

MAGDALENA BRZEWOWSKA  
Uniwersytet Jagielloński  
Kraków

## Autostereotyp Polaków w wybranych podręcznikach języka polskiego dla cudzoziemców

Problematyka stereotypów wzbudza zainteresowanie badaczy wielu rozmaitych dziedzin. Jest to zagadnienie o zasięgu interdyscyplinarnym, analizowane między innymi na gruncie socjologii, psychologii, kulturoznawstwa, lingwistyki i innych nauk<sup>1</sup>. Kwestia stereotypów poruszana jest nie tylko w pracach naukowych, ale i w szeroko pojmowanym dyskursie publicznym.

Współczesna definicja słownikowa *stereotypu* podkreśla najważniejsze właściwości tego pojęcia. *Stereotyp* jest rozumiany jako „funkcjonujący w świadomości społecznej skrótowy, uproszczony i zabarwiony wartościująco obraz rzeczywistości odnoszący się do osób, rzeczy lub fałszywej wiedzy o świecie, utrwalony jednak przez tradycję i nieulegający zmianom; szablon” (Dunaj 1996, hasło: stereotyp). Jest tu zatem mowa o uproszczonym i szablonowym charakterze. Ponadto zwraca się uwagę na funkcjonowanie stereotypów w świadomości zbiorowej oraz na przekazywanie ich przez tradycję. W definicji podkreślono też zabarwienie wartościujące (emocjonalne) stereotypowych sądów oraz ich dopuszczalny fałszywy charakter.

Choć stereotypy mogą odnosić się do rzeczy, zjawisk i osób (Bartmiński 1998, 65), najczęściej są utożsamiane z wyobrażeniami dotyczącymi tych ostatnich. Najliczniejszą i najbardziej popularną grupę stereotypów pewnych klas społecznych stanowią stereotypy narodowe, czyli odnoszące się do

---

<sup>1</sup> Polskie prace, w których stereotyp był przedmiotem badań językoznawstwa, powstały już w latach 70. ubiegłego wieku, zob. np. Pisarek 1975, Pisarkowa 1976.

przedstawiciele danych narodów. Są one najczęstsze, ponieważ „najbardziej rzucają się w oczy i bywają dotkliwie” (Schaff 1981, 39). Każdy stereotyp narodowy odsłania pewne cechy nie tylko narodu, jakiego dotyczy, ale i tego, który go tworzy.

Wśród całego systemu stereotypów wyróżnia się heterostereotypy (wyobrażenia dotyczące innych) i autostereotypy. Autostereotyp to obraz własnej grupy, to znaczy, że jego podmiot i przedmiot są tożsame (Błuszkowski 2003, 234). Specyfika tego rodzaju stereotypu zasadza się na perspektywie, jaka mu towarzyszy. Paradoksalnie łatwiej bowiem charakteryzować i oceniać innych, niż samego siebie.

Autostereotypy są integralną częścią tożsamości narodowej. Na zakres tego pojęcia składają się cechy fizyczne, psychiczne danego narodu oraz moralne, mentalnościowe, kulturalno-obyczajowe i socjoekonomiczne. Autostereotypy budowane są w odniesieniu do innych narodów na podstawie świadomości istnienia różnic i podobieństw między nimi. Wyrastają one z dychotomicznego podziału na „swoich” i „obcych”. Podział ten wyklucza obiektywną ocenę. Naturalnym zjawiskiem jest nierówne postrzeganie obu grup, a zatem faworyzowanie własnej grupy i defaworyzowanie innych (Maison 1997, 20). Głównym celem wyrażania treści autostereotypowych jest budowanie pozytywnych skojarzeń na temat swojego narodu. Z tego powodu autostereotypy są czasem wyrazem myślenia życzeniowego, a nie obiektywnej oceny. Intencjonalny charakter autostereotypu z jednej strony, a w miarę obiektywny z drugiej prowadzą do współwystępowania równolegle dwóch niepokrywających się w zupełności autostereotypów danego narodu: jednego – mniej chlubnego, który można by nazwać „domowym”, drugiego zaś istniejącego na potrzeby medialne i publiczności międzynarodowej (Mestan 1995, 36). Oba z pewnością zawierają „ziarno prawdy”, ale w interesie narodu jest kamuflowanie jego przywar, a eksponowanie zalet<sup>2</sup>.

