest zdolny: *zdolny; zdolni; Polacy są bardzo zdolni; zdolności: z nieznaných mi powodůw Polacy są szczególnie uzdolnieni w dziedzinach technicznych*, a dzięki temu jest wykształcony (razem: A – 2% z 4% w omawianej klasie): *wykształceni; Polacy są zdolni i aktywni; nacisk na wykształcenie; dobrze wykształcona młodzież, która znajduje dobrą pracę za granicą*. Z perspektywy badanych południowych pobratymców polskie uzdolnienia są takie same jak innych: *v povprečju so Poljaki enako sposobni kot vsi ostali*, wyrażono jednak pewne uznanie względem polskiego wykształcenia (razem: H – 2% z 4% w tej klasie): *izobraženi; izobraženost; sledijo izobraževalnim trendom in s svojo odprtostjo gradijo napredek na vseh področjih*, dzięki czemu Polak może być postrzegany jako osoba o szerokich horyzontach i rozległej wiedzy: *dajanje velikega pomena splošni razgledanosti; razgledanost glede lastne literature, zgodovine*.

Niewielki odsetek danych językowych sygnalizuje kulturowo ważny aspekt w ry-sie charakterologicznym Polaków – **sferę religijną**, związaną ze stosunkiem do wiary i pobożności (A i H – po 2% w charakteryzowanej klasie).⁹¹ Wyrażane wskazanie przynależności religijnej (*krščanstvo*) to zarazem – jak określiła ankietowana – *podkrešlanje przynależności do katolickiego świata wartości*, a także wynikającego z tego światopoglądu (*mnenja izoblikovana na podlagi religije*) oraz związanego z tym szeregu konotacji nierozzerwalnie związanych kulturowo z opisaną wcześniej sferą narodowościową: *Polak–katolik; Kościół wielokrotnie był ostoją polskości w trudnych czasach*, co ma swoje odbicie również współcześnie: *duży wpływ Kościoła na życie publiczne*, w tym postrzegana jest *przewaga państwa religijnego nad świeckim*. Wskazano zarówno model pobożnego Polaka: *polska pobożność i obecność wiernych w kościele; religiozność; Poljaki in Poljakinje so verni; zelo verni*, jak i przełamywanie się tego modelu: *powierzchowne przywiązanie do religii; dla młodych określenie „Polak–katolik” jest już chyba zupełnie passé; so na videz verni, ampak v resnici niti ne toliko*.

Symbolicznie wskazano jeszcze inne pojedynczo odnotowane cechy Polaka, nie-dające się jednoznacznie włączyć w obszar zarysowanych wcześniej „sfer” tematycznych, zostały one zebrane w odrębną klasę – **‘inne’** (A i H – po 1% w omawianej klasie). Słoweńcy jako cechę charakterologiczną przedstawiciela narodu wskazali to, że potrafi być szczery (*iskreni ljudje*) oraz być realistą (*realistična miselnost, ne preveč zasanjana*). Polacy we własnym osądzie zauważyli polską nieszablonowość (*ciekarwi i skupiający uwagę; niepretensjonalny*). Poza tym ankietowani z obu krajów wskazali na

91 Respondenci mogli szczegółowo dookreślić postrzegany przez nich polski (i słoweński) stosunek do religii w ramach wypowiedzi zawartej w osobno wyróżnionej innej części formularza (por. kwestionariusz ankiety). Dane te, jako osobna kategoria semantyczna rekonstruowanego obrazu Polaka/Słoweńca, zostaną przedstawione w innych opracowaniach. Niewielki zarejestrowany odsetek danych językowych dotyczących postrzegania polskiej religijności w ramach kategorii ‘charakter’ wydaje się świadczyć również o tym, że ta sfera przez ankietowanych mogła być postrzegana jako mniej istotna w ogólnym **współczesnym** postrzeganiu Polaka. To przypuszczenie pozwoli zweryfikować dane zebrane w ramach dodatkowego badania ankietowego na temat prawdziwego Polaka (zob. rozdział 7. Prawdziwy Polak *versus* prawdziwy Słoweńiec – ogólnie o wynikach badań).

normalność Polaka: *charakter normalny; zachowanie typowe, niewyróżniające się (co wcale nie jest takie złe, zwłaszcza za granicą); normalni; normalno se obnašajo; sprejemljivi.*

4.1.2. Cechy ambiwalentne

W odtwarzanym modelu cech charakteru Polaka część danych została zaliczona do właściwości niejednoznacznych pod względem wartościowania (A – 10% H – 9%). Wyimki włączone do tej podkategorii dotyczą wybranych atrybutów następujących klas tematycznych: a) myślenie i działanie (intelekt, uzdolnienia, aspiracje i aktywności), b) interakcje, c) poglądy, d) inne. Tabela 40 zbiera fragmentaryczne dane.

Tabela 40: Cechy ambiwalentne w charakterze Polaka – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).

Klasy tematyczne (i w ich obrębie deskryptor)		A		H	
		Osobno	Wspólnie	Osobno	Wspólnie
Myślenie i działanie	sprytny kombinator	2	3	2	2,5
	uparty	1		0,5	
Interakcje	zamknięty	1	2	2,5	2,5
	solidarny tylko, gdy musi	1		0	
Poglądy	tradycjonalistyczny i konserwatywny		3		3
Inne			2		1
Razem			10		9

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Jako niejednoznacznie nacechowane właściwości ukazujące swoiste predyspozycje związane ze **sposobem myślenia i działania** (łącznie: A – 3%, H – 2,5%), wskazano m.in. na polski **spryt** i **umiejętność kombinowania** (A i H – po 2%): *sprytny; sprytni; potrafią „kombinować”; często „kombinują”; improwizacja; zdolność do improwizacji; przebiegli; wiedzą, co należy zrobić, aby osiągnąć swój cel; są zadaniowci – często nie liczy się dla nich to, jak coś osiągną, ale czy to osiągną; premeteni; Poljaki zelo pogosto »kombinują«; zvijačen; spretnost.* Dodatkowo, w ocenie własnej i zewnętrznego kulturowo obserwatora zauważono i językowo wyrażono **upór** Polaka: (A – 1%; H – 0,5%): *upór; uparci; upierają się przy swoim zdaniu; trudni do przekonania do zmiany swoich poglądów; trmast; trmasti.*

Pod względem **poglądów** w rekonstruowanym modelu został wyrażony polski **tradycjonalizm**, nastawienie **konserwatywne** (łącznie: A i H – po 3%): *tradycjonalizm;*

przywiązanie do tradycyjnych wartości; przywiązanie do tradycji; przywiązanie do form i rytualnych zachowań; konserwatyzm w myśleniu; obranjajo svojo tradicijo; veliko dajo na tradicijo; ljudje, ki cenijo tradicijo; upoštevanje tradicije; delujejo tradicionalistično; konservativnost; precej konservativni; malce konservativni v miselnosti, včasih delujejo konservativno. W ujęciu heterostereotypowym wyimki zaklasyfikowane do tej klasy nierzadko miały nachylenie bardziej *in plus* niż *in minus*.

Materiał pozwolił na wskazanie trudnych do jednoznacznej oceny właściwości Polaka w kontekście jego kontaktów z innymi, **interakcji** (A – 2%, H – 2,5%). Oprócz zarysowanej w części ‘cechy pozytywne i/lub neutralne’ otwartości Polaka, zasygnalizowany został model opozycyjny – wskazujący na **zamkniętość** przedstawiciela tego narodu (A – 1% z 2%, H – 2,5% w omawianej klasie): *zamknieni w sobie; raczej zamknieni, mało kontaktowi; relatywnie (w porównaniu do mieszkańców krajów bałkańskich) zdystansowani; ludzie często są nieufni wobec innych; nieśmiali; pogosto zaprti vase; zaprtost; zadržani; bolj zadržani; zadržanost; izrazita distanca v komunikaciji na vseh ravneh.* Zdaniem ankietowanych znad Sawy, Drawy i Soczy bywa, że Polak jest zamknięty tylko na początku znajomości: *na prvi pogled zaprti; zadržani na začetku; ob prvih srečanjih morda nekoliko zadržani; zadržani, niso toliko topli, predvsem do tujcev, ko pa te spoznajo in te sprejmejo, se z njimi spoprijateljiš, so radodarni in topli.* Wskazywana wcześniej polska chęć zarówno koleżeńskiego niesienia pomocy, jak i wspólnego działania, **solidarności** może ujawniać się **wyłącznie w chwilach zagrożenia** (A – 1% z 2% w tej klasie): *solidarnost' tylko w krytycznych sytuacjach; pozostajemy skłóceni i bierni aż nie wydarzy się jakaś tragedia, która sprawia, że działamy wspólnie w imię większego dobra; jeśli nie mamy wspólnego wroga, nie potrafimy się zjednoczyć, jestem przekonany, że potrafimy działać tylko pod presją.*

Wśród pojedynczo odnotowywanych wyimków wskazujących trudne do jednoznacznej waloryzacji cechy konceptualizowanego Polaka zebranych w klasie ‘inne’ (A – 2%, H – 1%) były: *typowy Polak jest indywidualistą, nie lubi władzy, nie bardzo dobrze czuje się w zespole; każdy lubi mieć swoje zdanie; individualisti, a także: głośni; dominujący* oraz opozycyjne – *Polak jest cichy i posłuszny: preprosti; prosti; poslušni, poza tym to emigrant: coraz bardziej naród emigracyjny (głównie Wielka Brytania, Chicago).* Polak może być zatem różny: *zróżnicowani; Polacy są narodem bardzo zróżnicowanym; zróżnicowane zachowanie – w zależności od cech osobowości, wykształcenia i wychowania; ma różnorakie zdolności.*

4.1.3. Cechy negatywne

Duża część danych autostereotypowych i pewna heterostereotypowych tworzy model wyraźnie negatywnie nacechowanych cech charakteru i takiegoż sposobu zachowania się Polaka (A – 29%, H – 14%). Ekscerpty włączone w obszar tej podkategorii

odnoszą się do takich klas tematycznych: interakcje i poglądy (ideologia), myślenie i działanie (intelekt, uzdolnienia, aspiracje i aktywność), emocje oraz inne/różne cechy. W tabeli 41 zebrano wyniki.

Tabela 41: Cechy negatywne w charakterze Polaka – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).

Klasy tematyczne (i w ich obrębie deskryptor)		A		H	
		Osobno	Wspólnie	Osobno	Wspólnie
Interakcje i poglądy	niekulturalny, arogancki	5	16	1	9,5
	kłótlivy	5		0	
	egocentryczny bufon	3		0,5	
	nietolerancyjny	2		7	
	skłonny do alko- holu	1		1	
Myślenie i działanie	niepracowity	3	8,5	0	1,5
	cwany, oszukujący	2		0	
	nieracjonalny, nieperspektywiczny	1,5		0	
	ograniczony	1,5		0,5	
	nie zna języków obcych	0,5		1	
Emocje	narzekający pesymista	3	4	2	2,5
	niedoceniający się i inne	1		0,5	
Inne/różne			0,5		0,5
Razem			29		14

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Największa grupa danych językowych zebranych w ujęciu krytycznym dotyczy niechlubnych cech i sposobów zachowań stereotypowego Polaka uwidaczniających się w jego stosunku do ludzi, w **interakcjach** i – siłą rzeczy, ze względu na ideologię – w **poglądach** (łącznie: A – 16%, H – 9,5% w omawianej klasie). Polak, przede wszystkim z perspektywy „Obcego”, a dokładnie słoweńskiego obserwatora i oceniającego, jawi się jako człowiek **nietolerancyjny** (A – 2% z 16%, H – 7% z 9,5%). Oto przykładowe polskie wyimki współtworzące omawiany konstrukt: *mało tolerancyjni; brak*

tolerancji jednak nie do końca otwarci na „inność”; bardziej zamknięci od Słoweńców względem obcych; ksenofobia; rasizm, ignorancja. Słoweński odbiorca doprecyzował sygnalizowane w polskich wypowiedziach oznaki nietolerancji, zgodnie z tym modelem Polak:

- a) jest nacjonalistą (*nacionalisti; nacionalizem*);
- b) nie lubi cudzoziemców (*nezaupljivi in hladni do tujcev; ne skrivajo sovražnih odnosov do nekaterih narodov; se ne morejo otresti fobije do tujcev*), szczególnie Rosjan i Niemców (*ne marajo Rusov in Nemcev; še vedno so v njihovem značaju travme dveh velikih sosedov, ki jim pozročata vsaj metaforično grožnjo*), czuje zagrożenie ze strony imigrantów (*občutek ogroženosti s strani priseljencev; nikakor ne razumem, kako je možno, da je na Poljskem trenutno tak odpor proti beguncem in migrantom. Glede na delež katoliškega prebivalstva in glede na to, koliko Poljakov živi po svetu, bi vsekakor pričakoval vsaj kanček empatije. Presenetilo me je tudi, da so celo ljudje, ki so sicer liberalni, lahko zelo nastrojeni proti beguncem (situacija je seveda zaskrbljujoča tudi v Sloveniji)*);
- c) jest rasistą (*občasno rasizem*);
- d) nie toleruje mniejszości seksualnych: *zaskrbljujoča je tudi netoleranca do istospolno usmerjenih; pred leti (2012) sem se udeležil „Parade równości” v Krakovu, kjer je bilo praktično vojno stanje. Prvič v življenju sem se bal, da me bo nekdo resno fizичno napadel.*

Innymi słowy, mimo przypisywanej nam gościnności, Polak boi się „Innego”: *gostoljuben narod, ki pa se verjetno precej boji drugačnosti oz. ji nasprotuje – migranti, muslimani, homoseksualci.*

Taka postawa jest możliwa i nierzadka, gdyż – jak określił to jeden z ankietowanych – w Polsce jest duża tolerancja dla nietolerancyjnych: *na Poljskem obstaja tudi velika toleranca do netolerantnih.*

Przede wszystkim w wizerunku własnym uwypuklono polski **brak kultury**, związane z tym **przeklinanie**, **arogancję**, a czasem **agresję** nie tylko werbalną (łącznie: A – 5% z 16%, H – 1% z 9,5%). Część wskazań miała charakter ogólny: *często brak kultury i ogłady, aroganckie zachowanie; bardzo wielu Polaków jest niekulturalnych, bezczelnych, chamskich; zdarza się bardzo złe zachowanie, w szczególności na ulicy wśród młodzieży; včasih slabo vzgojen; zelo redko oz. skoraj nikoli te zares ne vprašajo „kako si”.* Wśród zestawu cech wyróżniających polskie niekulturalne zachowanie szczególnie podkreślano **przeklinanie** jako rys znamienny dla (stereo)typowego Polaka: *niekulturalne zachowanie w miejscach publicznych (nagminne przeklinanie); przekleństwa podczas rozmowy to norma; na ulicy słyszy się powszechnie wulgaryzmy i to z ust przedstawicieli obu płci; pretirana raba vulgarizmov.* Innymi słowy: *niezależnie od wykonywanego zawodu czy wykształcenia Polak lubi rzucić mięsem i to jest coś, co nas bardzo wyróżnia, jest to cecha łatwa do zaobserwowania.* Wskazane zachowanie może wiązać się z agresywnością: *porywczy, gwałtowność reakcji.* Dodatkowo, na podstawie słoweńskich, rzadkich pod względem częstotliwości, ale ważnych pod względem znaczenia, wyimków zostało doprecyzowane niekulturalne zachowanie sprzedawców obsługujących

czudzoziemskich klientów: *morda so le prodajalci v trgovinah nekoliko bolj hladni kot pri nas; imam le eno slabo izkušnjo glede obnašanja: prodajalka v trgovini se je (meni v obraz) smejala moji poljščini, kar me je takrat res prizadelo*. Niewłaściwe zachowanie przedstawicieli wskazanej grupy zawodowej wydaje się szczególnie wymowne, nawet jeśli bywało rzadkie, to zostało – niestety – dobrze zapamiętane. Ze sprzedawcami obcokrajowcy mają szczególny kontakt i to m.in. oni stanowią nieformalną wizytówkę kraju.

Tylko z ujęcia autostereotypowego można było odtworzyć inną, sygnalizowaną wcześniej w związku z ambiwalentną pod względem wartościowania polską tendencją do zjednoczenia tylko w momentach zagrożenia, cechą – **kłótlliwość** występującą na co dzień (A – 5% z 16% w przedstawianej klasie): *na co dzień niebywale kłótlivy i zastanawiająco zawzięty; podatny do wszczynania sporów; lokalne spory i konflikty, trwające bardzo długo (czasami pokoleniami), ale ukrywane przed postronnymi osobami; energia społeczna zostaje wytracona podczas sporów, a nie w czasie pracy; nieumiejętność zawierania kompromisów; sporo tracimy jako społeczeństwo przez brak umiejętności zrozumienia odmiennego punktu widzenia, rzeczowej dyskusji*. Polska skłonność do sporów uwidacznia się szczególnie w życiu publicznym: *głośne dyskusje publiczne; trudno się pogodzić różnym stronnictwom; wojny polsko-polskie; zamieszki uliczne na 11 listopada...; zawsze wywołuje to u mnie duży smutek i wzbudza refleksje nad ogólnym stosunkiem Polaków do Polski*. Niechlubne aspołeczne i przez to właściwie antypolskie zachowania z pewnością wynikają m.in. ze stereotypowo pojmowanej polskiej „natury” – kulturowo uwarunkowanej niechęci dostosowania się, umiłowania wolności i prywaty – stawiania ich ponad interes publiczny, wspólne dobro: *obsesja wolności przy jednoczesnym braku kompetencji społecznych; powszechny problem z kulturą życia publicznego – wciąż jeszcze nie jesteśmy zorientowani na wspólne dobro, brakuje nam edukacji obywatelskiej czy ekologicznej na wysokim poziomie*. Krytykę takiej postawy dosadnie, a właściwie siarczyście, ujął jeden z respondentów: *jest coś, co mnie w Polakach razi: polskie piekielko i polskie skurwysyństwo*.

W sferze polskiej pogładowości w autocharakterystyce zarysował się również syndrom Polaka jako **egocentrycznego bufona** (A – 3% z 16%, w omawianej klasie): *egocentryk i polonocentryk; bufon straszny; bufonada; coraz bardziej celebryjący „ja” i „moje” – to smutne ☹; snobistyczny; megalomania; chętnie komentują życie innych, nie przyglądając się swojemu; rozpasanie; przechwalanie się; brak krytycyzmu*. Podobne refleksy znajdziemy w skromnych danych słoweńskich (H – 0,5% z 9,5%): *domišljavi; če moram označiti, bi rekla, da so radi v središču pozornosti*.

W symbolicznym procencie wyimków zarejestrowanych tak w auto-, jak i w heterostereotypie wskazano na – wydawało się – narodową cechą Polaka – (nadmierną) **skłonność do alkoholu**. Ze względu na to, że kulturowo akt ten dokonuje się zwykle w kontakcie z innymi, umownie został wpisany do klasy ‘interakcje (i poglądy)’ (A – 1% z 16%, H – 1% z 9,5% w omawianej klasie): *dužo piją; chętnie sięgają po alkohol*;

rzeczywiście mamy mocne głowy; stereotypowo mówi się, że nadużywają alkoholu; Polacy to pijacy; zapijaczeni; pijaństwo; radi pijęjo vodka, пиво; većina pije alkohol, imaju visoko toleranco, večkrat tudi nagnjeni k čezmernemu pitju. Wskazana tendencja ma znamiona wyrażania faktu i przez respondentów nie zawsze była odbierana jako coś wyraźnie nagannego. Zgodnie z wynikami badania z pewnością polska skłonność do alkoholu różni się od słoweńskiej – Polacy postrzegani i oceniani są jako pijący głównie mocne trunki, wódkę, i raczej upijający się, Słoweńcy bardziej delektujący się, też chwilą.⁹²

Stosunkowo duży odsetek polskich danych i symboliczny słoweńskich rysuje wybiórco obraz cech związanych z negatywnie wartościowanym **sposobem** polskiego **myślenia, działania** czy wykazywania określonych aspiracji (łącznie: A – 8,5%, H – 1,5%). Polscy badani we własnej krytycznej ocenie *expressis verbis* wyrazili **niepracowitość**, w tym nieproduktywność, konceptualizowanego przedstawiciela narodu (A – 3% z 8,5% w tej klasie): *niepracowici, niestawiający sobie wysokich celów; leniwi; niezbyt pracowity; lenistwo; często spędzają czas nieproduktywnie; dużo mówiący, mało robiący*, poza tym tak profilowanego Polaka odznacza *tzw. słomiany zapach* oraz *pro-wizorka, bylejakość*. Zarysowany obraz stanowi odwrotność wcześniej odtworzonego obrazu polskiej pracowitości – zapewne słuszność można przyznać wypowiedzi jednej z ankietowanych Polek: *większość jest pracowita, lecz pewna część społeczeństwa skutecznie psuje opinie o całym narodzie. Z wypowiedzi autostereotypowych odtworzono jeszcze jedną ważną, choć rzadko odnotowywaną w materiale, cechę stereotypowego Polaka w kontekście jego stosunku do pracy, obowiązków i związanej z tym postawy życiowej: zarysowana w ujęciu pozytywnym i/lub neutralnym pomysłowość Polaka w ujęciu ambiwalentnym nabrała cech różnie waloryzowanego kombinowania, w krytycznym zaś – cwaniactwa i skłonności do oszukiwania* (A – 2% z 8,5% w omawianej klasie): *cwani; cwaniactwo; cwaniactwo, czasem oszustwo; korupcja, częste obchodzenie prawa; złodziej; złodzieje*, poza tym Polaka może cechować negatywnie postrzegana interesowność: *kalkulują wszelkie postępowanie, a pomagają, jeżeli dana osoba kiedyś będzie mogła im się przydać*. W wizerunku własnym symbolicznie wspomniano o polskiej **nieracjonalności, nieumiejętności myślenia perspektywicznego** (A – 1,5% z 8,5% w tej klasie): *brak racjonalizmu; irracjonalizm; w każdej dziedzinie ekonomia krótkoterminowa wygrywa z logiką. Dziś zaoszczędziłem jest najważniejsze!; wciąż widoczne jest u nas hołdowanie zasadzie „jakoś to będzie”, za mało jest długodystansowego*

92 Słoweńcy mają inną tradycję i kulturę picia alkoholu (głównie wina) – konsumują trunki często, właściwie przy każdej okazji, i umieją to robić z umiarem, dlatego właśnie w Słowenii społecznie i prawnie dozwolona jest niewielka obecność alkoholu we krwi kierowcy. Różnica w sposobie postrzegania i oceny alkoholu w stereotypie Polaka i Słowenica spowodowała, że w przypadku rekonstrukcji obrazu badanego południowego pobratymca skłonność do alkoholu można postrzegać jako cechę ambiwalentną (a nawet neutralną), a nie tylko jako wyraźnie negatywną. Warto dodać, że w tym samym badaniu (zob. kategoria ‘kulinaria’ w kwestionariuszu ankietowym) Polacy i Słoweńcy, doprecyzowując obraz kuchni narodowej, wypowiadali się na m.in. na temat trunków (zob.: Wacławek, Wtorkowska 2018c; 2019d i f).

myślenia; działanie w myśl hasła: „jakoś to będzie” – fantazja ułańska zamiast rozsądku. Poza tym Polak może odznaczać się **ograniczonnością** umysłu, wiedzy i horyzontów (A – 1,5% z 8,5%, H – 0,5% z 1,5%): *głupota; mało czyta; niezbyt interesuje się tym, co dzieje się w świecie; brak wiedzy powszechnej; często brak pamięci o historii i jej poszanowania; wielokrotnie omejeni*. Zarówno polscy, jak i słoweńscy ankietowani dostrzegali i nie najlepiej ocenili polską **nieznajomość języków obcych** (A – 0,5% z 8,5%, H – 1% z 1,5%): *duże braki w zakresie nauki języków obcych, nawet języka angielskiego; nadal bardzo mało Polaków mówi po angielsku; niso vešči v drugih jezikih; večina jih ne govori angleško; večina ob angleščini uide in reče 'don't understand'*.

Niewielka procentowo, ale ważna pod względem znaczenia, część zebranych danych ankietowych tworzy negatywnie wartościowaną kolekcję na temat kondycji psychicznej, **emocji** stereotypowego Polaka (łącznie: A – 4%, H – 2,5%). W ujęciu krytycznym przedstawiciel narodu jawi się jako **narzekający pesymista** (A – 3% z 4%, H – 2% z 2,5% w omawianej klasie): *wiecznie narzekający pesymista; często narzekający; lubią narzekać; Polacy dużo narzekają; narzeka, czyni winnym za swoje niepowodzenia wszystkich innych dookoła, wypomina sąsiadowi to, co sam przed chwilą zrobił; narzekanie na wszystko. Trawa jest zawsze bardziej zielona po drugiej stronie płotu. Skupianie się na swoich wadach bardziej niż na zaletach; jesteśmy z natury niezadowoleni, ciężko nas zadowolić, bo często nie wiemy, czego naprawdę chcemy; pesymizm; czarnowidztwo; o charakterze destrukcyjnym; maruderzy; wszystkiemu winni są Niemcy, a jak nie Niemcy, to Rosjanie! A jak nie Niemcy i Rosjanie to poprzednia ekipa rządząca; rad se pritožuje; se veliko pritožujejo; včasih je pesimističen; ne vem, če sem kdaj slišal kakega Poljaka reči „ej, trenutno mi gre odlično”; izrazita je osredotočenost na »slabo« in posledično je jamranje zelo pogosto; občutek imam, da je veliko depresije*. Wśród innych cech (łącznie: A – 1% z 4%, H – 0,5% z 2,5% w tej klasie) zaliczonych w ramy tego deskryptora było m.in. niedoceniając się: *często niedoceniający się (uważający się za gorszego od innych Europejczyków, zwłaszcza przedstawicieli Europy Zachodniej); mający kompleksy względem zachodnich krajów; czasem niedoceniający samych siebie (kompleksy); mają niskie poczucie własnej wartości; myślę, że Polacy nie są pewni siebie i czują się gorsi w stosunku do obywateli państw zachodnich; ljudje se redko pohvalijo (tudi drug drugega); manjvrednost*. Dodatkowo, w oczach Słoweńców Polak może uchodzić za pamiętliwego: *ne pozabijo storjene krivice in težko odpuščajo tistim, ki so jih prizadeli (namig: Rusija)*.

Wśród **innych**, dodatkowych zupełnie jednostkowych wskazań nazywających wady konceptualizowanego Polaka (A i H – po 0,5%) były m.in.: *niewierność, tchórzliwość (niebohatercy), brak zdecydowania (mestoma neodločnost) lub zaborczość (zaborczy), nerwowość (primanjkuje resnične sproščenosti) czy zwykła nieciekawość (nudni; nieciekarwi)*.

4.1.4. Cechy precyzujące płć

Stosunkowo nieduży odsetek materiału tworzą ekscerpty wybiórczo precyzujące niektóre cechy charakteru i wyznaczniki postępowania danej płci (A – 14%, H – 8%). Tabela 42 ukazuje rozkład ilościowy materiału.

Tabela 42: Cechy charakteru Polaka ze względu na płć – podział na klasy tematyczne (%).

Klasa	A	H
Charakter Polki	7	3
Charakter Polaka	7	5
Razem	14	8

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Ujęty w zebranych wyimkach sposób wartościowania zdeterminował dalszy podział materiału: a) pozytywne i/lub neutralne, b) ambiwalentne, c) negatywne.

4.1.4.1. Cechy charakteru Polki

Część danych, zupełnie symboliczna w przypadku heterostereotypu, pozwala na rekonstrukcję wybranych przymiotów charakteru polskiej płci pięknej (A – 7%, H – 3%). Tabela 43 zbiera uzyskane wyniki.

Tabela 43: Charakter Polki – podział na klasy tematyczne (%).

Stereotyp	Charakter Polki – wybrane cechy			Razem
	pozytywne i/lub neutralne	ambiwalentne	negatywne	
A	3	3	1	7
H	1,5	0,5	1	3

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Ekscerpty zgrupowane w klasie '**pozytywne i/lub neutralne cechy**' stereotypowej polskiej kobiety pozwalają na odtworzenie dwóch modeli Polki: a) niezależnej, b) tradycyjnej. Pierwszy z modeli został zasygnalizowany tylko w autostereotypie (A – 2% z 3% w tej klasie). Brak wskazań heterostereotypowych może sugerować, że w ujęciu zewnętrznym kulturowo polska kobieta jest uznawana za mniej wyemancypowaną niż słoweńska.⁹³ Zgodnie z uzyskanymi danymi **niezależna Polka** chce

⁹³ Niewielkie pod względem ilościowym dane nie pozwalają jednak na weryfikację tej hipotezy.

być postrzegana przede wszystkim jako osoba **aktywna zawodowo** (*aktywne zawodowo; pracowite; obowiązkowe; z odpowiedzialnymi stanowiskami w pracy zawodowej*), dlatego zadbała o swoje wykształcenie (*panie zorientowane na wykształcenie; dbałość o rozwój umysłowy*), jest *ambitna*, a także *mądra, rozważna*. Dzięki takiej postawie Polki – *jak mi się wydaje – bardzo dobrze radzą sobie z walką o swoją pozycję w rodzinie i społeczeństwie*. Manifestem niezależnej Polki mogą być także słowa innej respondentki: *kobiety coraz częściej stają się głową rodziny, a nie szyją, to my budujemy rodzinę i ten kraj*. **Tradycyjna Polka** (A – 1% z 3%, H – 1% z 1,5% w omawianej klasie) to kochająca żona, dobra gospodyni, troskliwa matka i opiekunka ogniska domowego: *dobry materiał na żony!; zorientowana na rodzinę; kobiety to dobre gospodynie; dobra gospodyni i troskliwa matka; troskliwe matki; opiekuńczość; żeńskie zelo skrbijo za družino; izredno skrbne ženske; ona – vedno skrbna; gostoljubnost (zlasti v domeni žensk, ki so „varuhinje domačih ognjišč”)*. Bez względu na to, czy polska kobieta zechce spełnić się „tylko” w rodzinie czy „też” zrealizować się zawodowo, to osoba uśmiechnięta, dowcipna (H – 0,5% z 1,5%): *nasmiejana; żeńskie: dober smisel za humor*.

W autostereotypowym ujęciu **ambivalentnym** pod względem waloryzowania znalazły się wyminki uzupełniające zasygnalizowane modele (A – 3%). Niezależnie od tego, czy konceptualizowana Polka odnajduje się w tradycyjnym modelu rodziny czy pragnie większej emancypacji, w swym działaniu dąży do perfekcji, **chce być idealna**, co – ostatecznie – nie jest dobre: *w znacznej części Polki starają się być idealne na każdym polu – idealne gospodynie domowe, idealne matki, idealne żony, idealne pracownice. Czasem aż za bardzo, bo nadmiar obowiązków je przerasta i przestają myśleć o sobie, w rezultacie nie są szczęśliwe*. Polska kobieta chce być wielofunkcyjna, niezastąpiona, a nawet wyręczająca innych, co czyni swoim kosztem: *zdolne równie dobrze wykonywać wiele prac równocześnie, czasem niestety swoim kosztem; trochę rozleniwiające swoich mężczyzn, bo same przejmują za dużo obowiązków rodzinnych na siebie*.

Symbolicznie zarysowano również **negatywnie** wartościowany obraz polskiej kobiety (A i H – po 1%). Widoczny jest odmienny sposób ujęcia zagadnienia w danych polskich i w słoweńskich. W heterostereotypie wskazano na wybrane wady konceptualizowanej Polki: rozpieszczanie (*żeńskie pa precej razvajene; żeńskie so razvajene*), także „rozpuszczenie” dzięki szarmanckości mężczyzn (*żeńskie: rahlo razvajene zaradi moških gest, npr. odpiranje vrat, nošenje vrečk, umakniti se s poti ipd.*), snobizm (*żeńskie so dostikrat snobovske*) czy narzekanie (*pogosto se pritožujejo*). W polskich danych widoczna była nie tylko negatywna ocena wad kobiety – a wśród tych wskazano właściwie tylko jej pustość: *kobiety bardziej myślą o tym, jak wyglądają niż o tym, co mają do powiedzenia i mogą zaoferować swoją osobą*. Zasygnalizowana została krytyka sytuacji zawodowej i prywatnej: wskazywanie nierówności zarobkowej (*kobiety zarabiają mniej niż mężczyźni*), niedoceniań Polki nie tylko przez innych, ale i przez siebie samą (*Polki, które obniżają swoje standardy wobec mężczyzn; wydaje się, że zbyt często biorą na siebie*

zbyt wiele obowiązków – zamiast dzielić je z partnerami – i uznają, że taka jest już kolej rzeczy i należy z tym żyć).

4.1.4.2. Cechy charakteru Polaka (mężczyzny)

O ile w autostereotypie odsetek wyimków precyzujących wybrane cechy charakteru Polaka i Polki był porównywalny (Polak i Polka – po 7%), o tyle w heterostereotypie nieco wyższy okazał się procent wskazań ukazujących mężczyznę (Polka – 3%, Polak – 5%). W badaniu zarówno wśród polskich, jak i słoweńskich respondentów przeważały kobiety. Być może dla ankietowanych pań z kraju Prešerena to polski pan okazał się ciekawszym obiektem do opisu.⁹⁴ Tabela 44 ujmuje zebrane wyniki.

Tabela 44: Charakter Polaka (mężczyzny) – podział na klasy tematyczne (%).

Stereotyp	Charakter Polaka (mężczyzny) – wybrane cechy			Razem
	pozytywne i/lub neutralne	ambivalentne	negatywne	
A	3,5	1,5	2	7
H	3,5	0	1,5	5

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

W przypadku **pozytywnie** (i neutralnie) **wartościowanych** cech polskiego mężczyzny (A i H – po 3,5%) zasadniczo wyeksponowano jedną – **dżentelmenię** (A – wszystkie wyimki, H – 3% na 3,5% w tej klasie): *dżentelmen; Polacy bywają dżentelmenami; mężczyźni są wciąż szarmanccy; polscy mężczyźni zachowują pewne maniery; mężczyźni – kultura wobec kobiet; bon ton mężczyzn w stosunku do kobiet; moiści so v javnosti v odnosu do žensk priučeni džentelmeni; moiści: kavalirji; obnaša se zelo lepo, kavalirsko; vedno dajejo prednost ženskam; moiści so zelo vljudni do žensk; zdi se mi, da so moiści uglajeni, spoštljivi; moiści so izredno ustrezljivi.* Wskazane zostały konkretne czynności w syndromie mężczyzny jako dżentelmena: *całują damy w rękę, przepuszczają w drzwiach, ustępują miejsca; pomoc w noszeniu cięższych rzeczy; Polska jest jedynym krajem, w którym spotkałam się z otwieraniem kobiecie drzwi, przepuszczaniem jej w drzwiach, odsuwaniem krzesła, wstawianiem, gdy kobieta wstaje od stołu; jim [żenskam] pridržijo vrata, spustijo v vrsti za avtobus/tramvaj; puščajo jim prednost, odpirajo vrata ...* Wśród jednokrotnych wskazań świadczących o innych męskich przymiotach były spokojność (*moiści so mirni*) oraz (specyficzne) poczucie humoru (*moiści: rahlo črn smisel za humor*).

Niewielki odsetek danych współtworzy ważną kolekcję męskich cech i zachowań o nachyleniu **ambivalentnym** pod względem wartościowania (A – 1,5%):

94 Niewielkość materiału każe pozostawić to zdanie jako przypuszczenie.

- dżentelmeneria może być pustym gestem: *kurtuazja wobec kobiet (najczęściej pusta); zewnętrzna uprzejmość wobec kobiet* lub przeżytkiem: *mężczyźni dawniej byli rycerscy i szarmanccy – dziś, niestety, zanika galanteria wobec dam; niekiedy izraziti gentelmani (poljubljanje ženskih rok)*⁹⁵,
- kultywowanie tradycyjnych wartości może wiązać się z niższą pozycją kobiety, wykorzystywaniem jej: *Polacy wciąż lubią korzystać z opiekuńczości swoich kobiet; mężczyzna – zarabiający na dom, generalnie wolny od obowiązków domowych,*
- osłabienie stereotypowo „silnej” płci: *zniewieścienie mężczyzn; kobiety zaczynają nad nimi powoli dominować, mam wrażenie, że mężczyźni czują się coraz słabsi, dlatego za wszelką cenę starają się udowodnić, że jest inaczej, co jest widoczne w popieraniu takich osób jak J. Korwin-Mikke.*

Nieznaczną część zebranego materiału współtworzy kolekcję wybranych **wad** polskiego mężczyzny (A – 2%, H – 1,5%):

- brak dżentelmenerii: *panowie trochę nieokrzesani w manierach,*
- nadmierna skłonność do alkoholu: *nadmierna (niepohamowana) skłonność do alkoholu (u mężczyzn); nadużywający alkoholu,* co powoduje agresywne i głośne zachowanie: *moški znajo biti v vinjenem stanju zoprni, agresivni in glasni; moški so tudi kar agresivni, hitro lahko pride do kakšnega pretepa;*
- potrzeba męskiej rywalizacji: *z Polakami [mężczyznami] kojarzy mi się ciągle chęć pokazania, że jest się lepszym od innych mężczyzn, ciągle chęć rywalizacji; moški radi pretirano tekmujejo; dodatkowo: może też skłonność do ryzyka i bezmyślność;*
- nietolerancyjność: *mężczyźni (Polacy) są często nieprzyjaźnie nastawieni na obcokrajowców.*

Podsumowanie rekonstruowanego obrazu cech Polaka zostało przedstawione w części 4.3. Wnioski.

4.2. Charakter Słoweńca

Największą część wyimków dookreślająca (stereo)typowego Słoweńca dotyczyła jego szeroko rozumianych cech charakteru, postaw i zachowania.⁹⁶ Z zebranego materiału z tej części badania ankietowego łącznie wyekscerpowano 1 192 wyimki – 565 z danych słoweńskich oraz 627 z danych polskich, zgodnie z przyjętą praktyką liczby te stanowią podstawę do obliczeń procentowych.⁹⁷ Już wstępne wyniki pokazują głównie

95 To jedyne wskazanie słoweńskie – ze względu na jednokrotność nie została wyrażona odpowiednia wartość procentowa (ekscerpt został wliczony w ramy wszystkich wypowiedzi precyzujących charakter polskiego mężczyzny, bez wykazania w danych procentowych omawianej klasy).

96 Analiza danych jednak wykazuje, że zarówno polscy, jak i słoweńscy respondenci chętniej, bo szerzej, dookreślili swoje wyobrażenie Polaka niż Słoweńca (zob. 4.1. Charakter Polaka).

97 Suma wyimków (W) w auto- (A) i heterostereotypie (H): $W_A = 565$ (100%) i $W_H = 627$ (100%).

pozytywnie i neutralnie wartościowany ogół z perspektywy zewnętrznego kulturowo (bo polskiego) odbiorcy oraz mocno krytyczny osąd z perspektywy własnej – obrazuje to tabela 45.

Tabela 45: Charakter Słoweńca – podział na podkategorie (%).

Stereotyp	Cechy				Razem
	pozytywne i/ lub neutralne	ambiwalentne	negatywne	precyzujące płeć	
A	33	15	33	19	100
H	55	26	10	9	100

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

4.2.1. Cechy pozytywne i/lub neutralne

Ponad połowa polskich wyimków i jedna trzecia słoweńskich współtworzy model pozytywnie i/lub neutralnie wartościowanych cech przypisywanych Słoweńcowi (A – 33%, H – 55%). W tabeli 46 zebrano dane przypisane do wyróżnionych klas tematycznych: interakcje, aspiracje i działania, emocje, intelekt i uzdolnienia oraz utożsamianie się z narodem.

Tabela 46: Cechy pozytywne i/lub neutralne w charakterze Słoweńca – podział na klasy tematyczne (%).

Klasy tematyczne	A	H
Interakcje	15,5	32,5
Aspiracje i działania	7,5	13,5
Emocje	4,5	4
Intelekt i uzdolnienia	4	4
Utożsamianie się z narodem	1,5	1
Razem	33	55

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Kolejna tabela wskazuje rozkład deskryptorów w ramach wyróżnionych klas.

Tabela 47: Cechy pozytywne i/lub neutralne w charakterze Słoweńca – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).

Klasy tematyczne (i w ich obrębie deskryptor)		A		H	
		Osobno	Wspólnie	Osobno	Wspólnie
Interakcje	miły, uprzejmy	1	15,5	11,5	32,5
	przyjacielski, pomocny	5		8,5	
	otwarty	6		7	
	gościnnie i towarzyski	2,5		4	
	inne	1		1,5	
Aspiracje i działania	pracowity	5	7,5	8	13,5
	solidny, obowiązkowy, zorganizowany	1		3,5	
	praktyczny, zaradny	1		1,5	
	ambitny	0,5		0,5	
Emocje	spokojny, poważny	2,5	4,5	3	4
	uśmiechnięty, wesoły	2		1	
Intelekt i uzdolnienia	zdolny, wykształcony	2,5	4	1	4
	racjonalista	1		2	
	inteligentny	0,5		1	
Utożsamianie się z narodem		1,5		1	
Razem		33		55	

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Największy odsetek danych dotyczących charakteru Słoweńca tworzy pozytywnie i/lub neutralnie wartościowany model słoweńskich zalet związanych ze stosunkiem do ludzi, **interakcjami** (A – 15,5%, H – 32,5%). Podobnie jak w przypadku rekonstruowanego modelu Polaka – tak teraz w odtwarzanej koncepcji Słoweńca, zebrano więcej materiału językowego z ujęcia heterostereotypowego, wskazującego właśnie kontakt z „Obcym” jako to, dzięki czemu zostaje on odpowiednio nazwany i oceniony.

Zgodnie z rekonstruowanym modelem Słoweńca cechuje często werbalizowana szeroko rozumiana **otwartość** (A – 6%, H – 7%). Przedstawiciel narodu postrzegany jest jako otwarty (słn. *odprt*): *odprt; smo odprti ljudje; po mojem mnenju nas odlikuje odprtost; na podeželju odprtost glede novih ljudi (npr. na podeželju te bo prej kdo povabil na kosilo k sebi domov; komunikativni; otvarci; bardzo otvarci; z moich poświadczeń mieszkańcy Słowenii są bardzo otwartymi ludźmi; za jedną z cech zauważalnych określiłbym otwartość. Z punktu widzenia Polaka słoweńska postawa otwarta wiąże się z tolerancją (według mnie Słoweńcy są otwarci na innych i na inność), w tym*

otwartością na obcokrajowców (*łatwo nawiązujący kontakt z obcokrajowcami*), też z Polski (*spotkałam się z otwartością na inną, polską kulturę; nie ukrywają sympatii do Polaków*), liberalnością m.in. w stosunku do mniejszości seksualnych (*Słoweńcy są tolerancyjni dla odmienności seksualnych, zdecydowanie pod tym względem nie są purytanami*), a także postępowością: *je osredotočen na napredek, napredovanje; v mestih odprtost glede napredka; biti v koraku s časom*. Z powyższych względów Słoweniec może uchodzić za człowieka europejskiego: *europski; chcą być bardzo europejscy*. Dodatkowo, Słoweniec z pewnością postrzega sam siebie za bardziej bezpośredniego i tolerancyjnego niż Polak: *v primerjavi s Poljaki so Slovenci bolj neposredni, hitreje si lahko oseben, precej bolj liberalni kot Poljaki*.

Tylko w heterostereotypie wyraźnie rysuje się syndrom Słoweńca jako człowieka **miłego i uprzejmego** (H – 11,5%): *mili; raczej mili; bardzo mili; starają się być bardzo mili, mam wrażenie, że szczególnie w stosunku do turystów, obcokrajowców – chcą, by ludzie dobrze, w sensie miło, zapamiętali ich kraj; uprzejmi; myślę, że też [Polacy mogliby się od Słoweńców nauczyć] uprzejmości, często i to takiej uprzejmości nie-przymuszonej szczerze [wynikającej] z jakiegoś charakteru; kulturalny; grzeczni; serdeczni; przyjemny w kontaktach; ludzie wydają się bardzo sympatyczni; to ludzie bardzo sympatyczni, dobrze nastawieni do innych; życzliwi*. Wskazano jednak, że przyjemne obycie Słoweńca nie musi wiązać się z jego wylewnością w kontakcie: *uprzejmi, ale powściągliwi; uprzejmość, ale z rezerwą*. W rodzimym Słoweńcom materiale językowym ta część rekonstruowanego obrazu pod względem częstotliwości wskazań jest jedynie symboliczna (A – 1% z 15,5%): *vljudni; načeloma vljudni; vljudnost; vzgojeni*.

Na podstawie uzyskanych wyimków można było zrekonstruować kolejny pozytywnie oceniany zespół cech związany z postrzeganą słoweńską kontaktowością – zgodnie z rekonstruowanym modelem Słoweniec jest **przyjacielski/przyjazny** (słn. *prijazen, prijateljski*) i przez to jest oceniany jako **pomocny** (słn. *ustrežljivi*; łącznie: A – 5% z 15,5%, H – 8,5% z 32,5% z tej klasy):

- *prijazni; na splošno prijazni ljudje, po obnašanju so prijazni; navzven so zelo prijazni; prijazni do tujcev; przyjaźni; spotkałam się z przyjaznym przyjęciem; przyjaźnie nastawieni; przyjaźnie nastawieni do innych; przyjacielscy; są bardzo przyjacielscy; wierni i oddani przyjaciele; dobrzy przyjaciele,⁹⁸*
- *ustrežljivi; so ustrežljivi ljudje, radi pomagajo; če jih prosiš za pomoč na ulici, pomagajo; pripravljene pomagati ljudem v stiski; zelo radi pomagajo sosedom (na primer pri gradnji hiše), predvsem na vasi, npr. vprašajo, ali posodijo denar, pomocni; naprawdę są bardzo pomocni i sami wychodzą z inicjatywą, gdy widzą, że ktoś (przyjezdny lub obcokrajowiec) sobie z czymś nie radzi lub czegoś nie wie; kiedy potrzebujemy pomocy, chętnie pomagają;*

98 Jak przyznają sami Słoweńcy, otwarcie się na „Innego” może nastąpić nie przy pierwszym kontakcie: *ko pa nekoga spoznajo in mu zaupajo, ga toplo sprejmejo kot svojega; ko se odprejo, so zelo prijetni in prijateljski*.

przypadkowe osoby zaczepione na ulicy, są bardzo pomocne; chętnie służą pomocą i starają się unikać sytuacji konfliktowych; jeśli obcokrajowiec poprosi ich o pomoc, nigdy nie odmówią; nigdy nie spotkałem się z tym, żeby ktoś się odwrócił i nie próbował pomóc.

W koncept pozytywnie wartościowanych cech Słoweńca w jego relacjach z innymi została również wpisana **gościnnność** i **towarzyskość** (łącznie: A – 2,5% z 15,5%, H – 4% z 32,5%). Przedstawiciel narodu jest gościnny (słń. *gostoljubni*): *gostoljubni; zelo gostoljubni; gostoljubljen narod; gostoljubje; smo gostoljubni ljudje; odbieram ich jako ludzi bardzo gościnnych; goščinnošć*. Goščinnošć postrzegana jest jako typowa cecha nie tylko Słoweńców czy Polaków, ale ogólnie Słowian: *gošćinni jak pozostali Słowianie*.⁹⁹ Konceptualizowany rodak Petera Prevca jest także towarzyski (słń. *družaben*): *družabni; družabnost; smo ljudje, ki se radi družimo ob vseh priložnostih, kjer tudi vedno obvezno vključimo alkohol; tovaržysci; tovaržyskošć; lubią towarzystwo i całe godziny spędzone z przyjaciółmi w barze; nie trzeba ich namawiać do spotkań towarzyskich, mają dużo energii i chęci do interesujących spotkań; bardzo kontaktowi*.

Wśród zebranych jako **'inne'** jednokrotnie wskazane określenia ewokujące pozytywne lub neutralne oceny związane z szeroko rozumianymi interakcjami Słoweńca (A – 1% z 15,5%, H – 1,5% z 32,5% w omawianej klasie) były m.in.: *szczerowość (Slovenci so precej iskreni)* i *uczciowość (poštení)*, a poza tym Słoweńiec to *przeciwieństwo snoba*. W danych ankietowych zarejestrowanych w ramach doprecyzowania charakteru właściwie zabrakło serii werbalizacji *expressis verbis* wyrażających jasno sprecyzowany status relacji rodzinnych – ważnych w całokształcie obrazu przedstawiciela danej nacji.¹⁰⁰ Z pewnością dla Słoweńca rodzina (rozumiana jako najbliżsi) jest ważna, ale kulturowo inaczej niż dla Polaka. Zgodnie z konceptualizacjami z tej części materiału, z jednej strony Słoweńiec postrzegany jest jako przywiązany do domu – w rozumieniu rodziny i ojczyzny: *povsod je lepo, a doma je najlepše*, a także do tradycji: *osoba lubiąca tradycje*, z drugiej zaś – osądzany jest jako większy indywidualista: *samodzielni – wybierają życie poza domem rodzinnym*.

99 Czasem jednak cecha ta bywa okazywana tylko wybranym: *gostoljubni, čeprav ne vedno; gostoljubni do tujcev (odvisno iz katerega dela sveta ti tujci pribajajo); odnoszę wrażenie, że również goščinnošć jest jedną z cech wyróżniających Słoweńców, ale trudno mi opiniować w tej kwestii, ponieważ może to być również powodowane kontaktem z osobą z innego kraju (ze mną jako Polakiem)*.

100 Elementy wchodzące w skład tego fragmentu rekonstruowanego modelu Słoweńca zostały przez ankietowanych wprost wyrażone w wypowiedziach w innym miejscu – dzięki osobno wyróżnionej w ankiecie części 'sposoby spędzania wolnego czasu', a przede wszystkim części 'relacje rodzinne' (por. kwestionariusz ankiety). Model słoweńskiego stosunku do rodziny zarysowany na podstawie danych zarejestrowanych w części 'relacje rodzinne' zostanie przedstawiony w innym opracowaniu. Poza tym inaczej niż w przypadku rekonstruowanego modelu (stereo)typowego Polaka w części opisującej charakter Słoweńca nie pojawiły się wyimki nazywające i interpretujące słoweński stosunek do religii i pobożności, co sugeruje, że ten aspekt nie musi być kluczowy w ogólnym rekonstruowanym modelu przedstawiciela narodu. Udało się „wywołać” wypowiedzi na temat konceptualizowanej duchowej słoweńskiej sfery dzięki innemu poleceniu (zob. kwestionariusz ankiety). Obraz słoweńskiego stosunku do religii zostanie ujęty w kolejnym opracowaniu.