Autostereotypy stanowią element tożsamości narodowej, która z kolei pojmowana jest jako „ogół tekstów kultury narodowej, jej symboli i wartości składających się na uniwersum kultury” (Kłoskowska 1996, 100). Treści autostereotypowe wyrażane są więc w obrębie owego „uniwersum kultury”, zatem jako rozmaite teksty kultury. Oprócz tekstów literackich, naukowych i prasowych ciekawym obszarem, gdzie autostereotypy przejawiają się w formie pisemnej, są podręczniki do nauczania języka polskiego dla cudzoziem-

---

<sup>2</sup> W socjologii wspomniane dwa rodzaje autostereotypów określa się mianem odświeżonego i codziennego. Pisał o tym J. Nawrocki 1996, 80 (podaję za: Zarzycka 2006, 126).

ców, które stanowią materiał badawczy do analizy przedstawionej w niniejszym artykule. Obraz Polski i Polaków zawarty w podręcznikach z jednej strony nie powinien odbiegać od rzeczywistości, z drugiej – musi być na tyle pozytywny, by zachęcać do głębszego poznania naszego kraju, nauki języka i nawiązywania kontaktu z Polakami. Zbadanie tego, w jaki sposób autorzy podręczników radzą sobie z tym problemem, wydaje się bardzo interesujące. Dodatkowo, temat autostereotypów Polaków w podręcznikach języka polskiego dla cudzoziemców stanowi ważne zagadnienie, które do tej pory nie doczekało się szerszego opracowania. Znane są dwie prace o zbliżonej problematyce, podejmujące kwestie obecności stereotypów w nauczaniu języka polskiego jako obcego: artykuł Romualdy Piętkowej pt. *Językowy obraz świata i stereotypy a nauczanie języka obcego* oraz szkic Anny Dąbrowskiej pt. *Czy istnieje w podręcznikach języka polskiego dla cudzoziemców wyraźny obraz Polski i Polaków? (Próba znalezienia stereotypów)*. Rozprawa Piętkowej zawiera teoretyczne rozważania na temat istoty stereotypów jako elementów językowego obrazu świata w nauczaniu języka polskiego jako obcego, lecz brak w niej analizy materiału. Dąbrowska zaś podejmuje próbę ukazania w toku analizy stereotypów Polski i Polaków zawartych w podręcznikach języka polskiego dla cudzoziemców. Badaczka prezentuje ujęcie całościowe, wpisując treści autostereotypowe zawarte w wielu podręcznikach w obręb wybranych bloków tematycznych. Dąbrowska stara się w ten sposób przedstawić uśredniony autostereotyp Polaków w podręcznikach dla cudzoziemców. Wydaje się jednak, iż treści autostereotypowe mogą być w każdym podręczniku różne, gdyż są świadomie konstruowane przez jego autorów. Warto więc zbadać autostereotyp Polaków przedstawiany w konkretnych podręcznikach, a nie w podręcznikach w ogóle. Co więcej, istotnym kryterium podczas analizy jest również poziom nauczania, dla którego przeznaczone są dane podręczniki.

Zgodnie z powyższymi ustaleniami analizie pod względem treści autostereotypowych poddane zostały cztery wybrane podręczniki do nauczania języka polskiego jako obcego: *Część, jak się masz?* (2002), *Hurra!!! Po polsku 2* (2007), *Hurra!!! Po polsku 3* (2010) oraz *Człowiek i jego świat w słowach i tekstach* (2002). Zostały one uporządkowane ze względu na poziom nauczania, dla którego są przeznaczone (kolejno od poziomu podstawowego poprzez średnio zaawansowany aż do zaawansowanego).

Treści autostereotypowe w materiale, jakim są podręczniki języka polskiego, przejawiają się przede wszystkim werbalnie w rozmaitych tekstach modelowych do lekcji: dialogach bohaterów, wycinkach z artykułów prasowych i innych fragmentach tekstowych. Istotnymi nośnikami stereotypizacji są

również elementy ikonograficzne. Nie są one przedmiotem analizy w tym artykule, lecz zasługują na omówienie w odrębnej pracy badawczej.

Badania nad autostereotypem Polaka w wybranych podręcznikach języka polskiego dla cudzoziemców rozpocznie analiza podręcznika *Część, jak się masz?* autorstwa Władysława Miodunki, przeznaczonego dla poziomu A1<sup>3</sup>. Analizowany podręcznik oparty został na dwóch programach: gramatycznym i komunikacyjnym, dlatego każdej jednostce lekcyjnej towarzyszą dwa rodzaje komentarzy (gramatyczne i komunikacyjny). W badaniu autostereotypów szczególnie istotne są te ostatnie, które pokazują „użycie języka polskiego w zależności od intencji mówiących, od pojęć, które chcą wyrażać, od sytuacji, w których się znajdują” (Miodunka 2002, 263). Choć *Część, jak się masz?* zawiera jedynie trzynaście jednostek lekcyjnych, stanowi bogaty materiał do badania treści autostereotypowych. Na ten materiał składają się: komentarze komunikacyjne, fragmenty oryginalnych tekstów prasowych dotyczących społeczeństwa polskiego i współczesnej kultury oraz preparowane teksty modelowe, czyli nieoryginalne, przygotowane przez dydaktyków, wzorcowe wypowiedzi.

Na podstawie analizy autostereotypu Polaków w podręczniku pt. *Część, jak się masz?* można stwierdzić, że dominują w nim cechy, dość powszechnie obecnego w świadomości polskiej, poglądu o Polakach: przede wszystkim to, że cenimy sobie życie rodzinne. Młodzi bohaterowie podręcznika odnoszą się do swoich rodziców grzecznie i z ogromnym szacunkiem. Dialogi rodzinne oddają czułość i respekt, np.:

Pani N.: To na pewno Agnieszka.