Z później opisaną klasą tematyczną ‘intelekt i uzdolnienia’ semantycznie ściśle wiąże się inna – ‘**aspiracje i działania**’ (A – 7,5%, H – 13,5%). Wyjątkowo rzadko respondenci określili wprost konceptualizowanego Słoweńca jako ambitnego (A – 0,5% z 7,5%, H – 0,5% z 13,5% w omawianej klasie): *ambiciozen; če se za nekaj odločimo, se trudimo, da nam uspe; ma duže ambicije*. Mocno zaś zarysowali syndrom **Słoweńca jako pracownika**. Z pewnością stereotypowo Słoweniec jest postrzegany jako człowiek **pracowity** (słń. *delaven, priden*; A – 5% z 7,5%, H – 8% z 13,5% z tej klasy): *delaven; delavni; delavnost; Slovenec je dober delavec; priden; pridni ljudje; pridnost; są pracowici; są pracowitym narodem; to pracowity naród; pracowitość; na pewno są pracowici, gotowi do pracy nawet w kilku instytucjach; to są ludzie pracy; Słoweńców postrzegam jako ludzi pracowitych, lubiących posłuch i jasno sformułowane reguły; zaangażowani rzemieślnicy*. Swoją pracowitość Słoweniec przyrównuje do pracowitości przysłowiowej mrówki: *smo pridni kot mravlje; marljivost* – taki stosunek do pracy może imponować, być wzorem do naśladowania dla innych, w tym dla (stereotypowo kombinującego) Polaka: *wydaje mi się, że mogliby się Polacy od Słoweńców nauczyć właśnie stosunku do pracy, tego właśnie, że dobrze jest pracować i być zadowolonym z tego, co się robi*. Przedstawiciel narodu lubi i ceni pracę: *dla Słoweńców jest chlubą i honorem dużo pracować*, a po pracy lubi i ceni czas wolny: *cenia ciężką pracę, po której uznają zasłużony odpoczynek* – wydaje się, że tego ostatniego Polak od Słoweńca też mógłby się nauczyć. Słoweński etos pracy – i z nim związane jasne reguły, uporządkowanie oraz wykonywanie powierzonych obowiązków – jest tłumaczony przez polskich respondentów wpływem północnych sąsiadów Słoweńca i tamtejszego kulturowo propagowanego modelu: *chyba w ten sposób uwidacznia się wielowiekowe funkcjonowanie pod rządami Habsburgów i wpływ germański*. Wydaje się, że w kontekście szeroko rozumianego stosunku do pracy Słoweniec chce utożsamiać swoje wartości ze wspomnianymi wartościami cenionymi w kulturze germańskiej i pod tym względem chce wykazać bliskość własnych cech i cech stereotypowo przypisywanych m.in. Austriakowi.¹⁰¹ Zgodnie z odtwarzanym modelem Słoweniec (podobnie m.in. jak stereotypowo postrzegany jego północny sąsiad) jest: **solidny** (słń. *zanesljivo*), **obowiązkowy** (słń. *vesten*) i **dobrze zorganizowany** (słń. *dobro organiziran*) (A – 1% z 7,5%, H – 3,5% z 13,5% w omawianej klasie): *delo opravljajo zanesljivo; želi biti vesten, mislim, da so dobro organizirani; vse bi rad naredil prav; natančen; smo dobro organizirani; urejeni; solidny; solidność; rzadko kiedy zawodzą, swoje zadania wykonują bardzo solidnie; dokładni; sumiennost; obowiązkowy; obowiązkowość; są bardzo zorganizowanym narodem; zmysł organizacyjny; dobrze zorganizowani jak na Słowian; dobra organizacja pracy; uporządkowani, ale bez przesady; poukładani; poukładanie, porządek, harmonia; szanują porządek*. Poza tym Słoweniec jest:

101 Por. deskryptor „słowiański Austriak” w podkategorii ‘cechy ambiwalentne’.

odpowiedzialny i oszczędny: *odgovorni; varčen; odgovodzialny*.¹⁰² Symbolicznie tylko wyrażono kulturowo ważną cechę (stereo)typowego Słowenca – jego **praktyczność i zaradność** (razem: A – 1% z 7,5%, H – 1,5% z 13,5% w tej klasie). Wśród wyimków potwierdzających konceptualizowaną słoweńską praktyczność są: *praktičen; Slovenci so pogosto usmerjeni na praktično; veliko ljudi ima rado praktične stvari; bardzo praktyczni, co često jest też cechą pozytywną; praktyczny; pragmatyczni; Słowenci wydają mi się przede wszystkim praktyczni, pragmatyczni, żeby nie powiedzieć wyrachowani. Ze słoweńską praktycznością wiąże się zaradność, przedsiębiorczość, umiejętność majsterkowania i naprawiania (bycie „złotą rączką”): *iznajdljivi; radi se sami lotimo različnih opravil; Slovenci so prepričani, da znajo vse sami narediti (hišo, popraviti avto ...); spoznajo se na avtomehaniko, tehniko, pogosto skrbijo za okolico hiše, v kateri živijo družina; zaradny; przedsiębiorczość*.*

W niewielkim stopniu polscy i słoweńscy respondenci przypisali stereotypowemu przedstawicielowi omawianej nacji przymioty dotyczące **emocji** (A – 4,5%, H – 4%). Słoweniec określany i oceniany jest jako osoba **spokojna i poważna** (A – 2,5% z 4,5%, H – 3% z 4% w omawianej klasie): *bolj miren; miroljubni; mislim, da smo miren narod; tih; bili naj bi tudi preveč resni; spokojny; [są narodem] spokojnym; spokojny, cichy*, w tym bardziej odprężona (niż Polak): *sproščeni; so bolj sproščeni; do vsega podchodzą na luzie; na wszystko jest czas, a ludzie są przez to szczęśliwsi*. Być może postrzeganie Słowenca jako człowieka spokojnego wynika z przypisania mu niskiej inteligencji emocjonalnej: *nizka čustvena inteligenca*. Spokojność może jednak okazać się pozorną: *z pozoru spokojni, a przy bliższym poznaniu raczej emocjonalni; energični*. W takim ujęciu Słoweniec postrzegany i językowo określany jest jako osoba **wesoła, uśmiechnięta**, skora do zabawy (A – 2% z 4%, H – 1% z 4% w tej klasie): *nasmejan; veseli ljudje, ki radi kdaj pa kdaj kaj spijejo*,¹⁰³ *radi imajo zabavo; radi se zabavamo; wesoly, uśmiechnięty; umieją korzystać z życia*. Słoweńska umiejętność cieszenia się życiem może być większa niż polska: *menim sicer, da se Slovenci pogosteje smejejo kot Poljaki*, jednak wprost okazywany stan zadowolenia nie musi trwać długo, ponieważ Słowencom przypisuje się wskazaną wcześniej raczej „poważną” naturę: *včasih zelo veseli, ampak se potem hitro zresnijo*.

Również niewielka część materiału pozwala na odtworzenie przymiotów ze sfery **intelektu i uzdolnień** (A i H po 4%). Reprezentant Słowenii postrzegany jest jako osoba **zdolna** (słń. *sposoben*), a także wykształcona czy mająca wiedzę, a także dzięki

102 Te ekscerpty są znaczące, choć pojawiły się tylko jednokrotnie. Ze względu na nikły udział procentowy zostały wliczone do omawianego deskryptora. O konceptualizowanej słoweńskiej oszczędności piszemy w rozdziale 5.2. Słowenca stosunek do pieniędzy.

103 Spożycie alkoholu jest bez oceny *in minus*, stanowi element kultury i wesołej natury Słowenca: *veseli ljudje, ki radi kdaj pa kdaj kaj spijejo; smo gostoljubni ljudje, ki se radi družimo ob vseh priložnostih, kjer tudi vedno obvezno pijemo alkohol*.

temu otwarta na świat (łącznie: A – 2,5% z 4% w omawianej klasie, H – 1% z 4%): *sposobni; sposoben posameznik; wykształcony; mądrzy i wartościowi; są ciekawi świata, ludzi i wiedzy; lubią długo studiować* 😊.¹⁰⁴ W szczególności docenia się jego talent do języków obcych i ich znajomość: *smo zelo dobri pri učenju tujih jezikov; precej talentirani za učenje tujih jezikov, predvsem slovanskih; Slovenci in Slovenske dobro govorijo tuje jezike; mlajši skoraj vsi govorijo vsaj nekoliko angleško, srednjih let bolj ne, ampak znajo srbohrvaško, starejši pa tudi nekoliko nemško; med pogovorom s tujcem se velikokrat trudi jo govoriti v jeziku tujca; zna jeziki, a zaradi temu nie jest taki zaściankowy jak my, tak bardzo chcą pomóc obcokrajowcowi, że od razu przechodzi w rozmowie na angielski, zakładając, że cudzoziemiec na pewno zna ten język w takim stopniu, jak oni (czyli dobrze).* Symboliczny odsetek danych tworzy ważny syndrom **racjonalisty** (A – 1%, H – 2%). Słoweniec postrzegany jest jako człowiek racjonalny i myślący perspektywicznie: *rationalen; preudarnost; vse pretehtajo in vnaprej premislijo; racjonalista; umiejętność stawiania sobie priorytetów; są dość trzeźwi w ocenie sytuacji; myślę, że polskie szaleństwa, powstania podejmowane bez szans powodzenia, zrujnowanie doszczętnie Warszawy są dla nich często niezrozumiałe; planowanie przyszłości.* Wśród wymienionych zalet właściwie jednostkowo wskazano na **inteligencję** (A – 0,5% z 4%, H – 1% z 4% w omawianej klasie): *inteligenten; inteligentni; są naprawdę inteligentni.*

Zarówno w polskich, jak i w słoweńskich wyimkach pojawiły się dane sygnalizujące obraz **sfer narodowościowej** (łącznie: A – 1,5%, H – 1%), świadczące o tym, że Słoweniec kocha swój kraj (*domoljub; często w rozmowie podkreślają swoją „słoweńskość”; są patriotami; kochają swój mały kraj i troszczą się o niego, żeby był czysty i uporządkowany*), jest z niego dumny (*smo ponosni, da smo Slovenci*) i z tego, że ma suwerenność (*cenimo suverenost naše mlade države*). Poza tym konceptualizowany Słoweniec czuje duże, nawet większe niż do kraju, przywiązanie do swojego regionu – małej ojczyzny: *bolj regionalni domoljub; viden je tudi močan lokalpatriotizem; chyba bardziej identyfikują się ze swoim regionem; mają niesamowitą umiejętność funkcjonowania w tzw. małych lokalnych społecznościach.*¹⁰⁵

104 Ostatni wyimek można różnie interpretować (m.in. ze względu na dodany emotikon). Słoweńcy stereotypowo są znani z długiego studiowania, co może wynikać nie tylko z umiłowania do wiedzy, ale również z czynników prozaicznych – systemu edukacji, który umożliwia im przedłużanie czasu studiów o kilka lat i przez to doceniania realnych/praktycznych (większych niż w Polsce) korzyści z posiadania statusu studenta. Zrekonstruowany model Słoweńca jako studenta i słoweńskiego stosunku do edukacji i wykształcenia (zob. kwestionariusz ankiety) przedstawiamy w innym opracowaniu (Wacławek, Wtorkowska 2019e).

105 Szerzej respondenci rozpisali się na temat stosunku do państwa i narodu w odpowiedziach na inne polecenie w formularzu (zob. kwestionariusz ankiety). Dane zostaną przedstawione w innym opracowaniu. O słoweńskim stosunku do sfery narodowej piszemy również w rozdziale 7. Prawdziwy Polak *versus* prawdziwy Słoweniec – ogólnie o wynikach badań (zob. także: Wacławek, Wtorkowska c).

4.2.2. Cechy ambiwalentne

Część danych w rekonstruowanym koncepcie dotyczącym właściwości charakteru, zachowań i postaw Słowienca okazała się trudna do jednoznacznego zakwalifikowania w ramach wartości *in plus* lub *in minus*, dlatego zostały one włączone w podkategorię ‘cechy ambiwalentne’ (A – 15%, H – 26%). Ekscerpty współtworzą następujące klasy tematyczne: interakcje, myślenie i działanie (intelekt, uzdolnienia, aspiracje i aktywności) oraz inne. Tabela 48 przedstawia uzyskane dane ilościowe.

Tabela 48: Cechy ambiwalentne w charakterze Słowienca – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).

Klasy tematyczne (i w ich obrębie deskryptor)		A		H	
		Osobno	Wspólnie	Osobno	Wspólnie
Interakcje	zamknięty	9	10	14	16,5
	zamknięty <i>versus</i> otwarty	1		2,5	
Myślenie i działanie	„słowiański Austriak”	2	3	3	6,5
	nieprzesadna pracowitość	0		3	
	uparty	1		0,5	
Inne (różnorodność Słowienca)		2		3	
Razem		15		26	

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Największy odsetek danych zebranych w tej podkategorii dotyczy cech związanych z **interakcjami** (A – 10%, H – 16,5%). W pozytywnie i/lub neutralnie wartościowanym modelu cech właściwych Słowiencowi wyraźnie zarysowała się otwartość przedstawiciela tej nacji. Analiza materiału wykazuje jednak mocne ukonstytuowanie również modelu przeciwstawnego. Zasadniczą część danych językowych zebranych w tej podkategorii tworzy deskryptor konstruujący stereotypową szeroko rozumianą **zamkniętość** Słowienców (A – 9% z 10%, H – 14% z 16,5% w omawianej klasie) – cecha ta była zarazem najczęściej wskazywana spośród wszystkich wymienianych przez respondentów w rekonstruowanym słoweńskim obrazie charakteru, zachowań i postaw mieszkańca kraju nad Drawą, Sawą i Soczą. Zgodnie z rekonstruowanym modelem Słowieniec jest postrzegany i oceniany jako osoba **zamknięta** (w tym zdystansowana, niewylewna i nieufna). Słowieniec został wprost określony jako zamknięty (sł. *zaprt*): *so zaprti; včasih zaprti; zaprti ljudje; Slovenci so bolj zaprti vase kot drugi evropski narodi; občasno dokaj zaprt narod; sama [slovenska] družba [je] bolj zaprta v smislu, da je težje priti v neko družbo; v mestih zadržanost glede novih ljudi; zamknjety; zamknjenci w sobie; bardziej zamknjenci, može bardziej introwersyjni; zvykle mōvi si, že Slovencey sa bardziej*

zamknięci, nieufni w kontaktach z nowymi osobami; dość zamknięty na nowe otoczenie; są dość zamkniętym i wsobnym „plemieniem” zapatrzonym w „swoje” wartości; osoba odrobinię zamknięta na innych (poza najbliższym otoczeniem); na zewnątrz miły, uprzejmy, ale tak naprawdę zamknięty w sobie.¹⁰⁶ Przedstawiciel narodu został również nazwany zdystansowanym, niewylewnym, powściągliwym (słń. *zadržan*): *Slovenci so zadržani; zadržan značaj; pogosto zadržani; mislim, da smo v primerjavi z ostalimi nekoliko zadržani; prijazni, ampak hkrati zadržani; zdystansovani; zdystansovani emocionalnie; są zdystansovani do obcych, zwłaszcza na wsie; Słoweńcy wydają się być zdystansowani; wobec nowopoznanych osób zachowują dystans; są narodem powściągliwym; nie okazują uczuć, powściągliwi w emocjach; charakteryzują się pewną powściągliwością, dystansem; nie są zbyt wylewni, bez wylewności i emocjonalnych zachowań; Słoweńcy są narodem zupełnie niewylewnym; inne: pogosto skrivamo čustva; ne izražajo čustev; nie za szybko nawiązują bliske relacije. Dodatkowo, językowo wyrażono, że Słoweniec jest nieufny (słń. *nezaupljiv*): *so nezaupljivi; Słoweńcy są nieufni w kontaktach z nowymi osobami; nie mają zaufania. Słoweńska zamkniętość była zaskoczeniem dla nowoprzybyłych do Słowenii Polaków – od ludzi z „południa” oczekiwano większej otwartości: zwykle mówi się, że Słoweńcy są bardziej zamknięci, nieufni w kontaktach z nowymi osobami, co dziwi Polaków – osoby z „północy”. Nam wydaje się, że im bardziej na południe Europy, to ludzie są bardziej otwarci, optymistyczni, bezstresowi itd. Konceptualizowaną postawę skonfrontowano z większą otwartością/kontaktowością zarówno Polaków, jak i pozostałych mieszkańców Bałkanów: *so bolj zaprti od prebivalcev balkanskih držav in npr. Poljakov; lahko imaš individualne prijatelje, prav z družbo pa je težje (na Poljskem je v tem smislu drugače – precej hitro te ljudje vključijo v svojo širšo družbo); raczej bardziej zamknięci niż pozostała część Bałkanów; mniej otwarty niż reszta bałkańskich braci. Polscy respondenci próbowali zdiagnozować przyczyny słoweńskiej zamkniętości: myślę, że ze względu na góry – „twardy” klimat, przez to są zamknięci, a potem się otwierają; myślę jednak, że początkowy chłód Słoweńców wynika z historii ich narodu (zawsze byli pod czyjś panowaniem, nie byli niezależni państwo; nie mają zaufania do innych, bo zawsze byli pod jakimiś zaborami, nauczyli się tak żyć, żeby wszystko brać z rezerwą. Zauważono również, że słoweńskie zamknięcie może być pozytywnie postrzegane: nie zwracają uwagi na innych (znieczulica), co jest też często bardzo pozytywną cechą, ponieważ nie są wścibscy i nie interesują się innymi i ich wyglądem; szanujący prywatność. Przeciwstawne modele słoweńskiej otwartości versus zamkniętości tylko pozornie wydają się niekonsekwentne – taką ocenę wprost wyraża pewna grupa wyimków, w swoisty sposób wyjaśniając zaistniały stan rzeczy (A – 1% z 10%, H – 2,5% z 16,5%***

106 Wśród wyimków współtworzących omawianą klasę, potwierdzających słoweńską zamkniętość (wypowiedzi bez użycia przymiotnika *zamknięty* i jego derywatów, a więc językowo różnie wyrażających opisywaną postawę) były m.in.: *težko se odpremo; usmerjeni vase; introvertirani; izoliranost; potrebujejo dużo časa, żeby się otvoriti i dobroze čuti w novym tovarštvu; nie są to ludzie, którzy od razu rzucają ci się na szyję.*

w omawianej klasie). Respondenci, przede wszystkim polscy, podkreślali albo początkowe zdystansowanie i skrytość Słowenców (*z pozoru zdystansowani; potem jednak bardzo się otwierają; otwierają się przy bliższym poznaniu drugiej osoby; ko se odprejo, so zelo prijetni in prijateljski; zaprti le na začetku*) albo to, że cecha ta, ze względu na zmianę realiów politycznych i społeczno-gospodarczo-kulturowych, powoli zanika: *zaczynają się wychylać – otwierają się na zewnątrz; po wyjściu Słowenii z Jugosławii zaczęli być bardziej otwarci; po uzyskaniu niepodległości, a zwłaszcza po wejściu do UE stali się bardziej otwarci*. Bywa jednak i tak, że słoweńska otwartość jest wybiórcza: *spontanizność i otwartość (u niektórych); odprti do najbližjih*.

Druga, pod względem ilościowym nieduża, klasa tematyczna w modelu słoweńskiego charakteru w wartościowaniu ambiwalentnym to ‘myślenie i działanie’ (A – 3%, H – 6,5%). Niewielka część zebranych danych tworzy znaczący syndrom w stereotypie Słowenca – „**słowiański** (też słoweński) **Austriak**” (A – 2% z 3%, H – 3% z 6,5% w omawianej klasie). Zgodnie z takim stereotypowym osądem przedstawiciel omawianego narodu identyfikuje się z kulturą germańską, starając się wyprzeć również mu bliską kulturowo tożsamość bałkańską. Nieco odmienne ujęcie tematu z perspektywy polskiej i słoweńskiej, a przede wszystkim pewne różnice w rozpiętości samego materiału powodują, że ta część rekonstruowanego modelu częściowo zostanie przedstawiona oddzielnie. *Expressis verbis* wyrażono słoweńską chęć bliskości względem „austriackości”/„germańskości”: *slovenski Avstiak; v povprečju bolj socialistični kot Poljaki in z mnogimi karakteristikami svojih severnih sosedov Avstrijcev; stereotypowy chłód i zdystansowanie może wynikać również z tego, że mają oni trochę cech Austriaków – niektórzy określają ich „słowiańskimi Austriakami”; Słowenicy sami chyba też mentalnie bardziej widzą się bliżej tych północnych sąsiadów, odcinając się nieco od pozostałych Słowian południowych; Słowenicy to naród, który przejął trochę germańską mentalność, niemiecki temperament; lubią taki niemiecki reżim; na bazie moich doświadczeń z innymi narodami bałkańskimi (Chorwaci, Serbowie, Czarnogórcy, Bośniacy) to bardzo „niemiecki” naród, ułożony i posuszny, ale też zimny, interesujący się losami swoimi i najbliższych; stereotypowo bardziej z zachowania przypominający Niemców niż pozostałych mieszkańców byłej Jugosławii*. We wskazanej postawie uwiadcza się zarówno kompleks wyższości objawiający się wypieraniem się bałkańskości: *Slovinci na južne sosede gledajo zviška; Słowenicy zawsze podkreślają, że nie mają nic wspólnego z Bałkanami i chyba w tym wszystkim się trochę gubią*, jak i kompleks niższości, postawa bezkrytyczna względem Europy Zachodniej: *bezkrytycznie są zapatrzeni w Zachód; próbujący być bardziej „zachodni”; podkreślanie nie-bałkańskości oraz przynależności do Europy*, innymi słowy – *nie przepadają za przedstawicielami innych narodów byłej Jugosławii, uważając się za lepszych, zaś w stosunku do przedstawicieli narodów Europy Zachodniej są bardzo mili*. Dodatkowo wskazano, że pod „maską” słoweńskiej „austriackości” kryje się jednak „bałkańskość”, bałkańska

emocjonalność / żywość, co może wiązać się z niezbyt chlubnym zachowaniem: *ko nam Slovencem iz takšnega ali drugačnega razloga popustijo zavore in počnemo stvari, na katere v normalnem stanju ne bi bili ponosni, za to okrivimo našo „balkansko kri”,* ale z pewnością ta część tożsamości jest kulturowo dla Słoweńca bardzo ważna: *obsesija z „balkanskim” humorjem, glasbo, zabavo nasploh.*

W rzadkich polskich werbalizacjach wyrażono sugestię, że słoweńska **pracowitość jest bardziej stereotypowa niż rzeczywista** (H – 3% z 6,5% w tej klasie): *są pracowici, ale w moim odczuciu oprócz tego lubią o sobie myśleć, że są pracowici, też w znaczeniu bardziej pracowici niż inni (Włosi czy przedstawiciele innych krajów byłej Jugostawii), w rzeczywistości ich podejście do pracy i jej efektywność nie jest aż tak wyróżniające się; lubią o sobie mówić i myśleć, że są pracowici, wydaje mi się jednak, że są mniej pracowici, niż sami chcieliby, aby tak o nich myślano i jak stereotypowo o sobie myślą.* Poza tym Słoweniec sporadycznie może być postrzegany jako człowiek **uparty** (A – 1% z 3%, H – 0,5% z 6,5% w omawianej klasie): *Slovenci so trmasti; pristranskost in trma (prepričanost v lasten prav); uparci; niechętnie zmieniają zdanie, zasadniczy.*

Osobną niewielką grupę wyimków zebraną w ramach **‘inne’** (łącznie: A – 2%, H – 3%) tworzą jednokrotnie zarejestrowane ekscerpty świadczące m.in. o tym, że mimo opisanego wcześniej przywiązania do zasad *savoir vivre’u*, zauważa się ich zanik: *obnašamo se precej vljudno (kot tudi Poljaki), pogrešam pa več pozdravljanja med ljudmi; vljudni, lepo vzgojeni, pri mladini pa se vedno bolj zatika, saj ni več prisotnega nekega splošnega bontona,* a także to, że Słoweniec jest przywiązany do wygod, z których trudno mu zrezygnować *(cenią zdobycze socjalne, dlatego tak ciężko im z pewnych przywilejów zrezygnować; odbierają jako wyjątkowy kryzys ekonomiczny to, co na przykład w Polsce jest stanem permanentnym)* oraz nastawiony na indywilualizm *(indywidualistyczni; kiedyś byli solidarni, a teraz nie są).* Poza tym zarówno polscy, jak i słoweńscy ankietowani wyrazili **różnorodność Słoweńców**, w tym trudność postrzegania ich jako jednej nacji: *nimajo izrazitih razlik; ne vidim posebnih lastnosti; mislim, da nimajo nobenih posebnih lastnosti; Słoweńcy są zróżnicowani,* ewentualnie trudność w orzekaniu o zróżnicowaniu charakteru ze względu na płeć: *po mojem mnenju so si Slovenci in Slovenke sicer precej podobni; menim, da je sploh generacija ljudi od 20 do 40 let precej „unisex”, tako da se mi zdijo tipično moške ali tipično ženske lastnosti v današnjem času presežene in neutemeljene, če pa že, pa te po mojem mnenju izvirajo predvsem iz drugačne vzgoje in družbenih pričakovanj.* Polacy jednak podkreślili, że na Słoweńców stereotypowo należy i warto spojrzeć regionalnie, np.: *różnorodność charakterów Słoweńców w zależności od regionu, w którym żyją; ciekawe jest, jak Słoweńcy postrzegają Słoweńców z innych regionów, np. w Lublanie tych z Primorskiej jeszcze się lubi, ale nie umieją się dogadać z tymi z Murskiej Soboty; na Krasie – twarżdzi, ale przyzwoici.*

4.2.3. Cechy negatywne

W odtwarzanym koncepcie Słoweńca znaczący odsetek wyimków autostereotypowych i pewien heterostereotypowych współtworzy model cech negatywnie wartościowanych (A – 33%, H – 10%), włączony w ramy następujących klas tematycznych: interakcje i poglądy (ideologia), myślenie i działanie (intelekt, uzdolnienia, aspiracje i aktywności), emocje, oraz inne/różne. Tabela 49 przedstawia wyniki ilościowe.

Tabela 49: Cechy negatywne w charakterze Słoweńca – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).

Klasy tematyczne (i w ich obrębie deskryptory)		A		H	
		Osobno	Wspólnie	Osobno	Wspólnie
Interakcje i poglądy	kłótlivy zazdrošnik i materialista	10	16,5	2	4,5
	zarozumiały egoista	2		1	
	skłonnny do alkoholu	2		0	
	niekulturalny, arogancki	1,5		0,5	
	interesownny konformista	1		1	
Myślenie i działanie	słuźalczy, podporzãdkowany	6	8,5	0	2
	ograniczony, zacofany	2		0	
	pracoholik	0,5		0	
	leniwy, niezbyt obowiãzkowy	0		2	
Emocje	narzekãjãcy pesymista	8	8	3	3
Inne/różne		0		0,5	
Razem		33		10	

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Największa część autostereotypowych wyimków zebranych w modelu o wartościowaniu negatywnym dotyczyła szeroko rozumianej klasy tematycznej **'interakcje i poglądy'** (A – 16,5%, H – 4,5%). Bardzo wysoki odsetek danych tworzy obraz Słoweńca jako **kłótliwego zazdrošnika i materialisty** (razem: A – 10% z 16,5%, H – 2% z 4,5% w tej klasie). Zgodnie z zasygnalizowanym syndromem Słoweniec jest:

- a) zazdrošny: *ljubosumen; nevošljivost; veliko je slišati o slovenski nevošljivosti, ki pa je sicer značilna tudi za vse druge narode; zavistni, če pa govorimo o stereotipih, pa Slovenci veljamo za nevošljive; menim, da stereotip o privošljivosti drži, čeprav seveda ne za vse; są tež chyba zazdrošni;*

- b) zawistny: *zavisten; Slovenci so zavistni; če nismo zavistni, nismo Slovenci; menim, da stereotip o zavisti in privoščljivosti drži, čeprav seveda ne za vse; podobno bywają zawistni;*
- c) kłótniwy: *prepiranje; hitro smo užaljeni; znani są z kłótniwości i sądzenia się;*
- d) krytykujący i obgadujący: *radi kritiziramo druge (za hrbtom); za hrbtom pa opravljamo; najlažje ocenjujemo druge – zato veliko damo na „fasado” – prvi vtis, kaj bodo pa ljudje rekli;*
- e) materialistyczny i żyjący „na pokaz”: *veliko dajo na avte, hiše ali stanovanja; preveliko poudarjanje pomena dobre znamke avtomobila, pa čeprav v nasprotju s splošnim finančnim stanjem; nečimrnost; mislim, da imajo Slovenci radi nove stvari, ne marajo rabljenih; mają obsesję na punkcie dobrych samochodów (będą jeść tylko ziemniaki – oczywiście eko-, bioziemniaki, ale wożą się super audi albo VW).*

Wskazane niechlubne cechy szczególnie mocno uaktywniają się w kontakcie z sąsiadem: *stereotipno se jih označuje kot zavistne; zavistni do oseb v njihovi okolici, predvsem do sosedov; nevoščljivi in zavistni, ni važno, če njemu krava umre, važno, da sosedu umre-ta dve; Slovenec vedno skuša preseči uspeh npr. sosedu, kolega, in če sam doživi neuspeh, ga privošči tudi drugemu; ljubosumni smo na naše sosede; radi se kregamo s sosedu; velikokrat se s sosedu prepirajo glede meje parcele; chcą mieć lepszy samochód, lepiej urządzony dom itd. w porównaniu z sąsiadem – sami Słoweńcy przyznają, że to zachowanie częste; przede wszystkim sąsiadowi trzeba pokazać, że mają lepszy samochód niż ten ma, lepszy dom i w ogóle wszystko mają od niego lepsze (no, może poza żoną); słyszałam też, że Słoweńcy do siebie (w znaczeniu do sąsiadów) nie zawsze bywają przychylni – starają się mieć do-brosiedzkie kontakty, ale jeśli to nie wychodzi, to kłócą się o kawałek ziemi, często mają sprawy w sądzie.*

Wskazane cechy pokazują Słoweńca jako **zarozumiałego egoistę** (A – 2% z 16,5%, H – 1% z 4,5% w omawianej klasie): *neprivoščljiv in velikokrat egoističen; vzvišenost; v Sloveniji imamo občutek, da smo nekaj več (npr. kot turisti); včasih se delajo pametnejše kot so; nečimrnost; samosvoje razmišljanje; egoiści, dbający głównie o własne interesy; stawiają siebie w centrum.* Ponadto symboliczny odsetek danych tworzy kolekcję werbalizacji świadczących o **braku kultury** Słoweńca (A – 1,5% z 16,5%, H – 0,5% z 4,5% w rekonstruowanej klasie): *arogantno obnašanje; arogantno, nesramno vedenje; nekulturno izražanje; v vsakodnevnem obnašanju zelo sproščen odnos do etikete in bontona; mankuje im kultury osobitej; obie płcie często przeklinające; ko popustijo živici več kričanja („balkanski način”) in manj dostojanstveno prepiranje kot pri Poljakih.* W słoweńskich wyimkach wskazano również na związaną z interakcjami **skłonność do alkoholu**, która – jeśli jest nadmierna – jest wyraźnie oceniana negatywnie (A – 2% z 16,5% w tej klasie).¹⁰⁷

107 Być może przypisywana sobie przez Słoweńców tendencja do spożycia alkoholu z punktu widzenia polskich respondentów nie była nadmierna (a więc niegodna uwagi i językowego wyrażenia). O słoweńskim przywiązaniu do trunków (oraz raczej pozytywnym odbiorze Polaków do słoweńskiej postawy) wspominamy m.in. przy charakterze Polaka i jego skłonności do alkoholu, poza tym w rozdziale 6. Czas wolny – w związku z rekonstrukcją czasu poza pracą przedstawicieli obu narodów), a także w innych opracowaniach (Wacławek, Wtorkowska 2018c; 2019f).

pogosto prekomerno pijejo; deloholiki, ki radi ob priložnostih precej popijejo; veliko je alkoholizma, može być ona bardzo niebezpieczna: radi popivamo in sedamo za volan; v Sloveniji je visoka poraba alkohola ter tudi veliko žrtev zaradi le tega, saj zakoni ne omejujejo javno uporabo alkohola, tako kot na Poljskem.

W negatywnie wartościowanym modelu niewielkie liczebnie dane tworzą syndrom Słoweńca jako **interesownego konformisty**, hipokryty (A – 1% z 16,5%, H – 1% z 4,5% w omawianej klasie): *značaj tipičnega Slovence je po mojem mnenju malce prilagodljiv; prilagaja se različnim okoliščinam, ki vplivajo nanj na različne načine; menim, da smo prilagodljivi in ustrežljivi; včasih spreminja svoje mnenje, odvisno od ljudi, ki ga obkrožajo; izdajstvo, če gre za izpolnitev osebnih interesov; gostoljubni do tujcev (odvisno, iz katerega dela sveta ti tujci prihajajo); bywają interesowni; czasami konformiści; nie są skłonni do poświęceń; tchórzliwi, raczej nie wychylają się z masy; nie lubią, a nawet unikają, konfrontacji; będą ustawiać się tak, jak wiatr zawieje.*

Niewielka część danych tworzy umowną klasę tematyczną **'myślenie i działanie'** wskazującą na rekonstruowany zestaw niechlubnych słoweńskich cech dotyczący sfery intelektu i uzdolnień, aspiracji i stosunku do pracy (łącznie: A – 8,5%, H – 2%). Słoweńiec sam siebie zdecydowanie widzi jako osobę **posłuszną, podporządkowaną**, unizowaną (służalczą), mającą kompleks niższości i odznaczającą się brakiem pewności siebie (łącznie: A – 6% z 8,5% w rekonstruowanej klasie). To syndrom, który pod względem częstotliwości mocno wysunął się na prowadzenie w autostereotypie Słoweńca, a którego w ogóle nie dostrzegli (a raczej, którego w ogóle językowo nie wyrazili) polscy respondenci. Słoweńskie podporządkowanie, służalczość – jak zauważają ankietowani – ma uwarunkowanie kulturowe, historyczne: *podrejen; na žalost se preveč podreja-jo; iz preteklosti znajo biti (in se morda bolje počutijo) v podrejenem položaju; podrejenost Slovence se vidi v njegovem deloholizmu ter zgodovinskem razvoju; hlapčevstvo; „sindrom podrejenega/hlapčevskega naroda”, kar vidimo skozi zgodovino in kulturo Slovencev; vsem se stereotipno očita t. i. cankarjansko hlapčevstvo, torej neodločnost in sledenje pravilom drugih; hlapčevski; hlapec in ovca; značaj podložnika; poslušnost; včasih celo ponižnost, čeprav pogosto ne iz plemenitosti, temveč iz nekega občutka tlačenosti, strahu.* Oprócz służalczego podporządkowania Słoweńcy w negatywnie ocenianym zestawie cech charakterologicznych stereotypowego przedstawiciela swojego narodu wskazują na brak pewności siebie: *pomanjkanje samozavesti; moti me pomanjkanje samozavesti in neambicioznost; če pa govorimo o stereotipih, pa Slovenci veljamo za nesamozavestne* oraz kompleks niższości: *v večini z manjvrednostnim kompleksom; občutek manjvrednosti; Slovenci se počutijo manj vredne od velikih narodov; to, da ne cenimo lastnega dela, truda; ponavadi precej podvrženi primerjanju z drugimi in dokazovanju; preobremenjeni z drugimi.*

W modelu wartościowanym negatywnie cechy, które wcześniej ujmowane były jako pozytywne i/lub neutralne, ewentualnie ambiwalentne pod względem wartościowania, w ujęciu negatywnym nabierają nowego znaczenia. W związku ze stereotypowym,

uwarunkowanym kulturowo, poczuciem podporządkowania (służalczości), a także ceniением pracowitości, Słoweńcy dostrzegają u siebie tendencję do przesady w aktywności zawodowej, **pracoholizm**: *deloholiki; deloholičnost* (A – 0,5% z 8,5 w omawianej klasie). Z kolei Polacy, dostrzegający słoweńską (stereotypową) pracowitość, mogą oceniać ją jako przesadzoną (ujęcie ambiwalentne), a nawet nieprawdziwą, zarzucając południowemu Słowianinowi **lenistwo**: *leniwy; nierzadko leniwi; nieco leniwi (ale nie aż tak jak Chorwaci)*, a także nazbyt swobodny stosunek do obowiązków (łącznie: A – 2%, to wszystkie ekscerpty w tej klasie): *spóźnianie się i luźny stosunek do obowiązków; luźne podejście do wielu spraw, nieprzestrzeganie terminów czy ustalonej godziny; Słoweńcy spóźniają się, odwołują spotkania czy nie przychodzą na zajęcia, podając bardzo słabe powody. Często, gdy pytałam o coś nietypowego: „Dlaczego to robicie?”, odpowiedź brzmiała: „dlaczego nie?”*.

W niewielkim odsetku danych autostereotypowych rysuje się obraz Słoweńca jako człowieka **ograniczonego i zacofanego** (A – 2% z 8,5% w charakteryzowanej klasie): *časih mentalno omejen; ozkoglednost; bili naj bi tudi nazadnjaški; zapečarski; je veliko Slovencev še vedno zaplankanih, ki ne vidijo dlje od svojega nosu; na podeželju pa zaprtost glede napredka; mentalna konservativnost starejših prebivalcev*, w tym nietolerancyjnego: *nestrpen; časih tudi ne sprejemamo drugih ljudi najbolje (tujcev, ampak se mi zdi, da se počasi spreminja, mladina je bolj odprta glede tega); ne skrivajo sovražnosti do nekaterih narodov*. Brak wskazań heterostereotypowych pozwala na sugestię, że z perspektywy polskiej taka postawa nie jest typowa.

Jeśli chodzi o negatywnie wartościowaną **sferę emocjonalną**, to Słoweńiec – przede wszystkim we własnej ocenie – postrzegany jest jako **narzekający pesymista** (A – 8%, H – 3%). Wskazany syndrom współtworzy kilka cech deskryptorowych:

- a) pesymistyczny, czarnowidzący: *pesimističen; smo pesimistična nacija; pesimističnost; smo črnogledi, večno nezadovoljni (pa naj bo s politiko, vremenom, plačo ...); stereotipno se jih označuje za dokaj črnogled; Slovenci so zelo destruktivni, kar se kaže na več nivojih; odgovor na »kako si« ni nikoli dobro. Ker nikoli ni dobro, nagnjeni smo k temu, da bolj vidimo temno plat življenja; pogrešam več optimizma ter strasti do življenja; pesymistyczny; mówią o sobie, że są pesymistyczni;*
- b) skłonny do samobójstw: *veliko je samomorov; to, da ne cenimo lastnega dela, truda – visoka stopnja samomorilnosti; smo nagnjeni k samomorilstvu; tam [w regionie Prekmurje] jest dužo samobójstw; słyszalam, že chyba w całej Europie najwyższy odsetek samobójstw w Boże Narodzenie występuje właśnie w Słowenii;*
- c) często narzekający, marudzący: *precej jamrajo; jamranje je nacionalni šport; jamramo izredno veliko, ampak nič ne naredimo; vsesplošna vdanost v usodo, prepričanje, da je življenje muka in da se ne da nič narediti, ampak vsaj jamramo pa lahko; Slovenci se radi pritožujejo; ogromno se tudi pritožujemo; redki so popolnoma pomirjeni in zadovoljni; marudni; marudzący; podobno to maruderzy; z tendencją do narzekania; podobnie jak Polacy – lubią sobie ponarzekać;*

- d) zbyt poważny i zamartwiający się: *smo preveč resni; včasih bi bil rad bolj sproščen, ampak ne zna; tako pri Poljakih kot Slovencih opažam pomanjkanje smisla za samoironijo; navzven so zelo prijazni, navznoter polni skrbi in težav;*
- e) melancholijny i sentymentalny: *Slovenci so pogosto melanholični; melancholijny i sentymentalny; ze sporą dawką melancolii; sentymentalni, być może romantyczni.*

Jednostkowo odnotowano również **inne/różne** ekscerpty świadczące o wadach Słowenów, zebrane w niewielkiej klasie tematycznej (stanowiącej tylko H – 0,5% w zrekonstruowanym negatywnie wartościowanym modelu). Zgodnie z tym obrazem Słoweniec może być *skąpy, nudny* czy pozbawiony wartości (*brak wartości, więc pozornie są bardzo liberalni – masz wrażenie, że jest im wszystko jedno, obojętne*).

W ujęciu krytycznym, a właściwie samokrytycznym, słoweńscy ankietowani wykazali się wnikliwością obserwatorską i drobiazgowością opisu, zrekonstruowano liczne i różnorodne cechy, zachowania i postawy niechlubne konceptualizowanego krajana, którego – zgodnie z jednostkową opinią – nierzadko cechuje niemoc: *v družbi se želi izpostaviti kot vodja, inteligenten in sposoben posameznik, vendar velikokrat neslavno ne uspe; linija najmanjšega odpora – a hkrati velika sposobnost, ki pa zaradi nizke čustvene inteligence in pomanjkanja refleksije ne more priti do izraza*. Polskie wyimki ukazujące tę podkategorię nie były liczne, w większości wpisały się w zakreślone w słoweńskich wypowiedziach kręgi tematyczne.

4.2.4. Cechy precyzujące płęć

Materiał językowy umożliwił symboliczne wyekscerpowanie wybranych stereotypowych przymiotów przypisywanych konkretnej słoweńskiej płci. Niektóre cechy stanowiły powtórzenie względem zestawu atrybutów właściwych dla wszystkich reprezentantów narodu, część jednak jest nowych. Pozornie dane te stanowią nie najmniejszą grupę (A – 19%, H – 9%), jednak po „rozłożeniu” ich w ramy określonej konceptualizowanej płci dają niewielkie wyniki procentowe. Uzyskane rezultaty – ze względu na małą liczbę i takież odsetek – należy rozpatrywać jedynie jako wypowiedzi jednostkowe. Tabela 50 ukazuje rozkład ilościowy materiału.

Tabela 50: Cechy charakteru Słowenca ze względu na płęć – podział na klasy tematyczne (%).

Klasa	A	H
Charakter Słowenki	10	5
Charakter Słowenca	9	4
Razem	19	9

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Wyłaniający się z materiału sposób wartościowania umożliwił dalszy podział na cechy: a) pozytywne i/lub neutralne, b) ambiwalentne, c) negatywne.

4.2.4.1. Cechy charakteru Słowenki

Część danych, nieduża w przypadku ujęcia polskiego, pozwala na zasygnalizowanie wybranych cech charakteru słoweńskiej płci niewieściej (A – 10%, H – 5%). Tabela 51 prezentuje uzyskane wyniki ilościowe.

Tabela 51: Charakter Słowenki – podział na klasy tematyczne (%).

Stereotyp	Charakter Słowenki – wybrane cechy			Razem
	pozytywne i/lub neutralne	ambiwalentne	negatywne	
A	3,5	1,5	5	10
H	3,5	1,5	0	5

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Zarówno w danych auto-, jak i w heterostereotypowych dotyczących pozytywnie i/ lub neutralnie wartościowanych przymiotów natury psychospołecznej (A i H – po 3,5%) jasno zarysował się **model niezależnej** przedstawicielki narodu (A i H – po 3% z 3,5% w rekonstruowanej klasie), podkreślający takie cechy jak samodzielność, siła, wykształcenie, determinacja oraz równouprawnienie: *ženske so neodvisne; ženske so samostojne; ženske precej samozavestne in samostojne; ženske emancipirane; Slovenke so zelo uspešne na vseh področjih; ona – vztrajna; ženske – izobražene; silna, samostojna, wiele zawodzičca samej sobie i svojej determinaciji w działaniu; kobiety bardzo głośno postulują swoją niezależność i równouprawnienie; Słowenki zrobiły na mnie wrażenie kobiet silnych, zdecydowanych; z ambicjami emancypacyjnymi; kobiety są bardziej równouprawnione niż w Polsce; eksponująca niezależność i siłę charakteru, wewnątrz bardzo wrażliwa; kobiety są pracowite, często też rozważniejsze niż w Polsce. Ze względu na przejmowanie cech i ról stereotypowo przypisanych (słoweńskiemu) mężczyźnie (*šefice*), w opinii ankietowanych (których większość stanowiły kobiety) *ni več stereotipa, da so moški v ospredju*.*

Wśród jednostkowo wyrażonych wyimków (po 0,5% z 3,5% w A i H w omawianej klasie) wskazano również na miłe usposobienie słoweńskiej niewiasty: *ženske – prijazne; sympatyczna; z poczuciem humoru*. Mimo ukierunkowania na model niezależny kobietę ze Słowenii cechuje również nastawienie na rodzinę: *Slovenke pa si zelo rade ustvarjajo družino; ženske – družinske; starsze kobiety często potwierdzają ten „układ” [tradycyjny], bez reszty oddając swój czas i siły rodzinie*.

Niewielki odsetek danych tworzy kolekcję o nastawieniu **ambiwalentnym**

(A i H – po 1,5%) profilujący Słowenkę jako cichą, skromną i podporządkowaną, co może sygnalizować model przeciwstawny względem wcześniej opisanej niezależnej emancypantki: *ženske bolj tibe; ona – podredljiva; cicha, skromna; kobiety skromne i ciche; kobiety wydają mi się bardziej skromne*. W takim ujęciu Słowenka jest także zamknięta/niedostępna: *ženske bolj zaprte (vsaj na videz); ženske delujejo nedostopne*. Poza tym z perspektywy Polaków Słowenka może być postrzegana jako nazbyt pragmatyczna: *za bardzo nastawione na pragmatyczność, funkcjonalność*.

Połowa danych autostereotypowych rysuje obraz cech słoweńskiej płci żeńskiej o **wartościowaniu negatywnym** (A – 5%). Neutralnie (czy pozytywnie) wartościowany model kobiety niezależnej może przekształcić się w zawierający elementy o nacechowaniu negatywnym. Z jednej strony – (młodsza) Słowenka może być postrzegana w oczach krajan jako nazbyt wyzwolona (*zlasti mlajše ženske so v zadnjih desetletjih zelo prevzele zahodni „sproščeni” način vedenja skoraj brez vsake zadržanosti*) i wulgarna (*ženske so tudi vulgarne; ženske niso kulturne*), z drugiej zaś – (starsza) Słowenka przez swoją siłę i „władczość” profilowana jest jako **matrona** (*ženske: gospodovalnost; ukazovalnost; posesivnost*), która jest zazdrosna: *ženske: ljubosumje i niezwykle („patologicznie”) nadopiekuńcza wobec swoich mężczyzn: matere so patološko navezane na sinove, a si tega niso sposobne priznati, zato sinovo partnerko vidijo kot grožnjo, ki jo je treba premagati. Partnerke želijo „osvoboditi” partnerja s tem, da premagajo tašče, v resnici pa jo v najboljšem primeru le nadomestijo in pozneje same postanejo enake tašče*. W związku z tym, że duża część respondentek to osoby młode i relatywnie młode, zapewne wchodzące w rolę parnerki, żony i synowej, wskazany sposób konceptualizacji ujawnia ich perspektywę i osąd w związku ze stereotypowym postrzeganiem teściowej.

4.2.4.2. Cechy charakteru Słowenka (mężczyzny)

Niewielki był również odsetek wyimków dookreślających usposobienie słoweńskiego mężczyzny (A – 9%, H – 4%). Dane zbiera tabela 52.

Tabela 52: Charakter Słowenka (mężczyzny) – podział na klasy tematyczne (%).

Stereotyp	Charakter Słowenka (mężczyzny) – wybrane cechy			Razem
	pozytywne i/lub neutralne	ambivalentne	negatywne	
A	2	2	5	9
H	1,5	0	2,5	4

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Symboliczna część danych tworzy wybrane konceptualizowane **zalety** słoweńskiego mężczyzny (A – 2, H – 1,5%): *moški so prijazni; moški – veseli; moški želijo osnovati družino; moški so pridni; moški – delavni; sympatyczni; rozmowni; troskliwy; pracowity; praktyczny; ułożony; odpowiedzialny.*

Niewielki odsetek autostereotypowych wyimków tworzy kolekcję cech przypisywanych słoweńskiemu przedstawicielowi płci męskiej, które są **niejednoznaczne pod względem ewaluacji** (A – 2%). Potwierdzają one zamkniętość Słoweńców jako narodu i/lub „męską” niechęć do okazywania uczuć: *moški so zadržani; zaprti; ne izražajo čustev; moški ne marajo pokazati čustev.* Wskazano również tendencję do homoseksualizmu: *veliko moških je gejev.*

Największa część niewielkiej kolekcji cech charakteru przypisywanych słoweńskiemu mężczyźnie zarówno w auto-, jak i w heterostereotypie dotyczy właściwości **waloryzowanych negatywnie** (A – 5%, H – 2,5%). Zdaniem respondentów Słoweniec jest niedżentelmeński (zwłaszcza w porównaniu z Polakiem) i niekulturalny: *Slovenec ni gentleman; niso kulturni; moški so preprosti; ne spoštujejo žensk; niso tako zaščitniški do žensk kot Poljaki; v bontonu ni priučenega džentelmenstva kot na Poljskem; w Słowenii nie ma gentelmanów... no, po porostu nie ma facetów z kindersztubą; totalny brak tutaj [w Słowenii] džentelmenów; mężczyźni raczej nie są szarmanccy; mężczyźni na tle Polaków wyróżnia brak etykiety wobec kobiet, np. przy otwieraniu drzwi, pomocy przy niesieniu ciężkich pakunków czy pierwszeństwa przy wchodzeniu do sali zajęć; mężczyźni, z racji większego równouprawnienia kobiet, nie są džentelmenami.¹⁰⁸ Obraz niedżentelmena może łączyć się z wcześniej zasygnalizowanym portretem Słowenki, która jest lub – siłą rzeczy – musi być bardziej niezależna i samodzielna, co z kolei może wiązać się z męskim podporządkowaniem się: *moški so podrejeni ženskam, saj niso odločni; on – podredljiv; moški – copate; moški so patološko navezani na matere, a si tega niso sposobni priznati, kar vodi v konflikt med taščo in partnerko; mężczyźni szczególnie wyróżnia bardzo szeroko pojęte rozpieszczenie i bycie maminsynkiem.* Inne ujemne cechy pojawiały się jednostkowo, tylko w autostereotypie: *on – rad odneha; on – koruptiven; moški se hitro ujejijo; moški: neiskrenost; moški pogosto preveč nagnjeni h kapljici rujnega.**

4.3. Wnioski

W rekonstruowanym modelu cech charakteru, typowych postaw i zachowań konceptualizowanego Polaka/Słoweńca szczególnie ujęcie autostereotypowe odznaczało

108 Ciekawa na tym tle wydaje się wypowiedź jednej z Polek (już nieoczekującej męskiej/polskiej szarmanckości): *stylszalam, że zdaniem Polek tu [w Słowenii] mieszkających mężczyźni są mniej szarmanccy w stosunku do kobiet, niż jest to w Polsce (chodzi o takie gesty jak przepuszczanie w drzwiach, ustępowanie miejsca), nie zauważyłam jednak niczego takiego aż w tak mocnym stopniu. Może to wiąże się z tym, że i w Polsce swoista szarmanckość sprzed kilkudziesięciu/kilkunastu lat też zanika, kto teraz całuje kobietę w rękę i która kobieta tego oczekuje?*

się wnikliwością osądu, drobiazgowością ujęcia i dużym – zastanawiającym – samokrytycyzmem. Przede wszystkim słoweńscy respondenci okazali się wyjątkowo krytycznymi obserwatorami samych siebie. Mechanizm stereotypizacji zwykle opiera się na prostej opozycji ‘swoj–obcy’: własnej grupie przypisuje się cechy pozytywne, a obcej – negatywne. Zazwyczaj „Obcych” postrzega się jako zbiór jednostek w jakiś sposób podobnych do siebie, w dużym stopniu nie zauważa się cech wyróżniających jednostki. Z kolei w przypadku oceny „własnej” grupy łatwiej zauważalna jest złożoność jej struktury, oryginalność, różnorodność i unikatowość jej poszczególnych członków (por. Nelson 2003: 55–56). W przedstawionych badaniach wyraźnie wyeksponowano cechy negatywne, co ma swoje uzasadnienie. Nie zawsze autostereotypy są bardziej pozytywne niż heterostereotypy.¹⁰⁹

W opisach nierzadkie były różnego typu stereotypowe porównania względem określonej nacji – częściej Słoweńców do Polaków niż Polaków do Słoweńców (Polacy wykazali się mniejszą chęcią do porównań, być może w ten sposób manifestując swój polonocentryzm): *v primerjavi s Poljaki so Slovenci bolj neposredni, hitreje si lahko oseben; obnašamo se precej vljudno (kot tudi Poljaki); tako pri Poljakih kot Slovencih opažam pomankanje smisla za samoironijo; [Słoweńcy] podobnie jak Polacy – lubią sobie ponarżać. Komparacja była nierzadko na korzyść Polaka: *manj dostojanstveno prepiranje kot pri Poljakih; mężczyzn [Słoweńców] na tle Polaków wyróżnia brak etykiety wobec kobiet. W przypadku rekonstruowanego modelu charakteru Słoweńca, porównania dotyczyły też Słowian: *dobrze zorganizowani jak na Słowian, „słowiański Austriak”, a szczególnie przedstawiciele innych krajów bałkańskich: *so bolj zaprti od prebivalcev balkanskih držav; ko popustijo živci, je več kričanja („balkanski način”); mniej otwarty niż reszta bałkańskich braci; na bazie moich doświadczeń z innymi narodami bałkańskimi (Chorwaci, Serbowie, Czarnogórcy, Bośniacy) to bardzo „niemiecki” naród; nieco leniwi (ale nie aż tak jak Chorwaci).****

Polak bywa postrzegany zarówno jako człowiek uśmiechnięty, wesoły, energiczny i temperamentny, jak i jako niedoceniający się wybitnie narzekający pesymista. Podobnie postrzegany może być Słoweńiec – szczególnie skłonność do narzekania przedstawiciele obu nacji. W przypadku rodaka Petera Prevca uwidacznia się jeszcze „poważna natura”, której nie przypisuje się stereotypowemu Polakowi. Zarówno

109 Jak podkreśla socjolożka Aleksandra Jasińska-Kania, tendencja do obniżania się oceny własnej grupy i deterioracja autostereotypu pojawia się w okresie jakiegoś kryzysu (Jasińska-Kania 2003: 23 i n.). Wyniki badania ukazują konceptualizację odtworzoną z danych „wywołanych” uzyskanych od konkretnej grupy respondentów i ukazują ich sposób konceptualizacji analizowanego fragmentu językowego obrazu świata. Dużą część naszych respondentów stanowili młodzi ludzie, którzy m.in. widzą świat nierzadko w większym kontraście, mają większą skłonność do krytycznego podejścia, a – jak wynikało z metryczki – część z nich próbowała odnaleźć się na rynku pracy, co w przypadku słoweńskich ankietowanych nie zawsze kończyło się sukcesem (niektórzy badani określili się jako osoby bezrobotne). Zakładamy, że m.in. te czynniki wpłynęły na wysoki odsetek danych tworzących model o nacechowaniu negatywnym.

Polak, jak i Słoweniec może być oceniany jako uzdolniony i wykształcony – choć każdy z nich w innym zakresie. Mieszkaniec kraju nad Wisłą zwykle nie włada językami obcymi, co w kontakcie z obcokrajowcem stanowi zauważalne utrudnienie. Inaczej jest w przypadku południowego pobratymca – ten odznacza się wybitnymi, zwłaszcza na tle Polaka, umiejętnościami językowymi, które chętnie wykorzystuje podczas kontaktu z cudzoziemcem. Polak przez Słoweńca został doceniony za „mocny charakter” (dużą siłę psychiczną), której jednak sam charakteryzowany w ogóle nie dostrzegł u siebie. W heterostereotypie w modelu o wartościowaniu pozytywnym Polak lub Słoweniec – czyli przez przedstawiciela drugiej nacji, a nie przez samego siebie – jest odbierany jako człowiek uprzejmy, dobrze wychowany. Dodatkowo, w przypadku polskiego mężczyzny wyraźnie podkreślono stereotypową szarmanckość i galanterię wobec dam – na tym polu słoweński przedstawiciel płci męskiej wypadł wyjątkowo słabo. Przede wszystkim przez zewnętrznego kulturowo odbiorcę zarówno Polak, jak i Słoweniec postrzegany jest jako przyjacielski/przyjazny i chętny do pomocy. U samego siebie i siebie nawzajem oboje doceniają zaś „słowiańską” gościnność, a także towarzyskość.

Nieco odmiennie konceptualizowana jest otwartość/zamkniętość przedstawicieli obu nacji. Dla klarowności wyводу przedstawimy ten deskryptor oddzielnie. W modelu o nacechowaniu pozytywnym i/lub neutralnym Polak przez Słoweńca odbierany jest jako osoba otwarta w szeroko rozumianych interakcjach i w sposobie oglądu świata. Przypisywana otwartość może jednak być ograniczona (nie ujawniać się na początku kontaktu lub może w ogóle się nie ujawnić, jeśli cudzoziemiec nie mówi po polsku, gdyż typowy Polak raczej może mieć problem z wypowiedzeniem się w innym języku niż w swoim). Sam siebie Polak zbyt często nie postrzega jako osobę otwartą (ale za to zauważa swą rodzinność). Widoczna jest wyraźna polaryzacja dwóch przeciwstawnych modeli – polskiej (niby) otwartości i zamkniętości. W heterostereotypie mimo wskazanej pozytywnie ocenianej otwartości, bardzo wyraźnie zarysował się model opozycyjny – Polak częściej odbierany jest jako ktoś zamknięty, w tym będący nietolerancyjnym ksenofobem, nacjonalistą i osobą uprzedzoną do mniejszości seksualnych. Innymi słowy, *choć Polska staje się coraz bardziej otwartym krajem, to jednak zauważyć można przejawy nietolerancji w stosunku do tego, co Polakom jest obce i nieznanne*, w tym Polak jest *mało tolerancyjny na zachowania spoza kanonu katolickiego*, a zatem uwidacznia się jego wysoka tolerancja społeczna na nietolerancyjność. Z kolei w przypadku Słoweńca mimo przypisywanej mu stereotypowo zamkniętości (zdystansowania, niewylewności i nieufności) mocno i coraz częściej odznacza go postawa odwrotna – duża otwartość na innych i inność, większa tolerancja, liberalność, postępowość i przez to większa „europejskość”, szczególnie w porównaniu z postawą Polaka.

W modelu pozytywnym Polak głównie sam siebie postrzega jako ambitnego, z pewnością przez siebie i przez Słoweńca odbierany jest za pracowitego – jak chce,

a przede wszystkim, gdy jest dobrze opłacany, potrafi efektywnie pracować, szczególnie dobrze to robi za granicą. Stereotypowy przedstawiciel kraju nad Wisłą potrafi być bardzo praktyczny, zaradny i pomysłowy – to pan „złota rączka”. Dzięki wskazanym predyspozycjom jest elastyczny, umie odnaleźć się w różnych sytuacjach nawet mimo przeciwności losu. W modelu o wartościowaniu ambiwalentnym umiejętności dostosowawcze ukazują go jako sprytnego kombinatora, a w negatywnym jako leniwego, interesownego cwaniaka i złodzieja, wtedy jest ograniczony, nieracjonalny, niemyślący przyszłościowo, a hołdujący *zasadzie „jakoś to będzie”*, poza tym ma skłonność do mocnych trunków. W przypadku niektórych elementów można odtworzyć podobny schemat w przypadku rekonstrukcji konceptu Słoweńca. Słoweniec, szczególnie w ujęciu autostereotypowym, to człowiek pracowity jak mrówka, poza tym jest uporzędkowany, dobrze zorganizowany i praktyczny. Podobnie jak Polak potrafi sam wszystko naprawić. Z pewnością „brak” mu jednak polskiej finezji w kombinowaniu. Ze względu na stereotypowo przypisywane Słoweńcowi zamkniętość, pracowitość, solidność, poukładanie, racjonalność i raczej spokojny charakter, bywa w rzadkich, ale znaczących, ekscerptach określany jako „słowiański (słoweński) Austriak”. Jego zachowanie świadczy o tym, że jest podobny do Austriaków/Niemców, nie chce identyfikować się z Bałkanami, choć to część jego tożsamości kulturowej, która czasem się też ujawnia (nie zawsze w zbyt chlubnych zachowaniach). Ze względu na kulturowe i historyczne uwarunkowania Słoweniec wciąż ma poczucie pracowitości połączone ze służalczością, podporządkowaniem się.

Zarówno Polak, jak i Słoweniec utożsamiają się ze swoim narodem, są dumni ze swojej polskości/słoweńskości, czują i pozytywnie wartościują swoją przynależność do ojczyzny. Polak przez samego siebie i przez Słoweńca jest percypowany jako romantyczny patriota – zdolny do wielkich porywów w chwili zagrożenia. Należy dodać, że w ujęciu autostereotypowym na co dzień rodak Roberta Lewandowskiego jest niezwykle skory do waśni, skłonny do tworzenia sobie „polskiego piekiełka”. Z pewnością częściej to patriota globalny (ogólnokrajowy) niż regionalny/lokalny, mniej już stereotypowo podkreślający swoją katolickość i pobożność. Wciąż bywa mimo to tradycyjalistyczny i konserwatywny. Z kolei Słoweniec bardziej niż przynależność do narodu może podkreślać przynależność do regionu. W heterostereotypie wyrażono różnorodność charakterologiczną Słoweńców, która ma wynikać z regionalnego pochodzenia Słoweńców i zróżnicowania Słowenii. W modelu słoweńskiego charakteru (w tej części materiału ankietowego) nie wyrażono informacji dotyczących stosunku do religii, co może świadczyć, że ta sfera nie musi być kluczowa w rekonstruowanym koncepcie.

W negatywnie profilowanym modelu Słoweniec może być postrzegany jako niekulturalny, taki rys nieobcy jest również Polakowi, ale to Polak każdego stanu społecznego, zawodu i płci jest wulgarny – *lubi rzucić mięsem* i ta cecha z pewnością wyróżnia

go na tle innych narodów. Poza tym jako ekspedient bywa szczególnie niemiły dla cudzoziemców. Polak bywa także egocentrycznym bufonem. Nieco inaczej profilowane, a przede wszystkim inaczej kulturowo uwarunkowane egocentryczne zarozumiałstwo może być również przypisywane Słoweńcowi. Mimo wskazanych wielu zalet Słoweńca ma on również sporo konceptualizowanych wad – m.in. ma wyraźną tendencję do zawiści, jest kłótliwym zazdrośnikiem i materialistą i lubi „pokazać się” – wszystko to szczególnie ujawnia w kontaktach z sąsiadem. Mieszkaniec kraju nad Sawą, Drawą i Soczą bywa także interesownym i nie lubiącym się wychylać konformistą.

Warto przywołać również pojawiające się rysy charakterologiczne związane z daną płcią przedstawicieli obu nacji. Mimo niewielkiego ilościowo materiału, dane okazały się interesującym badawczo dopełnieniem rekonstruowanego obrazu. W przypadku cech charakteru profilowanych ze względu na płć w stereotypie Polki wyłaniają się dwa modele: a) niezależnej, b) tradycyjnej – w zależności od wartościowania odpowiednio dookreślanej. W pozytywnie wartościowanym modelu kobiety niezależnej Polka jest postrzegana jako aktywna zawodowo, dobrze wykształcona, ambitna i rozważna – w wersji idealistycznej to ona „buduje” *rodzinę i ten kraj*. Z pewnością jednak polska kobieta wydaje się być postrzegana jako mniej wyemancypowana niż słoweńska. Zgodnie z drugim modelem polska tradycjonalistka to kochająca żona, dobra gospodyni, troskliwa matka i opiekunka ogniska domowego. Bez względu na to, jaki model będzie realizować konceptualizowana Polka, będzie chciała robić wszystko idealnie – co budzi jej frustracje. Poza tym czuje się niedoceniana przez innych, ale i sama się nie ceni. W przypadku pozytywnie (i neutralnie) wartościowanych cech polskiego mężczyzny zasadniczo określono go jako dżentelmena, co mogło ostatecznie okazać się pustym gestem lub *de facto* świadczyć o niższej pozycji kobiet. Z pewnością w polskiej kulturze specyficznie jest postrzegana męska rycerskość i wynikająca stąd rola kobiety: *Polacy uważani są za wspaniałych ułanów, koń i dziewczyna, z naciskiem na rumaka jako numer jeden*. W negatywnie wartościowanym modelu polski mężczyzna jest m.in. określany jako pozbawiony szarmanckości i kultury oraz nadmiernie przywiązany do alkoholu. Słoweńska kobieta w oczach polskich i słoweńskich respondentów (a raczej respondentek) jawi się jako zdeterminowana i wyemancypowana, bywa jednak i odwrotnie – jest cicha i skromna – to słabo zasygnalizowany profil stereotypu. W ujęciu negatywnym młoda Słowenka jawi się jako wyzwolona i wulgarna, a starsza jako władczą matrona nadmiernie zazdrosna i posesywna względem swoich mężczyzn, szczególnie syna. Słoweński mężczyzna zwyczajowo postrzegany jest jako niedżentelmeński, przypisuje mu się jednak pracowitość oraz inne cechy stereotypowo postrzegane jako typowe dla Austriaka albo Niemca. Poza tym bywa gejem, a jeśli jest heteroseksualny i natrafi na zbyt silną kobietę, podporządkowuje się jej. Zdarza się, że spożywa nadmierną ilość alkoholu, wtedy jest niebezpiecznym kierowcą.

Powstały obraz charakteru Polaka i Słoweńca ukazuje ich jako postaci barwne i wieloaspektowe. Jak wykazałyśmy, szczególnie w autostereotypie odznaczono się przenikliwością refleksji i dużym krytycyzmem. Tu jako egzemplifikację przywołujemy wyimek dotyczący polskiego charakteru: *rację miał Norwid: „Polacy to naród wielki, społeczeństwo żadne”. Niestety, to nadal aktualne!* Bez względu na to, czy zgodzimy się z tym osądem, czy zaprzeczmy mu, trudno nie zgodzić się z jednym: *Polacy są narodem bardzo zróżnicowanym*. Na koniec warto też zacytować dłuższy fragment z dwóch wypowiedzi charakteryzujących Słoweńców:

- *To, co wydaje mi się szczególne, to ich charakter narodowy – zachowują porządek jak mieszkańcy Austrii, jednocześnie są bardzo otwarci i przyjacielscy, jak przedstawiciele krajów bałkańskich i Włosi.*
- *Jako nacja są z jednej strony ciekawą mieszanką genetycznych i kulturowych wpływów sąsiednich krajów, a z drugiej dość zamkniętym i wsobnym „plemieniem” zapatrzonym w „swoje” wartości, żyjącym w lęku przed rozmyciem się w multikulturowym świecie.*

We wspomnianym multikulturowym świecie siłą rzeczy stajemy się coraz bardziej podobni do siebie. Zatem oprócz i obok badania różnic narodowych warto skupić się na podobieństwach, rekonstruowaniu językowo-kulturowych stereotypowych wyobrażeń związanych z pewnym uniwersum kulturowym, w tym z byciem Europejczykiem w ogóle.

Pieniądze szczęścia nie dają, ale żyć pomagają
przysłowie (we współcześnie rozszerzonej wersji)

Czy potrafimy wyobrazić sobie świat bez pieniądza?
Na to pytanie mogliby odpowiedzieć twierdząco tylko
zwolennicy utopii lub wyznawcy teorii katastrof.

René Sédillot, *Moralna i niemoralna historia pieniądza*

5. Stosunek do pieniądzy

Autor motta, francuski historyk i dziennikarz René Sédillot twierdzi, że „[...] doskonały wynalazek – pieniądz – otworzył przed człowiekiem nieoczekiwane perspektywy, ułatwiając wymianę i tworząc podstawy wolnej gospodarki. Był to przełom, umożliwiający przejście od prehistorii do historii, od stagnacji do ekspansji” (Sédillot 2002: 7). Każdą dziedziną życia człowieka rządzi pieniądz lub jest z nią przynajmniej w jakiś sposób związany (Needleman 1995: 2).

Pieniądz, słn. *denar* – artefakt tworzony i produkowany przez ludzi i dla ludzi, jedyna z podstawowych form własności – jest definiowany podobnie w polskich i słoweńskich słownikach, jako ‘środek płatniczy przyjmowany w zamian za towary i usługi lub zwalniający od zobowiązań’ oraz ‘moneta lub banknot obiegowy’ (USJP III: 118; SSKJ 127–128). Słoweńska eksplikacja dodatkowo zawiera informację o tym, że pieniądz jest miernikiem wartości: *splošno veljavno plačilno sredstvo in merilo vrednosti* (SSKJ: 127–128). Definicja leksykograficzna wskazuje podstawowe elementy, a więc to, czym jest pieniądz, oraz to, do czego służy, dzięki temu określa jego wartość i zasadnicze funkcje. Nie wyjaśnia jednak w wystarczającym stopniu najważniejszego – człowieka i jego stosunku do pieniądza, a przecież antropocentryczny punkt widzenia determinuje, a więc i relatywizuje, treści zawarte i ewokowane w znaczeniu słów. Wartości stanowią rdzeń każdej kultury – ich rozpoznanie i odpowiednie się ustosunkowanie do nich to czynnik determinujący tożsamość jednostkową i grupową. Pieniądz zalicza się do wartości instrumentalnych (Puzynina 1992: 39 i nast.), dlatego nie jest jednoznacznie wartościowany. Jego waloryzowanie rozciąga się między postawą aprobującą a krytykującą (wartości materialne *versus* wartości duchowe). Pełni funkcję służebną, stanowiąc narzędzie dostępu do pożądaných dóbr, dlatego przez wielu może być utożsamiany z symbolem tego, co cenne, dające poczucie wolności i władzy (Filar 2018: 50 i nast.).

Naszym celem jest rekonstrukcja wycinka językowego obrazu świata dotycząca stosunku do pieniądzy Polaka i Słoweńca. Wyekscerpowany materiał został

sprawdzone do 3 ogólnych zakresów tematycznych: 1) wartościowanie pozytywne i/ lub neutralne, 2) wartościowanie negatywne, 3) inne. Granica między oceną pozytywną a neutralną bywała trudna do uchwycenia, dlatego zdecydowaliśmy się na wspólne przedstawienie obu sposobów wartościowania. Opis jakościowy pozwala jednak na wskazanie ewentualnych różnic.

5.1. Polaka stosunek do pieniędzy

Z wypowiedzi na temat polskiego stosunku do pieniędzy zostało wyodrębnionych łącznie 456 ekscerptów – 247 z polskich danych i 209 ze słoweńskich. Suma wszystkich wyimków zebranych w danym ujęciu (autostereotyp / heterostereotyp) stanowi wartość 100%.¹¹⁰ Tabela 53 zbiera uzyskane wyniki w przeliczeniu na dane procentowe.

Tabela 53: Polaka stosunek do pieniędzy – podział na podkategorie (%).

Stereotyp	Podkategorie			Razem
	Wartościowanie pozytywne i/lub neutralne	Wartościowanie negatywne	Inne	
A	31	59	10	100
H	68	19	13	100

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Już wstępna analiza zebranych danych językowych wykazała znaczące dysproporcje ilościowe i jakościowe w sposobie wartościowania polskiego stosunku do pieniędzy przez przedstawicieli obu nacji: zdecydowanie wysoki odsetek wyimków o nacechowaniu dodatnim lub neutralnym występujący w wypowiedziach ankietowanych Słoweńców oraz wyraźnie zarysowany krytycyzm oceny w ekscerptach konceptualizujących ujęcie autostereotypowe.

5.1.1. Wartościowanie pozytywne i/lub neutralne

Przeważający odsetek egzemplifikacji w heterostereotypie (H – 68%) i stosunkowo duży w autostereotypie (A – 31%) stanowią cytaty świadczące o dodatnio bądź neutralnie ewokowanym postrzeganiu stosunku do pieniędzy (stereo)typowego Polaka. Dane językowe zebrane w tej podkategorii zostały zakwalifikowane do odpowiednich klas tematycznych i deskryptorów, ujętych w tabeli 54.

¹¹⁰ Sumy wyimków (W) w auto- (A) i heterostereotypie (H): $W_A = 247$ (100%) i $W_H = 209$ (100%).

Tabela 54: Polaka pozytywnie i/lub neutralnie wartościowany stosunek do pieniędzy – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).

Klasy tematyczne (i w ich obrębie deskryptory)		A		H	
		Osobno	Wspólnie	Osobno	Wspólnie
Pieniądze są ważne	pieniądze są ważne (<i>expressis verbis</i>)	8	8	18	27
	szacunek dla pieniędzy	0		9	
Oszczędność	oszczędność (<i>expressis verbis</i>)	13	16	19	25
	oszczędność cechą regionalną	2		0	
	skromność życia	1		6	
Inne pozytywne		7		16	
Razem		31		68	

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Analiza materiału językowego pozwoliła na zrekonstruowanie modelu Polaka, dla którego **pieniądze są ważne**, który je szanuje i dlatego ma do nich odpowiedni stosunek – taki sposób konceptualizacji wyraźnie uwidocznił się w heterostereotypie, a słabo w ujęciu autostereotypowym (łącznie: A – 8%, H – 27%). Z dużą częstotliwością odnotowano opinię o wysokiej randze pieniądza, dzięki użyciu *expressis verbis* przymiotnika **ważny** – słń. *pomemben*, ewentualnie określił mu semantycznie pokrewnych (A – 8%; H – aż 18% z 27% w omawianej klasie): *pieniądze są dla Polaków bardzo ważne; są ważne; ważny aspekt życia; [zależy im] na zarabianiu; zależy im na pieniądzach; Polacy lubią pieniądze; denar je pomemben; zelo pomemben element; vedo, da je pomemben za preživetje; pripisujejo mu velik pomen; menim, da veliko dajo na denar; denar igra veliko vlogo; v današnjem času brez denarja pač ne gre. Ze słoweńskiej perspektywy polskie przywiązanie do pieniędzy nie oznacza, że są one celem samym w sobie, lecz dobrem pomocnym w osiągnięciu celów: *denar jim ni glavni cilj, ampak le sredstvo za dosego drugega cilja; denar je dobrina, ki je potrebna za preživetje, torej nakup avtomobila, stanovanja, preživljanje družine. Zgodnie z konceptualizowanym słoweńskim wyobrażeniem mieszkancie Polski szanuje i ceni pieniądze* (H – 9% z 27% w tej klasie): *spoštujejo denar; cenijo denar*, gdyż ma do nich dobry i zdrowy stosunek: *zdrav odnos; zelo pameten odnos* i dlatego mądrze nimi gospodaruje: *denar porabljajo razumno; precej preudarni z denarjem*, nie wydając ich bez potrzeby: *denarja ne zapravljajo po nepotrebem; gledajo denar; preden ga zapravijo*.*

W zrekonstruowanym modelu mocno została wyeksponowana **oszczędność** Polaka i jego **skromność w wydatkach** (łącznie: A – 16%, H – 25%). Ankieterzy

przedstawiciele obu narodów postrzegają i określają Polaka *expressis verbis* jako **oszczędnego** (A – 13% z 16%, H – 19% z 25% w omawianej klasie): *oszczędni; są oszczędni; Polacy są oszczędni; raczej oszczędni; w większości oszczędni; większość oszczędza; oszczędność; oszczędny; oszczędzamy; oszczędzają; umieją oszczędzać; osoby oszczędne i przeliczające pieniądze; varčni; Poljaki so varčni; zelo varčni; menim, da so Poljaki zelo varčni; na splošno pa so varčni; menim, da so precej varčni; varčen [odnos]; varčnost; varčujejo; varčujejo denar; šparajo*. Taka postawa powoduje, że z perspektywy południowego pobratymca Polak kupuje towary w cenach promocyjnych: *v trgovinah pogosto kupujejo izdelke po nižjih cenah in sledijo akcijam ter znižanjem; Poljaki obožujejo razne popuste*, ale w oszczędzaniu nie przesadza: *ne pretirano nagnjeni k varčevanju; varčen [odnos], vendar ne preveč; zmerno trošenje do varčnost*. Słoweńscy badani zwerbalizowali też przyczyny oszczędności konceptualizowanego Polaka, upatrując je w spłaceniu kredytu lub zbieraniu na ślub czy mieszkanie: *[varčni,] večina odplačuje kak kredit; varčujejo denar, da ga potem namenijo poroki ali stanovanju*. Dodatkowo, nieliczne polskie wypowiedzi rysują model **oszczędnego** Polaka pochodzącego z **wybranego regionu** (A – 2%): *ponieważ jestem z Wielkopolski, dominuje u nas oszczędność i praktyczność: jeśli coś nie będzie miało wielu zastosowań, nie wytrzyma dłuższego okresu, nie ma sensu tego kupować; w Wielkopolsce pieniędzy na bzdury wydawać nie lubimy; Krakus oszczędza, nie wydaje pieniędzy, jeśli nie musi*. Część ekscerptów z tej klasy, głównie z heterostereotypu, to kolekcja sprowadzona do deskryptora ukazującego Polaka jako osobę umiejącą **żyć skromnie**, nienarzekającą, a doceniającą to, co ma (A – 1% z 16%, H – 6% z 25%): *umieją skromnie żyć; so bolj skromni; moje prijateljice so bile pretežno iz kmečkih družin in niso imele veliko denarja, vendar se niso nič pritoževale glede tega, ampak so se znašle; živele so dokaj skromno, niso si veliko privoščile, vendarle so bile zelo zadovoljne in hvaležne*. Polacy zdaniem Słoweńców potrafią być minimalistami, żyć dobrze i wygodnie, dysponując ograniczonymi zasobami finansowymi: *способni si urediti udobno življenje z omejenimi sredstvi; znajo si urediti dobro življenje z minimalnimi sredstvi*.

Osobną klasę wyimków (A – 7%, H – 16%) współtworzą ekscerpty świadczące o **innych** niż omówione, pozytywnie wartościowanych cechach Polaka, związanych z jego postawą względem pieniędzy. Konceptualizowany mieszkaniec kraju nad Wisłą:

- a) nie jest materialistą (tylko w osądzie Słoweńców), bardziej niż pieniądze ceni rodzinę i dobre stosunki: *menim, da niso materialisti; po mojem mnenju Poljaku in Poljakinji denar ni visoko na lestvici prioritet; menim, da so bolj pomembni medsebojni odnosi, denar pa je le 'nujno zlo', ki ga človek potrebuje, da preživi; družina in dobri odnosi jim pomenijo več kot denar; to ni njihova največja vrednota; denar za njih ne predstavlja vsega; ga [denarja] ne kujejo v zvezde; bywa, że nie oszczędza też na książkach: *kar se tiče knjig – vse bogastvo bi dali zanje;**

- b) jest hojny, szczodry, bezinteresowny: *hojni w stosunku do innych; chętnie dzielimy się tym, co mamy (liczne akcje charytatywne, zbiórki pieniędzy na jakiś cel); umieją dać dużo bezinteresownie, od serca, w dobrej sprawie lub z impulsu; ci, którzy mają pieniądze, potrafią się dzielić; radodarni; kar pa sem doživela, so radodarni; označila bi jih kot precej radodarne, se na denar ne ozirajo; niso skopi; zdi se mi, da niso poblepni; ko gre za bližnje osebe (npr. darila), se na denar ne ozirajo;*
- c) jest gościnnie i pomocny: *sa jednak [mimo iż czują się biedniejsi od innych w Europie] gościnni i pomocni; czym chata bogata, tym rada; radodarni pri pogostitvah in skrbi za goste.*

5.1.2. Wartościowanie negatywne

W autostereotypie ponad połowa wszystkich wyimków na temat polskiego stosunku do pieniędzy tworzy model o negatywnym wartościowaniu, co stanowi zarazem przeszło dwukrotnie wyższy odsetek werbalizacji niż w przypadku modelu ukazującego pozytywne i/lub neutralne nacechowanie (A – 59%). Słoweńskie ekscerpty budujące koncept o nastawieniu krytycznym to 19% wszystkich wyimków zarejestrowanych w tej kategorii. Tabela 55 zbiera wyniki.

Tabela 55: Polaka negatywnie wartościowany stosunek do pieniędzy – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).

Klasy tematyczne (i w ich obrębie deskryptory)		A		H	
		Osobno	Wspólnie	Osobno	Wspólnie
Narzekanie na brak pieniędzy	narzekanie	7	21	0	0
	przyczyny i/lub skutki	14		0	
Nieoszczędność i inne	nieoszczędność	10	15	6	6
	<i>Zastaw się, a postaw się</i>	5		0	
Pieniądz wyznacznikiem wartości	Polak jako materialista	7	10	1	5
	życie na pokaz	3		4	
Nadmierna oszczędność, skąpstwo		5		8	
Inne negatywne		8		0	
Razem		59		19	

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

W autostereotypie najmocniej zarysowała się klasa tematyczna ukazująca polskie **narzekanie na brak pieniędzy** i związane z tym **wskazywanie przyczyn i skutków**

uskarżania się na niedostatek środków finansowych (łącznie: A – 21%), tego typu konkretyzacje nie zostały zarejestrowane w materiale pochodzącym ze słoweńskich ankiet. Polaków cechuje wyrażona wprost skłonność do narzekania na brak pieniędzy (A – 7% z 21% w tej klasie): *narzekam na brak siana; narzekamy, że nie mamy pieniędzy; [Polacy lubią] narzekanie na ich [pieniążków] niedostatek; pieniędzy ciągle jest mało; zawsze jest ich za mało; nigdy nie wystarczająco; my pieniędzy wiecznie nie mamy; brak pieniędzy*. Badani wskazali przyczyny i skutki takiej postaci rzeczy (łącznie: 14% z 21% w omawianej klasie). Zgodnie z interpretacją językową rodzimych badanych Polak bardzo mało lub zbyt mało zarabia (5% ze wskazanych 14%): *mało zarabiają; większość nie zarabia dużo; chcieliby żyć na poziomie, jaki znają z telewizji, a zarabiają mało jak na warunki zachodnioeuropejskie*, dlatego musi oszczędzać, *aby kupić np. nowy samochód, telewizor, zrobić remont mieszkania, spłacić kredyt (spłacanie wieloletnich wysokich kredytów; Polacy wiszą na wieloletnich kredytach) lub odłożyć na niespodziewane wydatki (odkładanie pieniędzy na „czarną godzinę”)*. Za niewystarczające zarobki tak konceptualizowany Polak wini sytuację ekonomiczną kraju (3% ze wskazanych 14%): *niestety, wynika to głównie z sytuacji ekonomicznej naszego kraju; wynika to być może z tego, że Polska prawie nigdy nie była krajem bogatym, w którym można godnie zarabiać; myślę, że Polacy czują się biedniejsi od reszty Europy; wszystko drożeje; ceny wszystkiego idą bardzo szybko do góry, poza tym ludzie wciąż pamiętają czasy komunizmu i oszczędzają na każdym kroku*. To niskie zarobki są zdaniem ankietowanych główną przyczyną emigracji zarobkowej Polaków (4% ze wskazanych 14%): *ze względu na niskie płace coraz więcej Polaków decyduje się na migracje zarobkowe; gotowi dla zarobku opuścić swój kraj, co też nie jest wyjątkowo zadziwiające, biorąc pod uwagę wysokość i adekwatność zarobków w Polsce, często wyjeżdżają za granicę za „lepszym życiem” – większymi zarobkami i wyższym standardem życia*. Jedynie z nielicznych eksceptów zarysowuje się obraz przeczący sądom, jakoby w Polsce zarabiano się mało, wiążący skłonność do narzekania z odwiecznym polskim kompleksem (2% ze wskazanych 14%): *zarabiamy nie najgorzej, a [ciągle narzekamy, że] pieniędzy ciągle nie mamy; kompleks, że jesteśmy biednym narodem, co nie do końca jest zgodne z prawdą; narzekamy, że nie mamy pieniędzy, czujemy się gorsi, a nie chcemy zobaczyć, co dzieje się na świecie i niejednokrotnie nie zdajemy sobie sprawy z tego, co to tak naprawdę znaczy „nie mieć na chleb”*.

Z autostereotypowo postrzeganą polską tendencją do narzekania na brak pieniędzy wiąże się to, że Polak w osądzie badanych z obu krajów, a szczególnie z własnego – **nie potrafi oszczędzać**, posądzany jest o **rozzrutność** i **niegospodarność** (łącznie: A – 15%, H – 6%). Ze względu na różnice w ilościowym i jakościowym rozkładzie materiału najpierw przybliżymy model zarysowany z ujęcia autostereotypowego. Zgodnie z zebrany materiałem językowym Polacy postrzegają swojego konceptualizowanego rodaka jako nieoszczędnego, nieszanującego pieniędzy, nieprzywiązującego do nich wagi oraz rozzrutnego (10% z 15% w omawianej klasie): *do pieniędzy nie przywiązuje zbyt*

wagi; nie przywiązuje do nich [do pieniędzy] wagi; potrafią być rozrzutni (w chwilach zapomnienia się); jedni są bardzo rozrzutni; Polak zarabia mniej od Niemca, a wychodząc z restauracji, zostawia napiwek w wysokości 10 euro, Niemiec zaś 2 euro – tutaj widać tę naszą rozrzutność; [stosunek do pieniędzy jest] dość swobodny i czasem bezmyślny, lekkoduszny [stosunek do pieniędzy] – łatwo przyszło, łatwo się wyda; wydajemy na zbytki; z nieodkrytych jeszcze przeze mnie powodów pieniądze się ich nie trzymają. Takie podejście oznacza, że stereotypowy Polak nie myśli perspektywicznie, nie dba o zabezpieczenie się finansowe na przyszłość: nie myśli o oszczędzaniu i zabezpieczeniu swojej emerytury i przyszłości swoich dzieci; jako naród nie jesteśmy skłonni do ciulania pieniędzy, ponieważ zbyt często w historii w jednej sekundzie przodkowie nasi tracili dorobek całego życia. Niektórzy polscy respondenci nieumiejętność oszczędzania Polaka próbowali tłumaczyć dawną konieczną zasadą kompensacji – inteligenci nie mieli pieniędzy, więc nie uznawali ich wartości: dawniej przez lata lekceważący [stosunek do pieniędzy]; do 1989 powszechne łączenie statusu inteligenta z mizernym stanem posiadania, wręcz pogarda dla dóbr materialnych i tzw. „dorobkiewiczów”; priorytet wiedzy, intelektu nad pieniądzem jako sposób radzenia sobie z niedostatkiem w czasach powojennych – dziś powoli się to zmienia. Zgodnie z conceptualizacją z części polskich ekscerptów stereotypowy Polak wciąż postępuje zgodnie z przysłowiową zasadą **Zastaw się, a postaw się** (A – 5% z 15% w omawianej klasie tematycznej): jak najbardziej istnieje zjawisko zgodne z przysłowiem „Zastaw się, a postaw się”; wciąż jeszcze w Polsce funkcjonuje też zasada „Zastaw się, a postaw się”, czyli zapożyczanie się w celu urządzenia wesela czy innego przyjęcia w sposób godny, a nawet wystawny; [wydajemy na] ogromne, huczne wesela, czasem żyjemy ponad stan, zadłużamy się, bo Polakom wydaje się, że „jakoś to będzie”; nie lubimy rezygnować z marzeń – rzadko jesteśmy zimnymi realistami. Krytyczny model nakreślony z perspektywy słoweńskiej potwierdza polską **nieoszczędność/rozrzutność**, uwypuklając niegospodarność, brak poszanowania wspólnych, w tym publicznych, dóbr (H – 6%): *zdi se mi, da imajo Poljaki včasih težave z upravljanjem z denarjem; nagnjenost h kritiziranju domnevno pretirane javne porabe*, a także roztrwianie pieniędzy na używki, jak papierosy i alkohol oraz wakacje czy udział w imprezach sportowych: *potrošen; bolj zapravljivj* [odnos]; „*slabe razvade*” *kot alkohol in cigarete ter npr. dopust, obisk športnih dogodkov ipd.*

Sygnalizowana polska stereotypowa skłonność do rozrzutności łączy się ze wskazanym przez ankietowanych obu nacji podejściem materialistycznym, zgodnie z którym **pieniądz jest wyznacznikiem wartości**, symbolem odpowiedniego statusu, a także sposobem, by żyć na pokaz (łącznie: A – 10%, H – 5%). Syndrom **Polaka jako materialisty** wyraźnie został wyeksponowany w polskich wyimkach (7% z 10% w omawianej klasie): *Polacy w moim odczuciu to bardzo materialistyczny naród; materialistyczne podejście do życia (wynikające z jednej strony z braku pieniędzy, z nakręcanej komercją potrzeby kupowania i posiadania dóbr materialnych); pieniądze stanowią o statusie społecznym, często dla wielu [świadczą] także o wartości człowieka; dla wielu pieniędzy*

definiuje człowieka; *ich* zarabianie to główny cel; ważne, ile zarabiasz – im więcej, tym lepiej [*i nigdy niewystarczająco*]; *pogoń za pieniądzem*. Takie ujęcie tylko symbolicznie odnotowano w ujęciu heterostereotypowym (H – 1% z 5% w omawianej klasie): *denar je včasih statusni simbol (poleg drugih stvari); vse se meri skozi denar in koliko premoženja kdo ima*. Materialistyczne podejście wiąże się z konsumpcjonizmem, **życiem na pokaz** Polaka (A – 3% z 10% i H – 4% z 5% w omawianej klasie): [Polacy, dla których pieniądź jest wartością samą w sobie] *żyją na pokaz, kupują drogie ubrania, na które w istocie ich nie stać*. Zdaniem Słoweńców przede wszystkim bogatsi mają potrzebę pochwalenia się zasobem swojego portfela i możliwościami, które z tego wynikają: *bogatejši imajo še večjo potrebo (kot v Sloveniji) pokazati, da imajo veliko denarja, in se pogosto obnašajo kot popolnoma drug razred ljudi; če imajo denar, to radi pokažejo okolici z različnimi statusnimi simboli (avto, obleke, kam gredo na dopust itd.)*. Z kolei z perspektywy ankietowanych Polaków to przede wszystkim najmłodsze polskie generacje cechuje potrzeba wydawania pieniędzy, chwalenia się dobrem materialnym i – siłą rzeczy – oceniania na tej podstawie innych (rówieśników): *młódzież odznacza się bardzo konsumpcjonistycznym podejściem do życia; młodzi lubią wydawać pieniądze, nawet wtedy, gdy nie śmierzają groszem; młodzi i dzieci: potrzeba posiadania kolejnego sprzętu (np. smartfona, tabletu itd.), która ich zdaniem jest tym, co określa ich poziom samozadowolenia i wartości względem grupy rówieśniczej*.

W rekonstruowanym negatywnie wartościowanym modelu polskiego stosunku do pieniędzy w autostereotypie dodatkowo wskazano **inne** przypisane samemu sobie niechlubne cechy (A – 8%):

- a) nieuczciwość w zarabianiu pieniędzy (A – 4% z 8% w omawianej klasie): *wielu „cwaniakuje”, szuka okazji, by oszukać, jak najwięcej zagarnąć dla siebie; Polacy zawsze chcą zaoszczędzić nawet kosztem moralności czy praw; funkcjonuje stereotyp bogatego nieuczciwego; pieniądze robi się tu ze wszystkiego, niestety, nieważne, w jaki sposób zarabiasz, ale ile;*
- b) chciwość, pazerność, łapczywość, czasem w celu pokazania, że ma się więcej niż inni (3% z 8% w omawianej klasie): *chciwi; pazerny; raczej pazerni; tzw. polska cebula;¹¹¹ „łapczywy”, potrzebuje [pieniędzy] nie tylko, żeby przeżyć, ale żeby udowodnić „sąsiadowi”, że jest lepszy [od niego];*
- c) zazdrość o pieniądze (A – 1% z 8%): *Polacy bywają zazdrośni o pieniądze u innych; nigdy ich [pieniędzy] za wiele, bo inni mają więcej.*

Zarysowana w pozytywnie i/lub neutralnie wartościowanym modelu **oszczędność** typowego Polaka, może w ujęciu krytycznym odznaczać się **presadą, skąpstwem**

111 *Cebula* – 1. pejoratywne określenie (najczęściej dotyczące Polaków) określające osobę, która przejawia swoją chciwość w drobnostkach, sprawach błahych, nieistotnych dla większości społeczeństwa; 2. potocznie o osobie zachowującej się jak pies ogrodnika; jeśli „cebula” czegoś nie dostanie, to drugi człowiek również nie może tego dostać; <https://sjp.pwn.pl/mlodziczowe-slowo-roku/haslo/cebula;5899746.html> (dostęp: 13.03.2022).

(A – 5%, H – 8%): *przesadna oszczędność; starsi (pokolenie dziadków) wykazują skłonność do przesadnego oszczędzania; możliwe, że czasami jesteśmy skąpi; nawet skąpi; są zbyt skąpi; Polacy są skąpi w stosunku do siebie; včasih preveč previdni; do zadnjega centa natančni; celo skupuški; včasih morda celo skopuški*. Wskazaną cechą słoweńscy badani doprecyzowali i zwerbalizowali również eufemistycznie jako nierozrzutność: *nerazsipni; milo rečeno nerazsipni; razsipnost zelo neradi vidijo pri drugih* i jako brak hojności, szczodrości, przejawiający się na przykład w tym, że Polak jest niechętny do płacenia za kogoś w kawiarni czy restauracji: *niso ravno radodarni; ne častijo pogosto; glede radodarnosti – nimam tako dobrih izkušenj s tem; redkeje tudi plačajo pijačo*.

5.1.3. Inne

Części ankietowych egzemplifikacji nie można było zakwalifikować do jednego z powyżej opisanych odmiennych pod względem wartościowania modeli, dlatego zostały dołączone do trzeciej, dodatkowej podkategorii ‘inne’ (A – 10%, H – 13%). Tabela 56 zbiera uzyskane wyniki.

Tabela 56: ‘Inne’ w Polaka stosunku do pieniędzy – podział na klasy tematyczne (%).

Klasy tematyczne	A	H
Brak cech szczególnych lub wskazanie zależności	3	4
<i>Nie wiem</i>	0	4
Ambiwalentny stosunek	0	3
Temat (nie)tabu	3	0
Brak odpowiedzi	4	2
Razem	10	13

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

W opinii niewielkiej grupy badanych (łącznie: A – 3%, H – 4%) polski stosunek do pieniędzy nie odznacza się specjalnymi cechami: *niczym się nie wyróżnia; bardzo różny; ne razlikujejo se od drugih ljudi; njihov odnos do denarja ni izstopajoč; ne poznam posebnih značilnosti; podoben kot povsod v Evropi; [odnos do denarja] kakor povsod po svetu* lub uzależniony jest od pewnych czynników: *zależy od sytuacji; to jest kwestia bardzo indywidualna; zelo odvisno od osebe; mislim, da je to odvisno od posameznika; menim, da je to odvisno od posameznikov*. Dodatkowo, niewielki odsetek słoweńskich ankietowanych wprost zaświadcza o braku wiedzy czy nieumiejętności udzielenia odpowiedzi na pytanie dotyczące sfery finansowej Polaków (H – 4%): *ne vem; nimam pojma; pri tem odgovoru ne vem, kako bi se opredelila; nimam veliko izkušenj na tem področju*. W ujęciu heterostereotypowym odnotowano również wyimki świadczące o postrzeganiu

ambivalentnego pod względem wartościowania polskiego stosunku do pieniędzy (H – 3%): *nekateri Poljaki radi zapravljajo, drugi pa radi varčujejo; Poljake se ne da označiti niti kot izrazito skope niti radodarne*. Ponadto symboliczna część wyłącznie polskich danych językowych sygnalizuje postrzeganie pieniędzy i rozmowę o nich jako tabu (A – 2% z 4% w tej klasie): *temat tabu; pieniądze to dla Polaków temat tabu; nie potrafią rozmawiać o zarobkach ani poprosić o podwyżkę, ewentualnie odwrotnie – jako to, co nie jest tabu (A – pozostałe 2%): Polacy nie mają dużych problemów z przyznawaniem się do tego, ile zarabiają; lubią mówić o pieniądzach; zaglądają sąsiadowi do portfela i do ogródka ;)*.

5.2. Słoweńca stosunek do pieniędzy

Z zebranego materiału ankietowego łącznie zostało wyodrębnionych 420 wyimków – 231 ze słoweńskich danych i 189 z polskich. Suma wszystkich wyimków zebranych w danym ujęciu (autostereotyp / heterostereotyp) stanowi wartość 100%.¹¹² Tabela 57 przedstawia uzyskane wyniki ilościowe.

Tabela 57: Słoweńca stosunek do pieniędzy – podział na podkategorie (%).

Stereotyp	Podkategorie			Razem
	Wartościowanie pozytywne i/lub neutralne	Wartościowanie negatywne	Inne	
A	52	43	5	100
H	65	25	10	100

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Analiza danych językowych wskazuje na wysoki odsetek ekscerptów ewokujących dodatnie lub neutralne wartościowanie. Stosunkowo mocno zarysowane zostało, szczególnie w autostereotypie, ujęcie krytyczne, w tym niezadowolenie ze słoweńskiego stosunku do pieniędzy. Z polskiej perspektywy uwidoczniła się większa przychylność w postrzeganiu tej sfery życia opisywanych południowych Słowian.

5.2.1. Wartościowanie pozytywne i/lub neutralne

Mimo bardzo wysokiego odsetka wyimków współtworzących model pozytywne (i/lub neutralnie) nacechowanego stosunku Słoweńców do pieniędzy (A – 52%, H – 65%), taki ogólny osąd *expressis verbis* wyrażono tylko w symbolicznej części zebranych danych, np. *pozitivien* [odnos]; *v redu odnos*; [stosunek do pieniędzy jest]

¹¹² Sumy wyimków (W) w auto- (A) i heterostereotypie (H): $W_A = 231$ (100%) i $W_H = 189$ (100%).

pozytywny; podoba mi się ich stosunek do pieniędzy; nie zdarzyło mi się, żeby mnie np. ktoś oszukał typu źle wydana reszta (A – 1%, H – 2%).¹¹³

Dzięki analizie jakościowej i ilościowej zebranego materiału wyróżnione ekscerpty z podkategorii ‘wartościowanie pozytywne i/lub neutralne’ zostały sprowadzone do następujących klas tematycznych: ‘oszczędność’, ‘odpowiednie wydawanie pieniędzy’, ‘pieniądze są ważne’, ‘inne pozytywne’. Wyniki zbiera tabela 58.

Tabela 58: Słownica pozytywnie i/lub neutralnie wartościowany stosunek do pieniędzy – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).