Agnieszka: Dobry wieczór, mamusiu.

Dobry wieczór, tatusiu.

Pan N.: Dobry wieczór.

Agnieszka: Cieszę się, że jestem w domu.

Pani N.: My też się cieszymy (Miodunka 2002, 37).

Formalne przywitanie podkreśla szacunek młodzieży dla starszych członków rodziny. Wybór takiej formy jest objaśniony w komentarzu komunikacyjnym poprzedzającym lekcję. Przedstawione są też nieoficjalne wzorce powitań.

Rodzina jest w podręczniku przedstawiana jako ogromna wartość. O szacunku, jakim darzy się starszych, możemy się przekonać się nie tylko na

---

<sup>3</sup> Za materiał badawczy posłużyło wydanie piąte tego podręcznika (Miodunka 2002). Wszystkie cytaty pochodzą z tego wydania.

podstawie dialogów toczących się między członkami rodziny, ale i rozmów samych studentów, w których rodzice przedstawiani są jako autorytet. Jeden z bohaterów, Robert, pyta rodziców o opinię w sprawie wyjazdu do Anglii. Ich rada jest dla niego istotna:

Agnieszka: A czy rozmawiałeś ze swoimi rodzicami?

Robert: Tak, dzwoniłem do ojca.

Agnieszka: I co on na to?

Robert: Uważa, że to duża szansa. I że powinienem spróbować.

Agnieszka: A mama?

Robert: Ona się martwi, że zajęty tą pracą, nie skończę studiów, że będę sam w obcym świecie... Przy okazji dowiedziałem się od ojca, że zawsze byłem jej oczkiem w głowie.

Agnieszka: Zawsze tak myślałam. To jasne, że ona kocha cię bardzo (Miodunka 2002, 215–216).

Temat rodziny pojawia się w *Część, jak się masz?* nie tylko w tekstach preparowanych, lecz także we fragmencie artykułu prasowego *Rodzina bez głowy*. Polacy nadal są w nim przedstawiani jako naród rodzinny: „powszechna jest opinia, że w Polsce nie występuje zjawisko kryzysu rodziny” (Miodunka 2002, 214). Jednak we fragmencie tym przytaczane są też obiektywne informacje o przemocy w rodzinie czy o problemie alkoholizmu. Ukazanie postaci niezaradnego i słabego męża oraz wykształconej, ambitnej i silnej żony nie jest raczej wyrazem treści autostereotypowych, lecz zasygnalizowaniem tendencji do pewnych zmian i przyczynkiem do ciekawej dyskusji. Fragment ten jest tym cenniejszy, że nie ubarwia sytuacji w polskiej rodzinie, lecz rzetelnie przedstawia publikowane w prasie dane. Nie zakłóca on zawartego w podręczniku autostereotypu Polaka jako człowieka ceniącego życie rodzinne.

Kolejną cechą charakterystyczną dla Polaków, która wylania się w toku analizy, jest gościnność. Jest ona jednym z najbardziej rzucających się w oczy przymiotów Polaków w *Część, jak się masz?*. Bohaterowie są bardzo otwarci i niemal przy każdej nadarzającej się okazji zapraszają do siebie gości. Nie ma tu znaczenia ani stopień pokrewieństwa czy zażyłości, ani specjalna okazja. Rodzice zapraszają zatem na kolację znajomego swojej córki (Miodunka 2002, 38), Agnieszka zaprasza do siebie dopiero co poznanego Michela (Miodunka 2002, 38), Wojtek zaś zaprasza kolegę z pracy na święta, by nie spędzał ich samotnie (Miodunka 2002, 143). Z komentarzy komunikacyjnych zagraniczni studenci dowiadują się bezpośrednio, iż Polacy są narodem gościnnym i towarzyskim, lubiącym świętować różne okazje. Podkreślona

jest również rola gospodarza lub gospodyni na przyjęciu; ich zadaniem jest nie tylko częstowanie, ale wręcz namawianie gości do jedzenia i picia (Miodunka 2002, 88–89).

Przy zagadnieniu gościnności i uczestnictwa w różnego rodzaju przyjęciach warto poruszyć temat picia alkoholu. W analizowanym podręczniku picie alkoholu w Polsce nie stanowi tematu *tabu*. Polacy są przedstawieni jako naród lubiący pić podczas specjalnych okazji, których nigdy nie brakuje. Wspólne picie alkoholu w Polsce pomaga nawiązywać kontakty i zacieśniać relacje z innymi. Odmowa bez szczególnej przyczyny jest traktowana jako zachowanie niegrzeczne (Miodunka 2002, 90). Taki sposób ukazania stosunku Polaków do alkoholu prowadzi do stworzenia stereotypu Polaka towarzyskiego, pijącego chętnie i dużo.

Nadmierny pociąg Polaków do alkoholu jest jedną z niewielu wad narodowych prezentowanych w podręczniku. Wśród nich znajduje się jeszcze skłonność Polaków do narzekania i wiecznego niezadowolenia. Na pytanie zawarte w tytule podręcznika (Cześć, jak się masz?) odpowiadamy zwykle: *niespecjalnie, źle, beznadziejnie*. Wyrażanie złego humoru, mówienie o swoich troskach czy narzekanie jest w Polsce na porządku dziennym podczas rozmów ze znajomymi:

The questions „Co slychać?”, „Jak się masz?” do not belong to the greeting ritual, but they are treated as asking for information. This is why Poles often answer them telling about their bad mood, their complaints and worries etc. The interlocutor normally continues the conversation by asking about their problems, offering help, etc. (Miodunka 2002, 30).

W podręczniku pojawiają się też wzmianki dotyczące patriotyzmu Polaków. W zachowaniach bohaterów trudno doszukiwać się manifestacji patriotycznych czy heroiczných czynów w imię ojczyzny. Zresztą byłoby to przesadą w tego typu publikacji. Jest tu natomiast zaznaczona wyraźnie sympatia do własnego kraju i duma z bycia Polakiem. Bezpośredni wyraz swojego patriotyzmu daje m.in. Krzysztof Kieślowski, którego słowa cytowane są w podręczniku:

nie czuję się obywatelem świata, czuję się w dalszym ciągu Polakiem (...) To jest mój świat. Z tego świata się wzięłem i pewnie w nim umrę (...) Człowiek powinien mieć miejsce, do którego wraca. Ja mam to miejsce w Polsce – dom w Warszawie, dom na Mazurach (Miodunka 2002, 142).

To wyznaczenie Polaka o ogromnym autorytecie nie tylko w Polsce, ale i na świecie jest wyrazem przywiązania do kraju. Tego rodzaju treści w ustach wybitnej postaci zyskują na znaczeniu. Wydaje się zatem, że są one ważnym elementem budowania stereotypu Polaka-patrioty. Za wyraz patriotyzmu można też uznać promowanie kupna polskich produktów zawarte w komentarzach komunikacyjnych (Miodunka 2002, 109). Dbalność o gospodarke własnego kraju jest przecież przejawem dbalności o dobro wspólne, o całą ojczyznę.

Wizerunek Polaków, wyłaniający się z *Część, jak się masz?*, jest korzystny, ale naturalny, niewyolbrzymiony. Ukazane są zarówno zalety, jak i wady polskiego społeczeństwa. Za dobre podsumowanie uznać można fragmenty wypracowania jednego z bohaterów podręcznika – Francuza Michela, który na pytanie, jacy są Polacy, odpowiedział w następujący sposób:

Mówiło się o nich, że są gościnni, spontaniczni, szczerzy. Czasem, że nietolerancyjni. Potem zrobili karierę jako ludzie solidarni. Po kilku miesiącach pobytu w Polsce wiem, że ludzie bywają tu gościnni, spontaniczni, szczerzy, tak jak bywają nietolerancyjni, niegospodarni, niesolidarni. (...) Na szczęście dla mnie okazało się, że Polacy są różni. I niestereotypowi! (Miodunka 2002, 216).

Kolejnym podręcznikiem, który został poddany analizie pod kątem zawartego w nim autostereotypu Polaka, jest *Hurra!!! Po polsku 2* autorstwa Agnieszki Burkat i Agnieszki Jasińskiej. Jest on nowszą publikacją od wcześniej omawianej, co ma wpływ na przedstawiany w niej obraz Polaków. Założenia tego podręcznika opierają się na koncepcji podejścia komunikacyjnego, realizując materiał kulturo- i realiopoznawczy faktograficznie i komunikacyjnie, ograniczając się w znacznej mierze do kultury codziennej (Gębal 2010, 140). W *Hurra!!! Po polsku 2* brak głównych bohaterów, którzy towarzyszyliby uczącym się przez cały kurs, stąd obraz Polaków jest bogaty i zróżnicowany pod wieloma względami. Podręcznik ten przedstawia życie współczesnych Polaków w autentycznych codziennych sytuacjach oraz porusza aktualne problemy społeczeństwa.

W *Hurra!!! Po polsku 2* uderza po pierwsze bardzo szeroki przekrój prezentowanych warstw społecznych. Nie ma tu mowy o autostereotypie biednego Polaka, ponieważ bohaterowie tekstów przedstawiani są w rozmaitych warunkach socjoekonomicznych. Mamy więc informatyka programistę, pracującego na własny rachunek i dobrze zarabiającego, lekarza pediatrę, który

zarabia powyżej średniej krajowej czy wreszcie nauczyciela z niskimi zarobkami (Burkat, Jasińska 2007, 15). Warunki socjoekonomiczne i perspektywy Polaków zostały przedstawione w odmienny sposób z punktu widzenia młodszego i starszego pokolenia. Reprezentantka starszej generacji idealizuje czasy współczesne, stawiając je w opozycji do czasów PRL-u:

Teraz są inne czasy. (...) Proszę: mieszkanie? Nic łatwiejszego: idzie się do agencji nieruchomości lub daje się ogłoszenie do gazety i potem się wybiera, co się chce (...). Samochód? Proszę bardzo: idzie się do salonu i się kupuje, do wyboru do koloru... A może żelazko? Jeszcze mniejszy problem: idzie się do supermarketu po zakupy, to kupuje się i żelazko, a w dodatku płaci się nie gotówką, nie... Teraz mają takie specjalne karty! Inne czasy, proszę pani, inne czasy... (Burkat, Jasińska 2007, 90).