Klasy tematyczne (i w ich obrębie deskryptory)		A		H	
		Osobno	Wspólnie	Osobno	Wspólnie
Oszczędność	oszczędność (<i>expressis verbis</i>)	15	20	24	33
	sposoby	5		0	
	przyczyny	0		9	
Odpowiednie wydatkowanie	wydawanie pieniędzy	5	14	3	15
	ukonkretnienie wydatków	9		12	
Pieniądze są ważne	pieniądze są ważne (<i>expressis verbis</i>)	10	14	5	8
	przyczyny wagi pieniędzy	4		3	
Inne pozytywne		4		9	
Razem		52		65	

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Największa część danych językowych – szczególnie polskich – tworzy kolekcję ukazującą konceptualizowaną **oszczędność** (stereo)typowego Słownica i to, co się z nią wiąże, a więc m.in. rozważę w wydawaniu pieniędzy, **przyczyny i sposoby** ich **gromadzenia** (łącznie: A – 20%, H – 33%). Wysoki odsetek excerptów, szczególnie w heterostereotypie, wprost określa słowniską roztrpność finansową za pomocą przymiotnika **oszczędny** (słń. *varčen*), jego derywatów lub określeń bliskoznacznych (A – 15% z 20%, H – 24% z 33% w omawianej klasie): *varčen*; *varčni*; *res smo varčni*; *precej varčni z denarjem*; *zelo varčni*; *smo sigurno zelo varčni*; *veljamo za varčne*; [*zmerno trošenje*] *do varčnosti*; *varčnost*; *veliko je ukvarjanja z varčevanjem*; *ljubezen do varčevanja*; *radi varčujemo*; *veliko varčujejo*; *Slovenec jest oszczędny*; *uchodzi za bardzo oszczędnego – w dobrym tego słowa znaczeniu*; *oszczędni*; *Słoweńcy z moich doświadczeń to raczej oszczędny naród*; [stosunek do pieniędzy jest] *bardzo racjonalny i oszczędny*; *potrafią być*

¹¹³ Przywołane wyimki wchodzą w skład klasy tematycznej ‘inne pozytywne’, por. tabela 58, a także przypis nr 115.

bardzo oszczędni; oszczędni, zakupy w miarę potrzeb, a nie możliwości portfela; są oszczędni, ale nie przesadzają; na ogół oszczędni; wydają się oszczędni, ale nie skąpi; oszczędność; podoba mi się oszczędność, gospodarność i liczenie się z wartością pieniędzy. Jedynie w autostereotypie zarejestrowano wyimki wskazujące słoweńskie **sposoby oszczędzania** (A – 5% z 20%, w tej klasie). Słoweniec sam siebie postrzega jako osobę o rozwiniętej kulturze oszczędzania, w tym traktującą inwestycje jako możliwość gromadzenia i pomnażania kapitału: *razvita kultura varčevanja denarja, predvsem v bankah; prihranki na bančnem računu; manj investiranja v ostale finančne instrumente (delnice, obveznice); radi tudi investirajo v nepremičnine; vlaganje v nepremičnine.* Wskazywana ufność wobec banków może być nie zawsze podzielana – zdarza się, że Słoweniec wybiera bardziej konserwatywną formę odkładania pieniędzy: *nezaupljivi do bank (raje denar v nogavici).* Z ekscerptów zarejestrowanych z polskich wypowiedzi odtworzona została kolekcja wskazująca przyczyny umiłowania Słoweńców do oszczędzania, ukazująca właśnie tę cechę jako rys charakterystyczny narodu, wynikający z pobudek geograficzno-kulturowych oraz odpowiedniego wychowania i praktycyzmu tej grupy Słowian południowych (H – 9% z 33% w omawianej klasie), np. *wydawanie za dużo jest traktowane jako coś nagannego, a oszczędzenie, znalezienie tańszej oferty jako coś pożądanego; słoweńska narodowa skłonność do oszczędzania to pokłosie austriackiej kultury, którą przesiąkli i którą cenią; może to być także dziedzictwo biedy z poprzednich wieków, trudnych warunków życia w górach, na skalistej ziemi itd.*

Osobną klasę wyimków współtworzą ekscepty świadczące o tym, że Słoweńcy sami siebie postrzegają i przez Polaków są postrzegani jako nie tylko naród oszczędny, ale i **odpowiednio wydający pieniądze** (łącznie: A – 14%, H – 15%). Tak konceptualizowany Słoweniec to dobry konsument – osoba lubiąca wydawać pieniądze na zakupy, szczególnie, gdy jest taniej i gdy mu się to opłaca (A – 5% z 14%, H – 3% z 15% w omawianej klasie): *porabimo veliko denarja, čeprav ne več, kot ga imamo; potrošni; smo pa precejšnji potrošniki; potrošniški – carpe diem; lovci na akcije; radi imajo razprodaje; če pri kom pohvališ kakšen kos oblačila, lahko slišiš »srajca je bila res poceni«; Słoweńcy, jak chyba wszyscy, lubią spełniać się jako konsumenci; lubią kupować, ale tak, by nie przepłacać; szczególnie popularne są wyprzedaje; niektórym bardziej opłaca się kupować za granicą, często we Włoszech, więc to robią.* Wskazana wcześniej tendencja do oszczędności wynika z praktycznej natury (stereo)typowego Słoweńca, który, jeśli wydaje pieniądze, nie trwoni ich niepotrzebnie, woli je przeznaczyć na coś wartościowszego: *sicer pa je precej ljudi zelo varčnih, si pa pogosto tudi ti privoščijo kaj boljšega; duża praktyczność i gotowość wydania większej ilości pieniędzy na przedmiot lepszej jakości (mogący posłużyć dłużej).* Tego typu sądy potwierdzają dobrze znane wśród Słoweńców powiedzenie: *Nisem tako bogat, da bi kupoval poceni*, poświadczające ich praktyczne podejście do płacenia, nabywania rzeczy wysokiej jakości. Chęć odpowiedniego wydawania pieniędzy wiąże się z rekonstruowanym **ukonkretnieniem wydatków** (A – 9% z 14%, H – 12%

z 15% w odtwarzanej klasie tematycznej). Respondenci obu grup są zgodni, że (stereo)typowy Słoweniec szczególnie lubuje się w zakupach markowych produktów, na które go stać (przede wszystkim chodzi o ubrania sportowe i takiż sprzęt, ewentualnie o dobry samochód): *veliko da za športna oblačila in športno opremo; za šport, oblačila, zlasti športna; draga kolesa, smuči, tek; dober avto; lubią kupować markowe sportowe ubrania i gadżety; dużo wydają na stroje sportowe i urządzenia lub dodatki sportowe – wszystko to musi być wysokiej jakości; lubią dobre i drogie samochody; jeżdżą dobrymi, nowymi samochodami*. Wśród innych rzadziej wskazywanych typowych słoweńskich wydatków były podróże: *dopust; potovanja; z veseljem porabimo za potovanja; nie żałują też pieniędzy na podróżowanie, szczególnie do bardziej egzotycznych krajów; wydają pieniądze na wyjazdy nad morze lub przynajmniej codzienne wyjścia na miasto: ljudje še vedno zapravljajo predvsem za družabne priložnosti; często jedzą obiady, kolacje na mieście, wychodzą na kawę i ciastko – Polacy pod tym względem są bardziej „dzicy”, a może po prostu za długo to dla nas było za drogie?* czy w jednokrotnych wskazaniach wydatki na remonty, książki lub podarki dla bliskich: *[wydają pieniądze] na ciągłe ulepszanie swoich gospodarstw, budowę domów; knjige!; nie oszczędzają na prezentach dla rodziny czy najbliższych przyjaciół*.

Część autostereotypowych i heterostereotypowych cytatów wyraża to, iż (stereo)typowy Słoweniec ceni **pieniądze**, postrzega je za **ważne**, co bywało doprecyzowywane poprzez wskazanie **przyczyn** takiej **postawy** (łącznie: A – 14%, H – 8%). Zwykle znacząca rola pieniądza językowo była oddawana wprost za pomocą przymiotnika *ważny* (słń. *pomemben*) lub określeń niosących takie czy podobne znaczenie (A – 10% z 14% i H – 5% z 8% w tej klasie), np. *denar je pomemben; denar je res zelo pomemben; denar se smatra kot zelo pomemben; denar izjemno pomemben; vedo, da je denar pomemben za dobro življenje; mislim, da nam denar veliko pomeni; ogromen pomen dajo denarju; denar je v zadnjem času malo bolj prišel v ospredje; pieniądze są ważne; bardzo ważny aspekt niemal dla wszystkich Słowenców; pieniądze są ważne jak we wszystkich krajach; wszędzie, też w Słowenii pieniądze są istotną częścią życia*. Pieniądz jest konceptualizowany jako wartość: *veliko se v naši državi vrti okoli denarja, zato tudi veliko ljudem predstavlja eno večjih vrednot*. W takim ujęciu istotne jest, ile się zarabia i na co można sobie finansowo pozwolić: *pomembno je, koliko zaslužiš in kaj si lahko s tem materialnega privoščiš*.¹¹⁴ W pozytywnie/neutralnie wartościowanym modelu Słowenca, dla którego w postrzeganiu świata istotny status ma pieniądz, zarysowała się kolekcja wyimków wskazująca **przyczyny** takiego stanu rzeczy (A – 4% z 14% i H – 3% z 8% w omawianej klasie). Zgodnie z interpretacją językową ankietowanych z kraju Prešerena pieniądze zapewniają byt: *pomemben za preživetje; denar kot dobrina za preživetje*, w tym niezależność finansową: *vsak si želi*

114 Negatywne ujęcie – syndrom Słowenca jako materialisty – został przedstawiony w dalszej części rozdziału.

biti finančno samostojen, a także dobrobyt: ne gre toliko za odnos do denarja samega na sebi, ampak tega, kar omogoča, tako se pomembnost denarja kaže v dobrem avtu, nepremičnini. Innymi słowy, pieniądź jest warunkiem niezbędnym do życia na odpowiednim poziomie. Słoweńskie umiłowanie do posiadania pieniędzy służy szeroko rozumianym celom praktycznym, bowiem [Słoweńcy] wiedzą, że nie są one [pieniądze] celem samym w sobie, dlatego potrafią je też efektywnie wydawać – budują komfort życia na zarabianych przez siebie pieniądzach i wiedzą, w co inwestować (także w siebie).

Dodatkowo, mimo językowo podkreślonej istotności pieniądza, zauważono, że szczęścia one nie dają: [*denar je v zadnem času malo bolj prišel v ospredje,*] *se pa zavedamo, da ne prinese sreče.*

Dodatkowo, pozytywną, ewentualnie pozbawioną wyraźnego wartościowania *in plus* lub *in minus*, ocenę słoweńskiej relacji do pieniędzy wyrażają wyimki zgrupowane w klasie tematycznej **'inne pozytywne'** – częściej odnotowanej w heterostereotypie (A – 4%, H – 9%).¹¹⁵ Oprócz przytoczonych wcześniej pojedynczych wypowiedzi ewokujących ogólnie pozytywny stosunek do postrzeganej przez ankietowanych słoweńskiej sfery finansowej, Słoweńca (szczególnie, gdy nie pochodzi z centrum kraju) może cechować hojność: *zdi se mi, da so ljudje zunaj osrednje regije veliko bolj velikodušni; vendar se mi zdi, da nam ni težko posoditi ali komu dati; hojni dla innych; v stosunkach tovarzyskikh są bardzo hojni, np. płacąc za czyjś karwę lub obiad*¹¹⁶ oraz wspieranie celów społecznych czy charytatywnych: *vendar tudi velika karitativnost; według moich doświadczeń, zwłaszcza w małych społecznościach wspólnie zarobione pieniądze nie są dzielone, a wydawane na wspólny cel, np. budowę placu zabaw czy boiska, by żyło się lepiej razem, w społeczności.* Poza tym tylko z materiału polskiego rysują się dwie inne cechy Słoweńca – zamożność: *wyglądają na zamożnych; wysoki PKB brutto na jednego mieszkańca; w Słowenii żyje się całkiem dobrze, według statystyk przynajmniej oraz przynoszącą profity materialne pracowitość, np. na pewno są pracowici, gotowi do pracy nawet w kilku instytucjach, dzięki temu mają pieniądze; potrafią też zarabiać pieniądze, są pracowici; studenci często pracują, czasem z potrzeby, czasem po prostu korzystają z możliwości zinstytucjonalizowanego zatrudnienia.*

115 Rozkład procentowy tej niewielkiej klasy został podzielony następująco: (ogólnie) pozytywny stosunek (A – 1%, H – 2%), hojność (A – 1%, H – 2%); cele społeczne/charytatywne (A – 2%, H – 1%), zamożność (H – 2%), pracowitość (H – 2%).

116 Jak wynika z analizy całej ankiety, w tym danych z metryczki wiążącej kwestionariusz, polskie informacje o słoweńskiej hojnej ręce, zapewne męskiej, pochodzą od studentek będących w Słowenii dzięki programowi Erasmus+.

5.2.2. Wartościowanie negatywne

Duża część zebranych danych językowych, szczególnie w autostereotypie, tworzy konceptualizacje negatywnie wartościowanego słoweńskiego stosunku do pieniędzy (A – 43%, H – 25%). Model ten ukazuje postawę krytyczną. Tabela 59 ilościowo zbiera uzyskane wyniki.

Tabela 59: Słoweńca negatywnie wartościowany stosunek do pieniędzy – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).

Klasy tematyczne (i w ich obrębie deskryptory)		A		H	
		Osobno	Wspólnie	Osobno	Wspólnie
Pieniądz wyznacznikiem wartości	Słowiec jako materialista	10	18	1	5
	chciwość, pazerność	3		0	
	zawiść	1		0	
	życie na pokaz	4		4	
Nadmierna oszczędność	nadmierna oszczędność	7	8	4	10
	zróznicowanie regionalne	1		6	
Narzekanie na brak pieniędzy	narzekanie	3	8	2	5
	realnie postrzegany brak	3		3	
	narzekanie dla narzekania	2		0	
Nieoszczędność i inne		7		5	
Ogólnie negatywny stosunek		2		0	
Razem		43		25	

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Symboliczny odsetek wyimków zarejestrowanych w autostereotypie tworzy **ogólnie** ujemną ocenę słoweńskiego ustosunkowania się względem finansów: *precej slab* [odnos]. Tu zakwalifikowano również przeczący wcześniejszemu pozytywnemu obrazowi zarobkowania, trud ciężkiej pracy, za który jest niskie wynagrodzenie: *vztrajnost (trdo delo za minimalno plačo)*. Pozostałe dane wskazywały konkretne naganne w oczach respondentów słoweńskie postawy dotyczące się sfery finansowej.

Wcześniej zarysowany pozytywny czy neutralny pod względem wartościowania stosunek do pieniędzy ukazujący ich wagę, cenie ich wartości w ujęciu krytycznym wiąże się z nadmiernym podejściem materialistycznym, uznaniem **pieniądza**

jako najwyższej wartości i takiegoż wyznacznika statusu społecznego, co wiąże się z posądzaniem (stereo)typowego Słoweńca o **chciwość, zawiść i życie na pokaz** – taki model szczególnie mocno został zarysowany w autostereotypie (łącznie: A – 18%, H – 4%). Słoweniec wprost został określony jako **chciwy** czy **pazerny** (słń. *požrešen, poblepni*; A – 3% z 18% w omawianej klasie): *požrešen, požrešnost (želja po še več); poblepni; nekateri poblepni*, inne określenia potwierdzające przypisywaną cechę: *grabežljivost, vsi pa brepenijo po denarju; vsi bi ga želeli imeti več*. Słoweńska zachłanność względem posiadania jak największej liczby pieniędzy uwidacznia się również w walce o spadek: *pogosto hudi boji za dediščino; to trdim [da Slovenci smo materialisti] tudi na podlagi prej omenjenih družinskih sporov okrog dediščine*. Zgodnie z rekonstruowanym obrazem **Słoweniec to materialista** (A – 10% z 18%, H – 1 z 4% w tej klasie): *ogromen pomen dajo denarju in materializmu; materialne dobrine mnogim pomenijo veliko več kot medčloveški odnosi; mi-slim, da smo bolj materialistično naravnani in da nam velikokrat premoženje pomeni več od ljudi; denar postavljajo na eno najvišjih letvic; vse se meri skozi denar in koliko premoženja kdo ima; tipičnemu Slovencu ali Slovenki denar žal pomeni kar precej*. Jak określiła to jedna z polskich respondentek, [pieniądze] *są kryterium wartościowania innych, siebie i swojego sukcesu*. Stały się zatem symbolem statusu społecznego: *je statusni simbol; [denar se smatra kot zelo pomemben,] saj se z njim dviga družbeni status; [denar] deluje jim kot simbol družbene moči; ljudi z več denarja se spoštuje, položaj imaš, če imaš denar*.

Nadmierne cenie wartości materialnych – w osądzie obu grup respondentów – wiąże się z przypisaną stereotypowemu Słoweńcowi **zazdrością** (słń. *zavist*), swoistą **zawiścią** względem tego, co posiadają inni (A – 1% z 18% w tej klasie): *močneje izražena zavist napram sreče ali imetja bližnjega; in da so bogatejši ljudje do denarja gotovo prišli s krajo*. Słoweńcy mają tendencję do pokazania się, porównywania, kto ma więcej pieniędzy, popisywania się bez względu na możliwości finansowe, słowem do **życia na pokaz** (A – 5%, H – 4% w omawianej klasie): *primerjava z drugimi, kdor ima več; [denar] se tako lahko razkazuje pred ostalimi; ljudje so nagnjeni zadolževanju in kupovanju stvari zaradi imidža; lubią żyć na pokaz; mam wrażenie, że lubią „się pokazać”, dobrze wyglądać i mieć pieniądze; myślę, że dużo ludzi funkcjonuje według zasady „Zastaw się, a postaw się”; mieszkają w kawalerkach, ale mają auta wartości willi albo mieszkania w samym centrum miasta; nieustająca miłość do posiadania dobrych i nowych aut*. Szczególnie ważna wydaje się konfrontacja z majątkiem sąsiada: *mora vsaj izgledati, da ga [denarja] ima več kot sosed; ali imaš ali nimaš denarja, tvoj avto mora biti vedno boljši od sosedovega; muszą mieć auto lepsze i ładniejsze od [auta] sąsiada*. Życie na pokaz, a więc budowanie swojego prestiżu tylko na tym, co widoczne, ukazuje jednak wewnętrzną pustkę, kryzys prawdziwych wartości, co zostało gorzko spointowane przez jedną z respondentek: *denar zapravljamo za videx – da izgleda, kot da ga imamo, v resnici pa smo zelo revni*.

pozytywnie oceniana skłonność typowego Słoweńca do nietrwonienia pieniędzy, w ujęciu krytycznym nabiera znamion przesady. Zbliżony odsetek polskich i słoweńskich

ekscerptów rysuje obraz **nadmiernie oszczędnego Słoweńca** w ogóle lub pochodzącego z wybranych regionów kraju (łącznie: A – 8%, H – 10%). Słoweńca może cechować nadmierna skrupulatność w liczeniu pieniędzy, **skapstwo** – słń. *skopost, skopuštvò, škrtost* (A – 7% z 8%, H – 4% z 10% w tej klasie): *skopost; včasih pretirano skopi; veljamo za skope, vendar to vsekakor ne velja za vse Slovence; skopuštvò; skorajda skopuški; škrtost; »škrti«; zelo škrti; na individualni ravni velikokrat škrti; pogosto celo stiskaški; bardzo stereotypowo: Słoweńcy są skąpi; bywa sknerą; każdy płaci za siebie, rozliczamy się co do centa; napiwki rzadko się zostawia, podobnie jak w Polsce. Innymi słowy, Słoweńcy, jak wyraził się jeden z polskich respondentów, to wśród Słowian południowych największe liczykrupy. Pewna grupa ankietowanych, głównie polskich, doprecyzowała stereotypowy stosunek Słoweńców do pieniędzy w kontekście zróżnicowania regionalnego kraju (A – 1% z 8%, H – 6% z 10%): *zdi se mi, da so ljudje zunaj osrednje regije veliko bolj velikodušni, gostoljubni; ponekod (zlasti na Gorenjskem – tam velja podobno kot za Krakovčane) skoraj skopost; podobno ci ze stolicy są sknerowaci; często przyjezdni żartują ze skąpości mieszkańców Lublany i Górnej Krainy; wiele zależy tutaj od regionu, Sztajercy są raczej skąpi, Primorcy włoskim zwyczajem hojni; pewnie to zależy od regionu i sposobu wychowania, ale u kolegi Štajerca zauważyłam lekką tendencję do skapstwa, czego nie widzę u osób pochodzących z innych okolic. Stereotypowo zatem przedstawiciele regionów wchodzących swoim zakresem w środkową część kraju mogą być posądzani o skapstwo.**

Bez względu na to, czy respondenci w negatywnie wartościowanym obrazie słoweńskiego stosunku do pieniądza, będą wypuklać liczykrupstwo czy marnotrawstwo środków finansowych (zob. następną przedstawioną cecha) stereotypowy Słoweńiec permanentnie **narzeka na brak pieniędzy** (łącznie: A – 8%, H – 5%): *Slovenecem vedno primanjkuje denarja; vedno premalo denarja; zmeraj ga [denarja] je premalo; Slovenci se o denarju pogosto pogovarjajo, še najpogosteje o tem, da ga imajo premalo; mislijo, da si ga zaslužijo veliko več, in trdijo, da se jim dogaja krivica, ker ga nimajo; narzekajo, že zarobki w Slovenii są za niskie; najwyraźniej mają za mało pieniędzy; często rozmawiają o tym, ile co kosztuje, gdzie można coś taniej dostać. Obawy o stan budżetu mogą werbalizować **realnie postrzegany brak pieniędzy** (A – 3% z 8%, H – 3% z 5% w omawianej klasie): *strah pred pomanjkanjem denarja; v zadnjem desetletju je več skrbi glede denarja; trenutno vlada v Sloveniji boj za obstanek in zaslužek; veliko je ukvarjanja z varčevanjem in osnovnim preživetjem; widziałem manifestacje – pochód, gdzie ludzie wykrzykiwali hasła o zwiększeniu zarobków i domagali się większej ilości pieniędzy za wykonaną pracę; młodzi ludzie podejmują się prac dorywczych, zwłaszcza w wakacje, by odciążyc rodziców; studenci mają mało pieniędzy i nie zawsze mogą liczyć na wsparcie ze strony rodziców; mało kto przyzna się, że kupuje ubrania w „second-handzie” z powodu braku pieniędzy – Słoweńiec kupuje w second-handzie, bo to jest „cool”, hipsterskie albo bo jest EKO i przeciw konsumpcji. Utyskiwanie na niedostatek środków finansowych zdaje się jednak również oznaką typowego dla Słoweńców (i Polaków) **narzekania samego w sobie**, o czym**

wspomniano tylko w ujęciu autostereotypowym (A – 2% z 8% w tej klasie): *ljudje si-cer pogosto jamrajo, da nimajo dovolj denarja, čeprav jim gre realno lahko čisto v redu (nov avto, na novo opremljeno stanovanje itd.); glede denarja zelo radi tarnamo, malo manj radi pa kaj ukrenemo v tej smeri.*

W negatywnie wartościowanym modelu słoweńskiej relacji względem sfery finansowej obok wskazanych wcześniej niechlubnych cech Słoweńcowi przypisuje się nie tylko tendencję do sknerstwa, ale również cechę przeciwstawną – szeroko rozumianą **nieoszczędność** (słń. *nevarčnost*): rozrzutność, marnowanie (słń. *zapravljanje*) pieniędzy, wydatki na zbytki (łącznie: A – 7%, H – 5%): *nevarčnost, pogosto zapravljivi; pogosto zapravljamo; denar zapravljamo; zapravljajo; radi tudi zapravljajo in trgovski centri so vedno polni; Slovenci smo precej razsipni, kar se tiče denarnih zadev; [deklarativna varčnost,] v resnici potratnost (avtomobili, nepremičnine, dopust, oblačila, „slabe razvade” kot alkohol in cigarete ...); stosunek do pieniędzy jest bardzo luźny i swobodny; raczej lekki [stosunek do pieniędzy]; czasem bez sensu wydają pieniądze; pieniądze przepuszczają z dymem papierosowym; przyjeżdżając do Słowenii, myślałam, że jest to kraj będący w kryzysie, a okazało się, że podejście Słoweńców do pieniędzy jest bardzo greckie, czyli, jeżeli już ten kryzys mamy, to czemu by nie pójść na obiad do restauracji czy na piwo do knajpy?* We wskazywaną niechlubną tendencję do marnotrawstwa pieniędzy warto włączyć jeszcze dodatkowy aspekt – rejestrowany w jednostkowych przypadkach – słoweński brak gospodarności, szczególnie środkami publicznymi,¹¹⁷ np. *večinoma ne znamo ravnanj z denarjem; na državnih ravnanj pa z denarjem ne znamo ravnanj; nagnjenost h kritiziranju domnevno pretirane javne porabe, hkrati pa binavsko osebno izkoriščanje javnih sredstev.*

5.2.3. Inne

Dodatkową podkategorię rekonstruowaną z wyróżnionych ekscerptów tworzą tzw. ‘inne’ (A – 5%, H – 10%), zawierającą cytaty niekwalifikujące się do wcześniej rekonstruowanych modeli. Dane zbiera tabela 60.

Tabela 60: ‘Inne’ w Słoweńca stosunku do pieniędzy – podział na klasy tematyczne (%).

Klasy tematyczne	A	H
Brak cech szczególnych / <i>to zależy</i> / <i>nie wiem</i>	1	6
Temat tabu	2	2
Brak odpowiedzi	2	2
Razem	5	10

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

¹¹⁷ Deskryptor opisujący wskazaną skłonność współtworzy symboliczny 1% w omawianej klasie semantycznej ‘nieoszczędność i inne’ (A – 1% z 7%).

Niewielka część danych językowych wskazuje na postrzeganie pieniędzy i rozmowy o nich jako tematu tabu: *denar/plače so tabu tema; Slovenci so na splošno zelo občutljivi na to, koliko kdo zasluži, ter skrivajo podatke o svoji plači; temat rzadko poruszany; według mnie Słowenci nie rozmawiają o pieniądzach*. Część badanych, zwłaszcza polskich, nie umiała jednoznacznie określić stosunku Słowenców do sfery finansowej: *odvisno od osebe; ne vem; na ulicah nie widzi się różnic między ludźmi; często trudno jest określić, jaki status materialny i społeczny ma dana osoba; ciężko ocenić – w zależności od osoby; nie wiem; niestety nie jestem w stanie powiedzieć nic na ten temat; nie mam informacji*. Polscy respondenci, którzy wahali się lub wprost przyznali, że nie znają odpowiedzi, deklarowali się jako studenci programu Erasmus+ relatywnie krótko mający kontakt ze Słoweniami (od 2 do 10 miesięcy). Pozostali ankietowani zebrani w tej grupie nie udzielili odpowiedzi.

5.3. Wnioski

W rozdziale przedstawiono rekonstrukcję wycinka językowego obrazu świata dotyczącego stosunku Polaka i Słowenca do pieniędzy, z uwzględnieniem specyficznego intersubiektywnego punktu widzenia i perspektywy badanych grup, ujawniającej ich „potoczny” sposób myślenia i daną hierarchię wartości. Analiza ilościowa i jakościowa ekscerptów wykazuje funkcjonowanie w obu rekonstruowanych wyobrażeniach – Polaka i Słowenca – dwóch przeciwstawnych modeli: a) pozytywnie wartościowanego stosunku do pieniądza, w tym oszczędzania oraz b) negatywnie wartościowanego stosunku do pieniędzy, w tym liczykrupstwa lub marnotrawstwa.

Zgodnie z przedstawionym pozytywnie nacechowanym obrazem Polak, przede wszystkim w słoweńskim wyobrażeniu, szanuje i ceni pieniądze, uznając ich ważność, jest oszczędny i skromny, bywa, że potrafi być hojny, szczodry, gościnnie, bezinteresowny i pomocny. Takie same cechy w większym stopniu polscy i słoweńscy respondenci przypisywali Słowencom, podkreślając, że przedstawiciel tej nacji potrafi oszczędzać, ale też zarabiać pieniądze i odpowiednio z nich korzystać (w tym lubi je pomnażać poprzez inwestycje). W rekonstruowanym obrazie Słowenca uwydatniono, że wydaje on dużo na rzeczy związane z odpowiednio lansowanym wyglądem (*denar zapravljamo za videx*), szczególnie na odzież sportową i związany z tym sprzęt, ale także na spotkania i konsumpcję na mieście, a także na sprawy dotyczące urlopu i podróży. Ważne jest dla niego popisanie się przed innymi, szczególnie przed sąsiadem. Tę cechę dostrzeżono również w stereotypowym Polaku, podkreślając jednak, że chodzi tu raczej o zachowanie zgodne z przysłowiem *Zastaw się, a postaw się*, a więc o chęć zaimponowania komuś (np. poprzez przygotowanie hucznego wesela), nawet jeśli takie działanie przerasta dane możliwości finansowe. Zarówno z polskiego, jak i ze słoweńskiego punktu widzenia został odtworzony ujemnie wartościowany model Polaka

i w znacznie mniejszym stopniu Słoweńca, postrzeganych jako osoby nieoszczędne, niegospodarne, rozrzutne i żyjące na pokaz. Zgodnie z tak konceptualizowanym ujęciem pieniądź staje się wyznacznikiem wartości i statusu społecznego. Dodatkowo z uzyskanych danych został zarysowany przeciwstawny koncept kulturowy – Słoweńca, rzadziej Polaka, nadmiernie oszczędnego i skąpego. Mieszkańcy niektórych regionów Polski i Słowenii są bardziej znani z liczykrupstwa lub – tylko w przypadku reprezentantów Słowenii – z życia na pokaz. Słoweńcy krytyczniej osądzili samych siebie niż Polaków. Polski osąd nad sobą również uwypuklił mocniej negatywną ocenę – okazał się przy tym zdecydowanie bardziej surowy niż słoweński autostereotypowy. Polacy dostrzegli w swojej postawie względem pieniędzy w znacznie większym stopniu cechy negatywne niż pozytywne. W repertuarze niechlubnych cech własnych – w obrazie Polaka dostrzeżonych, wyrażonych i ocenionych tylko z punktu widzenia respondentów z Polski, a w obrazie Słoweńca tylko z punktu widzenia badanych ze Słowenii – stereotypowy przedstawiciel narodu ma skłonność do narzekania na brak środków finansowych. Wydaje się to zatem cechą specyficzną i typową dla obu nacji. Również tylko u siebie Polak i Słoweńiec dostrzega nadmierną chciwość, pazerność. W słoweńskim samoosądzie nadmierny materializm może dodatkowo wiązać się ze zwerbalizowanym większym przywiązaniem do pieniędzy niż do więzi międzyludzkich. Z kolei tylko w polskiej autoocenie zasygnalizowano nieuczciwość w polskim sposobie zarobkowania (presupozycja, że w Polsce można wzbogacić się tylko dzięki kombinowaniu i wykonywaniu czynności niezgodnych z prawem, a nie dzięki uczciwej, sumiennej i fachowej pracy), a także krytykę sytuacji ekonomicznej kraju, która zmusza do emigracji zarobkowej.

Przytoczone wyniki badań mają już pewne znamiona historyzmu. Zasadnicza część badania pochodzi z okresu przed epidemią koronawirusa. Doświadczenie pandemii i jej skutki również w sensie ekonomicznym jeszcze długo będą odczuwane nie tylko w Polsce i w Słowenii. Z pewnością zaważy to na sposobie postrzegania i wartościowania pieniądza, co znajdzie, a raczej już powoli znajduje – odzwierciedlenie w języku, co z kolei pozwoli na uzupełnienie/poszerzenie przedstawionego obrazu.

Temat pieniędzy stanowi ważny element życia człowieka, warto, a nawet trzeba postrzegać go jako „wielki temat kultury” (por. Chrobak, red., 2009). Pieniądź dzięki swej symbolicznej naturze należy traktować jako fenomen kultury, przekraczający granice zjawisk ekonomicznych, będący ważną kategorią filozoficzną, socjologiczną czy psychologiczną (por. Jastrzębski 2010). William Bloom, brytyjski pisarz, pedagog i aktywista, w sposobie myślenia o pieniądzu pisze wprost: „[z] pieniądzem jest jak z językiem. Jest on środkiem materialnej komunikacji między istotami ludzkimi” (Bloom 1995: 19).

Złożona natura pieniądza ujawnia się w kulturze m.in. poprzez istnienie i funkcjonowanie w języku i świadomości jego użytkowników przysłów, anegdot, cytatów,

obiegowych opinii itd. na temat tego środka płatniczego oraz poprzez to, że każdy człowiek na temat pieniędzy ma jakieś przekonanie i jakoś go wartościuje. Problematyka pieniądza jest zatem obszarem zainteresowań językoznawców (por. m.in: Filar 2018; Rejakowa 2000; Świącicka 2012), a także literaturoznawców, w tym slawistów (Chrobak, red. 2009). O znaczeniu tego fenomenu kultury stanowiącego wartość instrumentalną i stosunku do niego w opinii ankietowanych Polaków i Słoweńców zaświadcza również niniejszy rozdział. Użyte jako jego motto polskie przysłowie – *Pieniądze szczęścia nie dają* – odwołuje się do ogólnie przyjętej mądrości o istnieniu takich sfer duchowych jak religia, uczucia, więzi rodzinne, których – na szczęście – kupić nie można (Filar 2018: 55). Sentencja została rozszerzona o dodatkowy komponent – tak w języku i kulturze polskiej, jak w języku i kulturze słoweńskiej wartościowanie pieniądza nie jest absolutnie jednoznaczne, wszyscy jednak zdają sobie sprawę z jego mocy i pomocy. Większość danych językowych potwierdza przekonanie, że dobrze jest mieć pieniądze, a źle ich nie mieć, a nawet, jak w luźnej trawestacji słów Ericha Fromma (2009), żeby być, trzeba je mieć.

Czas jest wolny, ale jest bezcenny. Nie możesz go posiadać, ale możesz go używać. Nie możesz go zatrzymać, ale możesz go wydać. Kiedy już go zgubisz, już nigdy go nie odzyskasz.

Harvey Mackay

<https://swiatcytatow.pl/cytaty-o-czasie/>

Najoczywiej nie jest prawdą, że ludzie chcieliby być wolni od wszelkich fizycznych wysiłeni: po cóż by wymyślili sporty i różne gimnastyczne ćwiczenia, do których nie zmusza ich życiowa konieczność? A jeśli nawet mamy ochotę, by przez cały dzień leżeć na tapczanie, to i wtedy nie jest to zazwyczaj bezmyślne i całkiem próżniacze wylegiwanie [...]

Leszek Kołakowski, *Mini-wykłady o maxi sprawach. Seria II*

6. Czas wolny

Życie człowieka zdeterminowane jest czasem, a „[s]posób jego zagospodarowania świadczy zarówno o kulturze społeczności, w której funkcjonuje jednostka, jak i [o] każdym jej członku (Dyrdół 2010: 56). Jak podkreśla Tomasz Dyrdół, „[s]zczególną rolę w ogólnym budżecie czasu odgrywa czas wolny” (Dyrdół 2010: 56). Człowiek bowiem oprócz czasu na pracę powinien mieć czas „na regenerację sił, na doskonalenie się, na udział w życiu społecznym i kulturalnym” (Grochociński 1979: 5). Czas wolny¹¹⁸ towarzyszy wszystkim, choć w różnym wymiarze, to okres, „w którym osoba doświadcza dobrostanu intelektualnego, emocjonalnego i fizycznego w rezultacie możliwości samodzielnego, suwerennego przejawiania czynności posiadających znamiona dobrowolności i niekomercyjności oraz będącej źródłem satysfakcji” (Czerpaniak-Walczak 2007: 236). Przywilej posiadania czasu wolnego wiąże się jednak z koniecznością jego (odpowiedniego) wypełnienia – może więc być z jednej strony błogosławieństwem, ze względu na swobodę wyboru czynności, z drugiej zaś – przekleństwem, gdyż wiąże się z przymusem dokonania tego wyboru. Powszechnie uznaje się czas wolny za wartość pozytywną, jednak gdy nie służy on rozwojowi psychospołecznemu, może działać ze szkodą dla tych, którzy mu podlegają,¹¹⁹ a niektóre jego

118 Według opisu encyklopedycznego czas wolny jest częścią czasu ogólnego, poza czasem pracy, w którym człowiek „może swobodnie realizować zajęcia wybrane według własnego uznania” (<https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/czas-wolny;3889293.html>; dostęp: 05.03.2022).

119 Funkcjonuje wtedy jako *czas pusty, niezajęty (temps inoccupé* – termin Joffre’a Dumazediera) lub próżniaczy (czas nicnierobienia). Może rodzić zagrożenia, prowadząc m.in. do: apatii, niechęci lub braku umiejętności podejmowania działań o charakterze konstruktywnym, a także sybarytyzmu (wygodnictwa), czemu „towarzyszą negatywne zjawiska, takie jak bezczynność, konsumpcjonizm i zależność od taniej rozrywki” (Dyrdół 2010: 56).

formy, często związane z ekspansją mass mediów, nowych mediów, różnego typu uzależnieniami, jak np. odurzanie się, hazard, wandalizm, nadmierne lub niewłaściwe oglądanie telewizji, podobne korzystanie z komputera, telefonu czy internetu, mogą być destruktywne (por. Bojanowicz 2013a–b; 2014; 2015; Czajkowska 2013; Grochociński 1979). W nazwie *czas wolny* jest zatem pewna sprzeczność wynikająca z tego, że nie jest on w pełni „wolny”, „gdyż podlega wielu ekonomicznym, społeczno-kulturowym i nawykowym ograniczeniom, o silnym uwarunkowaniu środowiskowym (lokalnym i klasowo-warstwowym)”¹²⁰. Ze względu na interdyscyplinarność problematyki oraz rolę w rozwoju psychospołecznym jednostek i grup na temat czasu wolnego i sposobów jego wykorzystania, pisano wiele.¹²¹ Czynności wolnoczasowe zwykle są celem samym w sobie, pełnią zatem rolę autoteliczną (Strzemińska 1988: 6). Marta Czajkowska (2013: 20), podsumowując recepcję literatury przedmiotu, wyróżnia następujące cechy czasu wolnego: dobrowolność, brak korzyści finansowych, dobrostan intelektualny i emocjonalny, niekomercyjność, wolność w wyborze rodzaju zajęć, zapewnienie wypoczynku, relaksu i przyjemności oraz bezinteresowność.

W rozdziale konstruujemy wycinek językowego obrazu świata dotyczący sposobów spędzania czasu wolnego przez Polaków i Słoweńców.

6.1. Czas wolny Polaka

Z wypowiedzi prezentujących formy spędzania czasu wolnego przez Polaków zebrano łącznie 615 wyimków: 329 w autostereotypie i 286 w heterostereotypie – liczby te są punktem wyjścia dla obliczeń procentowych.¹²² Dane werbalne wyescerpowane z ankiety zostały sprowadzone do następujących klas tematycznych:¹²³ ‘kontakty towarzyskie’, 2. ‘sport’, 3. ‘media i centra handlowe’, 4. ‘wydarzenia kulturalne i czytanie’, 5. ‘natura i podróże’, 6. ‘inne’. Uzyskane wyniki w przeliczeniu na dane procentowe przedstawia tabela 61.

120 Dzierżymir Jankowski, *Czas wolny doniosłym problemem edukacji kulturalnej*. V: jan.dzier.pl/Teksty/czas-wolny-donioslym-problemem-edukacji-kulturalnej.rtf (dostęp: 28.11.2019).

121 Por. między innymi: Czajkowska 2013; Czerepaniak-Walczak 2007; Dyrdoł 2010; Kamiński 1965; Mysłowska 2011; Strzemińska 1988; Truszkowska-Wojtkowiak 2012 i inni.

122 Sumy wyimków (W) w auto- (A) i heterostereotypie (H): $W_A = 329$ (100%) i $W_H = 286$ (100%).

123 Podział ten, jak też kolejny dotyczący form przeżywania wolnego czasu przez Słoweńców, w luźny sposób nawiązuje do klasyfikacji sposobów spędzania wolnego czasu ze względu na kryterium rodzaju zajęć funkcjonujących w literaturze przedmiotu. Autorzy opracowań jako czynności wolnoczasowe zazwyczaj wymieniają: turystykę, sport, środki masowego przekazu, teatry, filharmonie, wystawy, muzea, samokształcenie, amatorstwo artystyczne, majsterkowanie, amatorstwo techniczne, hodowlę amatorską, zabawy i kontakty towarzyskie, kolekcjonerstwo, aktywność społeczną, zajęcia ruchowe na powietrzu, działalność twórczą, czytelnictwo, film, indywidualne zamiłowania (por. Kamiński 1965, Wroczyński 1966; Wujek 1969).

Tabela 61: Czas wolny Polaka – podział na klasy tematyczne (%).

Klasy tematyczne	A	H
Kontakty towarzyskie	33	35
Sport	18	20
Media i centra handlowe	16	7
Wydarzenia kulturalne i czytanie	10	8
Natura i podróże	9	14
Inne	14	16
Razem	100	100

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Kolejna tabela przedstawia szczegółowy rozkład materiału w obrębie danych klas.

Tabela 62: Czas wolny Polaka – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).

Klasy tematyczne (i w ich obrębie deskryptory)		A		H	
		Osobno	Wspólnie	Osobno	Wspólnie
Kontakty towarzyskie	w towarzystwie	5	33	6	35
	podczas rozmów	2		3	
	z rodziną	6		7	
	z przyjaciółmi, ze znajomymi	5		6	
	w domu	5		5	
	w barach, kawiarniach, restauracjach	4		3	
	podczas jedzenia i picia	6		5	
Sport, aktywności fizyczne	czas spędzany aktywnie	4	18	6	20
	<i>stricte</i> sport	6		6	
	dyscypliny sportowe	6		4	
	kibicowanie	2		4	
Media i centra handlowe	media (biernie)	11	16	5	7
	w centrach handlowych	5		2	
Wydarzenia kulturalne i czytanie	wydarzenia kulturalne	10	10	5	8
	czytanie	0		3	

Klasy tematyczne (i w ich obrębie deskryptory)		A		H	
		Osobno	Wspólnie	Osobno	Wspólnie
Natura i podróże	na świeżym powietrzu, spacery	4	9	6	14
	podróże, wycieczki	5		8	
Inne		14		16	
Razem		100		100	

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Już wstępna analiza ilościowych zebranych danych językowych ukazuje różnice w postrzeganiu przedstawicieli obu nacji rozmaitych form spędzania wolnego czasu przez Polaków.

6.1.1. Kontakty towarzyskie

Największy odsetek werbalizacji zarówno w auto-, jak i heterostereotypie stanowi czas spędzony w gronie rodziny, przyjaciół i znajomych (łącznie A – 33%, H – 35%). Z części danych ankietowych, w większości słoweńskich, zarysował się model Polaka, który – ogólnie rzecz biorąc – **lubi spędzać czas w towarzystwie**, a zatem jest towarzyski, skłonny do zabawy i chce w wolnym czasie przebywać z innymi (słń. *družaben, druženje*) (A – 5% z 33%, H – 6% z 35% w tej klasie), ponieważ wtedy – jak wskazało kilku ankietowanych – zacieśniają się międzyludzkie więzi: *lubi spędzać czas w towarzystwie; Polacy są towarzyscy; towarzyski naród; wolny czas najchętniej poświęcają spotkaniom towarzyskim; w gościach; między ludźmi, gdyż są wyjątkowo towarzyscy; imprezy; poljski narod je precej družaben, večina aktivnosti je usmerjenih v druženje; druženja imajo pomembno vlogo v življenju Poljakov, ker se utrjujejo povezanost med njimi; morda res druženje; žurke*. Niektórzy respondenci zauważyli, że obecnie coraz częstsze stają się też spotkania zawodowe, biznesowe: *ostatnio wzrost spotkań integracyjnych, takich poza pracą, ale z kolegami z pracy*. Zgodnie z niewielką grupą danych konceptualizowany Polak ma umiłowanie do **rozmów i dyskusji** (słń. *pogovori, se pogovarjajo*) (A – 2% z 33%, H – 3% z 35%): *lubimy pogadać, spotykamy się, aby porozmawiać; pogovori; dolgi pogovori; veliko se pogovarjajo; radi se pogovarjajo; imajo radi dolge pogovore in diskusije; dobila sem občutek, da obožujejo pogovore*.

Wśród grona osób, z którymi modelowany Polak zwykle spędza swój czas, są **członkowie bliższej i dalszej rodziny** (słń. *družina*) (komponent personalny; A – 6% z 33%, H – 7% z 35% w omawianej klasie): *głównie spotkania z rodziną; czas spędzają w kręgu bliskiej i dalszej rodziny; czas wolny spędzany w towarzystwie rodziny; čas z družino; veliko časa preživijo z družino* oraz/lub **przyjaciele, znajomi** (słń. *prijatelji*)

(A – 5% z 33%, H – 6% z 35% w tej klasie): *głównie spotkania z przyjaciółmi; w kręgu przyjaciół, spotykają się z kolegami i przyjaciółmi; wolny czas najchętniej poświęcają przyjaciołom – spotkaniom towarzyskim; drużenie s prijatelji; čas s prijatelji; veliko se tudi družijo s prijatelji.*

Zgodnie z częścią danych ankietowych pochodzących z wypowiedzi respondentów obu narodowości do spotkań rodzinnych konceptualizowanego Polaka najczęściej dochodzi w przestrzeni **domowej** lub przydomowej, na przykład w ogrodzie (słn. *dom, vrt*) (komponent lokatywny; A – 5% z 33%, H – 5% z 35% w omawianej klasie): *spotkania w domu lub ogrodzie; w domu na goszczeniu się; spotykają się z kolegami i przyjaciółmi na domowych piknikach; w weekendy najczęściej odpoczywają w domu w gronie najbliższej rodziny; drużenje doma; pogosto se družijo kar doma; se družijo s prijatelji na domačih piknikih, tudi na domačem vrtu.* Kontaktom tym towarzyszy bogato zastawiony stół, co podkreślili głównie polscy ankietowani: *spotkania rodzinne odbywają się głównie przy stole; biesiadowanie za stołem; przy wódce i suto nakrytym stole; długie posiadówki przy kawie/alkoholu i innych używkach – w domu.* Z kolei ogólnie na miejsce spotkań nie tylko w przestrzeni domu zwrócili uwagę słoweńscy ankietowani: *prosti čas radi preživljajo z družino, s prijatelji doma ali zunaj; drużenje, pa naj bo to doma, v parku, v baru.* Spotkania poza domem odbywają się najczęściej w **kawiarniach, pubach, barach** (słn. *kavarna, bar, restavracija*), co nieco częściej werbalizowali polscy respondenci (A – 4% z 33%, H – 3% z 35%): *spotkania po knajpach, kawiarniach; Polacy preferują spędzanie wolnego czasu ze znajomymi w pubach, rzadziej w kawiarniach; w weekendy kluby i puby; typowymi rozrywkami są np. wyjścia do pubów czy restauracji; młodzi w klubach; od spotkań w lokalach do imprez kulturalnych; Polak chodzi po pracy ze znajomymi do pubu; včasih drużenje v kavarni, baru ali restavraciji; imela sem tudi občutek, da so bari (tudi čez dan) precej polni, tako da morda „kofetkanje” ☺.*

Z kontaktami towarzyskimi konceptualizowanego Polaka często łączy się **jedzenie i picie** (słn. *brana in pijača*) (komponent konsumpcyjny; w autostereotypie to 6% z 33%, heterostereotypie to 5% z 35% w tej klasie tematycznej): *spotkania zazwyczaj [są] przy alkoholu i jedzeniu; drużenje z družino ali s prijatelji, običajno v družbi alkohola in hrane; drużenje vedno ob hrani in pijači.* Często spotkaniom odbywającym się wieczorem towarzyszą napoje alkoholowe, wśród których badani najczęściej wymieniali piwo, czasem wódkę, sporadycznie wino: *picie alkoholu ze znajomymi; chętnie sięgają po alkohol i dobrze się bawią; imprezki zakrapiane alkoholem; picie napojów alkoholowych z przyjaciółmi; przy wódce; z piwem lub winem; wieczorami najczęściej młodzież chodzi na jakieś piwo albo pięt; pitje alkoholnih pijač s prijatelji; pogovori ob kozarcu piva.* W rekonstruowanym koncepcie Polaka jego spotkania towarzyskie często przebiegają przy wspomnianym już posiłku: *zazwyczaj przy jedzeniu; srečanja ob jedači in pijači.* Ciekawe, że tylko polscy respondenci wyraźnie podkreślili, iż Polak spotyka się z innymi w restauracjach: *wyjścia do restauracji; w restauracji; czasem wyjście na obiad lub*

na „szybkim” jedzeniu: *fast food*, ewentualnie podczas przygotowania posiłku razem z innymi: *wspólne gotowanie*. W ramy deskryptora ‘przy jedzeniu i piciu’ jako sposobu wspólnego spędzania czasu modelowanego Polaka włączone zostało też **grillowanie** (słn. *žar, pečenje na žaru*), choć wyimki wprost tworzące tę kolekcję okazały się rzadkie:¹²⁴ *grillovanie w ogródku lub na balkonie jako zjawisko dominujące; dziś przede wszystkim grill; jak jest ciepło, bardzo dużo Polaków piecze na grillu i to wszędzie; pogosto pečejo na žaru; se družijo s kolegi in prijatelji na domačih piknikih, ko tudi pečejo na žaru; videla sem že nekaj družin, ki so se z žarom odpravljali – verjetno na piknik*. Duża ilość konkretyzacji związanych z jedzeniem i piciem wskazuje, jak ważnym i chętnie językowo wyrażanym czynnikiem integrującym oraz więziotwórczym (nie tylko) dla Polaka jest komponent konsumpcyjny.¹²⁵

6.1.2. Sport

Na drugim miejscu wśród sposobów spędzania wolnego czasu, jakim chętnie oddaje się zdaniem badanych (stereo)typowy Polak, znalazł się sport, który służy polepszeniu kondycji fizycznej i dobrego samopoczucia oraz doskonali cechy charakteru (łącznie A – 18%, H – 20%). Niektórzy ankietowani, głównie ze Słowenii, werbalizowali aktywny wypoczynek fizyczny czy ogólnie **aktywność** konceptualizowanego Polaka (A – 4% z 18%, H – 6% z 20% w tej klasie): *często aktywnie; aktywne spędzanie wolnego czasu; so aktivni; so zelo aktivni; športna aktivnost; aktivno preživljajo prosti čas; menim, da nič drugače kot Slovenci – aktivno; poskušajo svoj prosti čas preživeti aktivno; Poljaki, še posebej odrasli, poskušajo preživljati svoj prosti čas kar se da fizično*. Stosunkowo duża część wyimków tworzy obraz ogólnego zamiłowania do **sportu** (bez ukonkretnienia) jako formy aktywności, którą wybiera Polak w swoim wolnym czasie (A i H – po 6%): *sport; zamiłowanie do sportu; różne sporty; wielu Polaków zajmuje się sportem; chętnie uprawiają sporty; sport ukierunkowany na ruch na tonie natury; chętnie uprawiają sport; czasem sport; niektórzy uprawiają sport; šport; delno šport; šport na prostem; nekteri se ukvarjajo s športom; radi se ukvarjajo s športom; športno udejstvovanje; ukvarjajo se z različnimi športi; športne dejavnosti*. Zarysował się również odłamek rekonstruowanego modelu, w którym podkreślono, że polskie zainteresowanie ćwiczeniami fizycznymi i ruchem wzrosło dopiero w ostatnich latach: *w ostatnich latach zauważyć można znaczny wzrost zainteresowania sportem i zdrowym stylem życia; w ostatnim czasie więcej ludzi uprawia sport; ostatnimi laty coraz częściej uprawiają sport i dbają o swoje zdrowie; zadnje čase se več ukvarjajo s športom; šele v zadnjih časih več športajo; šport je vedno bolj pomemben* lub to, że Polak w porównaniu ze Słoweńcem poświęca zajęciom

124 Oto udział procentowy tego typu ekscerptów: A – 3% z 6%, H – 2% z 5% w omawianym deskrypcorze.

125 Por. artykuły o rekonstruowanym polskim i słoweńskim obrazie kulinariów (Wacławek, Wtorkowska 2018c, 2019d i f).

sportowym mniej czasu i jest mniej od niego wysportowany: *nie są narodem tak przywiązanym do sportu jak Słowacy, nie są tak jak oni wysportowani; niso tako športen narod kot Slovenci; manj časa kot mi posvetijo športu.*

Obraz sportowego spędzania wolnego czasu Polaka, zwłaszcza w ujęciu autostereotypowym, został wzbogacony o wskazanie konkretnych **dyscyplin sportowych**, jakim oddaje się reprezentant narodu (A – 6% z 18%, H – 4% z 20% w omawianej klasie). Ów rekonstruowany obraz współtworzą najczęściej: bieganie (słn. *tek*) (*bieganie; biegają; bieg; jogging; tek*) jazda na rowerze (słn. *kolesarjenje*) (*jazda na rowerze; jeżdżą na rowerze; coraz więcej osób jeździ na rowerze; kolesarjenje; veliko kolesarijo*) oraz pływanie (słn. *plavanje*) (*pływanie; wiele osób chodzi na pływalnię; basen; plavanje*) i chodzenie z kijkami (*chodzą z kijkami; nordic walking; starsi chodzą z kijami do nordic walking; hoja s palicami; nordijska hoja*), rzadziej taniec (słn. *ples*) (*Polka – chodzi na taniec; chodzą na zumbę; včasih ples*), siłownia (*na siłowni; siłownia; fitness*), ze sportów zimowych pojawiły się jazda na nartach i na łyżwach (*narty; zimą na nartach lub łyżwach*), a wśród pojedynczych konkretyzacji jazda na rolkach (*rolki; rolanje*) i tenis (*korty*).