Inne podejście do możliwości finansowych i sytuacji na rynku pracy mają natomiast przedstawiciele młodszego pokolenia. Obawy co do swoich losów mają nawet absolwenci tak prestiżowych kierunków, jak psychologia lub medycyna (Burkat, Jasińska 2007, 31). Przejawia się tutaj skłonność Polaków do pesymistycznego światopoglądu. Zresztą pula podanych przy każdym temacie struktur językowych służących wyrażaniu uczuć pozytywnych i negatywnych jest znacznie bogatsza w przypadku tych drugich („Obawiam się”; „boję się”; „wolę nie myśleć”; „jestem pesymistą, martwię się”, zob. Burkat, Jasińska 2007, 31). Autostereotyp niezadowolonego Polaka potwierdza w podręczniku wiele przykładów.

Na szczególną uwagę zasługuje kwestia rodzinności Polaków w *Hurra!!! Po polsku 2* oraz szerzej – relacji z innymi ludźmi. Kwestiom tym poświęcony został w podręczniku cały rozdział. Rodzina nie jest w analizowanej publikacji przedstawiona w sposób wyidealizowany. Obok pozytywnych, względnie poprawnych relacji rodzinnych pojawiają się przypadki skrajne, nieraz patologiczne. Prezentują je chociażby dzieci w wypowiedzi o swoich rodzicach. Na przykład:

Jaś, 8 lat:

Moi rodzice ciągle się tylko kłócą. Tata jest ważnym biznesmenem i nigdy nie ma czasu, a mama chce, żeby tata wracał częściej do domu i wyjeżdżał z nami w weekendy. Tata mówi, że mama nic nie rozumie i nie chce z mamą rozmawiać, tylko siedzi w Internecie i pije drinki (Burkat, Jasińska 2007, 62).

Sebastian, 8 lat:

Mieszkam tylko z mamą, bo tata ma nową żonę i nowe dzieci. Tata chce, żebym przychodził w niedzielę do jego domu, ale mama nie chce, żebym się z nim spotykał. A kiedy powiedziałem, że chcę pojechać z tatą na wakacje, to mama miała do mnie pretensje i plakała (Burkat, Jasińska 2007, 62).

W podręczniku często podkreśla się takie problemy dorosłych Polaków, jak: pracobolizm, brak czasu, problemy z alkoholem. Zakorzeniony w polskiej kulturze obraz rodziny, w której kobieta zajmuje się domem i dziećmi, a mężczyzna zarabia na utrzymanie, został wielokrotnie w *Hurra!!! Po polsku 2* zaburzony. Przedstawione są takie związki, w których tradycyjne role mężczyzny i kobiety zostały odwrócone. Na przykład: „Magda nie miała czasu. To ja gotowałem, ja sprzątałem. Magda nie robiła nic. Wtedy zaczęliśmy się klócić” (Burkat, Jasińska 2007, 63). Tendencję do zmiany ról w związkach potwierdzają też prezentowane w podręczniku wyniki ankiety dotyczącej prac domowych. Okazuje się, że to mężczyźni znacznie bardziej lubią gotować lub odkurzać niż kobiety (Burkat, Jasińska 2007, 93).

Widzimy więc, że Polacy są prezentowani w *Hurra!!! Po polsku 2* jako dość liberalni i otwarci na zmiany. Za warte uwagi uznaje się jednak również tradycje, do których przywiązani są Polacy. Poświęcono im cały rozdział pt. „Święta, uroczystości, tradycje” (Burkat, Jasińska 2007, 132–141). Wszystkie te wydarzenia podzielono na trzy grupy: polskie święta państwowe, święta religijne, uroczystości rodzinne, podkreślając tym samym doniosłość każdej z nich. Ogół materiałów, zamieszczonych w rozdziale dotyczącym rozmaitych świąt i uroczystości, świadczy o szacunku Polaków do rodzimych tradycji religijnych i państwowych. Nasi rodacy chętnie kultywują obyczaje przodków, obchodzą uroczystości rodzinne, a świętami państwowymi upamiętniają ważne z punktu widzenia historii naszej ojczyzny wydarzenia. Przywiązanie do historii jest cechą charakterystyczną Polaków. Ważnym postaciom i wydarzeniom historycznym poświęcono obszernie fragmenty rozdziału „To już historia...” (Burkat, Jasińska 2007, 22–29).