Ze sportem łączą się również ekscerpty, które profilują Polaka jako osobę przyglądającą się rozgrywkom sportowym i dopingującą tych, z którymi sympatyzuje, a więc ukazują go w roli **kibica** (słn. *navijač*) (A – 2% z 18%, H – 4% z 20% w omawianej klasie): *najlepsi polscy kibice w sporcie; kibicowanie na imprezach sportowych; udział w meczach piłki nożnej i siatkówki; kochają piłkę nożną; navijanje na športnih prireditvah; navijaštvo; zvesti navijači; radi pa gledajo odbojgarske in speedway (żużel) tekme.*

6.1.3. Media i centra handlowe

Wyróżnienie klasy tematycznej ‘media i centra handlowe’ łączącej dwie różne przestrzenie, służy wspólnej prezentacji mniej cenionych przez respondentów i mniej ambitnych form spędzania wolnego czasu. Duża grupa wyimków, większa w ujęciu autostereotypowym (A – 16%, H – 7%) to wypowiedzi prezentujące **bierno** spędzanie wolnego czasu przez Polaków, głównie przed telewizorem, komputerem i przede wszystkim telefonem komórkowym (A – 11% z 16%, H – 5% z 7% w tej klasie): *oglądanie telewizji; chętnie oglądają telewizję; przede wszystkim przed telewizorem; przed telewizorem, ewentualnie komputerem; raczej na kanapie przed telewizorem; przed telewizorem lub komputerem i telefonem; coraz częściej przed komputerem, laptopem czy smartfonem; gledajo televizijo; predvsem veliko pred televizorjem; predvsem televizija; skoraj vsi vedno gledajo v telefon, tako doma, na ulici, v kavarni, na busu ...* Niektórzy respondenci doprecyzowali czynności, które tak postrzegany Polak wykonuje: oglądanie filmów, surfowanie po internecie lub umilanie sobie czasu grammi komputerowymi: *oglądanie filmów; głównie przy grzebaniu w internecie; med mladimi Poljaki so priljubljene online igre, kjer tekmuješ z ljudmi s telega sveta, oraz fakt, że podczas spotkań oglądany jest*

program telewizyjny: *wolny czas najczęściej spędzany jest przed telewizorem i smartfonem, niestety również w czasie spotkań z rodziną czy znajomymi; często takim rodzinnym spotkaniom towarzyszy włączony telewizor lub ich uczestnicy, szczególnie ludzie młodzi, zamiast rozmawiać ze sobą, patrzą w swoje telefony: med srečanji, npr. v kavarni, v kinu, posebej mladi (namesto da se pogovarjajo med sabo) bulijo vsak v svoj telefon; ko čakaš v vrsti ali v čakalnici, se nihče več ne pogovarja med sabo, ampak gleda v svoj telefon.*

Z części ekscerptów w większości polskich badanych (A – 5% z 16%, H – 2% z 7% w omawianej klasie), wyłania się obraz (młodego) Polaka chętnie spędzającego czas wolny w **centrach handlowych** (słń. *trgovski centri*), i to nie tylko na zakupach: *wycieczki do centrów handlowych; spacery po centrach handlowych; centra handlowe mogą się pochwalić dużą frekwencją w weekendy; zjawisko ostatnich lat to zwyczaj weekendowego spędzania czasu całych rodzin w centrach handlowych; dla wielu osób (zwłaszcza młodych) sposobem spędzania wolnego czasu (zwłaszcza w weekendy) są kilkugodzinne wizyty w galeriach handlowych; rodziny z małymi dziećmi (czasem niemowlakami) robią sobie wycieczki do centrów handlowych; coraz częściej odnoszę wrażenie, że niektórzy przychodzą do centrów handlowych na spacer, a nie po zakupy; veliko časa preživijo v trgovskih centrih, predvsem mladi ljudje; sprehajanje po trgovskih centrih.*

6.1.4. Wydarzenia kulturalne i czytanie

Zgodnie z rekonstruowanym na podstawie danych ankietowych obrazem Polaka, czas wolny nierzadko wykorzystuje on na rozrywkę – udział w różnego rodzaju **impresach kulturalnych** (słń. *kulturni dogodki*) (A – 10%, H – 8%): *uczestniczą w różnych imprezach kulturalnych; liczne imprezy i wydarzenia kulturalne; dużo czasu spędzają na imprezach kulturalnych; dużo ludzi poświęca się sztuce; od druženja po lokalih do kulturnih prireditiv; morda nekaj več obiskovanja kulturnih dogodkov, predstav (zlasti bolj izobraženi).*

Zarówno polscy, jak i słoweńscy respondenci werbalizowali takie wydarzenia kulturalne, jakim oddaje się konceptualizowany Polak, jak koncerty: *koncerty; chodzą na koncerty; koncerty cieszą się ogromną popularnością wśród studentów, wizyty w kinie i teatrze: kino; często chodzą do kina; dużo ludzi poświęca się filmowi; kino i teatr; dużo młodych chodzi do kina i teatru; do kina, rzadziej do teatru; oglądanie przedstawień (zwłaszcza wśród ludzi wykształconych).* Ponadto modelowany Polak ogólnie może wykazywać zainteresowanie muzyką: *sluchanie muzyki; muzyka; niektórzy interesują się muzyką; veliko jim pomeni glasba, a także (rzadziej) folklorem: niektórzy interesują się folklorem.* W autostereotypie dodatkowo, choć sporadycznie, zarejestrowano wyimki o wydarzeniach kulinarnych i degustacjach oraz działalności społecznej, którym w wolnym czasie może poświęcać się Polak: *aktywność społeczna, udział w dyskusjach, w życiu akademickim itp., propagowanie kultury.* Jedynie słoweńscy ankietowani w swoich

egzemplifikacjach zwrócili uwagę na to, iż Polak swój wolny czas przeznaczają na **czytanie** (słń. *branje*) (H – 3% z 8% w omawianej klasie): *branje knjig; knjige; knjige!; radi berejo knjige; veliko berejo; veliko ljudi v prostem času bere knjige; veliko ljudi se posveča knjigam; veliko časa posvetijo tudi branju in podobnim vrstam izobraževanja; obožujejo knjige*.¹²⁶ Polscy badani nie wspominali o tym w swoich ankietach, co symbolicznie podkreśliła jedna krytyczna wypowiedź Polki: *na pewno nie czytanie!*

6.1.5. Natura i podróże

W rekonstruowanym modelu Polaka ekscerpty zarysowujące jego formy rozrywki i relaksu odbywają się na łonie natury oraz w trakcie podróży stanowiły dużą grupę danych werbalnych, zwłaszcza w ujęciu heterostereotypowym (łącznie A – 9%, H – 14%). Zgodnie z tym obrazem, przede wszystkim odtwarzanym ze słoweńskich wyimków, Polak czas wolny spędza **na świeżym powietrzu** (słń. *narava, v naravi*) (A – 4% z 9%, H – 6% z 14% w tej klasie):¹²⁷ *na łonie natury; wolny czas Polacy spędzają na łonie natury; wycieczki na łono natury; narava; v naravi; hodijo v naravo; gibanje v naravi; veliko ljudi prosti čas preživlja v naravi*, głównie spacerując: *spacery; na spacerach; chętnie spacerują; spaceruje z psami; dziś częściej jednak spacerują; większość ogranicza się do weekendowych spacerów; sprehod; sprehodi; se sprehajajo; sprehajanje; prosti čas preživljajo na sprehodih; grejo na sprehod bądź przebywając w parkach: w parkach; dużo ludzi przesiaduje w parkach; spotkania w parku; v parku; prosti čas preživljajo zunaj – v parkih; druženje v parku; veliko ljudi se zadržuje v parkih*. W pojedynczych ekscerptach polscy ankietowani wskazali na prace przydomowe jako sposób na spędzenie wolnego czasu konceprualizowanego Polaka: *wiele osób uprawia ogródki działkowe*.

Ankietowani obu nacji językowo wyrazili upodobanie (stereo)typowego Polaka do **podróżowania**, wybierania się na **wycieczki** (słń. *potovanja, izleti*) (A – 5% z 9%, H – 8% z 14% w omawianej klasie): *podróżowanie; wycieczki; Polacy spędzają wolny czas na wycieczkach; coraz częściej podróże; wyjazdy za miasto; spędzanie weekendów poza miastem; wczasy w Egipcie „w all inclusive”; izleti; potovanja*, a jako cel wyjazdów – głównie w autostereotypie – eksponowali góry: *dużo Polaków, podobnie jak Słoweńców, chodzi w góry (przynajmniej Ci mieszkający na południu); dużo osób w różnym wieku chodzi w góry (oczywiście nie wszyscy mają taką możliwość – jestem z południowej Polski, więc widzę dużo turystów w górach); wielu Polaków zajmuje się chodzeniem po górach; hodijo tudi*

126 O tym, że dla Polaka książki i czytanie przedstawiają wartość, świadczy też jego wizerunek w ujęciu heterostereotypowym zaprezentowany w kategorii 'stosunek do pieniędzy', gdzie słoweńscy ankietowani wskazali, iż Polak nie oszczędza (też) na książkach: *kar se tiče knjig – vse bogastvo bi dali zanje*, często stanowiących przedmiot jego подарunku dla członków rodziny i bliskich: *pri darilih za družino in prijatelje ne varčujejo – pogosto pa kupijo jim knjige* (zob. rozdział 5. Stosunek do pieniędzy).

127 Sporadycznie pojawiały się też uwagi o nieczęstym korzystaniu z tego typu wypoczynku: *rzadziej na łonie natury; manj v naravi; redkeje grejo tudi v naravo*.

v hribe; hodijo v hribe (ponosni na Beskide). Polacy biorący udział w badaniu wymieniali również morze, jako miejsce pobytu Polaka w wolnym czasie: *jeśli chodzi o wakacje, to powinny być nad polskim morzem lub w Chorwacji; bardzo często spędzają urlop nad chorwackim morzem*. Wśród werbalizacji słoweńskich znalazły się również takie, które zaprzeczają lub osłabiają częstotliwość wyboru wycieczek jako chętnie wybieranej stereotypowej polskiej czynności wolnoczasowej: *med vikendom ljudje ne grejo pogosto na izlete, redkeje grejo tudi v naravo*. Na to, iż nie bez znaczenia dla Polaka w wyborze sposobu spędzania wolnego czasu i celu podróży jest czynnik finansowy, zwróciło uwagę kilkoro głównie słoweńskich respondentów, zauważając, iż Polak bardzo chętnie szuka korzystnych cenowo ofert spędzenia wolnego czasu i jeśli jest coś bezpłatne, nie może z tego nie skorzystać: *wspólne egzotyczne podróże, jeśli ich na to stać, zelo radi iščejo cenovno ugodne variante za preživljanje prostega časa, če je nekaj brezplačno, tega skoraj ne smejo zamuditi; odvisno od prihodkov; različna potovanja in izleti, odvisno od financ; potovanja, odvisno od dohodka itd.*

6.1.6. Inne

Zbiór dość licznych wskazań zebranych w grupie 'inne' stanowią takie wyimki, których nie można było zaliczyć do wcześniej opisanych form spędzania wolnego czasu przez przedstawiciela polskiego narodu, zatem nie dotyczyły kontaktów towarzyskich, sportu, wydarzeń kulturalnych, mediów czy podróżowania – w autostereotypie takie konkretyzacje stanowią 14%, w heterostereotypie zaś 16% całości materiału w omawianej kategorii semnatycznej. Do grupy tej wliczono również brak odpowiedzi.¹²⁸ Zgodnie z wypowiedziami słoweńskich badanych wybór formy spędzania wolnego czasu przez (stereo)typowego Polaka jest uzależniony od wielu czynników, np. od konkretnej osoby, od jej wieku, wykształcenia i zainteresowań oraz możliwości finansowych: *odvisno od posameznika/posameznikov; odvisno od prihodkov in izobrazbe; odvisno od starosti, dohodka itd.; odvisno od osebe in njenih zanimanj*. Słoweńcy biorący udział w badaniu wyrazili czasem swoją niewiedzę na temat tego, co robi Polak poza czasem pracy: *ne vem; razmišljam, pa ne vem, kako preživljajo prosti čas; ne vem, najbrž usak posameznik drugače*. Ankietowani obu nacji nie zauważyli też nic szczególnego w czynnościach wolnoczasowych Polaka lub podkreślili, że wolny czas spędza podobnie, jak to czyni Słoweniec lub mieszkaniec innego kraju: *nie zauważyłam nic szczególnego; tak samo jak inni; podobnie jak inne narody; podobnie jak każdy przeciętny przedstawiciel któregośkolwiek środkowoeuropejskiego narodu; spędzanie wolnego czasu przez Polaków nie wyróżnia się niczym szczególnym na tle innych krajów europejskich; menim, da nič drugače kot Slovenci; najverjetneje tako kot mi; mladi imajo iste hobije kot druge po svetu*, choć z wypowiedzi

128 Wśród wszystkich ankiet 10 razy (8 w A i 2 w H) zdarzyło się, że respondenci nie udzielili odpowiedzi na pytanie dotyczące sposobów spędzania wolnego czasu przez Polaków.

jednego z polskich respondentów wynika, że w Lublanie żyje się w mniejszym pośpiechu niż w Krakowie: *analogiczne do słoweńskich, choć z perspektywy życia w Krakowie mogą powiedzieć, że w Lublanie ludzie żyją w mniejszym pośpiechu*. Wśród polskich badanych mamy wskazania budujące obraz Polaka przeznaczającego swój wolny czas na różnorodne prace domowe: *pomoc w domu; pomoc rodzicom w domu; „czas wolny” poświęcamy również na obowiązki rodzinne oraz te związane z gospodarstwem domowym (sprzątanie, pranie itd.); sprzątanie, pranie, gotowanie*, czego w ogóle nie zwerbalizowali słoweńscy ankietowani. Aktywność Polaka może też dotyczyć nauki i pracy, co wyrazili respondenci obu nacji: *nauka; pomoc rodzeństwu w nauce; pomaganie dzieciom w nauce; doświadczenie; w czasie wolnym często wykonujemy obowiązki związane z pracą lub (samo) rozwojem (np. uczymy się języków obcych na prywatnych kursach, zaczynamy studia podyplomowe); nadgodziny; dzieci, też coraz więcej dorosłych, chodzą na organizowane zajęcia plastyczne, muzyczne, sportowe, taneczne...; wiele dzieci gra na jakimś instrumencie; zajęcia w szkole muzycznej*. Czas wolny może być przeznaczony także na rozwijanie swoich zainteresowań: *hobby; hobby; starają się podejmować dodatkowe aktywności rozwijające zainteresowania*. Jak wykazują badacze, na formę rozwijanych zainteresowań często wpływają „cechy osobowości [...], a także wolność wyboru i poczucie bezpieczeństwa. To w końcu daje możliwość pozytywnego wzmocnienia jednostki, ukierunkowanego na zdobywanie wiedzy i umiejętności zgodnych z zainteresowaniami” (Oleksińska 2013: 38). Niektórzy z ankietowanych z kraju nad Wisłą zauważyli nadmiar zajęć poza pracą i szkołą konceptualizowanego Polaka, niekoniecznie noszących znamiona czynności wolnoczasowych, a więc zajęć dobrowolnych i niekomercyjnych przynoszących satysfakcję: *wydaje mi się, że za dużo pracujemy w tzw. wolnym czasie; w wolnym czasie jesteśmy po prostu zajęci; tak naprawdę, to chyba w ogóle nie mamy prawdziwego wolnego czasu, bo sobie go za bardzo wypełniamy pracą; wydaje mi się, że jesteśmy ciągle bardzo zapracowani (praca, szkoła, uczelnia, inne obowiązki) i nie mamy czasu na spędzanie wolnego czasu, bo go po prostu nie mamy; zdi se mi, da so zmeraj zelo zaposleni in nimajo časa za preživljanje prostega časa; vedno bolj zaposleni*. Zgodnie z tak profilowanym ujęciem Polaka cechuje utyskiwanie, narzekanie na brak czasu wolnego: *wciąż tylko narzekamy, że wolnego czasu nie mamy*. Wreszcie, głównie polscy ankietowani, wyrazili opinię, która wydawać by się mogła oczywista, iż czas poza pracą modelowany Polak przeznacza na odpoczynek: *Polak – po pracy chętnie odpoczywa; odpoczynek w domu; leniuchowanie; relaks; počivajo doma; po službi radi počivajo doma*. Wśród danych językowych zostały odnotowane również takie, które niosły wyraźnie negatywne konotacje – zgodnie z takim wyobrażeniem Polaka sporadycznie krytykuje się m.in. za nieaktywny tryb życia czy sięganie po narkotyki (choć w przypadku tego ostatniego chodzi bardziej o wyrażenie troski niż dezaprobaty): *Polacy, niestety, najchętniej sięgają po płytkie rozrywki; niestety, bardzo mało Polaków odwiedza teatry, wystawy i muzea; Polacy uchodzą za mało aktywny naród; pri poljski mladini je žal opazna uporaba raznih vrst drog*.

6.2. Czas wolny Słoweńca

Analiza słoweńskich i polskich wypowiedzi ankietowych, dotyczących sposobów spędzania wolnego czasu Słoweńca, pozwoliła na wyodrębnienie tych samych klas tematycznych, co w przypadku rekonstruowanego modelu Polaka: 1. 'sport', 2. 'natura i podróże', 3. 'kontakty towarzyskie', 4. 'wydarzenia kulturalne i czytanie', 5. 'media i centra handlowe', 6. 'inne'. Z materiału przedstawiającego słoweńskie czynności związane ze spędzaniem wolnego czasu wyekscerpowano łącznie 760 wyimków: 356 w ujęciu auto- i 404 heterostereotypowym – liczby te stały się podstawą obliczeń procentowych.¹²⁹ Tabela 63 całościowo przedstawia uzyskane wyniki.

Tabela 63: Czas wolny Słoweńca – podział na klasy tematyczne (%).

Klasy tematyczne	A	H
Sport	44	40
Natura i podróże	25	26
Kontakty towarzyskie	15	17
Wydarzenia kulturalne i czytanie	7	9
Media i centra handlowe	7	2
Inne	2	6
Razem	100	100

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

Następna tabela przedstawia szczegółowy rozkład materiału w obrębie wyróżnionych danych klas tematycznych.

¹²⁹ Sumy wyimków (W) w auto- (A) i heterostereotypie (H): $W_A = 356$ (100%) i $W_H = 404$ (100%).

Tabela 64: Czas wolny Słoweńca – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).

Klasy tematyczne (i w ich obrębie deskryptory)		A		H	
		Osobno	Wspólnie	Osobno	Wspólnie
Sport, aktywności fizyczne	<i>stricte</i> sport	18	44	13	40
	czas spędzany aktywnie	7		10	
	dyscypliny sportowe	15		12	
	kibicowanie	4		5	
Natura i podróże	na świeżym powietrzu, spacer	10	25	11	26
	podróże, wycieczki	5		9	
	w górach/ nad morzem	10		6	
Kontakty towarzyskie	w towarzystwie	3	15	2	17
	z rodziną	3		3	
	z przyjaciółmi	4		3	
	w domu	0		2	
	w barach, kawiarniach	3		5	
	podczas jedzenia i picia	2		2	
Wydarzenia kulturalne i czytanie	wydarzenia kulturalne	2	7	5	9
	muzyka, śpiew	3		3	
	czytanie	2		2	
Media i centra handlowe	media (biernie)	4	7	0	2
	w centrach handlowych	3		2	
Inne			2		6
Razem			100		100

Wyjaśnienie skrótów: A – autostereotyp, H – heterostereotyp

6.2.1. Sport

Z danych językowych słoweńskich i polskich badanych jednoznacznie wynika, że sport, również w szerszym ujęciu jako aktywność fizyczna, jest głównym elementem rozpoznawalnym konceptualizowanego Słoweńca jako przedstawiciela narodu – w ujęciu autostereotypowym aż 44% wszystkich wskazań buduje ten model, a w heterostereotypie zaś – 40.

Słoweniec w rekonstruowanym modelu postrzegany jest jako bardzo przywiązany do **sportu w ogóle**, bez precyzowania rodzaju wykonywanej aktywności, to obraz mocniej uwypuklony w autostereotypie (A – 18%, H – 13%): *šport; športi; športanje; športne aktivnosti; športno udeještvovanje; zelo športno aktivni; veliko športnih aktivnosti; dosti ljudi se posveča tudi športu; ukvarjanje s športom; večinoma se ukvarjamo z različnimi športi; ljubitelji športa; veliko Slovencev se ukvarja s športom; Slovenci se radi ukvarjajo s športom; ukvarjanje s športom; veliko Slovencev se ukvarja s športom; Slovenci smo kar športen narod; veliko se jih ukvarja z individualnimi športi; športno preživljanje prostega časa; večinoma športno preživljanje prostega časa; sport; sporty wszelakie; w większości na sportowo; uprawianie sportu; zamilowanie do sportu; wiele osób zajmuje się sportem; przede wszystkim sport – pod tym względem są wyjątkowym narodem; po przyjeździe do Słowenii zauważyłam, jak wiele ludzi zajmuje się sportem; odniosłam wrażenie, że każdy [Słoweniec] zajmuje się sportem. Konkretyzacje zawierające wyraz *sport* i jego derywaty budujące omawiany deskryptor wskazują również na wzmożenie w ostatnim czasie aktywności konceptualizowanego Słowenca, też w czasie urlopu, co przyczynia się do postrzeganej poprawy zdrowia opisywanego mieszkańca kraju: *zadnje čase se ogromno Slovencev ukvarja s športom; predvsem pa smo očitno zadnje čase obsedeni s športom; zlasti v zadnjih letih se jih veliko ukvarja s športom in na ta način prispeva k lastnemu zdravju; skrb za svoje telo je kar pomembno precejšnjemu deležu prebivalstva; smo aktivni v preživljanju prostega časa, dopust zadnje čase ne mine brez športa. Badani Polacy nieco regularniej używali wyrażenia aktywny wypoczynek czy przysłowka aktywnie budujących w odtwarzanym modelu deskryptor **aktywnego spędzania czasu** Słowenca (A – 7% z 44%, H – 10% z 40% w tej klasie): *zelo športno aktivni; rekla bi, da v večini precej aktivno preživljamo prosti čas; smo aktivni v preživljanju prostega časa; čas preživljamo aktivno; prosti čas Slovenec porabi aktivno; aktivni; są bardzo aktywni; cenią aktywny tryb życia; spędzają czas aktywnie; aktywny wypoczynek – bez względu na wiek; Słowenci są osobami aktywnymi; Słowenci w moim odczuciu, to bardzo aktywny naród.***

Głównie w ujęciu autostereotypowym znajdujemy ekscerpty nazywające **wybrane** cenione i praktykowane **aktywności** sportowe, którym oddaje się w swoim wolnym czasie konceptualizowany Słoweniec (A – 15% z 44%, H – 12% z 40% w omawianej klasie). Często rejestrowaliśmy nazwy sportów zimowych, przede wszystkim dotyczące narciarstwa (słń. *zimski športi, smučanje*): *zimski športi; smučamo; smučajo; smučanje; smučanje (pozimi); pozimi smučanje; smučarija pozimi; narciarstvo; zimą ježdjenje na nartach; dužo ježdžą na nartach; každý Słoweniec musi ježdžić na nartach; sport zimowy – narty i sanki. Wśród innych dyscyplin całorocznych i uprawianych też poza okresem zimowym, ankietowani wskazali najczęściej bieganie (słń. *tek, tekanje*): *tek; ukvarja se s tekom; tečejo; radi tečemo; bieganje; najbardziej lubią biegać; wszyscy biegają, jazdę na rowerze (słń. *kolesarjenje*): *na kolesu; kolesarjenje; kolesarijo;***

kolesarimo; veliko jih se ukvarja s kolesarjenjem; ogromno ljudi kolesari; rower, jazda na rowerze; dužo ježdžimo na rowerach; ježdžą na rowerze oraz wspinaczka wysokogórska: *alpinizem; gorništvo*. Jednokrotnie odnotowano inne czynności, którym oddaje się (stereo)typowy mieszkaniec Słowenii, jak m.in. fitness, siłownia, piłka nożna, jazda na hulajnodze czy na rolkach oraz koszykówka.

Rzadsze wypowiedzi świadczące o przywiązaniu do sportu kreślą Słoweńca jako dobrego **kibica** (słń. *navijač*) (A – 4% z 44%, H – 5% z 40% w omawianej klasie): *dobri navijači; smo zelo ponosni na naše športnike in pogosto hodimo na tekme; navijaštvo; są też kibicami sportowymi; kibicowanie; wspieranie drużyn sportowych; cieszenie się z sukcesów swojego narodu; są bardzo dumni ze swoich sportowców*.

Duża ilość werbalizacji dotyczących sportu i różnorodnych dyscyplin i aktywności sportowych budujących obraz czasu wolnego Słoweńca świadczy o tym, że zdaniem respondentów właśnie aktywność sportowa jest ulubionym sposobem spędzania czasu niemal każdego przedstawiciela omawianego kraju. Sporadyczne zarówno polskie, jak i słoweńskie egzemplifikacje wskazują negatywne wartościowanie dotyczące przesadnego zamiłowania do uprawiania sportu: *večasih kar obsedenost s športom; obsedeni s športom in zelo drago športno opremo; majú obsesję na punkcie sportu* oraz o traktowaniu sportu – ze względu na eksponowanie posiadania drogiego sprzętu czy stroju – jako pozerstwa i efekciarstwa: *šport (draga oprema, športna oblačila) je pogosto kot neke vrste razkazovanje ali statusni simbol; drogi sprzęt i czasem chwalenie się nim można odebrać jako rodzaj demonstrowania swojego statusu*.

6.2.2. Natura i podróże

Z uprawianiem sportu oraz aktywnym spędzaniem czasu wolnego konceptualizowanego Słoweńca nieodłącznie wiąże się kontakt z naturą, gdyż ruch na świeżym powietrzu jest zdrowy, efektywny i zwiększa odporność, zgodnie z rekonstruowanym językowo-kulturowym portretem Słoweniec więc dba o kondycję fizyczną i zdrowie, **przebywając w plenerze i podróżując** (A – 25%, H – 26%). Wyimki respondentów obu nacji pod względem treści i liczby są zbieżne. W rekonstruowanym modelu została wyeksponowana potrzeba przebywania **na łonie natury** (słń. *narava, v naravi*) (A – 10% z 25%, H – 11% z 26% w omawianej klasie): *narava; v naravi; stik z naravo; športne aktivnosti v naravi; veliko časa preživijo v naravi; Slovenci radi hodijo v naravo, v hribe; sprehodi v naravi; menim, da so Slovenci zelo povezani z naravo; definitivno veliko časa v naravi; veliko Slovencev preživlja čas v naravi; na łonie natury; Słoweńcy lubią spędzać czas na łonie natury; Ci Słoweńcy, których znam, spędzają swój wolny czas na łonie natury; bez żadnego wstydu przedkładają naturę nad wyjście do teatru czy na koncert, uciekają z miasta w każdej możliwej sekundzie; chętnie spędzają czas na świeżym powietrzu, w parkach; w kontakcie z przyrodą*. Czas ten spędzany jest najczęściej na

spacerach, jesienią szczególnie na zbieraniu grzybów, a wiosną mniszka lekarskiego i innych ziół: *spomladi obvezno riti gor in glavo v travnik, da najdemo čim več regrata.*

Część respondentów czas wolny modelowanego Słoweńca wiązała też z dalekimi **podróżami** oraz **wycieczkami** lub krótszymi **wyjazdami** podczas weekendów na przykład do domków na wsi (słń. *potovanja, izleti*) (A – 5% z 25%, H – 6% z 26% w tej klasie): *potovanja; izleti; Slovenci tudi radi potujejo in preživljajo prosti čas na vikendih; veliko ljudi gre med vikendom na izlet, če pa že ne kam dlje, [pa vsaj v kakšen park ali na bližnjo vzpetino na sprehod]; družinski izleti; radi potujemo tudi v oddaljene države; Slovenec – popotnik, rad obiskuje različna mesta, tudi ta oddaljena, ampak vedno se vrača domov; ima raje krajše izlete, podrože; Słoweńcy lubią też podróżować; są ciekawi świata, dużo podróżują; lokalna turystyka; wiele osób wybiera się w czasie weekendu na wycieczkę; lubią podroże, ale z biletem powrotnym – zawsze wracają do domu, do Słowenii.*

Na podstawie dużej grupy ekscerptów odtworzono kolekcję ukazującą (stereo)typowego Słoweńca w czasie wolnym, który często wyjeżdża **w góry**, też chodzi po (pobliskich) wzgórzach i pagórkach (słń. *planinarjenje, planinstvo*), których często nie brakuje w miastach i/lub rzadziej **nad morze** (A – 10% z 25%, H – 9% z 26% w omawianej klasie):

- *planinarjenje in hribolazništvo; značilno je planinarjenje, hoja po gorah in planinstvo; planinarjenje; hodijo v gore; preživljanje prostega časa na vsakem hribu v okolici; hoja po gorah; pogosto v hribih; priljubljeno pohodništvo, planinarjenje; najboljše lubią choditi v góry; [są] na każdym wzgórzu w okolicy; góry, góry, góry. Chodzenie po górach to sport narodowy. Jeśli nie chodzisz po górach, nie jesteś prawdziwym Słoweńcem. Góry są świętością;*
- *odhodi na morje (tako čez vikend); izleti na morje; vsako leto hodijo na hrvaško morje, kjer imajo pogosto svoje biše, prikolice; poleti skoraj vedno na hrvaško morje; długie kolumny aut w stronę morza w każdy weekend w sezonie; wyjazd nad morze (w tym przypadku raczej do Chorwacji, Słoweńcy w swoim kraju mają za mały dostęp do morza); wolne dni wykorzystują na wycieczki na wybrzeże kraju lub do Włoch.*

6.2.3. Kontakty towarzyskie

Relacje z rodziną i przyjaciółmi, znajomymi są ważne, gdyż zapewniają podstawowe potrzeby człowieka, takie jak poczucie bliskości, bezpieczeństwa i akceptacji. Obie grupy ankietowanych, częściej w heterostereotypie (A – 15%, H – 17%) wskazywały na dodatnie wartościowanie słoweńskich relacji międzyludzkich.

Z niektórych wypowiedzi ankietowanych powstała kolekcja ukazująca w rekonstruowanym modelu Słoweńca jego ogólną potrzebę spędzania wolnego czasu z innymi oraz to, że Słoweńiec jest człowiekiem **towarzyskim i skorym do zabawy** (słń. *družaben, druženje*) (A – 3%, H – 2%): *druženje; družabni; narod je precej družaben,*

večina aktivnosti je usmerjenih v druženje; mlajši obvezno druženje; lubi spędzac czas w towarzystwie; naród jest bardzo towarzyski, większość działań skupia się na celach towarzyskich; potrafią się dobrze bawić.

Część ekspektów w rekonstruowanym modelu dotyczy komponentu personalnego – (stereo)typowy Słoweniec lubi spędzac swój czas wolny **z rodziną** (słń. *družina*) (A i H – po 3%): *preživljajo čas z družino; predvsem v krogu družine; čas z družino; druženje z družino; Słowęncy lubią spędzac czas z rodziną; spotkania w gronie rodzinnym; rodzinne wyjazdy i/lub **przyjaciółmi*** (słń. *prijatelji*) (A – 4%, H – 3%): *druženje s prijatelji; čas s prijatelji; s prijatelji; v družbi prijateljev; w towarzystwie przyjaciół; lubią spotykać się ze znajomymi; z grupą przyjaciół.*¹³⁰ Spotkania w gronie rodziny przebiegają głównie **w domu** (komponent lokatywny), na co wskazało kilkoro polskich ankietowanych (H – 2%): *szczególnie w trakcie weekendu, w domu rodzinnym; Lublana weekendami jest pusta, bo wszyscy [studenci] wracają do domu, żeby pobyc z ogromnymi rodzinami; słoweńscy studenci mieszkający w akademikach prawie na każdy weekend wracają do domu, ale Słowenia jest tak małym krajem, że ich podróż nie jest taka długa, jak na przykład w Polsce, choć zdarza się, że posiłki (m.in. obiady niedzielne) są spożywane poza miejscem zamieszkania: dużo częściej [w Słowenii w porównaniu z Polską] ludzie wychodzą gdzieś razem, całą rodziną na obiad; często w niedziele chodzą z rodziną na wspólne obiady do restauracji.* Spotkania z przyjaciółmi Słoweniec odbywa prawie zawsze w przestrzeni pozadomowej – zwykle **w kawiarniach** lub **pubach**, co zdecydowanie mocniej zaakcentowali polscy respondenci (A – 3%, H – 5%), szczególnie eksponując „słoweńską” czy też południowosłowiańską potrzebę picia kawy: *posedanje po kavicaħ z družbo; ob kavi; čez celo leto pa se s prijatelji dobivamo čez dan ob kavah; radi spijejo kakšno kavo; przy kawie; W KAWLARNI – w ciągu całego dnia (rano, w środku dnia, wieczorem) na kawie można spotkać tłumy Słowęnców – nawet w listopadzie czy grudniu ogródki kawiarniane są pełne klientów, którzy trzęsą się z zimna, ale kawę piją,* poza tym: *druženje s prijatelji v barih in pivnicah; spotykanie się z przyjaciółmi w barach i pubach; chodzenie do klubów/pubów.* Wieczorne spotkania wiążą się **ze spożywaniem alkoholu** (A i H – 2%), co może być przejawem wyższej kultury: *wino [stanowiące element słoweńskiej kultury]; w winnicy; ludzie potrafią tutaj się bawić i osiągnąć stan zadowolenia z użyciem mniejszej ilości alkoholu niż Polacy – alkohol tutaj to część zabawy, a nie treść,* lub niższej i wtedy jest związane z wysokim spożyciem alkoholu – raczej wśród młodych: *popiwanje; pitje*

130 Słowęńscy respondenci drugą grupę osób określali najczęściej za pomocą rzeczownika *prizjaciel* (*prijatelj*), a polscy – *znajomy*. Potwierdza to określoną tendencję w uzusie obu języków: rodzimi użytkownicy języka polskiego rozszerzają znaczenie nazwy *znajomy* nie tylko na osobę, którą się zna, ale też lubi i z którą chętnie się przebywa (por. wyrażenia: *dobry/stary znajomy*), natomiast Słowęńcy nadużywają użycia rzeczownika *prizjaciel* na określenie osoby, którą znają i nie muszą łączyć ich z nią bardzo bliskie relacje.

*alkohola s prijatelji; srečanja na pivu, enem ali več; z pivem lub vinem; picie alkoholu w towarzystwie przyjaciół; picie dużej ilości alkoholu.*¹³¹

6.2.4. Wydarzenia kulturalne i czytanie

Wyimki respondentów biorących udział w ankiecie wyraźnie tworzą obraz ukazujący, że (stereo)typowy Słoweniec w porównaniu z częstym uprawianiem ulubionych sportów i wykonywaniem fizycznych aktywności oraz spędzaniem czasu na łonie natury, rzadziej (w tym rzadziej niż Polak) bierze udział w wydarzeniach kulturalnych (A – 7%, H – 9%): *pri izobraženih morda nekaj manj obiskovanja kulturnih dogodkov, predstav kot na Poljskem*. Słoweniec bywa na różnych imprezach kulturalnych, **od ogólnych**, niesprecyzowanych: *udeleževanje različnih prireditiv; obiskovanje prireditiv; wiele osób zajmuje się kulturą; uczestniczenie w różnych imprezach kulturalnych; chodzimy na wydarzenia publiczne (koncerty, wystawy...); bardzo aktywnie biorą udział w różnego rodzaju występach, konkursach i organizowanych imprezach; udział w dyskusjach, życiu akademickim itp.*, **do konkretnych** (A – 2%, H – 4%): *koncerty; razstave; kino, teater; jak są dni filmu, [to] tutaj się dzieje; znaczna część populacji to członkowie stowarzyszeń kulturalnych; sporo zajmują się również folklorem; tu każdy jest artystą. Ceni się wytwory ręczne*. Niektórzy badani mocniej podkreślili w rekonstruowanym modelu słoweńskie zainteresowanie **muzyką i śpiewem, szczególnie w chórze** (słń. *glasba, petje, pevski zbor*) (A i H – po 3%): *pevski zbori, godbe na pihala; glasba; veliko je tudi ukvarjanja z glasbo; Slovenci se radi ukvarjajo z glasbo; igrajo različne instrumente; Słoweńcy często zajmują się muzyką; organizują ogromną ilość chórków; naród niezwykle muzykalny; kultywują kulturę muzyczną; są narodem muzykującym i śpiewającym; odniosłam również wrażenie, że większość Słoweńców jest utalentowana – grają na instrumentach muzycznych, należą do chóru; mam wrażenie, że KAŻDY gra na jakimś instrumencie albo przynajmniej śpiewa w chórze*. Badani obu nacji sporadycznie wskazali na **czytanie** (słń. *branje*) jako czynność, którą chętnie wykonują w swoim wolnym czasie (A i H – 2%), np. *branje; branje knjig; Slovenci radi beremo; książki w Słowenii są bardzo drogie, ale Słoweńcy korzystają często z bibliotek miejskich i czytają; kilka razy widziałam Słoweńców czytających w autobusie miejskim*.

6.2.5. Media i centra handlowe

Zgodnie z obrazem zarysowanym w rzadszych wyimkach, głównie z ujęcia autostereotypowego, konceptualizowany Słoweniec może spędzać **czas biernie przed telewizorem**

131 Jak wspomnieliśmy we wcześniejszej części książki, w Słowenii jest pewna tolerancja społeczna (i prawna) związana ze spożyciem alkoholu i kierowaniem pojazdami mechanicznymi. Zwyczajowo mówi się, że można wypić kieliszek wina lub jedno piwo i bez odpowiedzialności karnej za to prowadzić samochód.

(**sporadycznie przed internetem**) lub przebywając w **centrach handlowych** (słń. *trgovski/nakupovalni centri*) i tam wydając pieniądze (łącznie: A – 7%, H – 2%): *včasih gledamo televizijo; v zadnjih desetletjih vse bolj potrošniško; radi tudi nakupujemo, se zadržujemo v velikih nakupovalnih centrih; obiski trgovskih centrov; na kanapie pred televizorem to chyba jest rzadko; lubią też czas spędzać w centrach handlowych, podobnie jak my; wielu ludzi przesiaduje w centrach handlowych, gdzie oprócz zakupów można zatrzymać się na kawie czy lodach.*

6.2.6. Inne

W grupie ‘inne’¹³² znalazły miejsce różne czynności wolnoczasowe, którym w opinii respondentów oddaje się mieszkaniac Słowenii. Były to wyimki sporadyczne, które trudno zaliczyć do wcześniej opisanych sposobów spędzania czasu poza pracą. Uwagę zwraca dysproporcja ilościowa omawianej klasy tematycznej (A – 2%, H – 6%). Polscy ankietowani wskazali na **zamiłowanie Słoweńców do ekologii i zwierząt** (H – 4% z 6% w tej klasie):

- *dbałość o środowisko (jazda rowerem); zorientowani na ekologię i ochronę przyrody; wy-daje mi się, że jest większa świadomość Słoweńców, że mają ładny kraj, więc o niego dbają; mają obsesję na punkcie zdrowia, eko-jedzenia; segregują śmieci; Słoweńcy kon-sekwentnie segregują śmieci; dbają o środowisko, segregując śmieci;*
- *wiele osób lubi zajmować się zwierzętami domowymi, rasowymi psami lub kotami; miłośnik zwierząt domowych; wielka troska o zwierzęta; prawie wszyscy mają jakieś zwierzę; dużo ludzi ma psy.*

Brak wskazań dotyczących przywiązania do dbania o środowisko czy o zwierzęta wśród słoweńskich badanych może być dla badanych na tyle oczywiste, że niewarte językowego wyrażenia.

Wśród **pozostałych** konkretyzacji (A i H – po 2%) zaliczonych do omawianej grupy znalazły się sporadycznie wymienione zajęcia jak: *gotowanie, majsterkowanie* lub ogólnie określone różne zajęcia, np. członkostwo w straży pożarnej (*gasilci*). Wy-powiedzi Polaków bywały wyraźnie pozytywnie wartościowane.

6.3. Wnioski

Jak stwierdza Bożena Matyjas, „problematyka czasu wolnego jest przedmiotem za-interesowania przedstawicieli wielu dyscyplin naukowych, ale też polityki i in-stytucji społecznych. Czas wolny jest bowiem jednym z ważniejszych problemów

¹³² Kilka razy zdarzyło się (2 razy w A i 3 razy w H), że osoby ankietowane nie udzieliły odpowiedzi, co jednak zazwyczaj opatrzyły komentarzem (zob. Podsumowanie). Brak odpowiedzi wliczono do grupy ‘inne’.

współczesnego człowieka, stanowi nieodłączny składnik życia, wpływając na jego jakość” (Matyjas 2003: 559).

Zgodnie z rekonstruowanym językowo-kulturowym obrazem budowanym na podstawie danych językowych wyekscerpowanych z zebranych polskich i słoweńskich wypowiedzi ankietowych **(stereo)typowy Polak** to człowiek *wyjątkowo towarzyski*, który najchętniej spędza wolny czas *w kręgu bliskiej i dalszej rodziny i/lub przyjaciół*, nierzadko w domu przy suto zastawionym stole i alkoholu i przy włączonym odborniku telewizyjnym, z bliskimi i znanymi mu osobami może spotykać się też w kawiarniach, w pubach i w barach. Podczas spotkań chętnie rozmawia. Chętnie grilluje, i to wszędzie, gdzie może. Spotkania towarzyskie odgrywają ważną rolę w jego życiu, ponieważ wtedy zacieśnia więzy z rodakami. Polak ostatnimi czasy coraz częściej stara się *podejmować dodatkowe aktywności utrzymujące ciało w dobrej kondycji fizycznej*, np. biega, jeździ na rowerze, pływa, chodzi z kijkami i na siłownię, tańczy. Bardzo dobrze sprawdza się w roli kibica. Nie tylko ze względu na rosnące umiłowanie do sportu chętnie przebywa na świeżym powietrzu, spacerując po parku, rzadziej uprawiając ogródki działkowe. Lubi podróże i wycieczki za miasto, w góry oraz nad polskie i chorwackie morze. Wybierając podróże, szuka korzystnych cenowo ofert. Mieszkaniec kraju nad Wisłą i Odrą lubi również spędzać czas *na kanapie przed telewizorem*, a także *coraz częściej przed komputerem, laptopem czy smartfonem*, oglądając film, surfując po internecie czy grając w gry komputerowe. Dużo czasu spędza w centrach handlowych, nie tylko robiąc zakupy. Ponadto uczestniczy w życiu kulturalnym, biorąc udział w różnego rodzaju imprezach – chodzi na koncerty, do kina i do teatru, słucha muzyki, poza tym czyta. Zdarza się, że w czasie wolnym wykonuje również *obowiązki związane z pracą lub (samo)rozwojem*, np. *uczy się języków obcych na prywatnych kursach, zaczyna studia podyplomowe*, czasem też leniuchuje i narzeka.

Do czynności, którym chętnie oddaje się **(stereo)typowy Słowiec**, należy przede wszystkim uprawianie sportu – zimą jeździ na nartach, przez cały rok biega i jeździ na rowerze oraz spędza czas na łonie natury, zwykle w górach, rzadziej nad morzem, odbywa podróże, po których zawsze wraca do domu. Długo utrzymuje relacje z rodziną, w okresie studenckim (który w Słowenii nierzadko trwa prawie do 30. roku życia) zawsze na weekend wraca do domu. Przestrzeń domowa w jego opinii zarezerwowana jest dla członków rodziny. Poza nimi ważni są też przyjaciele, ale z nimi spędza czas (całymi dniami) przy kawie, zwykle w ogródkach kawiarnianych nawet w zimie, a wieczorami przy alkoholu w pubach. Trunki (zwłaszcza wino) spożywa z wycuciem i ze świadomością swojej kultury, bywa jednak (głównie w młodości), że pija je w nadmiarze. Uczestniczy w lokalnym życiu kulturalnym, chadzając na różne występy, koncerty itd. Jest muzykalny, dlatego grywa na jakimś instrumencie lub przynajmniej śpiewa w chórze. Ze względu na aktywny tryb życia

i dbanie o zdrowie stosunkowo rzadko spędza czas przed telewizorem czy internetem lub oddaje się pasji zakupów w centrach handlowym. Nieczęsto również czytuje.

„Warto analizować – pisze Marta Czajkowska – formy spędzania czasu wolnego, ponieważ umożliwia to poznanie obyczajów, stylu życia, ich różnorodności i przemian dokonujących się w tym zakresie/obszarze, w odniesieniu do jednostek i większych zbiorowości” (Czajkowska 2013: 16). Dane te znajdują odzwierciedlenie w języku i językowym obrazie świata, co również znajduje odzwierciedlenie w naszych badaniach.

7. Prawdziwy Polak *versus* prawdziwy Słoweniec – ogólnie o wynikach badań

Zgodnie z założeniem i tytułem rozdziału jego celem jest ogólne zarysowanie wyników badania służącego rekonstrukcji językowo-kulturowego wyobrażenia „prawdziwego” Polaka i takiegoż Słowenca.¹³³ To badanie (nazywane przez nas drugim) zasadniczo służy weryfikacji (w tym potwierdzeniu) wcześniejszych wyników, bezpośrednio wpisuje się w studia prowadzone przez etnolingwistów w ramach EUROJOS (europejskiego językowego obrazu świata), gdzie wyraźnie zalecane jest prowadzenie analiz w oparciu o dane ankietowe pochodzące z odpowiedzi na pytanie o „prawdziwego” X-a.

7.1. O badaniu

Podobnie jak w przypadku pierwszego (głównego) badania, tak również w przypadku opisywanego w tym rozdziale było ono anonimowe, uzależnione od języka pierwszego odbiorcy (respondenci otrzymali i wypełniali kwestionariusz w języku rodzimym), wzięło w nim udział 200 respondentów – po 100 z obu krajów. Dobór grupy został ograniczony do osób, które mają/miały kontakt z przedstawicielami drugiego narodu, czyli Polaków znających Słowenców i Słowenców znających Polaków, i na tej podstawie wyrobiły sobie pewne wyobrażenie o przedstawicielu drugiej nacji. Ze względu na słabo zarysowane w języku i kulturze obu narodów wzajemne postrzeganie i ocenianie się choć częściowa znajomość przez respondentów kultury drugiego z krajów była dla nas warunkiem niezbędnym do wzięcia udziału w ankietowaniu. Badanie przeprowadzono zdalnie¹³⁴, bez obecności ankietera, co zapewniło większą swobodę wypowiedzi. Wyniki były przesyłane drogą elektroniczną od października 2019 roku do kwietnia 2020 roku. Formularz rozpoczynała krótka preambuła wyrażająca cel badania i prośbę o udział w nim, kończyła zaś – metryczka i podziękowanie. Część zasadniczą tworzyły dwa krótkie pytania otwarte (najpierw dotyczące postrzegania „Obcego”, potem siebie/swojej grupy):

1. Jacy są według Pani/Pana prawdziwi Słowenicy (Słoweniec/Słowenka)?
2. Jacy są według Pani/Pana prawdziwi Polacy (Polak/Polka)?¹³⁵

133 Te całościowo i szczegółowo będą przedstawione w kolejnych artykułach – osobno ujmujących rekonstruowany obraz „prawdziwego” Słowenca (Wrocław, Wtorkowska c) i „prawdziwego” Polaka (w opracowaniu).

134 Najpierw przeprowadzono je w formie pretestu na małej próbie (ankieta wysłana jako dokument Word; zob. załącznik na końcu książki), potem w wersji formularza online dostępnego pod następującymi linkami: <https://forms.gle/kyeKCndhaNkYH3Hy7> (dla Polaków – wersja polskojęzyczna), <https://forms.gle/5xmecsJxso1vnz19> (dla Słowenców – wersja słoweńskojęzyczna).

135 Odpowiednio w wersji słoweńskojęzycznej: 1. *Kakšni so, po vašem mnenju, pravi Poljaki (Poljak/Poljakinja)?* i 2. *Kakšni so, po vašem mnenju, pravi Slovenci (Slovenec/Slovenka)?*

Jak wspomnieliśmy, pytanie o istotę prawdziwego X-a bezpośrednio wpisuje analizę w metodologię polskiej szkoły etnolingwistycznej, która stworzyła i bada koncepcję EUROJOS. Twórcy EUROJOS podkreślają, że użyty modyfikator („prawdziwy”) ma służyć ukierunkowaniu odpowiedzi w stronę reprezentatywności, ale również wyobraźniowości – intersubiektywnego postrzegania i konceptualizowania danego obiektu (Bartmiński 2007: 73).

Umieszczona na końcu kwestionariusza metryczka zawierająca podstawowe dane demograficzno-społeczne pozwala na przybliżenie grupy respondentów. Tabele 65–67 ukazują dane dotyczące uczestników ze względu na ich płeć, wiek oraz wykształcenie.

Tabela 65: Badanie II. Podział respondentów ze względu na płeć.

Kraj pochodzenia	Płeć		Razem
	K	M	
PL	76	24	100
SLO	71	29	100

Wyjaśnienie skrótów: K – kobieta, M – mężczyzna, PL – Polska, SLO – Słowenia

Tabela 66: Badanie II. Podział respondentów ze względu na wiek.