Należy podkreślić, że obraz Polaka w *Hurra!!! Po polsku 2* jest bardzo zróżnicowany. Trudno sformułować tak jednoznaczne wnioski, jak w przypadku wcześniej badanej publikacji. Co więcej, należy dodać, że w analizowanym podręczniku znacznie częściej burzy się pewne utarte już autostereotypy (np. stereotyp rodziny, roli mężczyzny czy kobiety) niż buduje kolejne, nowe. Na naszych rodaków spogląda się z rozmaitych punktów widzenia, nieszablonowo, przez co trudno mówić o jednoznacznie przedstawionych autostereotypach.

Nieco inne rezultaty przynosi analiza kolejnej części podręcznika, mianowicie *Hurra!!! Po polsku 3*. Zakres tematów, jakie proponuje ta sekwencja, jest nieco szerszy od wcześniej omawianych ze względu na przeznaczenie tego podręcznika dla poziomu B1. W zakres ten wchodzi aktualne problemy społeczne Polaków.

W trzeciej części podręcznika poświęca się sporo miejsca tematowi rodziny, jednak nie w odrębnym rozdziale (jak to bywa najczęściej na niższych poziomach), lecz wśród innych zagadnień. Kwestia relacji rodzinnych jest wplatana w moduły o odmiennej tematyce, przez co regularnie i wielokrotnie pojawia się w podręczniku. Relacje rodzinne są w *Hurra!!! Po polsku 3* przedstawiane jako poprawne. Nie prezentuje się rodzin patologicznych, brak wzmianek o skłonnościach do alkoholu. Sporo miejsca poświęca się podziałowi ról w związku, rodzinie i społeczeństwie. Na podstawie danych z podręcznika można stwierdzić, że w mentalności polskiej nadal dominuje tradycyjny model rodziny, w którym to mężczyzna pracuje i zarabia wystarczająco dużo, aby utrzymać rodzinę, a kobieta zajmuje się domem. Jednak wielu Polaków opowiada się już za równym podziałem obowiązków („mąż i żona tyle samo czasu przeznaczają na pracę zawodową, w równym stopniu zajmują się domem i dziećmi”, zob. Burkat, Jasińska, Małolepsza, Szymkiewicz 2010, 41). Choć tradycyjny podział ról nadal przeważa, to widoczne są wyraźne tendencje zmian w kierunku modernizowania polskiej polityki rodzinnej. Polki rozwijają się zawodowo, Polacy pomagają w pracach domowych i wychowywaniu dzieci. Nowoczesny model rodziny i równorzędny podział ról w związku stopniowo pojawia się w świadomości Polaków, choć jeszcze ustępuje tradycyjnie przyjętym wzorcom.

Drugim istotnym blokiem tematycznym, poruszonym na poziomie średniozaawansowanym w podręczniku *Hurra!!! Po polsku 3*, są warunki socjoekonomiczne Polaków. Tematowi temu poświęca się sporo miejsca w całej książce, a w szczególności w rozdziale *Jak żyjemy?*. Przede wszystkim zwraca się uwagę na trudne warunki materialne polskich rodzin. Mowa na przykład o tym, że coraz więcej turystów spędza wakacje w kraju, ponieważ nie stać ich na zagraniczne podróże (Burkat, Jasińska, Małolepsza, Szymkiewicz 2010, 15). Przedstawiane są również przykłady rodzin, które nie radzą sobie finansowo, np. rodzina bohaterki Marii, która wyznaje:

Moje życie jest bardzo trudne. Moje dzieci są coraz większe, coraz więcej musimy na nie wydawać. Nie udaje nam się nic zaoszczędzić. Dwie pensje nie wystarczają na życie. Moja siostra ma troje dzieci i małą rentę.

Mąż nie pracuje. Jest im bardzo ciężko (Burkat, Jasińska, Małolepsza, Szymkiewicz 2010, 41).

Polacy są tu przedstawiani jako ludzie żyjący skromnie (autostereotyp biednego Polaka jest tu widoczny w przeciwieństwie do części drugiej podręcznika *Hurra!!! Po polsku*) i przy tym niezadowoleni ze swojej sytuacji materialnej. Narzekanie na sytuację polityczno-ekonomiczną w kraju oraz na własne warunki materialne jest zresztą jedną z charakterystycznych cech Polaków, znajdującą swoje odzwierciedlenie również w badanym podręczniku. O naszej skłonności do narzekania wiedzą cudzoziemcy mieszkający w Polsce (np. Goran, Francuz zamieszkały w Krakowie, stwierdza, że „Polacy są mniej otwarci niż Czesi i częściej narzekają”, zob. Burkat, Jasińska, Małolepsza, Szymkiewicz 2010, 56), wiemy także my sami. W *Hurra!!! Po polsku 3* przeczytać możemy na przykład następujący dialog:

- Spotkałam wczoraj Krystynę.
- I co u niej?
- Jak zwykle narzeka, że ma za mało pieniędzy.
- Tak? Ale przecież ona i Rafał mają świetną pracę, dobrze zarabiają.
- Oczywiście, ale nigdzie nie wychodzą: ani do kina, ani do restauracji czy kawiarni. Ciągłe oszczędzają. Moim zdaniem oni po prostu mają węża w kieszeni.
- Może masz rację. Ale ja ich rozumiem. Też nie lubię wydawać pieniędzy (Burkat, Jasińska, Małolepsza, Szymkiewicz 2010, 87).

Oprócz narzekania i ciągłego niezadowolenia przejawia się tu też skłonność Polaków do oszczędzania. Z tekstów zawartych w podręczniku wynika, iż Polacy oszczędzają, jeśli tylko mają, z czego oszczędzać. Co więcej, Polacy z reguły przechowują oszczędności w domu, nie ufając bankom i urzędowi (Burkat, Jasińska, Małolepsza, Szymkiewicz 2010, 86). Wydaje się, że taka sytuacja to spuścizna czasów komunistycznych, która stopniowo odchodzi do lamusa.

W analizowanej książce można dostrzec podział w polskim społeczeństwie na obywateli przywiązanych do tradycji, nawet nieco staroświeckich, oraz otwartych na zmiany, liberalnych, nastawionych na przejmowanie wzorców zachodnich. Podział ten daje się zauważyć na przykład na podstawie stosunku Polaków do homoseksualistów, mniejszości narodowych i etnicznych, a nawet do kobiet. W podręczniku zostały przedstawione wyniki ankiety dotyczącej stosunku Polaków do homoseksualistów (Burkat, Jasiń-

ska, Malolepsza, Szymkiewicz 2010, 106). Rezultaty te są ambiwalentne. Respondenci udzielali najczęściej odpowiedzi, że „wszystko dobrze, dopóki (homoseksualiści) nie zaczynają mnie podrywać oraz, że „nie przeszkadzają mi”. Jednak aż 13% ankietowanych zapytanych o stosunek do homoseksualistów odpowiedziało: „nienawidzę ich”. Wyniki tej ankiety dają pełny obraz tego, jak podzielone jest polskie społeczeństwo. Część Polaków śmiało można by uznać za otwartych i tolerancyjnych, część jednak – za nastawionych homofobicznie i nietolerancyjnych.

Polacy są z kolei kreowani w *Hurra!!! Po polsku 3* na naród tolerancyjny, gdy mowa o ich stosunku do mniejszości narodowych i etnicznych:

Polska jest krajem, w którym mniejszości narodowe i etniczne mają się zupełnie dobrze. Zostały zaakceptowane przez polskie społeczeństwo, a konflikty narodowościowo-etniczne należą do rzadkości (Burkat, Jasińska, Malolepsza, Szymkiewicz 2010, 60).

Chcemy zatem być postrzegani jako osoby otwarte i tolerancyjne wobec innych, i być może udaje się to, gdy mowa o stosunku do mniejszości narodowych i etnicznych; nieco inaczej jest jednak, gdy chodzi o osoby homoseksualne czy innego wyznania. Kwestiom wyznaniowym został zresztą poświęcony cały rozdział analizowanego podręcznika (*W co wierzyć?*). Jeden z bohaterów, przedstawiciel Kościoła ewangelickiego, stwierdza, że „ogólny poziom polskiego narodu w kwestiach religii nie jest zbyt wysoki”<sup>4</sup>. Nie podważa tu zatem tolerancji religijnej Polaków, lecz podkreśla naszą niewiedzę na temat innych wyznań.

Ostatnim podręcznikiem, który został poddany analizie, jest publikacja przeznaczona dla uczniów na poziomie zaawansowanym pt. *Człowiek i jego świat w słowach i tekstach* autorstwa Małgorzaty Kity i Aldony Skudrzykowej. Już sam tytuł książki podkreśla jej charakter. Autorki skoncentrowały się na ukazaniu językowego obrazu świata. W słowie wstępnym do podręcznika piszą, że stanowi on „swoistą antologię tekstów przybliżających polską literaturę i kulturę” (Kita, Skudrzykowa 2002, 5).

Podręcznik jest zbiorem rozmaitych tekstów (utworów literackich i ich fragmentów, tekstów filozoficznych, naukowych, popularnonaukowych i publicystycznych), które „pokazują też różne fragmenty polskiej rzeczywistości” (Kita, Skudrzykowa 2002, 5). Zbiór ten podzielony jest na rozmaite kręgi tematyczne przedstawione w trzech rozdziałach: *Bliżej języka polskiego*,

---

<sup>4</sup> Cytat pochodzi z nagrania do ćw. 6 w rozdziale 18 (Burkat, Jasińska, Malolepsza, Szymkiewicz 2010, 156).

*Obraz świata w języku polskim i Język w działaniu*. Spośród prezentowanych w tej publikacji tematów wiele stanowi interesujący materiał do badań nad autostereotypem. Są to np.: *Kondycja człowieka, Kobieta, Rodzina. Dom, Przyjaźń, Grzeczność językowa, Etykieta językowa*.