Kraj pochodzenia	Przedział wiekowy						Razem
	0–17 lat	18–25 lat	26–35 lat	36–50 lat	51–65 lat	66–80 lat	
PL	2	28	29	24	10	7	100
SLO	2	23	34	25	7	9	100

Wyjaśnienie skrótów: PL – Polska, SLO – Słowenia

Tabela 67: Badanie II. Podział respondentów ze względu na wykształcenie (%).

Kraj pochodzenia	Wykształcenie			Razem
	Podstawowe	Średnie	Wyższe	
PL	2	12	86	100
SLO	3	26	71	100

Wyjaśnienie skrótów: PL – z Polski, SLO – ze Słowenii

Około $\frac{3}{4}$ ankietowanych stanowiły kobiety (PL – 76, SLO – 71). Respondenci to w większości osoby w młodym i średnim wieku – przeważnie między 18. a 50. rokiem życia (łącznie: PL – 81, SLO – 82), w przypadku ankietowanych rodaków Petera Prevca z lekką przewagą osób w wieku 26–35 lat. W badaniu uczestniczyły tylko po 2 osoby niepełnoletnie w obu grupach narodowych, kilkanaście było

w wieku emerytalnym i przedemerytalnym (łącznie: PL – 17, SLO – 16). Respondenci – przede wszystkim polscy – deklarowali się jako mający wyższe wykształcenie (PL – 86%, SLO – 71%), niektórzy – a wśród nich głównie Słowenci – precyzowali, jaki mają na myśli obecny lub jaki będą mieli zasób uzyskanej wiedzy na wskazanym poziomie szkolnictwa: *wyższe*; *wyższe licencjackie*; *visoka* [izobrazba]; *univerzitetna*; *univerzitetna, diploma po bolonjskem študiju*; *PhD*; *doktorat*, przy czym tylko Słowenci mieli potrzebę podkreślenia skończenia studiów III stopnia i uzyskania tytułu doktora, choć realnie wśród respondentów więcej było osób z takim wykształceniem pracujących na uczelniach wyższych w przypadku polskich respondentów, por. wyniki tabeli 68. Większa liczba słoweńskich badanych ze średnim wykształceniem (SLO – 26%) wynika z systemu kształcenia pozwalającego na często stosowane wydłużanie studiów o kilka lat. Łącznie 5 osób z obu grup językowych zadeklarowało się jako mające podstawowe wykształcenie.

Respondenci podali również informacje na temat podjętej pracy czy zajęcia, któremu się oddają (por. tabela 68). Wskazywano albo ogólne informacje na temat działalności zawodowej czy wykonywanych zajęć, albo precyzowano zawód, miejsce zatrudnienia itp. W nielicznych przypadkach przy danym respondencie odnotowano więcej niż jedno wskazanie dotyczące zajęcia/zawodu – suma zebranych danych jest nieznacznie większa niż liczba 100 respondentów, dlatego dane te zostały przeliczone na dane procentowe (podobnie zdarzyło się przy wykształceniu).

Tabela 68: Badanie II. Podział respondentów ze względu na wykonywaną pracę/wykonywane zajęcia (%).

Kraj pochodzenia	Zawód lub zajęcie						Razem
	uczący się	nauczyciel / badacz	tłumacz	inne	bezrobotny	emeryt	
PL	24	15	12	44	0	5	100
SLO	25	6	12	44	4	9	100

Wyjaśnienie skrótów: PL – z Polski, SLO – ze Słowenii

Około ¼ zarówno polskich, jak i słoweńskich respondentów stanowiły osoby uczące się (PL – 24%, SLO – 25%), w zdecydowanej większości to studenci, którzy poznali drugi kraj i jego przedstawicieli na studiach, najczęściej dzięki międzynarodowym programom wymiany międzyuczelnianej: *student*; *studentka*; *študent*; *študentka*, wyjątkowo wśród ankietowanych zarejestrowaliśmy osoby, które były uczniami (por. dane dotyczące wykształcenia): *uczeń*; *uczennica szkoły średniej*; *dijak*; *šolar*. Dużą grupę – przede wszystkim wśród polskich badanych – tworzyli nauczyciele, w znaczącej większości pracownicy naukowcy (PL – 15%, SLO – 6%): *nauczyciel*; *nauczycielka*

języka polskiego (również jako obcego); nauczyciel akademicki; naukowiec, historyk-mediewista; pracownik naukowy; pracownik naukowo-dydaktyczny; pracownik uczelni wyższej; wykładowca uniwersytecki; učitelj; učiteljica; visokošolska učiteljica; raziskovalec. Wysoki odsetek badanych z obu krajów stanowiły osoby deklarujące się jako tłumacze (PL i SLO – po 12%): *tłumacz; tłumacz z polskiego na czeski; prevajalec; prevajalka; samozaposlena prevajalka.* Ze względu na wykonywanie wolnego zawodu i związaną z uczelnią jako student, ewentualnie jako pracownik, zdarzało się, że ankietowani podawali swój podwójny (a nawet potrójny) „status”: *student/tłumacz; tłumacz/student; tłumacz, pracownik naukowy; prevajalec, sodni tolmač, samostojni podjetnik; študentka, prevajalka in učiteljica.*

Prawie połowę spośród badanych (PL i SLO – po 44%) stanowią osoby, które zadeklarowały wykonywanie innej pracy. Informacje o prowadzonej aktywności mogły być, zgodnie ze wskazówkami zawartymi w pytaniu o pracę/zajęcie, ogólne (PL – 33%, SLO – 28% z 44% w obu grupach respondentów):

- *pracownik; pracownik dużej firmy; PRACOWNIK DUŻEJ FIRMY; pracownik międzynarodowej firmy; pracownik dużej firmy międzynarodowej; pracownik korporacji; pracownik firmy słoweńskiej; pracownik średniej firmy; pracownik małej firmy; pracownik w NGO [non governmental organisation]; pracownik biurowy; urzędnik; własna działalność; właścicielka firmy;*
- *zaposlen; zaposlena; zaposlena v velikem podjetju; zaposlen v velikem mednarodnem podjetju; zaposlen v srednje velikem podjetju; vodja v srednje velikem podjetju; zaposlitev v JU [javna uprava]; v javni upravi; državna uprava; zaposlen v lastnem podjetju; samostojni podjetnik; samozaposlena; samozaposlena v kulturi.*

Część badanych zdecydowała się na pewne (czasem większe, czasem mniejsze) ukonkretnienie informacji o swojej branży (PL – 11%, SLO – 16% z 44% ankietowanych z obu nacji):

- *pracownik firmy farmaceutycznej; pracownik samorządowy; pracuję w handlu; dział sprzedaży w międzynarodowej korporacji (branża chemiczna); specjalista ds. danych w dużej korporacji; obsługa klienta; pracownik administracyjny Uniwersytetu Łódzkiego; grafik komputerowy/fotograf; logistyk; prawnik; artysta;*
- *zaposlena v zdravstvu; svetovalni delavec; skrbnik strank; tajništvo-administrativna dela; prodajni zastopnik (s.p.); zaposlen na FF; bibliotekar; knjižničar; računalničar.*

W tym badaniu tylko wśród słoweńskich ankietowanych znalazły się panie wskazujące wykonywanie obowiązków (nie tylko) rodzinno-domowych: *mati; gospodinja, ki se zanima za kulturo; opravljam priložnostna dela.*

Część ankietowanych określiła się jako osoba nieaktywna zawodowo – zazwyczaj z powodu osiągniętego wieku emerytalnego (PL – 5%, SLO – 9%): *emeryt; emerytka; emerytka, była pracownica dużej firmy; upokojenec; upokojenka,* ewentualnie,

w przypadku Słoweńców, z powodu (chwilowego) braku zatrudnienia (SLO – 4%): *trenutno brezposelna; trenutno nezaposlen.*

7.2. Ogólnie o wynikach

Ankietowani okazali się wnikliwymi obserwatorami, językowo dookreślając ogólne i szczegółowe cechy reprezentantów obu narodów. Samych siebie respondenci ocenili srożej, co przełożyło się na wyniki zarówno w przypadku rekonstruowanego modelu prawdziwego Polaka, jak i prawdziwego Słoweńca – ujęcie autostereotypowe okazało się bardziej krytyczne niż heterostereotypowe. Ponadto wyrażane opinie w heterostereotypie nierzadko wiele (a czasem nawet więcej) mówiły o samych opiniujących niż o opiniowanych.

Badanie ukazało całe spektrum cech dotyczących wyglądu, charakteru, zachowania, postaw, uznawanych wartości itp. przypisywanych prawdziwemu reprezentantowi narodu. Zgodnie z przyjętym przez nas postępowaniem badawczym wyodrębnione kategorie w rekonstruowanym modelu *implicite* odwołują się do wyróżnianych przez etnolingwistów aspektów psychicznych, społecznych, psychospołecznych, intelektualnych, etycznych, bytowych czy kulturowych. Odtwarzany koncept w uproszczeniu współtworzą trzy modele – pierwszy o nacechowaniu pozytywnym i/lub neutralnym, drugi (dodatkowy) – ambiwalentnym, a trzeci – wyraźnie negatywnym. Zarówno prawdziwy Polak, jak i prawdziwy Słoweńiec zasadniczo postrzegany jest pozytywnie lub neutralnie – szczególnie przez zewnętrznego kulturowo odbiorcę.

W przypadku obu konceptów uwypuklona została duma z przynależności narodowej – choć odtworzona w różnym stopniu i zakresie zarówno w zależności od przedmiotu konceptualizacji, a więc od tego, czy respondenci wyrażali się na temat Polaka, czy na temat Słoweńca, jak i od tego, kto dokonywał osądu. Z pewnością prawdziwy Polak postrzegany i językowo określany jest jako człowiek dumny z siebie, narodu, swojej historii, kultury, sławnych Polaków i cieszy się, gdy słyszy obcokrajowców mówiących po polsku – wtedy chętnie z nimi rozmawia. Polak jako patriota oceniany jest jako dzielny bohater, osoba wykazująca się solidarnością i odwagą w chwilach zagrożenia, a także – jak wskazali przede wszystkim ankietowani Polacy – odznaczający się ułańską fantazją i takąż szarżą (w podobny sposób prawdziwy reprezentant narodu może zachowywać się za kierownicą, jasno pokazując charakterystyczny dla niego prymat specyficznie pojętej brawury nad rozsądkiem, co jednak niekoniecznie bywa powodem do chluby). Poza tym źle pojęty patriotyzm Polak może mylić z nacjonalizmem. Ze sferą ideologiczną wiąże się również wciąż stosunkowo duży polski tradycjonalizm i konserwatyzm. Również Słoweńiec odczuwa dumę i przywiązanie do (swojego małego) kraju, konceptualizowany jest jako osoba świadoma narodowo

i – przede wszystkim w ujęciu autostereotypowym – dbająca o kulturę języka. W odróżnieniu od Polaka to jednak częściej patriota regionalny, bowiem *obywatele Słowenii odznaczają się silną tożsamością lokalną*.

Prawdziwy przedstawiciel jednego i drugiego narodu poza tym jest miły, towarzyski i żartobliwy. Słoweniec bardziej niż Polak odznacza się przychylnym nastawieniem do nieznanym, w tym cudzoziemców, a także większą otwartością, w tym tolerancją wobec inności, odmienności pod względem narodowości, wyznania, określonej ideologii, seksualności itp. Słoweniec może być bardziej otwarty również dlatego, że zna języki obce i łatwiej mu poznać i zrozumieć perspektywę „Innego”. Słoweńcowi przypisuje się również dużą skłonność do podejścia pacyfistycznego (rozumianego także jako unikanie bezpośrednich konfliktów, podejście ugodowe).

Dostrzega się chęć niesienia pomocy przez obu modelowych reprezentantów narodów, a w przypadku Polaka wyeksponowano też jego dużą skłonność do ofiarności wtedy, gdy jest to potrzebne, też w okresie zagrożenia. Polaka w odróżnieniu od Słowenca cechuje większa (przysłowiowa) gościnność, choć w ujęciu autostereotypowym zauważane są zmiany odnośnie do wyrazistości cechy – uwidaczniają się przejawy osłabienia tej narodowej zalety. Zgodnie z wynikami badania prawdziwemu Polakowi przypisuje się też większe przywiązanie do rodziny i do tradycji. Wyraźnie podkreślone zostało polskie przywiązanie do religii, ukazywanie przedstawiciela narodu profilowanego jako Polaka-katolika – w autostereotypie taki model, mimo tego że wciąż jest żywy, powoli zaczyna się osłabiać (w przypadku profilowania młodego reprezentanta kraju). Na tym tle Słoweniec jawi się jako osoba raczej nieprzywiązująca zbytnej wagi do spraw religii.

Mocno podkreśla się pracowitość prawdziwego przedstawiciela słoweńskiego narodu, nawet jego pracę ponad siły – tak z pewnością sam siebie postrzega i tak chce być postrzegany, jednak z polskiej perspektywy ta cecha przez Słoweńców może być idealizowana. Prawdziwy Słoweniec oprócz tego, że pracuje niczym przysłowiowa pszczołka, odznacza się innymi cechami, które stereotypowo można przypisać również Austriakowi, takimi jak racjonalność, obowiązkowość, dokładność, punktualność, pragmatyczność czy zorganizowanie. Ponadto mieszkaniec kraju nad Sawą, Drawą, Murą i Soczą jest oszczędny i spokojny (w tym zdystansowany, zrelaksowany i ceniący swój wolny czas). W przypadku Polaka także zauważa się jego pracowitość, która w ujęciu autostereotypowym ma negatywne refleksy – widoczne jest przepracowanie wynikające z chęci ciągłego dorabiania się – Polak, żyjąc w ciągłym pośpiechu, staje się zbyt nerwowy. Trudno byłoby przypisać Polakowi cechy kultury germańskiej, z którymi chce utożsamiać się Słoweniec. Polak lubi *robić coś „na hurra”*, za bardzo ceni swoją niezależność, czasem źle pojmowaną wolność, przez to z pewnością nie chce się podporządkować nie tylko w kontekście czyjegós zwierzchnictwa, ale też w kontekście ogólnych reguł czy regulaminów, które obowiązują wszystkich. Mocniej

podkreślono zaś polską zaradność (w tym umiejętność kombinowania) i elastyczność w dostosowywaniu się do różnych, czasem bardzo trudnych, sytuacji, a także polski upór. Mimo że Polak potrafi być oszczędny (bo musi), od Słoweńca jednak wydaje się mniej przedsiębiorczy i mniej praktyczny, a przez to nie aż tak jak ten gospodarny.

Z pewnością charakteryzowanego południowego Słowianina oznacza postawa proekologiczna oraz prowadzenie zdrowego trybu życia: znany jest z aktywności fizycznej – wysportowanie to niemal cecha narodowa każdego prawdziwego Słoweńca – i spędzania wolnego czasu na zewnątrz (na przykład podczas jazdy na rowerze albo na spacerze z psem czy podczas aktywnego wypoczynku nad chorwackim morzem). Obowiązkowe dla prawdziwego Słoweńca są wędrówki po górach i zdobycie najwyższego szczytu w kraju – Triglavu. Poza tym przedstawiciel tego narodu ma szereg innych (różnych) zainteresowań, między innymi odznacza go umiłowanie do domowej kuchni i do narodowej (ludowej) muzyki. Polak w porównaniu ze Słoweńcem dopiero zaczyna dbać o najbliższe otoczenie i o siebie, w tym chętniej uprawiać sport, a także jadać poza domem, powoli także zwiększa swoją świadomość ekologiczną. W wolnym czasie na pewno chętnie grilluje i kibicuje polskim sportowcom (to drugie też ochoczo czyni jego południowy pobratymiec), lubi słuchać disco polo, choć oficjalnie się do tego nie przyznaje. Mimo wyrabiania się w narodzie prozdrowotnych nawyków Polacy wciąż lubują się w zasiadaniu przed telewizorem, poza tym *piją, palą i Facebooka oglądają*. Obydwaj – i Polak, i Słoweniec – lubią się bawić, najlepiej przy alkoholu, choć piją nieco inne trunki i nieco inaczej się nimi upajają – w przypadku południowego pobratymca chodzi raczej o umiłowanie niż nadmierne spożywanie.

Mimo wyraźnie zarysowanej otwartości Słoweńca i w mniejszym stopniu Polaka z ankietowych wypowiedzi został odtworzony przeciwstawny model, ukazujący prawdziwego przedstawiciela jednego i drugiego narodu jako osobę zamkniętą. Polska zamkniętość wiąże się z większą niechęcią wobec nowości i odmienności, słoweńska zaś raczej ze zdystansowaniem i mniejszą wylewnością. Szczególnie w autostereotypowym wyobrażeniu jednego i drugiego przedstawiciela narodu mocno zostało zarysowane ujęcie krytycznie – m.in. obydwaj postrzegani są jako osoby zawistne, zazdrosne, egoistyczne i rywalizujące z sąsiadem. Bywa też, że obaj nie umieją wchodzić w poprawne interakcje, choć ich problem z konfrontacją z drugim człowiekiem jest inny. Słoweniec nie umie rozwiązywać sporów i przez to chętnie się sędzi, Polak zaś ma wybitną skłonność do głośnych waśni, kłótności (jednoczy się tylko, gdy pojawia się zagrożenie). Refleksem wskazanej wcześniej zamkniętości jest to, że mieszkaniec Słowenii sam siebie może oceniać jako osobę bojącą się innych – obcych, szczególnie cudzoziemców (czuje zagrożenie przede wszystkim z powodu niewielkości swojego państwa i małej liczby rodaków). Zarówno przez samych siebie, jak i przez Polaków (choć w tym przypadku frekwencyjnie rzadziej) bywa postrzegany jako odludek, człowiek nietowarzystki, czasem nawet niezyczliwy. Poza tym miewa tendencję do bycia

nietolerancyjnym nacjonalistą, choć zdecydowanie rzadziej mu się to zdarza niż Polakowi. Polska zamkniętość przejawia się przede wszystkim w formie wspomnianej już nietolerancji, nadmiernego nacjonalizmu i ksenofobii. Poza tym Polak nie może być otwarty na „Innego” i na jego kulturę, bo opisywany zachodni Słowianin nie zna języków obcych i przez to nie może się porozumieć, a więc i zrozumieć „Innego”. Ponadto Polak wśród starszego pokolenia Słoweńców jawi się jako przemytnik i kombinujący handlarz – ktoś, kto jadąc na wakacje do Jugosławii ukradkiem sprzedawał różne towary. Zarówno Polak, jak i Słoweniec ma niebywałą tendencję do narzekania na wszystko, marudzenia, malkontenctwa i pesymizmu. Słoweniec – przede wszystkim w autoocenie – postrzegany jest także jako ktoś, kto ma kompleks niższości (m.in. ze względu na swoje małe państwo), charakteryzuje się przesadną skromnością, brakiem pewności siebie, służalczością. Przez Polaka zaś oceniany bywa jako osoba z kompleksem wyższości – uważająca się za kogoś lepszego od innych mieszkańców byłej Jugosławii, też od innych Słowian, w tym od Polaków (m.in. postrzeganych jako biedniejszych i zmuszonych kombinować, dawniej handlować na wakacjach). Wśród innych zauważanych i wyrażanych wad konceptualizowanego prawdziwego Polaka są: niekulturalność – w tym agresja językowa, prymitywność i zacofanie, cwaniactwo, nieracjonalność, nieszczerłość, skąpstwo, a także śmiecenie – nieumiejętność dbania o środowisko, co razi nastawionego proekologicznie Słoweńca.

W niewielkim zakresie prawdziwy reprezentant narodu został również doprecyzowany ze względu na płć. Polski prawdziwy mężczyzna w odróżnieniu od prawdziwego słoweńskiego przedstawiciela płci męskiej odznacza się galanterią wobec pań, pobożnością, ale też niezbyt przyjemnym wyglądem (nie wspominając o sprawności i aktywności fizycznej – pod tym względem trudno mu rywalizować z wybitnie wysportowanym południowym pobratymcem). Polaka cechuje większa niż Słoweńca skłonność do mocnych trunków. Słoweniec z kolei wydaje się bardziej uzależniony od matki. Polska kobieta oceniana i określana jest jako ładna i bardzo zadbana, jest pobożna – podobnie jak mężczyzna z jej kraju, ponadto jest zaradna i potrafiąca zadbać (walcząc niczym lwica) o dobro swoich najbliższych. Poza tym chce być idealna we wszystkim, co robi i czuje się niedowartościowana. Słowenka przy Polce zaś jawi się jako kobieta przeciętnej urody, ale przede wszystkim jako osoba praktyczna (co uwiadcza się m.in. w jej wygodnym stroju) i naturalna (nie przesadza z makijażem lub go po prostu nie ma, nie uświadczy się u niej także nadmiernie wystylizowanej fryzury). Mimo realnego zarządzania domem nie jest (nie musi być) dominująca.

7.3. Uwagi respondentów po badaniu

Kwestionariusz wieńczyło podziękowanie za udział w badaniu. Jeśli respondenci chcieli, mogli wyrazić swoje uwagi na temat ankietowania – zdarzało się, że korzystali

z tej możliwości, co stanowiło dla nas ważną informację zwrotną. Niektórzy wyrażali podziękowanie oraz ocenę badania (*ankieta przyjazna i przejrzysta; ankieta bardzo przyjazna – i to ze względu na konstrukcję, i treść; ankieta dobrze skonstruowana, życząc powodzenia w interpretacji*), a także oczekiwanie na jego wyniki (*veselim se rezultatov raziskave*).

Zasadniczo respondenci nie mieli wątpliwości odnośnie do tego, jak rozumieć wyrażenie *prawdziwy Polak/prawdziwy Słoweniec*. Jak wykazałyśmy, użycie w pytaniu ankietowym modyfikatora „prawdziwy” w badaniach EUROJOS jest normą, ma na celu ukierunkowanie w stronę wyobrażeniową, służy rekonstrukcji intersubiektywnego obrazu ukazującego cechy uznawane za istotne i typowe danego obiektu, chodzi bowiem o badanie tego, jak X jest postrzegany, konceptualizowany, a nie o tworzenie „encyklopedycznego” opisu. „Modyfikator »prawdziwy« – pisze Bartmiński – przedstawia perspektywę na widzenie podmiotowe, na to, co jest ważne dla osoby odpowiadającej na pytania” (Bartmiński 2018 : 10). Mimo jego celowości i funkcjonalności wskazany operator może budzić i budzi pewne wątpliwości wśród ankietowanych. Jak piszą autorzy raportu z badań *Język – wartości – polityka*: „niektórzy respondenci uznawali i pisali o tym *expressis verbis*, że przymiotnik ten w niektórych połączeniach, np. dziecko, Warszawa, naród wydaje im się sztuczny, niewłaściwie użyty” (Bartmiński, red. 2006: 27). Również w przypadku naszego badania zarejestrowałyśmy uwagi stanowiące refleksję nad pytaniem i operatorem w nim użytym – nieco częściej taka postawa uwidoczniła się w danych zebranych od słoweńskich ankietowanych. Wyrażono, że:

- a) pytanie tylko z pozoru jest łatwe:
odpowiedź nie jest łatwa; trudno powiedzieć, czy wszyscy prawdziwi Polacy/Słowenci są tacy; čeprav se zdi vprašanje enostavno, sploh tako ni; izjemno težko vprašanje; nikoli mi ni bilo jasno, kako naj bi odgovorila na tako zastavljeno vprašanje;
- b) jest trudność z rozumieniem znaczenia „prawdziwości”, w tym jego kwestionowanie: *trudno określić, co to znaczy prawdziwy Polak, prawdziwy Słoweniec? Od razu przychodzi do głowy, że może są jacyś nieprawdziwi?; nisem prepričana, kaj pomeni „pravi/prava” Slovenka/Slovenec/Poljakinja/Poljak; priznati moram, da sem imela težave pri ločevanju lastnosti s kvalifikatorjem „pravi”, ki ga dojemam kot zelo subjektivno kategorijo; če dobro premislim, lahko rečem, da pravih Poljakov sploh ni, kakor tudi pravih Slovencev ni, ewentualnie wyrażono zdawanie sobie sprawy z tego, że wskazany modyfikator sugeruje idealizację obrazu: „pravi” ima opraviti s ponosom, na splošno gre za pozitivne lastnosti;*
- c) właściwsze byłoby użycie innego określnika adnominalnego lub zadanie pytania bez niego: *przeciętny; określenie „prawdziwy Polak” czy „prawdziwy Słoweniec” wydaje mi się bardzo nieodpowiednie – lepiej pasowałoby po prostu pytanie „Jacy wg Pana/i są Polacy i Polki?”; lažje bi bilo odgovoriti povprečen; mnogo je namreč lastnosti, ki bi jih uvrstila pod „tipični”, večino teh pa ne bi uvrstila pod „pravi”;*

- d) pytanie o prawdziwego reprezentanta stereotypizuje: *kwalifikator PRAWDZIWY wydaje się dyskwalifikować pytanie – „prawdziwy” prowadzi do pogłębiania stereotypizacji; znacilnosti „pravega” so se mi prav tako mešale s stereotipi*, a stereotypowego szufladkowania, np. na podstawie przynależności do wspólnoty narodowej/etnicznej, należy unikać: *nočem prispevati k dodatnim posploševanjem in stereotipizacijam; zapisala sem stereotype, ki pa se jih v življenju poskušam izogibati, saj se ljudi ne da soditi na podlagi narodnostne pripadnosti*, powinno się ludzi postrzegać bardziej indywidualnie: *ljudi vidim bolj individualno, vsak ima dobre in slabe lastnosti, redko katere si deli večina pripadnikov naroda*.

Zauważono również, że stereotypowy obraz nie jest w pełni trwały, ulega m.in. temporalnym i kulturowym modyfikacjom: *cechy określające stereotyp Słoweńca/Polaka ulegają ciągłej przemianie m.in. ze względów globalizacyjnych, a także regionalnych*.

Nie zarejestrowaliśmy braku odpowiedzi na pytanie zarówno o „prawdziwego” Polaka, jak i takiegoż Słoweńca. Należy podkreślić, że opatrzenie ankiety przez respondentów dodatkowymi, cennymi uwagami i komentarzami dotyczącymi między innymi budowy ankiety, samego badania, świadomości stereotypozacji i niechęci względem niej, a także oczekiwania na rezultaty badania, może świadczyć o tym, że ankietowani uznali pytanie za istotne.

Uzyskane wyniki na temat „prawdziwego” Polaka i „prawdziwego” Słoweńca potwierdzają i dopełniają wyniki pierwszego przeprowadzonego przez nas badania.

„Myślę, więc jestem” zostaje przekształcone w „jesteś, więc jestem”.
To w drugim tkwi prawda o mnie.

Andrzej Ryk, *(Po)nowoczesny podmiot w doświadczeniu spotkania.
Antropologiczne aspekty pedagogiki spotkania*

Spotkanie z drugim człowiekiem z pewnością należy do najważniejszych doświadczeń życiowych, wywierających istotny wpływ na postawę i zachowania człowieka w otaczającym go świecie [...].

Krzysztof Wieczorek, *Dwie filozofie spotkania:
konfrontacja myśli Józefa Tischnera i Andrzeja Nowickiego*

8. Podsumowanie

Język ukazuje „rzeczy nie takimi, jakie one są w obiektywnej rzeczywistości, lecz raczej, jak jawią się w naszym doświadczeniu” (Krzeszowski 2010: 8). Na co dzień użytkownicy danego języka rzadko uświadamiają sobie, że wyrażane przez nich opinie i poglądy w większości są efektem procesu stereotypizacji, którego naturalnym podłożem są adaptacyjne schematy poznawcze (Pietrzak 2000: 212), bowiem – jak przekonuje Bartmiński – „[s]tereotyp [...] jest koniecznym wyposażeniem każdego uczestnika wspólnoty, każdego użytkownika języka, który łączy mówienie, myślenie i działanie” (Bartmiński 2011: 34–35).

Przedstawiona w niniejszej monografii rekonstrukcja językowo-kulturowych obrazów Polaka i Słoweńca – siłą rzeczy – okazała się fragmentaryczna (ograniczona czasem historycznym, wielkością i rodzajem badanej grupy oraz możliwością przedstawienia tylko wybranych kategorii semantycznych zarysowanego portretu). Jako podsumowanie badania podajemy wykaz „cech” stanowiący trzon rekonstruowanych stereotypowych konceptów, który tworzą **najczęściej**¹³⁶ wskazywane elementy klas tematycznych dotyczących „polskości” i „słoweńskości” ujęte w eksplikacjach oraz klas tematycznych, syndromów i deskryptorów z odtwarzanych kategorii wyglądu, charakteru, sposobów spędzania wolnego czasu oraz stosunku do pieniędzy. Wykaz uwzględnia specyficzny intersubiektywny punkt widzenia i określoną perspektywę badanych grup, ujawniając ich „potoczny” sposób myślenia i daną hierarchię wartości.

136 Wskazane przez Bartmińskiego (2009: 47) wymogi tzw. definicji kognitywnej dotyczące adekwatności treściowej i adekwatności strukturalnej zostały w proponowanych przez nas definicjach ograniczone do metajęzyka opisu w polszczyźnie ogólnej w jej wariacie potocznym uwzględniającego najczęściej wskazywane cechy w odtwarzanym na podstawie danych ankietowych językowo-kulturowym stereotypie Polaka i Słoweńca.

Oto cechy bazowe/jądrowe stereotypu – kolejno: Polaka, a potem Słoweńca – oraz najważniejsze elementy w obrębie danych kategorii odtwarzanego modelu z **polskich i słoweńskich** danych językowych uzyskanych z ankiet.

Polak – obywatel Polski, mieszkaniec Polski, osoba płci męskiej, mężczyzna, mieszka również poza granicami Polski, czuje się Polakiem, mówi po polsku.

Polka – obywatelka Polski, mieszkanka Polski, osoba płci żeńskiej, kobieta, mieszka również poza granicami Polski, czuje się Polką, mówi po polsku.

Polak (bez względu na płeć) ma określony:

- **wygląd:** nie ma cech charakterystycznych, wygląda jak inny Europejczyk (mieszkaniec środkowej części Europy), jak inny Słowianin (np. Rosjanin) lub przedstawiciel definiowanej/porównywanej nacji (jak Słoweńiec), jest typem mieszanym; jest zadbany i ładny, bywa niezadbany (z nadwagą); ma okrągłą twarz, jasne (niebieskie, zielone) oczy, jasne włosy, jasną karnację, jest średniego lub wysokiego wzrostu; przykłada wagę do ubioru, potrafi się ubrać na każdą okazję (szczególnie w niedzielę), ubiera się elegancko, ładnie i modnie, też staromodnie;
- **charakter:** jest uprzejmy, dobrze wychowany, przyjacielski/przyjazny, chętny do pomocy/pomocny, gościnnie, towarzyski, (coraz bardziej) otwarty, rodzinny, rozmowny; ambitny, pracowity (też za granicą), praktyczny, zaradny, pomysłowy, wytrwały, odpowiedzialny, silny psychicznie; dumny ze swojej polskości, to (romantyczny) patriota, jest zdolny do wielkich porywów w chwili zagrożenia; bywa uśmiechnięty, wesoły, energiczny i temperamentny; poza tym jest religijny, tradycjonalistyczny i konserwatywny, to także sprytny kombinator, który jest uparty, zamknięty (podczas pierwszego kontaktu), poza tym jest solidarny, gdy musi; bywa nietolerancyjny, niekulturalny, arogancki, kłótlivy, to egocentryczny bufon, człowiek skłonny do alkoholu; zdarza się, że jest nieracjonalny, nieperspektywiczny, niepracowity, ograniczony, to ktoś, kto nie zna języków obcych (w tym angielskiego) i bywa cwany, wtedy nierzadko oszukuje;
- **stosunek do pieniędzy:** szanuje i ceni pieniądze, uznając ich ważność, jest oszczędny i skromny, potrafi być hojny, szczodry, gościnnie, bezinteresowny i pomocny; jest też nieoszczędny, niegospodarny, rozrzutny, żyjący na pokaz; ma skłonność do narzekania na brak środków finansowych, a także do nieuczciwości, kiedy się wzbogaca; ze względu na sytuację ekonomiczną kraju bywa zmuszony do emigracji zarobkowej¹³⁷;
- **czas wolny:** spędza w towarzystwie, w kręgu bliskiej i dalszej rodziny i/lub przyjaciół, nierzadko w domu przy suto zastawionym stole i (coraz częściej) włączonym

137 Wskazany element rekonstruowanego obrazu w związku z dynamicznie rozwijającą się sytuacją ekonomiczną, gospodarczą i polityczną ulega zmianie. Obserwuje się liczne powroty z emigracji (młodych) Polaków w związku m.in. z pandemią, *brexitem* oraz poprawą jakości życia w Polsce, wynikającą na przykład z wprowadzonych i planowanych (prorodzinnych) reform społecznych (np. program Rodzina 500+, Mieszkanie+, reforma emerytalna, zwolnienie z podatków dla osób do 26. roku życia prowadzących działalność gospodarczą i inne). Podobnie uległ zmianie („blednie”) w mentalności i językowym wyrażaniu się Słoweńców stereotypowy obraz Polaka podróżującego (w latach 80. XX w.) do (krajów byłej) Jugosławii nie tylko w celach turystycznych, ale też zarobkowych – chodzi zwykle o niezbyt pozytywnie postrzeganego polskiego handlarza różnych produktów.

telewizorze lub bywając w kawiarniach, pubach; lubi rozmawiać; często (wszędzie, gdzie może) grilluje; coraz częściej zajmuje się sportem (biega, jeździ na rowerze, pływa, chodzi z kijkami i na siłownię, tańczy); chętnie kibicuje; przebywa na świeżym powietrzu, spacerując po parku lub (rzadziej) uprawiając ogródki działkowe; lubi podróże i wycieczki za miasto w góry lub nad polskie i (często) chorwackie morze, szuka korzystnych cenowo ofert; spędza czas na kanapie przed telewizorem, komputerem, laptopem czy smartfonem; lubi (rodzinne) spacerować po centrach handlowych; chodzi na koncerty, do kina i do teatru, słucha muzyki i czyta, chodzi na różne kursy, leniuchuje i narzeka.

Polak (mężczyzna):

- **wygląd:** zaniedbany, źle ubrany, otyły – wtedy wyróżnia się dużym „piwnym” brzuchem; bywa (coraz bardziej) zadbany, dobrze ubrany, szczupły, przystojny; ma ciemne włosy, rzadziej jasne, raczej jest wysoki (ok. 180 cm) i mniej zadbany niż Słoweniec;
- **charakter:** rycerski dżentelmen (często na pokaz), ale też niekulturalny, agresywny, głośny, skłonny do alkoholu, kłótni i bójki, ma potrzebę rywalizacji, jest zniewieściały.

Polka (kobieta):

- **wygląd:** atrakcyjna, zadbana, ładna, piękna, (idealnie) umalowana, wyperfumowana, uśmiechnięta, ma kobiecy wdzięk; jest ładnie i raczej modnie ubrana; to blondynka o jasnych (niebieskich lub zielonych) oczach, jasnej karnacji, długich, jasnych, często farbowanych włosach, jest średniego (ok. 165 cm) bądź wysokiego (165–170 cm) wzrostu, jej twarz jest okrągła, miła i delikatna, czasem lalkowata, a ciało może wyróżniać się dużym biustem i zgrabnymi pośladkami; z pewnością oceniana jest jako ładniejsza od Polaka (mężczyzny) i od słoweńskiej kobiety, ale jako mniej atrakcyjna niż Rosjanka, Białorusinka czy Ukrainka;
- **charakter:** niezależna, choć mniej wyemancypowana niż Słowenka, jest aktywna zawodowo, dobrze wykształcona, ambitna, rozważna; to tradycyjna, kochająca żona, dobra gospodyni, troskliwa matka, w każdym działaniu dążąca do ideału, niedoceniana przez innych i przez samą siebie.

Słoweniec – obywatel Słowenii, mieszkaniec Słowenii, osoba płci męskiej (mężczyzna) narodowości słoweńskiej, ma słoweńskie pochodzenie, czuje się Słowencem, mówi po słoweńsku; to bałkański Słowianin, który chce być Germaninem.¹³⁸

138 Z ciekawszych omownych określeń Słowenca respondenci obu nacji wskazali: *słowiański góral spod Alp; bałkański Słowianin, który pragnie być Germaninem; słowiański Austriak; słowenski Avstrijec; Słowan, ki želi biti German; po srcu Balkanec, po mentaliteti zahodnjak.*

Słowenka – obywatelka Słowenii, mieszkanka Słowenii, osoba płci żeńskiej (kobieta) narodowości słoweńskiej, mająca słoweńskie pochodzenie, czująca się Słowenką, mówi po słoweńsku.¹³⁹

Słoweniec (bez względu na płeć) ma określony:

- **wygląd:** nie ma cech charakterystycznych, wygląda jak inny Europejczyk (mieszkaniec południowo-wschodniej części Europy), jak inny Słowianin (mieszkaniec krajów byłej Jugosławii, Jugosłowianin; Czech, Słowak), też jak Włoch lub przedstawiciel definiowanej/porównywanej nacji (jak Polak), jest typem mieszanym; jest wysportowany, szczupły, zadbane i ładny; ma jasną karnację (o nieco ciemniejszym odcieniu niż Polak), ciemne (nawet czarne, ciemniejsze niż Polak) lub jasne włosy, jasne lub ciemne oczy (ciemniejsze niż Polak), jest wysokiego lub średniego wzrostu, cechuje go pociągła lub kwadratowa twarz; ma luźny stosunek do dress code'u, nosi ubiór wygodny, praktyczny, sportowy, mniej elegancki, też ładny i modny;
- **charakter:** jest miły, uprzejmy, przyjacielski, pomocny, gościnnie i towarzyski, otwarty; poza tym ambitny, pracowity (jak mrówka lub pszczołka), solidny, obowiązkowy, zorganizowany, praktyczny, zaradny; uśmiechnięty, wesoły, spokojny, poważny; jest podobny do Austriaka/Niemca, to „słowiański (słoweński) Austriak”, Słowianin, który chce być Germaninem; zasadniczo nie identyfikuje się z Bałkanami, ale w chwilach porywu wychodzi z niego „bałkańska krew”, wtedy staje się podobny do innych mieszkańców krajów byłej Jugosławii, którzy odznaczają się silnym (bałkańskim) temperamentem; bywa człowiekiem zamkniętym (podczas pierwszego kontaktu), a także niezbyt pracowitym; zdarza się, że jest niekulturalny, arogancki, kłótniwy, to zarazem zazdrosny materialista, zarozumiały egoista, interesowny konformista, a także narzekający pesymista; bywa ograniczony, zacofany, leniwy, służalczy, podporządkowany, rzadko jest postrzegany jako pracoholik;
- **stosunek do pieniędzy:** potrafi oszczędzać, umie zarabiać pieniądze i odpowiednio z nich korzystać (pomnażać poprzez inwestycje), dużo wydaje na wysokiej jakości odzież sportową i sprzęt sportowy, też na spotkania i konsumpcję na mieście, urlopy i podróże; popisuje się przed innymi, głównie przed sąsiadem; czasem (głównie gdy pochodzi z regionu Gorenjska) jest nadmiernie oszczędny i skąpy; z pewnością jest skłonny do narzekania na brak środków finansowych; bywa bardziej przywiązany do pieniędzy niż do więzi międzyludzkich;
- **czas wolny:** uprawia sport (przede wszystkim jeździ na nartach, biega i jeździ na rowerze), spędza czas na łonie natury, zwykle w górach, rzadziej nad morzem, wolny czas poświęca także rodzinie – wtedy jest w domu – lub przyjaciołom – zwykle przesiadując przy kawie w ogródkach kawiarnianych (nawet zimą), wieczorami przy alkoholu w pubach; trunki (zwłaszcza wino) spożywa z wycuciem, choć bywa,

139 W związku z brakiem definicji *Slovenca* i *Slovenki* w słownikach słoweńskich, podajemy ich propozycje zbudowane na podstawie konceptualizacji polskich i słoweńskich respondentów: *Slovenec – moški, ki živi v Sloveniji ali zunaj nje, s slovenskim državljanstvom in/ali slovenskimi predniki, ta, ki čuti pripadnost slovenskemu narodu in slovenski kulturi ter govori slovensko; Slovenka – ženska, ki živi v Sloveniji ali zunaj nje, s slovenskim državljanstvom in/ali slovenskimi predniki, ta, ki čuti pripadnost slovenskemu narodu in slovenski kulturi ter govori slovensko.*

że pije w nadmiarze; chodzi na koncerty, występy, jest muzykalny, gra na instrumencie lub/i śpiewa w chórze, jest aktywny i dba o zdrowie, zatem rzadko spędza czas przed telewizorem czy internetem oraz w centrach handlowych, nieczęsto czytuje.

Słowiec (mężczyzna):

- **wygląd:** jest atrakcyjny, zadbany, dba o sylwetkę, jest wysportowany, silny, raczej szczupły, ładny, przystojny, wysoki (170–180 cm); to człowiek o raczej ciemnych, rzadziej jasnych włosach, o jasnych (niebieskich lub zielonych) oczach; gdy jest starszy (40–60 lat), ma duży „piwny” brzuch, a młody – przesadnie dba o siebie i swoje ciało, podąża za modą; jest bardziej zadbany niż Polak (mężczyzna);
- **charakter:** to człowiek pracowity, niedżentelmeński, nierzadko gej, jest podporządkowany silnej kobiecie, bywa nadmiernie skłonny do alkoholu i wtedy staje się niebezpiecznym kierowcą.

Słowenka (kobieta):

- **wygląd:** to kobieta mało zadbana, mało atrakcyjna, mniej zadbana niż Polka czy Włoszka; szczupła i wysportowana; nieproporcjonalna, nieświadoma bądź niepotrafiąca czy niechcąca wyeksponować swojej urody i kobiecości, preferuje naturalny wygląd, chodzi bez makijażu, ma różny kolor (długich i prostych) włosów; bywa atrakcyjna, zadbana, ładna (szczególnie w starszym wieku), ubrana zazwyczaj jest na sportowo, miewa ładny i ciekawy ubiór;
- **charakter:** jest zdeterminowana, niezależna, wyemancypowana, rodzinna, czasem cicha i skromna, młoda – wyzwolona i wulgarna, starsza – władcza matrona, zazdrośna i posesywna względem swoich mężczyzn, szczególnie syna.

W kontekście przywołanych wyników celne wydaje się spostrzeżenie Henryka Pietrzaka, że „Lippmannowskie »obrazy w naszej głowie« [a w kontekście opracowanych badań w głowie naszych respondentów – przyp. autorek] układają się w realiach współczesnego świata w mozaikę przypominającą obrazy impresjonistów. Gdy patrzymy na nie z bliska, nie pozwalają na ich zrozumienie. Gdy patrzymy na nie z odдалenia, przestajemy dostrzegać drobne szczegóły, ale za to pojmujemy treść obrazu” (Pietrzak 2000: 212).

Opisy ankietowanych nierzadko wzbogacane były o różnego typu stereotypowe porównania względem określonej nacji – częściej Słowenów do Polaków niż Polaków do Słowenów (Polacy wykazując się mniejszą chęcią do porównań, mogli w ten sposób manifestować swój polonocentryzm) lub rzadziej do (innych) Słowian i narodowości, głównie pochodzących z krajów ościennych (Słowacy, Czesi, Węgrzy, Austriacy, Niemcy, Włosi). Przez taką dwubiegunową wizję świata *my–oni, swoi–obcy* dokonuje się „etnologia nas samych poprzez innych” (Waldenfels 2002: 141).¹⁴⁰ Na

140 Henry Tajfel uzupełnia opozycję *my–oni* stwierdzeniem, że „bardzo często jesteśmy tym, czym jesteśmy, ponieważ *oni* nie są tym, czym *my*” (za: Mandrosz-Wróblewska 1988: 30).

dwoistość sensów tożsamości jednostki czy grupy wskazywała m.in. Ewa Krzyżaniak (2003). Sens pierwszy (etymologiczny) ukazuje podobieństwa oraz identyczność, drugi natomiast wyraża się w różnicy i odrębności. Identyfikacja zatem dokonuje się „w oparciu o działania innych jednostek bądź grup właśnie poprzez podkreślanie cech różniących, granic przynależności i wykluczenia” (Krzyżaniak 2003: 22). Z takiej perspektywy tworzenie się stereotypów narodowych, czyli stereotypowych wyobrażeń o innych ludziach i państwach oraz o nas samych jako nacji (w naszym przypadku o Polakach i Słoweńcach) stanowiących część poczucia tożsamości narodowej, jest procesem naturalnym. Można twierdzić dalej za autorką, że „[t]ożsamość zawdzięczana jest zatem »Innemu« i, jeśli można tak powiedzieć, »Innemu Innego«, gdyż jej budowanie zasadza się na ciągłym rozwoju, ruchu i fluktuacji dokonywanej w powiązaniu z odmiennością, obcością i różnicą, która o krok wyprzedza właściwą identyfikację lub podąża za nią” (Krzyżaniak 2003: 22). Opozycja *my–oni, swoi–obcy*, w naszym przypadku szczególnie: Polacy *versus* Słoweńcy, jest jedną z ważniejszych kategorii rekonstruowanego przez nas stereotypowego opisywania i porządkowania świata. Stanowi nie tylko narzędzie analityczne dla etnolingwisty, ale przede wszystkim postawę, która w odpowiedni sposób „rezonuje” w świadomości i języku respondentów. Podmiot wypowiadający się zyskuje dzięki „Innemu” – w naszym przypadku dzięki przedstawicielowi drugiej z charakteryzowanych nacji, bowiem „tym, co może przywrócić współczesnemu człowiekowi właściwą perspektywę patrzenia na rzeczywistość i swoje w niej miejsce jest drugi człowiek” (Ryk 2006: 23).

Respondenci w kilku przypadkach zwerbalizowali trudności ze zdefiniowaniem wyodrębnionych w ankiecie kategorii, przede wszystkim wyglądu czy charakteru oraz samego rozumienia nazw przedstawicieli i przedstawicielki narodu polskiego i słoweńskiego (i pojęć, które się pod nimi kryją):

- *Zaskakująco trudno jest pisać obiektywnie o własnym kraju i rodakach, nawet, jeśli pytanie obejmuje określony temat (zazwyczaj okazuje się on tematem–rzeką przez bardzo swobodny przepływ myśli i dużą ilość informacji na temat, potwierdzonych empirycznymi badaniami i własnymi doświadczeniami);*
- *Nie mam szczególnych skojarzeń związanych z Polakami, nie patrzę na ludzi przez pryzmat ich pochodzenia, nie wydaje mi się, żeby narody miały silne cechy charakterystyczne tylko dla nich, albo po prostu nie widzę tego u swojego narodu;*
- *Zapisała sem stereotype, ki pa se jih v življenju poskušam izogibati, saj se ljudi ne da soditi na podlagi narodnostne pripadnosti. To človek precej hitro ugotovi, če kot prevajalec živi v več kulturah, ne samo eni ☺¹⁴¹*

141 Tłumaczenie: *Pisałam o stereotypach, których staram się w życiu unikać, ponieważ ludzi nie da się oceniać na podstawie przynależności narodowej. Do tego wniosku człowiek szybko dochodzi, kiedy funkcjonuje jako tłumacz w wielu kulturach, nie tylko w jednej.*

- *Nimam nikarkršnih posebnih asociacij niti ne morem odgovoriti na ostala vprašanja, saj sem na srečo do zdaj imela priložnost spoznati Poljake vseh sort, zato nikakor ne morem posploševati svojih vtisov in jih strniti v stereotip;*¹⁴²
- *Poudaril bi rad, da sem imel do reševanja anketnega obrazca velike zadržke, saj ta sprašuje po stereotipih oz. predvideva obstoj „povprečne osebe”, kar pa v resničnosti ne obstaja. Čeprav nas tudi država oz. širše okolje do določene stopnje definira, je veliko/skoraj vse odvisno tudi od vsakega posameznika. Stereotipi temeljijo na nekem posploševanju načeloma vedno bolj ali manj/zelo heterogene množice, kar pa ni upravičeno. Torej je treba tudi spodnja zapažanja vzeti nekoliko z rezervno;*¹⁴³
- *Vse, kar moram pisati v tej anketi, izhaja zgolj iz stereotipov, ki jih ne želim podpirati.*¹⁴⁴

Trudności, jakie mieli ankietowani przy stereotypizacji Polaków i Słoweńców, można uznać m.in. za przejaw procesów unifikacyjnych w kulturze (*trudno po wygłądzie o kimś powiedzieć, że jest Słoweńcem*), a dla nas także za bodziec do badań językowo-kulturowego wyobrażenia Europejczyka w ogóle. Stereotypy dążą do intersubiektywnej symplifikacji. Badani zdawali sobie sprawę z niebezpieczeństwa łatwego szufladkowania, uznając je za zbyt upraszające: *samega sebe ne definiram; glede na to, da že celo življenje živim v Sloveniji in poznam ljudi vseh vrst, tudi tu ne morem posploševati vtisov*. Niechęć do kategoryzacji można zinterpretować jako wyraz potrzeby przełamania schematycznego myślenia: *nie mogę i nie potrafię uogólnić, ponieważ ludzie, których znam, są bardzo różni; spoznala sem ljudi vseh sort, zato nimam posebnih asociacij*. Zdajemy sobie sprawę, że społeczne funkcjonowanie schematycznych wyobrażeń wiąże się ze swoistym relatywizmem – stereotypy nie muszą być podzielane przez wszystkich przedstawicieli danej kultury i najczęściej nie są (Habrajska 2000: 14). Mimo deklarowanych trudności ze stereotypizacją, generalizowaniem, Polacy i Słoweńcy, biorący udział w badaniu, okazali się bardzo wnikliwymi obserwatorami, językowo dookreślając siebie nawzajem, o czym świadczą ich obszerne wypowiedzi. Oto kilka z nich:

Słoweńców postrzegam jako ludzi pracowitych, uporządkowanych, lubiących posłuch i jasno sformułowane reguły. Chyba w ten sposób uwidacznia się wielowiekowe funkcjonowanie pod rządami Habsburgów i wpływ germański. Praca jest dla nich bardzo ważna, a także pieniądze. Są pracowici i oszczędni. Lubią jednak dobre jedzenie, dobre napoje, także alkoholowe. Potrafią się dość dobrze bawić. Bardzo lubią muzykę i śpiew. Kultuwują

142 Tłumaczenie: *Nie mam żadnych szczególnych skojarzeń, nie mogę też odpowiedzieć na pozostałe pytania, ponieważ – na szczęście – do tej pory miałam okazję poznać różnego typu Polaków, dlatego nie mogę uogólniać swoich odczuć i grupować ich w stereotypy.*

143 Tłumaczenie: *Chciałbym podkreślić, że miałem duże zastrzeżenia do wypełnienia formularza ankietowego, ponieważ pyta się w nim o stereotypy bądź zakłada istnienie „przeciętnej osoby”, która w rzeczywistości nie istnieje. Chociaż nas również do pewnego stopnia definiuje państwo czy szerzej jakieś środowisko, wiele zależy także od samego (każdego) człowieka. Stereotypy opierają się na pewnym uogólnianiu zazwyczaj mniej lub bardziej niejednorodnej masy (ludzi), a takie działanie nie ma uzasadnienia. Dlatego więc trzeba poniższe obserwacje potraktować z przymrużeniem oka.*

144 Tłumaczenie: *Wszystko, co muszę napisać w tej ankiecie, wynika bardziej ze stereotypów, których nie chcę wzmacniać.*

kulturę muzyczną. Są narodem muzykującym i śpiewającym. Podkreślają i pielęgnują różnice regionalne. Większość lubi spędzać czas wolny wśród natury albo we własnych daczach, w ogrodzie albo w górach na wędrówkach, wspinaczkę itp. Uprawiają sport. Wiele osób biega, jeździ na nartach. Są też kibicami sportowymi. Nie są zbyt wylewni, nie za szybko nawiązują bliskie relacje. Można powiedzieć, że wobec nowo poznanych osób zachowują dystans. Są też chyba dość zazdrośni, dość indywidualistycznie nastawieni, choć z drugiej strony cenią współpracę i pracę zespołową.

Czy ktoś słyszał kiedyś dowcip o Słoweńcach? Ja nie. To pewnie dlatego, że Słoweńcy są bardzo, bardzo poważni w swojej „słoweńskości” i kompletnie nie potrafią śmiać się z siebie samych. Są zdecydowanie bardziej przyjaźni do obcych i przybyszy (zwłaszcza z tzw. ZACHODU) niż do innych Słoweńców. W Słowenii nie ma gentlemanów... no, po prostu nie ma facetów z „kindersztubą”. Mężczyźni są totalnie rozpieszczeni, a krajem władają kobiety – królowanie zaczyna się w domu w osobie Pani – Królowej Matki, która jest pierwszą damą serca każdego Słoweńca od początku do końca jego życia. (Biada wam żony „iz tujine”). Mają obsesję na punkcie zdrowia, eko-jedzenia, sportu, wyglądu zewnętrznego i dobrych samochodów – będą jeść tylko ziemniaki (oczywiście eko-, bioziemniaki), ale wożą się super audi albo VW.

Różnorodność szkiców sylwetek mieszkańców Słowenii byłaby zapewne tak wyrazista, jak zróżnicowanie dialektyczne występujące na terytorium tego niewielkiego kraju. Właściwie słowem „różnorodność” można by podsumować obraz Słowenii. Jednego dnia można być w górach, drugiego nad morzem, a trzeciego na imprezie na Metelkovej, a w każdym z tych miejsc możesz poznać wyjątkowych ludzi połączonych ze sobą więzami krwi narodu słoweńskiego.

Izrazita je osredotočenost na slabo in posledično je jamranje zelo pogosto. Ne vem, če sem kdaj slišal kakega Poljaka reči „ej, trenutno mi gre odlično”. Ljudje se redko pohvalijo (tudi drug drugega), sicer se mi zdi, da so na splošno zelo iznajdljivi (pregovor „Poljak potrafi” ne obstaja brez razloga – v vseh pomenih). Menim, da so Poljaki izredno dobro artikulirani, znajo dobro zastopati svoja stališča, v svojem izražanju so tudi zdelo uvidni in kulturni, vendar po drugi strani zasledimo izrazito distanco v komunikaciji na vseh ravneh. Sicer pa primanjkuje resnične sproščenosti. Zelo redko oz. skoraj nikoli te zares ne vprašajo „kako si”. Poljaki zelo pogosto »kombinuj«. Sicer so Poljaki zelo solidarni v smislu, da so pripravljeni pomagati. Enkrat so me na Poljskem okradli in sem ostal brez denarja in dokumentov, vsi moji poljski prijatelji in celo znanci so se zanimali za mojo situacijo in me spraševali, ali mi lahko tudi finančno kako pomagajo (čeprav tega od njih res ne bi pričakoval, saj si z nekaterimi nismo bili zelo blizu), medtem ko me ni niti eden od mojih bližnjih prijateljev iz Belgije in Francije vprašal, če potrebujem pomoč. Te pripravljenosti pomagati s strani Poljakov seveda ne bom nikoli pozabil. Po drugi strani nikakor ne razumem, kako je možno, da je na Poljskem trenutno tak odpor proti beguncem in migrantom. Glede na delež katoliškega prebivalstva in glede na to, koliko Poljakov živi po svetu, bi vsekakor pričakoval vsaj kanček empatije. Presenetilo me je tudi, da so celo ljudje, ki so sicer liberalni, lahko zelo nastrojeni proti beguncem (situacija je seveda zaskrbljujoča tudi v Sloveniji). Zaskrbljujoča je tudi netoleranca do

istospolno usmerjenih. Pred leti (2012) sem se udeležil „Parade równości” v Krakovu, kjer je bilo praktično vojno stanje. Prvič v življenju sem se bal, da me bo nekdo resno fizično napadel. Na Poljskem obstaja tudi velika toleranca do netolerantnih. Nasploh menim, da je Poljska deželna precejšnjih nasprotij.¹⁴⁵

Iz izkušenj lahko sklepam, da so Poljaki zelo prijazni, na trenutke zadržani, sploh sem to opazila pri starejših. Rekla bi, da so organizirani, vestni. Radi se družijo, moji poljski prijatelji (bila sem na izmenjavi v Wrocławu) so oboževali igranje družabnih iger in petje karaok. Ker sem bila tujka in zato zanje zanimiva, so bili precej radovedni in so me veliko spraševali. Z veseljem so mi pomagali, kadar sem jih kaj prosila (birokracija, čisto vsakdanje stvari glede življenja v štud. domu ...) Imam le eno slabo izkušnjo glede obnašanja: prodajalka v trgovini se je (meni v obraz) smejala moji poljščini, kar me je takrat res prizadelo.¹⁴⁶

Stereotypów etnicznych nie możemy traktować jako obiektywnego źródła informującego o innych narodach, ale „z pewnością stanowią [one] niezwykle wiarygodną bazę wiedzy o nas samych, o naszych społecznych lękach” (Marczewska 2018: 298).¹⁴⁷ Ważna jest zatem świadomość istnienia i mechanizmu działania językowo-kulturowych stereotypów funkcjonujących – często podświadomie – w danej społeczności.

145 Tłumaczenie: *Wyraźne jest koncentrowanie się na tym, co zde i w konsekwencji bardzo powszechne jest narzekanie. Nie wiem, czy kiedyś słyszałem Polaka mówiącego „Ej, obecnie świetnie mi się powodzi”. Ludzie rzadko się chwala (też chwala siebie nawzajem), poza tym ogólnie wydają mi się bardzo zaradni (powiedzenie „Polak potrafi” nie istnieje bez powodu i to w każdym sensie). Myślę, że Polacy mają niezwykle dobrą retorykę, umieją dobrze przedstawiać swoje poglądy i ich bronić, w swoich wypowiedziach są również bardzo taktowni i kulturalni, z drugiej jednak strony zauważalny jest wyraźny dystans w komunikacji bez względu na typ relacji. Poza tym brakuje im prawdziwego luzu. Bardzo rzadko lub prawie nigdy nie pytają tak naprawdę [szczerze] „Jak się masz?”. Polacy bardzo często kombinują. Poza tym są bardzo solidarni, w sensie gotowi do niesienia pomocy. Kiedyś zostałem okradziony w Polsce i zostałem zupełnie bez pieniędzy i bez wszystkich dokumentów, wszyscy moi polscy przyjaciele, a nawet znajomi, byli zainteresowani moją sytuacją i pytali, czy mogą mi jakoś, też finansowo, pomóc (choć naprawdę bym się tego po nich nie spodziewał, ponieważ z niektórymi nie byłem zbyt blisko), a tymczasem żaden z moich bliskich przyjaciół z Belgii i Francji nie zapytał mnie, czy potrzebuję pomocy. Oczywiście, nigdy nie zapomnę Polakom gotowości ofiarowania pomocy. Z drugiej strony, nie mogę zrozumieć, jak to możliwe, że w Polsce jest obecnie taki opór wobec uchodźców i migrantów [chodzi o sytuację sprzed wojny na Ukrainie; niechęć przyjęcia m.in. muzułmańskich uchodźców z Afryki – przyp. autorki]. Biorąc pod uwagę odsetek ludności katolickiej i liczbę Polaków żyjących na całym świecie, z pewnością oczekiwalbym przynajmniej odrobiny empatii. Zaskoczyło mnie też, że nawet ludzie, którzy są skądinąd liberalni, mogą być tak bardzo nastawieni przeciwko migrantom (sytuacja jest, oczywiście, też niepokojąca w Słowenii). Niepokojąca jest również nietolerancja wobec homoseksualistów. Przed laty (2012) brałem udział w „Paradzie równości” w Krakowie, gdzie panował praktycznie stan wojenny. Po raz pierwszy w życiu bałem się, że naprawdę doświadczę fizycznej agresji. W Polsce jest wielka tolerancja dla nietolerancyjnych. Ogólnie uważam, że Polska jest krajem wielkich sprzeczności.*

146 Tłumaczenie: *Z doświadczenia mogę wnioskować, że Polacy są bardzo uprzejmi, momentami powściągliwi, szczególnie ludzie starsi. Powiedziałabym, że są zorganizowani, sumienni. Lubią spędzać czas w towarzystwie, moi polscy przyjaciele (byłam na wymianie we Wrocławiu) uwielbiali grać w gry planszowe i karaok. Ponieważ byłam cudzoziemką, byłam dla nich interesująca, byli bardzo ciekawi i dużo mnie wypytywali. Chętnie mi pomagali, gdy ich o coś prosiłam (biurokracja, zwykłe codzienne sprawy związane z mieszkaniem w akademiku...). Mam tylko jedno złe doświadczenie: ekspedientka śmiała mi się w twarz z mojej polszczyzny, co naprawdę mnie wtedy dotknęło.*

147 Autorka wskazuje również na skuteczne wykorzystywanie stereotypów etnicznych w dyskursie publicznym, w tym w komunikatach o charakterze perswazyjnym, gdzie ewokowane treści działają nie tylko za pomocą słów, ale również za pomocą obrazów, np. na okładkach niektórych czasopism (Marczewska 2018: 298).

Schematyczne sądy choć są w jakiś sposób ustabilizowane, kulturowo utrwalone, mogą ulegać zmianom,¹⁴⁸ a reprezentanci danej grupy, w tym narodu, mają wpływ na to, jak stereotyp o nas, a także o innych (np. o Słoweńcach) będzie ewoluował. Mimo wagi badań dotyczących tzw. charakteru narodowego, tożsamości narodowej, stanowiących wyróżnik danej wspólnoty kulturowej i związanych z tym stereotypowych sądów, należy zachować dystans do uzyskanych wyników, ponieważ może być w nich sporo nieuprawnionych generalizacji i etnocentrycznego spojrzenia na własny lub inny naród (por. Wyżkiewicz-Maksimow 2012: 16). Stereotypy, w tym stereotypy etniczne, trzeba znać, być świadomym ich emocjonalnej wartości, by móc lepiej zrozumieć siebie i innych – dzięki temu, wykorzystując pozytywne oceny i przełamując negatywne schematy myślowe, możemy tworzyć zamiast barier.

148 Por. wypowiedź jednego z respondentów: *Trudno jest mi jednoznacznie sklasyfikować tak dużą grupę ludzi. Zdaję sobie sprawę z wybiórczości przedstawionych sądów oraz tego, że są one zdeterminowane różnymi czynnikami, w tym historycznymi (pewnie za jakiś czas mój obraz Słowenii i wszystkiego, co związane z tym krajem, się zmieni).*

Bibliografia

- ABRAMOWICZ, Maciej, BARTMIŃSKI, Jerzy, CHLEBDA, Wojciech, 2009: Językowo-kulturowy obraz świata Słowian na tle porównawczym. Założenia programu „A” (10 VI 2009). *Etnolingwistyka*. Nr 21. 341–342.
- ABRAMOWICZ, Maciej, BARTMIŃSKI, Jerzy, CHLEBDA, Wojciech, 2011: Punkty sporne i bezsporne w programie EUROJOS: Odpowiedź na pytania i wątpliwości Profesor Jadwigi Puzyniny. *Etnolingwistyka*. Nr 23. 227–233.
- ANUSIEWICZ, Janusz, BARTMIŃSKI, Jerzy, red., 1998: *Język a Kultura*. T. 12: *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne*. Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej.
- APRESJAN, Jurij Derenikovic, 1980: *Semantyka leksykalna. Synonimiczne środki języka*. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- BACZKO, Bronisław, 1994: *Wyobrażenia społeczne. Szkice o nadziei i pamięci zbiorowej*. Tłum. KOWALSKA, Małgorzata. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- BARTMIŃSKI, Jerzy, 1998: Czy „językowy” jest tylko stereotyp „formalny”? (W odpowiedzi Profesor Swietłanie Tołstojowej). V: *Język a Kultura*. T. 12: *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne* (red. ANUSIEWICZ, Janusz, BARTMIŃSKI, Jerzy). Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej. 105–108.
- BARTMIŃSKI, Jerzy, 2004: Etnolingwistyka słowiańska – próba bilansu. *Etnolingwistyka*. Nr 16. 9–27.
- BARTMIŃSKI, Jerzy, 2006: Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. V: *Język – wartości – polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych* (red. BARTMIŃSKI, Jerzy). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. 8–35.
- BARTMIŃSKI, Jerzy, 2007: *Stereotypy mieszkają w języku. Studia etnolingwistyczne*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- BARTMIŃSKI, Jerzy, 2008: Etnolingwistyka, lingwistyka kulturowa, lingwistyka antropologiczna? *Język a Kultura*. T. 20: *Tom jubileuszowy*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego. 15–33.
- BARTMIŃSKI, Jerzy, 2009: *Językowe podstawy obrazu świata*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- BARTMIŃSKI, Jerzy, 2010: Pojęcie „językowy obraz świata” i sposoby jego operacjonalizacji, V: *Jaka antropologia literatury jest dzisiaj możliwa?* (red. CZAPLIŃSKI, Przemysław, LEGEŻYŃSKA, Anna, TELICKI, Marcin). Poznań: Wydawnictwo „Poznańskie Studia Polonistyczne”. 155–178.
- BARTMIŃSKI, Jerzy, 2011: O stereotypach i profilowaniu słów kilka. V: *Stereotypy – walka z wiatrakami?* (red. BUJNOWSKA, Anna, SZADURA, Joanna). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. 33–51.

- BARTMIŃSKI, Jerzy, 2014a: Ankieta jako pomocnicze narzędzie rekonstrukcji językowego obrazu świata. V: *Wartości w językowym obrazie świata Słowian i ich sąsiadów*. T. 3: *Problemy eksplikowania i profilowania pojęć* (red. BIELIŃSKA-GARDZIEL, Iwona, NIEBRZEGOWSKA-BARTMIŃSKA, Stanisława, SZADURA, Joanna). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. 279–308.
- BARTMIŃSKI, Jerzy, 2014b: Wybrane koncepty w świetle danych ankietowych: Europa, Europejczyk, ojczyzna, Polska, Polak, świat, Wschód, Zachód. V: *Polskie wartości w europejskiej aksjoserze* (red. BARTMIŃSKI, Jerzy). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. 248–308.
- BARTMIŃSKI, Jerzy, 2018: Leksykon aksjologiczny Słowian i ich sąsiadów – co zawiera, na jakich zasadach się opiera, dla kogo jest przeznaczony? V: *Leksykon aksjologiczny Słowian i ich sąsiadów*. T. 2: *Europa* (red. Chlebda, Wojciech). Lublin, Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. 7–13.
- BARTMIŃSKI, Jerzy (red.), 2006: *Język – wartości – polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- BARTMIŃSKI, Jerzy, CHLEBDA, Wojciech, 2008: Jak badać językowo-kulturowy obraz świata Słowian i ich sąsiadów? *Etnolingwistyka*. Nr 20. 11–27.
- BARTMIŃSKI, Jerzy, CHLEBDA, Wojciech, 2013: Problem konceptu bazowego i jego profilowania – na przykładzie polskiego stereotypu Europy. *Etnolingwistyka*. Nr 25. 69–95.
- BARTMIŃSKI, Jerzy, PANASIUK, Jolanta, 2001: Stereotypy językowe. V: *Współczesny język polski* (red. BARTMIŃSKI, Jerzy). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. 371–395.
- BARTMIŃSKI, Jerzy, TOKARSKI, Ryszard, 1993: Definicja semantyczna: czego i dla kogo? V: *O definicjach i definiowaniu* (red. BARTMIŃSKI, Jerzy, TOKARSKI, Ryszard). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. 47–61.
- BARTMIŃSKI, Jerzy, BIELIŃSKA-GARDZIEL, Iwona, ŻYWICKA, Beata, 2015: *Leksykon aksjologiczny Słowian i ich sąsiadów*. T.1: *Dom*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- BAUMAN, Teresa, 2013: Wstęp. V: *Praktyka badań pedagogicznych* (red. BAUMAN, Teresa). Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”.
- BAUMAN, Zygmunt, 2005: *Europa – niedokończona przygoda*. Tłum. KUNZ, Tomasz. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- BEDNARSKA, Katarzyna, 2011: Polak, Słoweniec, dwa bratanki? Obraz Polaków wśród Słowenców. V: *Bogactwo językowe i kulturowe Europy w oczach Polaków i cudzoziemców* (red. BIERNACKA, Michalina, WOJENKA-KARASEK, Magdalena). Łódź: Wydawnictwo „Piktor”. 195–201.

- BEDNARSKA Katarzyna, 2013: Kdo naj dela, kdo pa skrbi za otroke? Spolni stereotipi v slovarjih. V: *Obdobja 32. Družbena funkcijskost jezika* (red. ŽELE, Andreja). Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani. 35–42.
- BEDNARSKA Katarzyna, 2014: Kto powinien gotować, a kto zarabiać? Stereotypowe postrzeganie ról przez podręczniki do nauczania języka polskiego i języka słoweńskiego jako obcego. V: *Die Welt der Slaven 53*. Polyslav XVII. Monachium. 7–13.
- BEDNARSKA Katarzyna, 2016: »Ti Poljaki so res čudni« – kako Slovenci vidijo Poljsko. V: *Die Welt der Slaven 60*. Polyslav XIX (red. GUTIÉRREZ RUBIO, Enrique). Wiesbaden. 1–7.
- BERTING, Jan, VILLAIN-GANDOSSI, Christiane, 1995: Rola i znaczenie stereotypów narodowych w stosunkach międzynarodowych: podejście interdyscyplinarne. V: *Narody i stereotypy* (red. WALAS, Teresa). Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury. 13–27.
- BILLIG, Michael, 1995: *Banal Nationalism*. London: Sage.
- BLOOM, William 1995: *Pieniądze, serce i umysł*. Tłum. STASZEWSKA, Marta, WOLFRAM, Beata. Warszawa: Jacek Santorski & Co Wydawnictwo.
- BŁUSZKOWSKI, Jan, 2003: *Stereotypy narodowe w świadomości Polaków. Studium socjologiczno-politologiczne*. Warszawa: „Elipsa”.
- BŁUSZKOWSKI, Jan, 2005: *Stereotypy a tożsamość narodowa*. Warszawa: Wydawnictwo „Elipsa”.
- BOJANOWICZ, Justyna, 2013a: Rodzina i czas wolny a agresywność młodzieży gimnazjalnej. V: *Edukacja międzykulturowa w warunkach kultury globalnej. Od rozważań definicyjnych do praktycznych zastosowań* (red. MAJCHRZAK, Natalia, ZDUNIAK, Andrzej). 139–157.
- BOJANOWICZ, Justyna, 2013b: Czas wolny młodzieży a problem wykluczenia społecznego. V: *Wykluczenie społeczne a potrzeby wsparcia społecznego* (red. ZAMKOWSKA, Anna). Nr 180. 303–318.
- BOJANOWICZ, Justyna, 2014: Czas wolny a nasilenie i formy zachowań agresywnych młodzieży gimnazjalnej. Radom: Wydawnictwo UTH.
- BOJANOWICZ, Justyna, 2015: Sposoby spędzania czasu wolnego gimnazjalistów w kontekście zachowań agresywnych. V: *Edukacja wczoraj – dziś – jutro. Edukacja w dialogu pokoleń i budowaniu lepszej przyszłości* (red. SAŁATA, Elżbieta, MAZUR, Monika, BOJANOWICZ, Justyna). Radom: Radomskie Towarzystwo Naukowe. 132–143.
- BOKSZAŃSKI, Zbigniew, 2005: *Tożsamości zbiorowe*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- BORLICZEK, Małgorzata, 2012: Językowo utrwalony stereotyp sąsiada. V: *Pogranicze – Sąsiedztwo – Stereotypy, Przypadek polsko-czeskich relacji wraz z francusko-niemieckim case study* (red. KASPEREK, Andrzej). Cieszyn – Katowice: Polska Akademia Nauk Oddział w Katowicach, Stowarzyszenie Rozwoju i Współpracy Regionalnej „Olza”. 10–30.

- BRUCKMÜLLER, Ernst, 2002: Nacionalni stereotipi med sosedi. V: *Avstrija--Slovenija: preteklost in sedanjost* (red. MAYRHÖFER-GRÜNBÜHEL, Ferdinand, POLZER, Miroslav). Ljubljana: Cankarjeva založba. 31–34.
- BRZEZOWSKA, Magdalena, 2008: Autostereotyp Polaka w wybranych podręcznikach języka polskiego dla cudzoziemców. *Postscriptum Polonistyczne*. Nr 1 (13). 47–62.
- BRZOZOWSKA, Dorota, 2008: *Polski dowcip etniczny. Stereotyp a tożsamość*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.
- BUKOWSKI, Marcin, DROGOSZ, Marek, 2005: Stereotypy i poznanie: poznawcze podstawy funkcjonowania stereotypów. V: *Spoleczne ścieżki poznania* (red. KOSSOWSKA, Małgorzata, ŚMIEJA-NEĆKA, Magdalena, ŚPIEWAK, Sławomir). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne. 15–36.
- CAŁA, Alina, 1995: Stereotyp Żyda i kultury żydowskiej. V: *Studia z dziejów Żydów w Polsce. Materiały edukacyjne dla szkół średnich i wyższych*. T. 2. (red. LEWCZUK, Elżbieta). Warszawa: Żydowski Instytut Historyczny, Instytut Naukowo-Badawczy. 89–102.
- CHROBAK, Katarzyna (red.), 2009: *Wielkie tematy kultury w literaturach słowiańskich*. T 8: Pieniądz. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- CHUDY, Wojciech, 2005: Charakter jako wartość antropologiczno-etyczna. V: *Wychować charakter* (red. PIĄTKOWSKA, Aneta, STĘPIEŃ, Katarzyna). Lublin: Fundacja Servire Veritati Instytut Edukacji Narodowej. 23–47.
- CMIEL, Marta, 2016: Načini razumevanja in konstruiranja slovenstva v času prve jugoslovanske države (1918–1941), na podlagi odmevnih glasov kulturnih delavcev. V: *Slovanski jeziki na stičišču kultur* (red. ANDRES, Rok, ROŽIČ, Megi, ZAVAŠNIK Nina, REZONIČNIK Lidija). Ljubljana: Zveza društev Slavistično društvo Slovenije (Študentska sekcija). 95–101.
- CMIEL, Marta, 2018: Słoweńcy i Europa Środkowa, *Slavia Meridionalis*. Nr 18. 1–16.
- CMIEL, Marta, KOŁECZEK, Aleksandra, LAMENT, Paulina, PIENKOWSKA, Anna, STACHOWIAK, Anna, 2008: *Polacy w Słowenii*. Warszawa: Zakład Graficzny UW.
- CZAJKOWSKA, Marta, 2013: Czas wolny – pojęcie, funkcje, budżet czasu. V: *Czas wolny i zainteresowania studentów w fotografii* (red. BARON-POLAŃCZYK, Eunika). Zielona Góra: Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego. 15–35.
- CZAPIK-LITYŃSKA, Barbara, 2017: Tożsamość jako wartość. V: *Tożsamość Słowian zachodnich i południowych w świetle XX-wiecznych dyskusji i polemik*. T. 1: *Konteksty filologiczne i kulturoznawcze* (red. MAJDZIK, Katarzyna, ZAREK, Józef). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. 13–25.
- CZEREPANIAK-WALCZAK, Maria, 2007: Od próżniaczenia do zniewolenia – w poszukiwaniu dyskursów czasu wolnego. V: *Pedagogika społeczna*, T. 2 (red. MARTYNOWICZ-HETKA, Ewa). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. 219–237.

- ČEPIČ, Zdenko, 2011: Slovenija, Moja država: država in državnost v mislih in dejanjih slovenske politike: (dejstva in mnenja). V: *Osamosvojitve 1991: država in demokracija na Slovenskem v zgodovinskih razsežnostih* (red. FERENC, Mitja, HADALIN, Jurij, BABIČ, Blaž. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete. 5–36.
- DĄBROWSKA, Anna, 1998: Czy istnieje w podręcznikach języka polskiego dla cudzoziemców wyraźny obraz Polski i Polaków? (Próba znalezienia stereotypów). V: *Język a Kultura*. T. 12: *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki: teoria, metodologia, analizy empiryczne* (red. ANUSIEWICZ Janusz, BARTMIŃSKI Jerzy). Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej, Wrocław. 278–295.
- DEMARAIS, Ann, WHITE, Valerie, 2006: *Prvi vtis. Kako vas vidijo drugi, vi pa tega ne veste*. Tłum. ZORAN, Jernej. Lublana: Lisac&Lisac.
- DEMARAIS, Ann, WHITE, Valerie, 2007: *Pierwsze wrażenie. Jak nas widzą inni*. Tłum. MEREL, Ewa. KDC Klub dla Ciebie.
- DOROSZEWICZ, Krystyna, 2002: O atrakcyjności fizycznej kobiet. V: *Możliwości i ograniczenia w kreowaniu własnej atrakcyjności interpersonalnej* (red. STOJANOWSKA, Elżbieta). Warszawa: Wydawnictwo Akademii Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej. 61–76.
- DYLCZEWSKI, Leon, 1996: Naród podmiotem kultury. V: *Tożsamość polska i otwartość na inne społeczeństwa* (red. DYLCZEWSKI, Leon). Lublin: Redakcja Wydawnictw KUL. 11–37.
- DYRDÓŁ, Tomasz, 2010: Czas wolny dzieci i młodzieży w regionie leszczyńskim – wstępna diagnoza. *Scripta Comeniana Lesnensia*. Nr 8. 55–68.
- EVANS, Vyvyan, 2009: *Leksykon językoznawstwa kognitywnego*. Tłum. BUCHTA, Magdalena, CIERPISZ, Małgorzata, GICALA, Agnieszka, PODHORO-DECKA, Joanna. Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas.
- FAL'KOVIČ, Svetlana, Mihajlovna, 1995: Polski charakter narodowy w oczach Rosjan. Kształtowanie się narodowego stereotypu Polaka. *Dzieje Najnowsze. Kwartalnik poświęcony historii XX wieku*. Warszawa. 43–58.
- FILAR, Dorota, 2018: Językowo-kulturowy obraz pieniądza we współczesnej polszczyźnie. V: *Od muszli po bitmonety. Oblicza pieniądza i systemów walutowych* (red. FILAR, Dorota, ŁUKASIEWICZ-KAMIŃSKA, Agnieszka, MICIUŁA, Ireneusz, NIEDŹWIECKI, Arkadiusz, RAKOCZY, Jacek, SOBIECKI, Grzegorz). Warszawa: Texter. 43–65.
- FROMM, Erich, 2009: *Mieć czy być?* Tłum. Karłowski, Jan. Poznań: Dom Wydawniczy „Rebis”.
- FYLYPETS', Olga, 2019: Avtostereotyp polŕaka i heterostereotyp ukrain'ciã v seredovyshchi torun'skykh studentiv. V: *Z bliska i z daleka. Język polski w badaniach językoznawców lwowskich i toruńskich* (red. GĘBKĄ-WOLAK, Małgorzata, KRAWCZUK, Ałła). Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika. 217–234.

- FYŁYPEC, Olga, 2020: Współczesny stereotyp Polaka i Ukrainca w opinii studentów filologii Uniwersytetu Łódzkiego (na podstawie badań ankietowych). V: *Acta Universitatis Lodziensis. Kształcenie Polonistyczne Cudzoziemców*. T. 27: *Perspektywy badawcze w glottodydaktyce polonistycznej* (red. ZARZYCKA, Grażyna, GROCHALA, Beata). Łódź. 111–131.
- GAWARKIEWICZ, Roman, 2012: *Komunikacja międzykulturowa a stereotypy. Polacy – Niemcy – Rosjanie*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- GLOBOČNIK, Damir, 2008: Stereotipi v karikaturi. V: *Mitsko in stereotipno v slovenskem pogledu na zgodovino. Zbornik 33. Zborovanja Zveze zgodovinskih društev Slovenije* (red. FERENC, Mitja, PETKOVŠEK, Branka). Ljubljana: Zveza zgodovinskih društev Slovenije. 221–230.
- GOLKA, Marian, 2008: *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- GORIČAR, Jože, 1971: »Vprašanje naroda na Slovenskem«: Jože Goričar. *Naši razgledi*. 20(1): 10.
- GOSKA, Danusha, Veronica, 2015: *Biegański: Stereotyp Polaka bydlaka w stosunkach polsko-żydowskich i amerykańskiej kulturze popularnej*. Tłum. SZUSTER, Katarzyna. Kraków: Wysoki Zamek.
- GRAFENAUER, Bogo, 1987: *Slovensko narodno vprašanje in slovenski zgodovinski položaj*. Ljubljana: Slovenska matica.
- GRDINA, Igor, 1997: Konstruiranje slovenske narodne identitete in slovenska književnost (v trikotniku Avstrija – Jugoslavija – Slovenija). V: *Avstrija. Jugoslavija. Slovenija. Slovenska narodna identiteta skozi čas* (red. NEČAK, Dušan). Ljubljana: Oddelek za zgodovino Filozofske fakultete. 90–110.
- GROCHOCIŃSKI, Marian, 1979: *Przygotowanie dzieci do racjonalnego wykorzystania czasu wolnego*. Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne.
- GRODECKI, Mateusz, 2021: Odmiany polskiej tożsamości narodowej i ich konsekwencje dla postaw wobec mniejszości. *Studia Socjologiczne*. Nr 4 (243). 33–58.
- GRZEGORCZYKOWA, Renata, 1993: *Teoretyczne i metodologiczne problemy semantyki w perspektywie tzw. kognitywnej teorii języka*. V: *Studia semantyczne* (red. GRZEGORCZYKOWA, Renata, ŻARON, Zofia). Warszawa. 9–22.
- GRZEGORCZYKOWA, Renata, 1996: Filozoficzne aspekty kategoryzacji. V: *Językowa kategoryzacja świata* (red. GRZEGORCZYKOWA, Renata, PAJDZIŃSKA, Anna). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. 11–26.
- HABRAJSKA, Grażyna, 2000: Metody ankietowe i analiza tekstów w badaniach językowego obrazu świata. V: *Język a Kultura*. T. 13: *Językowy obraz świata i kultura* (red. DĄBROWSKA, Anna, ANUSIEWICZ, Janusz). Wrocław. 73–84.

- HRIBAR, Tine, 1995: *Slovenci kot nacija. Srečanja s sodobniki*. Ljubljana: Enotnost.
- HUNTINGTON, Samuel, 2007: Kim jesteśmy? Wyzwania dla amerykańskiej tożsamości narodowej. Tłum. PIETRZYK, Bartłomiej. Kraków: Wydawnictwo Znak.
- JANKOWSKI, Dzierżymir, Czas wolny doniosłym problemem edukacji kulturalnej. <http://jan.dzier.pl/Teksty/czas-wolny-donioslym-problemem-edukacji-kulturalnej.rtf> (dostęp: 28.11.2019).
- JASIŃSKA-KANIA, Aleksandra, 2003: Socjologiczne aspekty badań nad stereotypami. V: *Obraz Polski i Polaków w Europie* (red. KOLARSKA-BOBIŃSKA, Lena). Warszawa: Instytut Spraw Publicznych. 19–28.
- JASTRZĘBSKI, Bartosz, 2010: Pieniądze w kulturze codzienności. V: *Monety, banknoty i inne środki wymiany. Pieniądz w dyskursach kultury* (red. KOWALSKI, Piotr). Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego. 187–192.
- JEZERNIK, Božidar, 2008: Od vzpona nacije do nacionalizacije. V: *Slovensko meščanstvo od vzpona nacije do nacionalizacije (1848–1948)* (red. DEŽMAN, Jože, HUDALES, Jože, JEZERNIK, Božidar). Celje: Mohorjeva založba. 17–66.
- KAMIŃSKI, Aleksander, 1965, *Czas wolny i jego problematyka społeczno-wychowawcza*, Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- KAMIŃSKI, Stanisław, 2002: Definicja. V: *Powszechna encyklopedia filozofii* (red. BAFIA, Stanisław, MARYNIARCZYK, Andrzej). Lublin: Polskie Towarzystwo Tomasza z Akwinu. 1–3.
- KARKOWSKA, Marta, 2019: Polska tożsamość narodowa w świetle badań społecznych. *Infos*. Biuro Analiz Sejmowych. Nr 3 (256). 21 marca 2019.
- KARWATOWSKA, Małgorzata, 2016: Obcy, Inny w dyskursie nauk humanistycznych. V: *Edukacja polonistyczna jako zobowiązanie. Powszechność i elitarność polonistyki*. T. 1 (red. JASKÓŁOWA, Ewa, KRZYŻYK, Danuta, NIE-SPOREK-SZAMBURSKA, Bernadeta, WÓJCIK-DUDEK Małgorzata, współpr. JAGODZIŃSKA, Diana, ZOK-SMOŁA, Aleksandra). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. 505–525.
- KARWATOWSKA, Małgorzata, SZPYRA-KOZŁOWSKA, Jolanta, 2010: *Lingwistyka płci. Ona i on w języku polskim*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- KARWATOWSKA, Małgorzata, TYMIAKIN, Leszek, 2020: *Wśród stereotypów i tekstów kultury. Studia lingwistyczne*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- KASCHAK, Ellyn, 2005: *Norwa psychologia kobiety*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- KLESZCZOWA, Krystyna, 1986: Konstrukcje opisujące cechy osobowości. *Polonica*. T. XII. Kraków. 9–20.
- KLOCH, Zbigniew, 2000: Język i płeć. Różne podejścia badawcze. *Pamiętnik Literacki*. Nr 1. 141–160.

- KŁOSKOWSKA, Antonina, 1992: Tożsamość i identyfikacja narodowa w perspektywie historycznej i psychologicznej. *Kultura i Społeczeństwo*. Nr 1. 131–141.
- KŁOSKOWSKA, Antonina, 1996: *Kultury narodowe u korzeni*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- KŁOSKOWSKA, Antonina, 2001: Stereotypy a rzeczywistość narodowej identyfikacji i przyswojenia kultury. V: *Stereotypy i uprzedzenia. Uwarunkowania psychologiczne i kulturowe* (red. KOFTA, Mirosław, JASIŃSKA-KANIA, Aleksandra). Warszawa: Scholar. 83–107.
- KOFTA, Mirosław, JASIŃSKA-KANIA, Aleksandra, red., 2001: *Stereotypy i uprzedzenia. Uwarunkowania psychologiczne i kulturowe*. Warszawa: Scholar.
- KOLARSKA-BOBIŃSKA, Lena, red., 2003: *Obraz Polski i Polaków w Europie*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych.
- KOŁAKOWSKI, Leszek, 1999: *Mini-wykłady o maxi-sprawach*. Seria druga. Kraków: Wydawnictwo Znak.
- KOŁODZIEJEK, Ewa, 2015: *Człowiek i świat w języku subkultur*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- KOVAČEV, Asja Nina, 1997: Nacionalna identiteta in slovenski avtostereotip. *Psihološka obzorja*. 6 (4). Ljubljana. 49–63.
- KOWALSKI, Piotr, 2009: Obraz Słowenii i Słoweńców w oczach Chorwatów (w oparciu o media). V: *Stereotypy a słowiańszczyzna* (red. SKOWRONEK, Małgorzata). Łódź: Wydawnictwo „Piktor”. 183–188.
- KOWALSKI, Piotr, red., 2005: *Polacy o sobie. Współczesna autorefleksja – jednostka, społeczeństwo, historia*. Łomża: Stopka.
- KRAWCZUK, Ała, 2008: Nowe profile ukraińskiego stereotypu Polaka (na podstawie ankietowania studentów lwowskich). *Postscriptum Polonistyczne*. Nr 1 (1). 147–170.
- KRZESZOWSKI, Tomasz Paweł, 2010: Wstęp do wydania polskiego. V: Lakoff George, Johnson Mark, *Metafory w naszym życiu*. Tłum. KRZESZOWSKI, Tomasz Paweł). Warszawa: Wydawnictwo Aletheia. 5–22.
- KRZYŻANIAK, Ewa, 2003: Tylko jako Polak czuję się Europejczykiem. Słowo o narodowych korzeniach europejskiej tożsamości. V: *Kim jestem? Perspektywy tożsamości. Kultura, media, społeczeństwo* (red. ANDRZEJEWSKA, Beatrix, METEJCZUK, Joanna, PODLAS, Krzysztof, WOJNAROWSKI, Marcin). Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe. 20–29.
- KRZYŻANOWSKI, Piotr, 1993: O rodzajach definicji i definiowaniu w lingwistyce. V: *O definicjach i definiowaniu* (red. BARTMIŃSKI, Jerzy, TOKARSKI, Ryszard). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. 387–400.
- KUPISIEWCZ, Czesław, 2012: *Dydaktyka. Podręcznik akademicki*. Kraków: Oficyna Wydawnicza IMPULS.
- KURCZ, Ida, 1992: Stereotypy, prototypy i procesy kategoryzacji. V: *Kolokwia Psychologiczne*. T. 1: *Stereotypy i uprzedzenia* (red. CHLEWIŃSKI, Zdzisław, KURCZ, Ida), Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN. 39–41.

- LEWANDOWSKI, Edmund, 2008: *Charakter narodowy Polaków i innych*. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA.
- LEWIŃSKI, Piotr, 2014: Polskie mity i stereotypy. V: *Sukcesy, problemy i wyzwania w nauczaniu języka polskiego jako obcego* (red. MIELCZAREK, Agnieszka, ROTER-BOURKANE, Anna, ZDUNIAK-WIKTOROWICZ, Małgorzata). Poznań: Wydawnictwo Poznańskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk.
- LIPPMANN, Walter, 1922: *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace & Co.
- ŁASZKIEWICZ, Monika, 2021: *Stereotypy etniczne w polskiej kulturze ludowej*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- ŁOZOWSKI, Przemysław, 2008: *Od dziecka do człowieka, czyli 'być mężczyzną' w słownikach*. V: *Męskość w kulturze współczesnej* (red. RADOMSKI, Andrzej, TRUCHLIŃSKA, Bogumiła). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- ŁOZOWSKI, Przemysław, 2014: W poszukiwaniu ontologicznego statusu JOSA: językowy obraz świata czy językowy obraz kultury i doświadczenia? V: *Wartości w językowo-kulturowym obrazie świata Słowian i ich sąsiadów*. T. 3: *Problemy eksplikowania i profilowania pojęć* (red. BIELIŃSKA-GARDZIEL, Iwona, NIEBRZEGOWSKA-BARTMIŃSKA, Stanisława, SZADURA, Jolanta), Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Skłodowskiej-Curie.
- MAĆKIEWICZ, Jolanta, 1999: Co to jest „językowy obraz świata”. *Etnolingwistyka*. Nr 11. 7–24.
- MAJDZIK, Katarzyna, ZAREK, Józef, red., 2017: *Tożsamość Słowian zachodnich i południowych w świetle XX-wiecznych dyskusji i polemik*. T. 1: *Konteksty filologiczne i kulturoznawcze*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- MANDAŁ, Eugenia, 2004: *Podmiotowe i interpersonalne konsekwencje stereotypów związanych z płcią*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- MANDROSZ-WRÓBLEWSKA, Joanna, 1988: *Tożsamość i niespójność ja, a poszukiwanie własnej odrębności*. Wrocław-Warszawa: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- MARCISZEWSKI, Witold, 1988: Definicja. V: *Mala encyklopedia logiki* (red. MARCISZEWSKI, Witold). Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk-Łódź: Zakład Narodowy im. Ossolińskich. 36.
- MARCZEWSKA, Marzena, 2018: Stereotypy etniczne we współczesnym polskim dyskursie publicznym. *Res Historica*. Nr 46. 283–300.
- MASŁOWSKA Danuta, MASŁOWSKI, Włodzimierz, 2007: *Wielka księga myśli Świata*. Warszawa: Klub dla Ciebie.
- MATYJAS, Bożena, 2003: Czas wolny. V: *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*. (red. PILCH, Tadeusz) T. I. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”. 559–564.
- MIKUŁOWSKI POMORSKI, Jerzy, 2006: *Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym*. Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas.

- MORITSCH, Andreas, 2002: Dwa različna načina pojmovanja naroda. V: *Avstrija--Slovenija: preteklost in sedanjost* (red. MAYRHOFER-GRÜNBÜHEL, Ferdinand, POLZER, Miroslav). Ljubljana: Cankarjeva založba. 81–88.
- MYŚLIWSKA, Katarzyna, 2011: Socjologia czasu wolnego. V: *Rekreacja i czas wolny. Studia Humanistyczne* (red. WINIARSKI, Ryszard). Warszawa: Oficyna Wydawnicza Łośgraf. 283–305.
- NEEDLEMAN, Jacob, 1995: *Denar in smisel življenja*. Tłum. FLIS, Davorin. Ljubljana: Ganeš.
- NELSON, Todd D., 2003: *Psychologia uprzedzeń*. Tłum. NOWAK, Agnieszka. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- NEŹCKI, Zbigniew, 1990: *Wzajemna atrakcyjność*. Warszawa: Wydawnictwo Wiedza Powszechna.
- NIEBRZEGOWSKA-BARTMIŃSKA, Stanisława, 2017: Jakie dane są relewantne etnolingwistycznie? *Etnolingwistyka*. Nr 29. 11–29.
- NIESPOREK-SZAMBURSKA, Bernadeta, 2004: *Językowy obraz pór roku i tradycji kulturowych w twórczości dzieci*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- NIEWIARA, Aleksandra, 2006: *Moskwićin – Moskal – Rosjanin w dokumentach prywatnych. Portret*. Łódź, Kurowice koło Łodzi: Wydawnictwo Ibidem.
- NIEWIARA, Aleksandra, 2010a: *Kształty polskiej tożsamości. Potoczny dyskurs narodowy w perspektywie etnolingwistycznej (XVI–XX w.)*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- NIEWIARA, Aleksandra, 2010b: *Polskie stereotypy narodowe w świetle badań diachronicznych. LingVaria*. Nr 2 (10). 171–183.
- NIEWIARA, Aleksandra, 2018: Wesół był Polak. Z rozważań nad pojęciami kluczowymi kultury polskiej. Antonimia i pojęcia spolaryzowane. V: *Historia języka w XXI wieku. Stan i perspektywy* (red. PASTUCH, Magdalena, SIUCIAK, Mirosława). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. 703–713.
- NIEWIARA, Aleksandra, 2019: *Imagologia. Pamięć zbiorowa, umysł i kultura*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- NIEWIARA, Aleksandra, 2020: *My i Inni – ewolucja wyobrażeń. Polski dyskurs prasowy w świetle imagologii i pamięci zbiorowej*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- NOVAK POPOV, Irena, red., 2007: *43. seminar slovenskega jezika, literature in kulturre. Stereotipi v slovenskem jeziku, literaturi in kulturi*. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete.
- NOWAK, Marian, 2003: Charakter. V: *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku* (red. PILCH, Tadeusz). T. I. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”. 492–494.
- NOWICKA, Ewa, ŁODZIŃSKI, Sławomir, 2001: *U progu otwartego świata: poczucie polskości i nastawienia Polaków wobec cudzoziemców w latach 1988–1998*. Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.

- NOWOSAD-BAKALARCZYK, Małgorzata, 2004: Męski i żeński punkt widzenia w językowym obrazie świata. V: *Punkt widzenia w języku i kulturze* (red. Bartmiński, Jerzy i in.). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. 277–291.
- OLEKSIŃSKA, Monika, 2013, *Zainteresowania – pojęcie, typologia i determinant rozwoju*. V: *Czas wolny i zainteresowania studentów w fotografii* (red. Baron-Polańczyk, Eunika). Zielona Góra.
- PAJDZIŃSKA, Anna, 2001a: My, to znaczy... (z badań językowego obrazu świata). *Teksty Drugie: teoria literatury, krytyka, interpretacja*. Nr 66. 33–53.
- PAJDZIŃSKA, Anna, 2001b: Kobieta najlepszym przyjacielem człowieka (przyczynek do językowego obrazu świata). V: *Studia z historii języka polskiego i stylistyki historycznej ofiarowane Profesor Halinie Wiśniewskiej na 50-lecie Jej pracy naukowo-dydaktycznej* (red. KOSYL, Czesław). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. 151–159.
- PANASIUK, Jolanta, 1998: O zmienności stereotypów. V: *Język a Kultura*. T. 12: *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki: teoria, metodologia, analizy empiryczne* (red. ANUSIEWICZ, Janusz, BARTMIŃSKI, Jerzy). Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej. 84–98.
- PASZKIEWICZ, Jędrzej, PENTEK, Zdzisław, 2011: *Stereotypy bałkańskie. Księga jubileuszowa Profesor Ilony Czamańskiej*. Poznań: Instytut Historii UAM.
- PIECHNIK, Anna, 2009: *Wizerunek kobiety i mężczyzny w językowym obrazie świata ludności wiejskiej (na przykładzie gminy Zakliczyn nad Dunajcem)*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- PIETRZAK, Henryk, 2000: *Następstwa i efekty stereotypowego postrzegania człowieka i świata społecznego*. Rzeszów: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej.
- PIĘTKOWA, Romualda, 2009: Językowy obraz świata i stereotypy a nauczanie języka obcego. V: *Sztuka czy rzemiosło? Nauczyć Polski i polskiego* (red. ACHTELIK, Aleksandra, TAMBOR, Jolanta). Katowice: Wydawnictwo Gnome. 85–104.
- PILCH, Tadeusz, 2003: Ankieta. V: *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku* (red. PILCH, Tadeusz). T. I. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”. 135–139.
- PILCH, Tadeusz, BAUMAN, Teresa, 2001: *Zasady badań pedagogicznych. Strategie ilościowe i jakościowe*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”.
- PISAREK, Walery, 1975: Wyobrażenia o polskich stereotypach regionalnych. *Zeszyty Prasoznawcze*. Nr 1. 73–78.
- PISARKOWA, Krystyna, 1976: Konotacja semantyczna nazw narodowości. *Zeszyty Prasoznawcze*. Nr 1. 5–26.
- PROKOP, Jan, 2004: *Polak jaki jest nie(ch) każdy widzi. O rozchwianiu tożsamości na progu Europy*. Kraków: Księgarnia Akademicka.

- PUHAR, Alenka, 2001: Slovenski avtoportret in nemški pettimento. V: *Samopodoba Slovencev. Zbornik prispevkov za simpozij ob. 75. Letnici Slovenskega PEN, 22. november 2001, Ljubljana* (red. BLATNIK, Andrej, TAUFER, Veno, VODOPIVEC, Peter). Ljubljana: Slovenski PEN. 83–89.
- PUZYNINA, Jadwiga, 1992: *Język wartości*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- PUZYNINA, Jadwiga, 2010: Z problemów opisu językowego obrazu świata – pytania i wątpliwości. *Etnolingwistyka*. Nr 22. 39–51.
- QUASTHOFF, Uta, 1998: Etnocentryczne przetwarzanie informacji. Ambiwalencja funkcji stereotypów w komunikacji międzykulturowej. Tłum. ANUSIEWICZ, Janusz, BARTMIŃSKI, Jerzy. V: *Język a Kultura*. T. 12: *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki* (red. ANUSIEWICZ, Janusz, BARTMIŃSKI, Jerzy). Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej. 11–29.
- REJAKOWA, Bożena, 2000: Frazeologizmy związane z pieniądzem a zmiany w rzeczywistości kulturowej polskiej i słowackiej. *Annales UMCS XVIII*. 239–247.
- REJTER, Artur, 2013: *Pleć – język – kultura*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- RYK, Andrzej, 2006: *(Po)nowoczesny podmiot w doświadczeniu spotkania. Antropologiczne aspekty pedagogiki spotkania*. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”.
- SAPIR, Edward, 1978: *Kultura, język, osobowość. Wybrane eseje*. Tłum. STANOSZ, Barbara, ZIMAND, Roman. Wstęp WIERZBICKA, Anna. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- SCHAFF, Adam, 1981: *Stereotyp a działanie ludzkie*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- SÉDILLOT, René, 2002: *Moralna i niemoralna historia pieniądza*. Tłum. SZEŻYŃSKA-MAĆKOWIAK, Krystyna. Warszawa: Wydawnictwo W.A.B.
- SKIBIŃSKA, Elżbieta, 2005: Obraz Polaka i Rosjanina w języku francuskim i świadomości francuskiej młodzieży. *Etnolingwistyka*. Nr 17. 213–231.
- SKOWRONEK, Małgorzata, red., 2009: *Stereotypy a Słowiańszczyzna. Materiały z Międzynarodowej Naukowej Konferencji Studenckiej*. Łódź: Wydawnictwo „Piktor”.
- STANKIEWICZ, Katarzyna, ŻUREK, Anna, 2010: *Obraz Polki/Polaka w serii podręczników do nauczania języka polskiego jako obcego Hurra!!! Po polsku*. V: *Acta Universitatis Lodziensis. Kształcenie Polonistyczne Cudzoziemców*. T. 17: Jubileusz 50-lecia Studium Języka Polskiego dla Cudzoziemców UE (red. ZARZYCKA, Grażyna, RUDZIŃSKI, Grzegorz). 495–505.
- STRZEMIŃSKA, Helena, 1988: *Czas pracy i czas wolny w polityce społecznej*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.
- SUCHOCKA, Agnieszka, KRÓLIKOWSKA, Iwona, 2014: *Kreowanie tożsamości kulturowej jako wyzwanie XXI wieku. Colloquium Wydziału Nauk Humanistycznych i Społecznych AMW 4*. Gdynia: Akademia Marynarki Wojennej. 73–88.

- SZACKA, Barbara, 2003: *Wprowadzenie do socjologii*. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- SZACKI, Jerzy, 2004: O tożsamości (zwłaszcza narodowej). *Kultura i Społeczeństwo*. Nr 48, 3. 9–40.
- SZADURA, Joanna, 1993: Z badań nad autostereotypem Polaka. Kryteria polskości. V: *Nazwy wartości. Studia leksykalno-semantyczne* (red. BARTMIŃSKI, Jerzy, MAZURKIEWICZ-BRZOZOWSKA, Małgorzata). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. 239–256.
- SZAROTA, Tomasz, 1996: *Niemcy i Polacy. Wzajemne postrzeganie i stereotypy*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- SZCZEPAŃSKI, Marek S., 2006: Od identyfikacji do tożsamości. Dynamika śląskiej tożsamości – prolegomena. V: *Dynamika śląskiej tożsamości* (red. JANECZEK, Janusz, SZCZEPAŃSKI, Marek S.). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. 19–26.
- SZEWCZUK, Włodzimierz, 1998: Osobowość. V: *Encyklopedia psychologii* (red. SZEWCZUK, Włodzimierz). Warszawa: Fundacja Innowacja. 364–372.
- SZTUMSKI, Janusz, 2006: Stereotyp. V: *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku* (red. PILCH, Tadeusz). T. V. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”. 990–991.
- SZYFER, Anna, 1997: *Tożsamość kulturowa: implikacje teoretyczne i metodologiczne*. V: *Studia Etnologiczne i Antropologiczne*. T. 1: *Śląsk Cieszyński i inne pogranicza w badaniach nad tożsamością etniczną, narodową i regionalną* (red. BUKOWSKA-FLOREŃSKA, Irena). 159–167.
- SZYMANIK, Anna, 2014: *Uroda czy ubranie? O atrakcyjności fizycznej młodych kobiet w percepcji dorastającej młodzieży*. Bydgoszcz: Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego.
- ŠTIH, Peter, 2006: Miti in stereotipi v podobi starejše slovenske nacionalne zgodovine. *Mitsko in stereotipno v slovenskem pogledu na zgodovino*. Zbornik 33. Zborovanja Zveze zgodovinskih društev Slovenije, Kranj 19. – 21. oktober 2006 (red. FERENC, Mitja, PETKOVŠEK, Branka). Ljubljana: Zveza zgodovinskih društev Slovenije. 25–48.
- ŚCIGAJ, Paweł, 2012: *Tożsamość narodowa. Zarys problematyki*. Kraków: Księgarnia Akademicka.
- ŚWIĘCICKA, Małgorzata, 2012: *Pieniądz we współczesnej polszczyźnie. Studium leksykalno-semantyczne*. Bydgoszcz: Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego.
- TOKARSKI, Ryszard, 1995: Tło kulturowe a znaczenia jednostek leksykalnych. V: *Kreowanie świata w tekstach* (red. LEWICKI, Andrzej Maria, TOKARSKI, Ryszard). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. 39–58.
- TOKARSKI, Ryszard, 2013: *Światy za słowami. Wykłady z semantyki leksykalnej*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- TOKARZ, Bożena, 2017: Stereotyp tożsamości. V: *Tożsamość Słowian zachodnich i południowych w świetle XX-wiecznych dyskusji i polemik*. T. 1: *Konteksty*

- filologiczne i kulturoznawcze* (red. MAJDZIK, Katarzyna, ZAREK, Józef). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. 27–41.
- TRIANDAFYLIDOU, Anna, 1998: National identity and the 'other'. *Ethnic and Racial Studies*. Nr 21, 4. 593–612.
- TRSTENJAK, Anton, 1991: *Misli o slovenskem človeku*. Ljubljana: Založništvo slovenske knjige.
- TRUSZKOWSKA-WOJTKOWIAK, Maria, 2012: Estetyka czasu wolnego. *Estetyka i Krytyka*. 25 (2). 263–272.
- URBAŃCZYK, Stanisław, 1999: Stereotyp. V: *Encyklopedia języka polskiego* (red. URBAŃCZYK, Stanisław, KUCAŁA, Marian). Wrocław – Warszawa – Kraków: Zakład Narodowy im. Ossolińskich. 374–375.
- WACŁAWEK, Maria, 2011, Płeć na pograniczu. Kilka refleksji wokół autostereotypu młodych w Polsce. V: *Aktualnyja prablemy palanistiki*. 2010. Sbornik navukovych artykulau (red. VAŽNIK, S.A., KOŽYNAVA, A.A. Minsk: Medisont. 31–42.
- WACŁAWEK, Maria, 2015: Czas na... stereotyp chłopaka i jego modyfikacje (na przykładzie wypowiedzi młodzieży). V: *Czas na... Język i dydaktyka w badaniach młodych naukowców* (GUZY, Anna, JAGODZIŃSKA, Diana, WACŁAWEK, Maria, ZOK-SMOŁA, Aleksandra). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. 184–325.
- WACŁAWEK, Maria, 2016, Kategoria wyglądu w językowo-kulturowym (auto)stereotypie DZIEWCZYNY. V: *Z Teorii i Praktyki Dydaktycznej Języka Polskiego*. T. 25. (red. KRZYŻYK, Danuta). 139–154.
- WACŁAWEK, Maria, WTORKOWSKA, Maria, 2017a: Słoweńców spędzanie wolnego czasu – w kręgu badań językowo-kulturowych stereotypów. V: *Słowiańszczyzna dawniej i dziś – język, literatura, kultura. Monografia ze studiów slawistycznych III* (red. KOŁODZIEJ, Agnieszka, współpraca PIASECKI, Tomasz). Cervený Kostelec: Wydawnictwo Pavel Mervart. 277–290.
- WACŁAWEK, Maria, WTORKOWSKA, Maria, 2017b: „Słowiański Austriak” – o charakterze Słoweńców słów kilka. *Jezikoslovni zapiski*. 23(1). Ljubljana. 193–210.
- WACŁAWEK, Maria, WTORKOWSKA, Maria, 2017c: „Słowiański góral spod Alp” – z badań nad auto- i heterostereotypem Słoweńca. V: *Jazyk v kultúre, kultúra v jazyku III. Język w kulturze, kultura w języku III* (red. VOJTEKOVÁ, Marta): Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove. Opera linguistica. 176–188.
- WACŁAWEK, Maria, WTORKOWSKA, Maria, 2018a: „Jak ich widzą, tak ich piszą” – rzecz o wyglądzie Słoweńców. V: *Polonistyka na początku XXI wieku. Diagnozy. Koncepcje. Perspektywy*. T. 4: *Pogranicza, mniejszości, regiony. Etnolingwistyka* (red. TAMBOR, Jolanta). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. 271–289.
- WACŁAWEK, Maria, WTORKOWSKA, Maria, 2018b: Człowiek człowieko- wi lustrem – konceptualizacje Polki i Polaka w oczach polskich i słoweńskich

- respondentów. V: *Sedemdeset let poučevanja poljskega jezika v Ljubljani, posvečeno Nikolaju Ježu* (red. WTORKOWSKA, Maria, WACŁAWEK, Maria, REZONIČNIK, Lidija). Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete. 259–273.
- WACŁAWEK, Maria, WTORKOWSKA, Maria, 2018c: „Powiedz mi, co jesz, a powiem ci, kim jesteś” – o kulinariach w Słowenii. V: *Acta Universitatis Lodzianensis. Kształcenie Polonistyczne Cudzoziemców*. T. 25. (red. GROCHALA, Beata, DEMBOWSKA-WOSIK Iwona). Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. 55–68.
- WACŁAWEK, Maria, WTORKOWSKA, Maria, 2019a: „Nasz wygląd zależy od tego, w jakim lustrze się przejrzymy” – z badań nad stereotypem Polaka. V: *Komparativnoslavističke lingvokulturalne teme* (red. PINTARIĆ, Neda, ČAGALJ, Ivana, VIDOVIĆ BOLT, Ivana). Zagreb. 389–398.
- WACŁAWEK, Maria, WTORKOWSKA, Maria, 2019b: Czas wolny Polaków – w kręgu językowo-kulturowych stereotypów. V: *Język a Edukacja*. T. 7: *Bariery i pomosty w języku i kulturze* (red. LECH-KIRSTEIN, Danuta, MAKUCHOWSKA, Marzena). Opole. 159–171.
- WACŁAWEK, Maria, WTORKOWSKA, Maria, 2019c: Polaków stosunek do edukacji – w kręgu językowo-kulturowych stereotypów. V: *Z Teorii i Praktyki Dydaktycznej Języka Polskiego*. T. 28. (red. GUZY, Anna, NIESPOREK-SZAMBURSKA, Bernadeta, OCHWAT, Magdalena, WÓJCIK-DUDEK, Małgorzata). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. 105–126.
- WACŁAWEK, Maria, WTORKOWSKA, Maria, 2019d: Przez jedzenie do języka... polskiego – o kulinariach oczami Polaków i Słowenów. *Język a Edukacja*. T. 7: *Bariery i pomosty w języku i kulturze* (red. LECH-KIRSTEIN, Danuta, MAKUCHOWSKA Marzena). Opole. 173–186.
- WACŁAWEK, Maria, WTORKOWSKA, Maria, 2019e: Słoweniec jako wieczny student i nie tylko – wycinek z polsko-słoweńskich badań ankietowych. *Postscriptum Polonistyczne*. 2 (24): *Migracje i ich konsekwencje* (red. HAJDUK-GAWRON, Wioletta, OCHWAT, Magdalena). Katowice. 289–306.
- WACŁAWEK, Maria, WTORKOWSKA, Maria, 2019f: Smaki Słowenii – kulinaria w ujęciu autostereotypowym. *Linguarum Silva*. T. 8: *Język w (kon)tekście... Szkice historyczno-językowe, porównawcze i współczesne* (red. MITRENGA, Barbara). 93–109.
- WACŁAWEK, Maria, WTORKOWSKA, Maria, 2020: Pomen izbire anketirancev pri jezikoslovnih raziskavah: v krogu slovensko-poljskih stereotipov. V: *Slovenščina – diskurzi, zvrsti in jeziki med identiteto in funkcijo*. 39. simpozij Obdobja (red. VOGEL, Jerica). Ljubljana. 129–138.
- WACŁAWEK, Maria, WTORKOWSKA, Maria, 2021: Z rodziną dobrze nie tylko na zdjęciu? O polskim stosunku do rodziny w opinii ankietowanych Polaków i Słowenów. V: *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, sectio N – Educatio Nova*. Nr 6. 447–466.

- WACŁAWEK, Maria, WTORKOWSKA, Maria, a: Pieniądze to (nie) wszystko – z badań nad językowo-kulturowym obrazem Polaka. V: *Die Welt der Slaven* [w druku].
- WACŁAWEK, Maria, WTORKOWSKA, Maria, b: Pieniądze szczęścia nie dają, ale żyć pomagają – z badań nad stereotypem Polaka [w recenzji].
- WACŁAWEK, Maria, WTORKOWSKA, Maria, c: »Ljubezben do hribov, domače hrane, športa in narodne glasbe« – pravi Slovenec versus prawdziwy Słoweńiec po mnenju slovenskih in poljskih anketirancev [w druku].
- WALAS, Teresa, WOŹNIAKOWSKI, Jacek, 1995: *Narody i stereotypy*. Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury.
- WALDENFELS, Bernhard, 2002: *Topografia obcego. Studia z fenomenologii obcego*. Tłum. SIDOREK, Janusz. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- WEIGL, Barbara, 1999: *Stereotypy i uprzedzenia etniczne u dzieci i młodzieży: studium empiryczne*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.
- WIECZOREK, Krzysztof, 1990: *Dwie filozofie spotkania: konfrontacja myśli Józefa Tischnera i Andrzeja Nowickiego*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- WIERZBICKA, Anna, 1990: Podwójne życie człowieka dwujęzycznego. V: *Język polski w świecie. Zbiór studiów* (red. MIODUNKA, Władysław). Warszawa–Kraków: Państwowe Wydawnictwo Naukowe. 71–104.
- WOJCISZKE, Bogdan, 2003: *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*. Warszawa: Scholar.
- WROCZYŃSKI, Ryszard, 1966: *Wprowadzenie do pedagogiki społecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- WTORKOWSKA, Maria, 2021: Tvorjenje poimenovanj za ženske nosilke poklicev, nazivov in funkcij v poljščini in slovenščini. *Jezikoslovni zapiski*. 27(1). 87–102.
- WUJEK, Tadeusz, 1969: *Praca domowa i czynny wypoczynek ucznia*. Warszawa: Państwowe Zakłady Wydawnictw Szkolnych.
- WYSOCKA, Ewa, 2006: Stereotyp społeczny. V: *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku* (red. PILCH, Tadeusz). T. V. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Zak”. 999–1010.
- WYŹKIEWICZ-MAKSIMOW, Regina, 2012: *Językowy obraz człowieka: charakter i osobowość w paremiologii polskiej, serbskiej i chorwackiej*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
- ZAJĄCZKOWSKI, Andrzej, 1973: Obrazy świata białych. V: *Obrazy świata białych* (red. ZAJĄCZKOWSKI, Andrzej). Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy. 278–293.
- ZANUSSI, Krzysztof, 1995: Stereotypy narodowe w filmie. V: *Narody i stereotypy* (red. WALAS, Teresa, WOŹNIAKOWSKI, Jacek). Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury. 209–218.
- ZARZYCKA, Grażyna, 2005: Polak w oczach studentów amerykańskich. *Etnolingwistyka*. Nr 17. 233–257.

ZARZYCKA, Grażyna, 2008: Stereotypy Polski i Polaków w świetle badań ankietowych przeprowadzonych w środowisku studentów zagranicznych. *Postscriptum Polonistyczne*. Nr 1(1). 171–195.

ZGONIK, Nadja, 2002: *Podobe slovenstva*. Ljubljana: Nova revija.

Netografia

<http://jan.dzier.pl/Teksty/czas-wolny-donioslym-problemem-edukacji-kulturalnej.rtf> (dostęp: 28.11.2019).

<https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/czas-wolny;3889293.html> (dostęp: 05.03.2022)

<https://sjp.pwn.pl/mlodziejowe-slowo-roku/haslo/cebula;5899746.html> (dostęp: 13.03.2022).

https://sl.wikipedia.org/wiki/Statisti%C4%8Dne_regije_Slovenije (dostęp: 11.02.2022)

<https://swiatcytatow.pl/cytaty-o-czasie/> (dostęp: 05.03.2022)

<https://www.stat.si/obcine/sl> (dostęp: 11.02.2022)

Pokrajine v Sloveniji - Wikipedija, prosta encyklopedia (wikipedia.org) (dostęp: 14.02.2022)

Wykaz skrótów

eSP – *ePravopis. Rastoči slovar (od leta 2014)*. Fran/ePravopis (dostęp 21.02.2022)

ISJP – *Inny słownik języka polskiego*. 2000. (red. BAŃKO, Mirosław). T I–II. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

NKPiWPP = *Nowa księga przysłów i wyrażeń przysłowiowych polskich*. 1969–1972. T. I–III. (red. KRZYŻANOWSKI, Julian). 1978. T. IV. (red. ŚWIRKO, Stanisław). Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.

SJPD – *Słownik języka polskiego*. T. VI. 1964. (red. DOROSZEWSKI, Witold). Warszawa: Polska Akademia Nauk.

SSKJ – *Slovar slovenskega knjižnega jezika*. 1994. (red. BAJEC, Anton in drugi). Ljubljana: DZS.

SSKJ2 – *Slovar slovenskega knjižnega jezika, druga, dopolnjena in deloma prenovljena izdaja*. T. 1–2. 2014. Ljubljana: Cankarjeva založba.

SP – *Slovenski pravopis*. 2001. (red. TOPORIŠIČ, Jože). Ljubljana: Založba ZRC, ZRC SAZU.

SNB – *Slovar novejšega besedja slovenskega jezika*. 2013. (red. BIZJAK KONČAR, Aleksandra, SNOJ, Marko). Ljubljana: Založba ZRC, ZRC SAZU.

USJP – *Uniwersalny słownik języka polskiego*. T. I–IV. 2008. (red. DUBISZ, Stanisław). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Wykaz tabel

- Tabela 1: Podział respondentów ze względu na płeć.
- Tabela 2: Podział respondentów ze względu na wiek.
- Tabela 3: Podział respondentów ze względu na wykształcenie.
- Tabela 4: Podział polskich respondentów ze względu na miejsce zamieszkania/pochodzenia (%).
- Tabela 5: Podział słoweńskich respondentów ze względu na miejsce zamieszkania/pochodzenia (%).
- Tabela 6: Podział polskich respondentów ze względu na wykonywaną pracę/wykonywane zajęcie (%).
- Tabela 7: Podział słoweńskich respondentów ze względu na wykonywaną pracę/wykonywane zajęcie (%).
- Tabela 8: Długość kontaktu polskich respondentów ze Słowenią i Słoweńcami (%).
- Tabela 9: Długość kontaktu słoweńskich respondentów z Polską i Polakami (%).
- Tabela 10: Językowo-kulturowy stereotyp Polaka: całościowe zestawienie liczbowe wyodrębnionych wyimków.
- Tabela 11: Językowo-kulturowy stereotyp Słoweńca: całościowe zestawienie liczbowe wyodrębnionych wyimków.
- Tabela 12: *Polak* – eksplikacje, podział ze względu na *genus proximum* (%).
- Tabela 13: *Polak* – eksplikacje, podział na klasy tematyczne (%).
- Tabela 14: *Polka* – eksplikacje, podział ze względu na *genus proximum* (%).
- Tabela 15: *Polka* – eksplikacje, podział na klasy tematyczne (%).
- Tabela 16: *Słoweniec* – eksplikacje, podział ze względu na *genus proximum* (%).
- Tabela 17: *Słoweniec* – eksplikacje, podział na klasy tematyczne (%).
- Tabela 18: *Słowenka* – eksplikacje, podział ze względu na *genus proximum* (%).
- Tabela 19: *Słowenka* – eksplikacje, podział na klasy tematyczne (%).
- Tabela 20: Wygląd Polaka – podział na podkategorie (%).
- Tabela 21: Typ urody Polaka – podział na deskryptory (%).
- Tabela 22: Ogólne cechy fizyczne Polaka – podział na deskryptory (%).
- Tabela 23: Szczegółowe cechy fizyczne Polaka – podział na deskryptory (%).
- Tabela 24: Cechy fizyczne precyzujące płeć Polaka – podział na klasy tematyczne (%).
- Tabela 25: Wygląd Polki – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).
- Tabela 26: Wygląd Polaka – podział na klasy tematyczne deskryptory (%).
- Tabela 27: Ubiór Polaka – podział na deskryptory (%).
- Tabela 28: Wygląd Słoweńca – podział na podkategorie (%).
- Tabela 29: Typ urody Słoweńca – podział na deskryptory (%).
- Tabela 30: Ogólne cechy fizyczne Słoweńca – podział na deskryptory (%).
- Tabela 31: Szczegółowe cechy fizyczne Słoweńca – podział na deskryptory (%).

- Tabela 32: Cechy fizyczne precyzujące płeć Słoweńca – podział na klasy tematyczne (%).
- Tabela 33: Wygląd Słowenki – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).
- Tabela 34: Wygląd Słoweńca – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).
- Tabela 35: Ubiór Słoweńca – podział na deskryptory (%).
- Tabela 36: Kategoria: wygląd Polaka/Słoweńca (%).
- Tabela 37: Charakter Polaka – podział na podkategorie (%).
- Tabela 38: Cechy pozytywne i/lub neutralne w charakterze Polaka – podział na klasy tematyczne (%).
- Tabela 39: Cechy pozytywne i/lub neutralne w charakterze Polaka – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).
- Tabela 40: Cechy ambiwalentne w charakterze Polaka – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).
- Tabela 41: Cechy negatywne w charakterze Polaka – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).
- Tabela 42: Cechy charakteru Polaka ze względu na płeć – podział na klasy tematyczne (%).
- Tabela 43: Charakter Polki – podział na klasy tematyczne (%).
- Tabela 44: Charakter Polaka (mężczyzny) – podział na klasy tematyczne (%).
- Tabela 45: Charakter Słoweńca – podział na podkategorie (%).
- Tabela 46: Cechy pozytywne i/lub neutralne w charakterze Słoweńca – podział na klasy tematyczne (%).
- Tabela 47: Cechy pozytywne i/lub neutralne w charakterze Słoweńca – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).
- Tabela 48: Cechy ambiwalentne w charakterze Słoweńca – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).
- Tabela 49: Cechy negatywne w charakterze Słoweńca – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).
- Tabela 50: Cechy charakteru Słoweńca ze względu na płeć – podział na klasy tematyczne (%).
- Tabela 51: Charakter Słowenki – podział na klasy tematyczne (%).
- Tabela 52: Charakter Słoweńca (mężczyzny) – podział na klasy tematyczne (%).
- Tabela 53: Polaka stosunek do pieniędzy – podział na podkategorie (%).
- Tabela 54: Polaka pozytywnie i/lub neutralnie wartościowany stosunek do pieniędzy – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).
- Tabela 55: Polaka negatywnie wartościowany stosunek do pieniędzy – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).
- Tabela 56: 'Inne' w Polaka stosunku do pieniędzy – podział na klasy tematyczne (%).
- Tabela 57: Słoweńca stosunek do pieniędzy – podział na podkategorie (%).
- Tabela 58: Słoweńca pozytywne i/lub neutralnie wartościowany stosunek do pieniędzy – podział na klasy tematyczne i deskryptory (%).

Tabela 59: Słoweńca negatywnie wartościowany stosunek do pieniędzy – podział na klasy tematyczne i deskrytory (%).

Tabela 60: 'Inne' w Słoweńca stosunku do pieniędzy – podział na klasy tematyczne (%).

Tabela 61: Czas wolny Polaka – podział na klasy tematyczne (%).

Tabela 62: Czas wolny Polaka – podział na klasy tematyczne i deskrytory (%).

Tabela 63: Czas wolny Słoweńca – podział na klasy tematyczne (%).

Tabela 64: Czas wolny Słoweńca – podział na klasy tematyczne i deskrytory (%).

Tabela 65: Badanie II. Podział respondentów ze względu na płeć.

Tabela 66: Badanie II. Podział respondentów ze względu na wiek.

Tabela 67: Badanie II. Podział respondentów ze względu na wykształcenie (%).

Tabela 68: Badanie II. Podział respondentów ze względu na wykonywaną pracę/wykonywane zajęcie (%).

Kwestionariusz ankiety

Szanowni Państwo!

Zapraszamy do wzięcia udziału w ankiecie, której celem jest zbadanie wizerunku Słoweńca/Słowenki oraz Polaka/Polki. Proszę przeczytać wszystkie pytania i odpowiedzieć na nie szczerze. Ankieta jest anonimowa i nie stanowi podstawy do oceniania, służy jedynie celom badawczym.

I. Obraz Słoweńca i Słowenki

1. Kto to jest Słoweniec/Słowenka? (prośba o zdefiniowanie)

Słoweniec –

.....

.....

.....

Słowenka –

.....

.....

.....

2. Proszę wskazać i krótko opisać to, co (najlepiej) charakteryzuje Słoweńca i Słowenkę.

WYGLĄD

CHARAKTER, ZDOLNOŚCI, ZACHOWANIE

RELACJE RODZINNE

KULINARIA
STOSUNEK DO: - PIENIĘDZY
- NAUKI, WY- KSZTAŁCENIA
- RELIGII
- PAŃSTWA, NARODU
SPOSOBY SPĘDZANIA WOLNEGO CZASU
INNE:

Czy jest coś, co Pana/Pani zdaniem w Słowenii szczególnie wyróżnia przedstawicieli danej płci?

.....
.....
.....

3. Co szczególnie kojarzy się Panu/Pani ze Słoweńcem i Słowenką, a także ze Słowenią i tym, co słoweńskie? Proszę uzasadnić swój wybór.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Czy zna Pan/Pani jakieś dowcipy, anegdoty lub powiedzenia o Słoweńcach (Słowenkach)? Jeśli tak, to jakie?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. Czy chciałby Pan/chciałaby Pani jeszcze coś dodać na temat Słoweńca i/lub Słowenki?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

II. Obraz Polaka i Polki

1. Kto to jest Polak/Polka? (prośba o zdefiniowanie)

Polak –

.....

.....

.....

Polka –

.....

.....

.....

2. Proszę wskazać i krótko opisać to, co (najlepiej) charakteryzuje Polaka i Polkę.

WYGLĄD
CHARAKTER, ZDOLNOŚCI, ZACHOWANIE
RELACJE RODZINNE
KULINARIA
STOSUNEK DO: - PIENIĘDZY
- NAUKI, WY- KSZTAŁCENIA
- RELIGII

<p>- PAŃSTWA, NARODU</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>SPOSOBY SPĘDZANIA WOLNEGO CZASU</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>INNE:</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

Czy jest coś, co Pana/Pani zdaniem w Polsce szczególnie wyróżnia przedstawicieli danej płci?

.....

.....

.....

3. Co kojarzy się Panu/Pani z Polakiem, Polką, a także Polską i tym, co polskie? Proszę uzasadnić swój wybór.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Czy zna Pan/Pani jakieś dowcipy, anegdoty lub powiedzenia o Polakach (Polkach)? Jeśli tak, to jakie?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. Czy chciałby Pan/chciałaby Pani jeszcze coś dodać na temat Polaka i/lub Polki?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

METRYCZKA – proszę uzupełnić poniższe dane

1. Płeć:	2. Wiek:	3. Wykształcenie:	4. Praca/ zajęcie:
kobieta / mężczyzna	18–25 lat; 26–35 lat; 36–50 lat; 51–65 lat; 66–80 lat; inne:.....	podstawowe średnie wyższe	(np. <i>pracownik dużej firmy, tłumacz, gospodyni domowa, student, emeryt</i> itd.)
5. Jak długo ma (miał/miała) Pan/Pani kontakt ze Słoweńcami? (np. <i>mniej niż miesiąc, pół roku, 4 lata, mieszkam na stałe w Słowenii</i>)	6. Skąd Pan/Pani jest (z jakiej miejscowości/z jakiego regionu w Polsce)?		

Serdecznie dziękujemy za wypełnienie ankiety

Maria Wtorkowska i Maria Wacławek

Anketni obrazec

Spoštovani!

Vabimo vas k izpolnitvi ankete, katere cilj je raziskava podobe Poljaka/Poljakinje in Slovenca/Slovenke. Prosimo, preberite vsa vprašanja in nanje iskreno odgovorite. Anketa je anonimna in ni podlaga za ocenjevanje, temveč služi izključno raziskavi.

I. Podoba Poljaka in Poljkinje

1. Definirajte, kdo je Poljak/Poljakinja?

Poljak –

.....

.....

.....

Poljkinja –

.....

.....

.....

2. Na kratko napišite, kaj (najbolje) označuje Poljaka in Poljakinjo.

VIDEZ

ZNAČAJ, SPOSOBNOSTI, OBNAŠANJE

DRUŽINSKI ODNOSI

KULINARIKA
ODNOS DO: - DENARJA
- ZNANOSTI, IZOBRAZBE
- VERE
- DRŽAVE, NARODA
NAČINI PREŽIVLJANJA PROSTEGA ČASA
DRUGO:

Katere posebne lastnosti imajo po vašem mnenju na Poljskem predstavniki moškega in/ali ženskega spola?

.....
.....
.....

3. Kakšne asociacije imate ob pojmih Poljak in Poljakinja ter Poljska in poljsko? Utemeljite svojo izbiro.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Ali poznate kakšne šale, anekdote ali pregovore o Poljakih (Poljakinjah)? Katere?

.....

.....

.....

.....

.....

5. Ali bi želeli še kaj dodati o Poljaku in/ali Poljakinji?

.....

.....

.....

.....

.....

II. Podoba Slovenca in Slovenke

6. Definirajte, kdo je Slovenec/Slovenka?

Slovenec –

.....

.....

.....

Slovenka –

.....

.....

7. Na kratko napišite, kaj (najbolje) označuje Slovence in Slovenko.

VIDEZ
ZNAČAJ, SPOSOBNOSTI, OBNAŠANJE
DRUŽINSKI ODNOSI
KULINARIKA
ODNOS DO: - DENARJA
- ZNANOSTI, IZOBRAZBE
- VERE
- DRŽAVE, NARODA

<p>NAČINI PREŽIVLJANJA PROSTEGA ČASA</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>DRUGO:</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

Katere posebne lastnosti imajo po vašem mnenju v Sloveniji predstavniki moškega in/ali ženskega spola?

.....

.....

.....

.....

.....

8. Kakšne asociacije imate ob pojmih Slovenec in Slovenka ter Slovenija in slovensko? Utemeljite svojo izbiro.

.....

.....

.....

.....

.....

9. Ali poznate kakšne šale, anekdote ali pregovore o Slovencih (Slovenkah)? Katere?

.....

.....

.....

.....

.....

10. Ali bi želeli še kaj dodati o Slovencu in/ali Slovenki?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Podatki o anketirancu

Izpolnite spodnje podatke.

1. Spol:	2. Starost:	3. Izobrazba:	4. Zaposlitev:
ženska / moški	18–25 let; 26–35 let; 36–50 let; 51–65 let; 66–80 let; drugo:.....	osnovna srednja visoka	(npr. zaposlen v velikem podjetju, prevajalec, gospodinja, študent, upokojenec itd.)
5. Kako dolgo ste imeli stik s Poljaki? (npr. manj kot mesec, pol leta, 4 leta, stalno živim na Poljskem)	6. Od kod prihajate (iz katerega kraja/regije v Sloveniji?)		

Zahvaljujete se za izpolnitev ankete

Maria Wtorkowska in Maria Wacławek

Ankieta – prawdziwy Polak, prawdziwy Słoweniec

Kwestionariusz ankiety

Szanowni Państwo!

Zapraszamy do wzięcia udziału w krótkiej ankiecie, pomagającej nam zbadać wizerunek Słoweńca/Słowenki oraz Polaka/Polki. Kwestionariusz składa się tylko z dwóch pytań. Ankieta jest anonimowa i nie stanowi podstawy do oceniania, służy jedynie celom badawczym.

1. Jacy są według Pani/Pana prawdziwi Słoweńcy (Słoweniec/Słowenka)?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Jacy są według Pani/Pana prawdziwi Polacy (Polak/Polka)?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

METRYCZKA – proszę uzupełnić poniższe dane

1. Płeć:	2. Wiek:	3. Wykształcenie:	4. Praca/ zajęcie:
kobieta / mężczyzna	18–25 lat; 26–35 lat; 36–50 lat; 51–65 lat; 66–80 lat; inny:.....	podstawowe średnie wyższe	(np. <i>pracownik dużej firmy, tłumacz, gospodyni domowa, student, emeryt</i> itd.)
5. Jak długo ma (miał/miała) Pan/Pani kontakt ze Słoweńcami? (np. <i>mniej niż miesiąc, pół roku, 4 lata, mieszkam na stałe w Słowenii</i>)	6. Skąd Pan/Pani jest (z jakiej miejscowości/ z jakiego regionu w Polsce)?		

Serdecznie dziękujemy za wzięcie udziału w badaniu

Maria Wtorkowska i Maria Wacławek

Anketa – pravi Poljak, pravi Slovenec

Anketni obrazec

Spoštovani!

Vabimo vas k izpolnitvi kratke ankete, katere cilj je raziskava podobe Poljaka/Poljakinje in Slovenca/Slovenke. Anketni obrazec je sestavljen iz dveh glavnih vprašanj in podatkov o anketirancu (spol, starost, izobrazba, zaposlitev). Anketa je anonimna in služi izključno raziskavi.

1. Kakšni so, po vašem mnenju, pravi Poljaki (Poljak/Poljakinja)?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Kakšni so, po vašem mnenju, pravi Slovenci (Slovenec/Slovenka)?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Podatki o anketirancu**Izpolnite spodnje podatke.**

1. Spol:	2. Starost:	3. Izobrazba:	4. Zaposlitev:
ženska / moški	18–25 let; 26–35 let; 36–50 let; 51–65 let; 66–80 let; drugo:.....	osnovna srednja visoka	(npr. zaposlen v velikem podjetju, prevajalec, gospodinja, študent, upokojenec itd.)
5. Kako dolgo ste imeli stik s Poljaki? (npr. <i>manj kot mesec, pol leta, 4 leta, stalno živim na Poljskem</i>)	6. Od kod prihajate (iz katerega kraja/regije v Sloveniji)?		

Zahvaljujete se za izpolnitev ankete

Maria Wtorkowska in Maria Wacławek

Povzetek

O Poljaki in Slovenci – v krogu jezikovno-kulturnih stereotipov

Delo je usmerjeno v etnolingvistični opis predstav o Poljaku (Poljaki) in Slovencu (Slovinci), kot jih je mogoče izluščiti iz osnovnega gradiva, ki ga predstavljajo odgovori anketiranih iz Poljske in Slovenije. Raziskava poskuša ujeti »vsakdanje«, »uveljavljeno« dojetje predstav pri predstavnikih obeh narodov. Na obravnavani narodni in etnični skupnosti – poljsko in slovensko – gledamo skozi prizmo njunih jezikov, saj je jezik najpomembnejše sredstvo za posredovanje kulture, z vplivom na oblikovanje podobe sveta, ki jo dojemamo skozi jezik; jezik namreč ne služi le za poimenovanje, temveč tudi za ustrezno klasifikacijo in interpretacijo zunajjezikovne resničnosti. Ena od funkcij vsakega naravnega jezika je posredovanje stereotipov, ki so lastni določeni skupini in njeni kulturi. Način obravnave tematike umešča našo raziskavo v kar najširše razumljene etnolingvistične raziskave, ki so povezane z jezikovno podobo sveta; izrisati poskuša jezikovno-kulturno stereotipne predstave o Poljaku (Poljaki) in Slovencu (Slovinci), ki zajemajo ustrezno ovrednotene nujne in relevantne lastnosti ter elemente, ki so odvisni od konteksta.

Vprašanja narodnih in etničnih stereotipov že dolgo vzbujajo zanimanje raziskovalcev različnih disciplin. Veliko se piše o stereotipnem dojetju Poljakov, tudi z vidika jezikoslovja, obstaja precej del o stereotipnem dojetju različnih Slovanov (in drugih nacionalnosti), precej bogata je literatura, ki jo je mogoče umestiti na področje stereotipnega oz. tipskega razumevanja Slovencev in slovenskosti. Kljub temu pa skoraj ni del, ki bi obravnavala, kako se vzajemno utrjujejo stereotipne podobe Slovencev in Poljaka – zlasti ne del, ki bi bila usmerjena jezikoslovno. Posebej nam je pomembna sopolnjenost modelov, kot jih lahko odkrijemo pri predstavnikih obeh narodov – Poljaki in Slovenci. Naš cilj je namreč pokazati, kako naroda dojemata drug drugega. Pričujoča monografija tako predstavlja poskus vsaj delne zapolnitve te vrzeli. Knjiga je nastala na podlagi predhodnih izkušenj, ki jih delno uokvirja in tako na svojstven način predstavlja njihovo sintezo, obenem pa poglobitev – prvotni rezultati so bili namreč dopolnjeni, številsko obdelani in interpretirani povsem na novo.

Monografija je leksikocentričnega značaja, poudarja konotacijski presežek in sporočevalno namero, ki pogojuje ustrezen zorni kot. Sestavljena je iz sedmih poglavij, ki jih zaokroža povzetek. Prvo poglavje predstavlja pomembno vpeljavo v tematiko dela: vsebuje razprave s področja teorije *stereotipa* (tudi z jezikoslovnega vidika), na kratko obravnava uporabljena raziskovalna orodja, temeljne postulate in cilj raziskave, gradivno osnovo, metodologijo za analizo jezikovnih podatkov (izpostavlja anketo

kot raziskovalno metodo); opredeljuje način obravnave, predstavlja začetno razdelitev gradiva na semantične kategorije (pojasnila; videz, značaj, prosti čas, odnos do denarja), na temelju katerih je v nadaljevanju (poglavja II–VI) v izbranih odsekih izdelana stereotipna podoba Poljaka in Slovenca. Omenjena poglavja tvorijo osrednji del obravnave, kjer so prikazane ugotovljene t. i. deskriptorske značilnosti in njihovi semantični razredi, ki poskušajo odgovoriti na vprašanje, kaj konkretno imajo anketiranci v mislih, ko opisujejo Poljaka, Poljakinjo oz. Slovenca, Slovenko, njihov videz, značaj, vedênje in držo oz. stališča, kako si predstavljajo njihov način preživljanja prostega časa in njihov odnos do denarja. Pri izdelavi tovrstnega modela upoštevamo vse iz gradiva pridobljene izseke – tudi tiste z zgolj enkratno pojavnostjo –, saj jih razumemo kot dragocene. Poglavje VII predstavlja svojevrstno dopolnitev nastalega modela predstavnikov obeh narodov, obenem pa preverja njegovo verodostojnost: v njem na kratko predstavljamo rezultate naših drugih anketnih raziskav – ki se osredotočajo na konceptualizacijo »pravega« Poljaka/Slovenca. Uporaba modifikatorja »pravi« te analize umešča neposredno v metodologijo raziskav EUROJOS (evropska jezikovna podoba sveta). Uporabljeni operator vsebuje elemente, ki zadevajo tako tipičnega kot vzorčnega predstavnika. Opravljeno raziskavo zaključuje povzetek, ki zbirno prikaže rezultate in bralcu pregledno približa nastalo kolektivno (s kulturnimi in jezikovnimi razlikami pogojeno) podobo/podobe Poljaka in Slovenca, pri čemer ustrezno izpostavlja njihovo specifikko.

Stereotipi težijo k intersubjektivni poenostavitvi, in jih ni mogoče sprejemati kot objektivni vir znanja o sebi in drugih. Pomembno pa je zavedanje, da stereotipi obstajajo in da imajo določene mehanizme delovanja. Anketiranci so se zavedali nevarnosti enostavnega predalčkanja, ker da je preveč posplošujoče. Shematične sodbe in pogledi, čeprav do neke mere kulturno stabilni, so lahko podvrženi spremembam. Stereotipe, vključno z etničnimi, je treba poznati in se zavedati njihove čustvene vrednosti, da bi lahko bolje razumeli sebe in druge – z uporabo tega, kar je v takšnih ocenah pozitivnega, in preseganjem negativnih miselnih shem lahko gradimo mostove namesto ovir.

Summary

About Poles and Slovenes – in the context of linguistic and cultural stereotypes

The monograph is focused on the ethnolinguistic description of the perception of a Pole (Poles) and Slovene (Slovenes) which can be reconstructed on the basis of the data collected from the statements of the respondents from both Poland and Slovenia. The research aims at capturing the “common”, “everyday” understanding of the perceptions of the representatives of both nations. We observe the two national and ethnic communities which the research is interested in – Polish and Slovenian – through the prism of their languages. This is because language is the most important tool for transmitting culture, which influences the shaping of the perceived image of the world within a given culture; language serves not only for naming, but also for appropriate classification and interpretation of extra-linguistic reality. One of the functions of any natural language is to convey stereotypes common to a given group and its culture. The way our research tackles the focal issue places it within the scope of broadly understood ethnolinguistic studies related to the linguistic image of the world. This approach tries to reconstruct the stereotypical linguo-cultural image of a Pole (Poles) and Slovene (Slovenes), including appropriately valued obligatory and relevant features, as well as contextually dependent elements.

The issues of national and ethnic stereotypes have been of interest to researchers of many disciplines for years. A great deal has been written about the stereotypical perception of a Pole, including in a linguistic context, similarly, a number of research papers have dealt with the stereotypical perception of various Slavs (and other nations). Moreover, there is no shortage of works that fit into the (stereo)typical approach to researching Slovenian people and their way of living. Yet there are almost no papers dealing with the mutual stereotypical images of Slovenes and Poles (especially with a linguistic inclination). For our research, the comparison of both models (that of Poles and that of Slovenes) – showing the mutual perception of each other in both nations – is particularly important. Therefore, this monograph attempts to at least partially fill this gap. It has been created on the basis of our previous experiences, partly included in the framework of this study, representing both their synthesis and in-depth analysis in a special way – the results from previous studies have been supplemented, recalculated and interpreted anew.

The monograph is lexicocentric in its approach as it emphasizes the surplus of connotations and the sender’s intention that determines an adequate point of view. The book consists of seven chapters and a summary that concludes the work. Chapter

I represents a fundamental introduction to the subject of the thesis: it presents considerations in the field of stereotype theory, including the linguistic approach, briefly discusses the research tools adopted, the main assumptions and purpose of the work, the material basis and methodology used to analyse linguistic data (with an emphasis on questionnaires as a research method). Next, it characterizes the method of research and shows the preliminary division of the material into semantic categories (i.e. definition, appearance, character, free time, attitude to money), which serves as the basis for the reconstruction of selected fragments of the stereotypical image of a Pole and a Slovene in chapters II–VI. The indicated chapters constitute an essential part of the work – in them, specific descriptor features and their semantic classes are distinguished in search of an answer to the following questions: What exactly do the respondents have in mind when describing a (male/female) Pole, a (male/female) Slovene, their appearance, character, behaviour and attitudes? And how do they conceptualize their way of spending free time and attitude to money. In the reconstruction all excerpts obtained from the material (including those only registered once) are considered valuable – and therefore included. Chapter VII represents a specific complement to the reconstructed concept of representatives of both nations, and at the same time its verification. It contains a brief approximation of the results of our other surveys – focusing on the conceptualization of a “true” Pole/Slovene. The modifier “true” places the analysis directly within the EUROJOS (European linguistic worldview) research methodology. The said operator includes both typical elements and representative patterns. The summary concluding the monograph collects the obtained results: it features a brief overview of the reconstruction of the collective, culturally and linguistically diverse image/images of a Pole and a Slovene, showing their respective specificities.

Stereotypes are known for their tendency towards an intersubjective simplification, and as such cannot be treated as an objective source of knowledge about oneself and others. It is, however, important to be aware both of their existence and mechanisms of functioning. The respondents proved to be well aware of the dangers of easy labelling – considering it too simplistic. Schematic judgments, while culturally stabilized in some way, can be subject to change. One needs to know stereotypes, including ethnic stereotypes, and be aware of their emotional value in order to better understand oneself and others. By drawing on positive opinions and undermining negative mental structures, it becomes possible to create bridges rather than barriers.

Indeks nazwisk

A

Abramowicz, Maciej 13, 23
 Anusiewicz, Janusz 6
 Apresjan, Jurij Derenikovic 14
 Arystoteles 18

B

Baczko, Bronisław 12
 Bartmiński, Jerzy 5–6, 9–15, 17–23, 35,
 37–38, 101, 192, 199, 201
 Bauman, Teresa 22–23
 Bauman, Zygmunt 17
 Bednarska, Katarzyna 6
 Berting, Jan 12, 16
 Bielińska-Gardziel, Iwona 6
 Billig, Michael 39
 Bloom, William 166
 Błuszkowski, Jan 6, 11
 Bogardus, Emory 22
 Bojanowicz, Justyna 170
 Boksański, Zbigniew 12, 39
 Borliczek, Małgorzata 98
 Braly, Kenneth 22
 Brigham, John C. 22
 Bruckmüller, Ernst 6
 Brzezowska, Magdalena 6
 Brzozowska, Dorota 6, 9, 11, 16
 Bukowski, Marcin 10
 Bystroń, Jan Stanisław 10

C

Cała, Alina 12
 Chlebda, Wojciech 12–14, 21–23, 35
 Chopin, Fryderyk 108
 Chrobak, Katarzyna 166–167
 Chudy, Wojciech 99

Cmiel, Marta 6, 34
 Curie-Skłodowska, Maria 108
 Czajkowska, Marta 170, 189
 Czapik-Lityńska, Barbara 12
 Czerepaniak-Walczak, Maria 169–170

Č

Čepić, Zdenko 6

D

Dąbrowska, Anna 6
 Demarais, Ann 65
 Didot, Firmin 10
 Dijk, Teun A. van 13
 Doroszewicz, Krystyna 72, 86, 97
 Doroszewski, Witold 38
 Drogosz, Marek 10
 Dumazedier, Joffre 169
 Dylczewski, Leon 12
 Dyrdół, Tomasz 169–170

E

Evans, Vyvyan 18–19
 Ezop 5

F

Fal'kovič, Svetlana, Mihajlovna 6
 Filar, Dorota 147, 167
 Fromm, Erich 167
 Fylypec, Olga 6
 Fylypeťs', Olga 6

G

Gawarkiewicz, Roman 6
 Globočnik, Damir 6
 Golka, Marian 5, 10–11, 18

Goričar, Jože 6
 Goska, Danusha, Veronica 6
 Grafenauer, Bogo 6
 Grdina, Igor 6
 Grochociński, Marian 169–170
 Grodecki, Mateusz 39
 Grzegorzycykowa, Renata 18, 37

H

Habrajska, Grażyna 22–23, 207
 Hribar, Tine 6
 Huntington, Samuel 37

J

Jan Paweł II 108
 Jankowski, Dzierżymir 170
 Jasińska-Kania, Aleksandra 6, 11, 16,
 141
 Jastrzębski, Bartosz 166
 Jezernik, Božidar 6

K

Kamiński, Aleksander 170
 Kamiński, Stanisław 37
 Karwatowska, Małgorzata 10, 63–64
 Kaschak, Ellyn 86
 Katz, Daniel 22
 Kleszczowa, Krystyna 99
 Kloch, Zbigniew 95
 Kłoskowska, Antonina 13, 16, 39
 Kofta, Mirosław 6
 Kolarska-Bobińska, Lena 6
 Kołaczek, Aleksandra 6, 34
 Kołakowski, Leszek 11, 169
 Kołodziejek, Ewa 16, 19–20
 Korwin-Mikke, Janusz 121
 Kovačev, Asja Nina 6
 Kowalski, Piotr 6
 Krawczuk, Ałła 6

Królikowska, Iwona 12
 Krzeszowski, Tomasz 17, 201
 Krzyżaniak, Ewa 206
 Krzyżanowski, Piotr 37
 Kupisiewicz, Czesław 22
 Kurcz, Ida 10, 22

L

Lament, Paulina 6, 34
 Lewandowski, Edmund 100
 Lewandowski, Robert 143
 Lewiński, Piotr 6
 Lippmann, Walter 10

Ł

Łaskiewicz, Monika 6
 Łodziński, Sławomir 39
 Łozowski, Przemysław 14, 63

M

Mackay, Harvey 169
 Maćkiewicz, Jolanta 14
 Majdzik, Katarzyna 6, 39
 Mandal, Eugenia 97
 Mandrosz-Wróblewska, Joanna 205
 Marciszewski, Witold 37
 Marczevska, Marzena 209
 Maśłowska, Danuta 5
 Maśłowski, Włodzimierz 5
 Matyjas, Bożena 187–188
 McCauley, Clark 22
 Mikułowski Pomorski, Jerzy 6
 Moritsch, Andreas 6
 Myśliwska, Katarzyna 170
 Needleman, Jacob 147

N

Nelson, Todd D. 9, 141
 Nęcki, Zbigniew 65

Niebrzegowska-Bartmińska, Stanisława 5, 12, 23, 38
 Niesporek-Szamburska, Bernadeta 7, 17
 Niewiara, Aleksandra 6, 10
 Novak Popov, Irena 6
 Nowak, Marian 99
 Nowicka, Ewa 39
 Nowosad-Bakalarczyk, Małgorzata 71

O

Oleksińska, Monika 179
 Osgood, Charles E. 22

P

Pajdzińska, Anna 6, 63
 Panasiuk, Jolanta 9–11
 Paszkiewicz, Jędrzej 6
 Pentek, Zdzisław 6
 Piechnik, Anna 86
 Pierkowska, Anna 6, 34
 Pietrzak, Henryk 6, 15, 22, 201, 205
 Piętkowa, Romualda 15
 Pilch, Tadeusz 22–23
 Pisarek, Walery 22
 Pisarkowa, Krystyna 22
 Prevc, Peter 125, 141, 192
 Prokop, Jan 6
 Puhar, Alenka 6
 Puzynina, Jadwiga 17, 23, 147

Q

Quasthoff, Uta 15

R

Rejakowa, Bożena 167
 Rejter, Artur 71
 Ryk, Andrzej 201, 206

S

Sapir, Edward 15, 20
 Schaff, Adam 11
 Sédillot, René 147
 Sienkiewicz, Henryk 108
 Skibińska, Elżbieta 6
 Skowronek, Małgorzata 6
 Stachowiak, Anna 6, 34
 Stankiewicz, Katarzyna 6
 Strzemińska, Helena 170
 Suchocka, Agnieszka 12
 Szacka, Barbara 12–13
 Szacki, Jerzy 39
 Szadura, Joanna 6, 39
 Szarota, Tomasz 6
 Szczepański, Marek S. 12
 Szewczuk, Włodzimierz 99
 Szpyra-Kozłowska, Jolanta 63–64
 Sztumski, Janusz 10–11
 Szyfer, Anna 12
 Szymanik, Anna 65, 78

Š

Štih, Peter 6

Ś

Ścigaj, Paweł 39
 Świącicka, Małgorzata 167

T

Tajfel, Henry 205
 Tokarski, Ryszard 21, 23, 38
 Tokarz, Bożena 6, 13, 39
 Triandafyllidou, Anna 39
 Trstenjak, Anton 6
 Truszkowska-Wojtkowiak, Maria 170
 Tymiakin, Leszek 10

U

Urbańczyk, Stanisław 9

V

Villain-Gandossi, Christiane 12, 16

W

Wacławek, Maria 6, 9, 14, 19, 21, 23,
34–35, 63, 71, 75, 86, 107, 116, 128,
134, 174, 191

Walas, Teresa 6

Waldenfels, Bernhard 205

Weigl, Barbara 22

White, Valerie 65

Whorf, Benjamin Lee 15

Wieczorek, Krzysztof 201

Wierzbicka, Anna 5, 20

Wojciszke, Bogdan 18

Woźniakowski, Jacek 6

Wroczyński, Ryszard 170

Wtorkowska, Maria 6, 21, 34–35, 44,
107, 116, 128, 134, 174, 191

Wujek, Tadeusz 170

Wysocka, Ewa 11

Wyżkiewicz-Maksimow, Regina 6, 14,
100, 210

Z

Zajączkowski, Andrzej 16

Zanussi, Krzysztof 9

Zarek, Józef 6, 39

Zarzycka, Grażyna 6

Zatorska, Agnieszka 7

Zgonik, Nadja 6

Ż

Żurek, Anna 6

Żywicka, Beata 6