*Człowiek i jego świat w słowach i tekstach* jest przeznaczony dla uczniów z dobrą, a nawet bardzo dobrą znajomością języka polskiego oraz posiadających już sporą wiedzę kulturową. Badany podręcznik, a więc prezentowany w nim autostereotyp Polaka, jest adresowany do odbiorcy na poziomie zaawansowanym, dlatego zostaje omówiony jako ostatni.

Rozważania na temat autostereotypu Polaków w *Człowiek i jego świat w słowach i tekstach* warto rozpocząć od tematu rodziny, któremu poświęcony został osobny podrozdział (*Rodzina. Dom*). Dość szczegółowo zaprezentowany jest tu stereotyp matki i ojca w polskich rodzinach. Ukazane są pozytywne i negatywne cechy rodziców z perspektywy polskich dzieci. Wymienia się też cechy, jakie matka i ojciec powinni posiadać: wyrozumiałość, cierpliwość, tolerancyjność, konsekwencja, uczciwość i inne. Na podstawie wad rodziców, na jakie wskazywały polskie dzieci (to jest: nerwowość, porywczosć, niezaradność i inne), można stwierdzić, że polska rodzina nie jest w badanym podręczniku idealizowana. O problemach rodzinnych mówi się wprost: „Konflikty w rodzinie? Są, oczywiście, ale zdarzają się rzadko, tzn. parę razy w miesiącu. Najczęstszą przyczyną kłótni małżeńskich są pieniądze – lub ich brak (60 procent rodzin)” (Kita, Skudrzykowa 2002, 191).

Oprócz pieniędzy powodem do rodzinnych awantur są problemy z wychowaniem dzieci, złe warunki mieszkaniowe lub nadużywanie alkoholu. Obraz polskiej rodziny w podręczniku *Człowiek i jego świat w słowach i tekstach* ukazany jest zarówno z pozytywnej, jak i negatywnej strony.

W omawianym rozdziale sporo mówi się też o tym, jakie znaczenie ma dla Polaków dom. Jest to dla nich miejsce, w którym zawsze czują się bezpiecznie i swobodnie. „Szczególnie cenioną w polskiej kulturze wartością jest wolność, polegająca na szacunku dla autonomiczności (prawa do odmienności) każdego domu” (Kita, Skudrzykowa 2002, 221).

Tej tolerancji wobec odmienności jednocześnie towarzyszy silne przywiązanie do tradycji. Prawdziwy polski dom kojarzony jest przede wszystkim ze spędzaniem wspólnie świątami. Na potwierdzenie przywołać można cytowaną w podręczniku wypowiedź Bogusława Kaczyńskiego: „Na szczęście miałem prawdziwy dom, to znaczy taki, w którym szanowano tradycję; w którym panowała miłość, a na gwiazdkę były zawsze choinka i prezenty” (Kita, Skudrzykowa 2002, 222).

Kolejnym istotnym tematem podręcznika *Człowiek i jego świat w słowach i tekstach* jest rola kobiety w rodzinie i społeczeństwie. Kobietom poświęcony został zresztą cały podrozdział książki, w którym przedstawiono dokładnie obraz typowej Polki. Według danych statystycznych zamieszczonych w podręczniku większość Polek jest zamężna i „zadowolona (50 procent) lub nawet bardzo zadowolona (38 procent) ze swego małżeństwa”. Prawie wszystkie uważają, że udaly im się dzieci (Kita, Skudrzykowa 2002, 191). Jednak rodzina to nie cały świat Polek, ponieważ większość z nich (70 procent) uważa, że kobieta aktywna zawodowo jest w polskim społeczeństwie bardziej szanowana niż gospodyni domowa. Przedstawiony w podręczniku stereotyp Polek jest dwubiegunowy. Z jednej strony, są one prezentowane jako kobiety pracujące, nierzadko na kierowniczych stanowiskach. Z drugiej jednak strony, mowa o tym, że podstawowe cele w życiu Polek stanowią szczęście dzieci, męża i zadbanej dom (Kita, Skudrzykowa 2002, 192). Można zatem przyjąć, że w polskim społeczeństwie jest jeszcze obecny głęboko zakorzeniony stereotyp matki-Polki, ale pojawia się też obraz kobiety aktywnej, godzącej aktywność zawodową z wychowaniem dzieci i pracą w domu. Polki są pozytywnie ukazane w analizowanym podręczniku. Właściwie jedynym zarzutem wobec nich może być ich niedostateczna dbałość o swój wygląd zewnętrzny („dbałość o siebie i swoje przyjemności nie jest najistotniejsza”, s. 192; „mniej więcej połowa dorosłych Polek cierpi na nadwagę”, zob. Kita, Skudrzykowa 2002, 190).

Ważny element autostereotypu Polaka, który jest prezentowany w badanym podręczniku, stanowi polska grzeczność. Etykiecie językowej i grzeczności został poświęcony cały podrozdział publikacji. Są w nim omówione charakterystyczne dla Polaków zachowania grzecznościowe. Zwrócono szczególną uwagę na okazywanie szacunku partnerowi (w tym umniejszanie roli nadawcy) oraz przejawianie zainteresowania sprawami ważnymi dla partnera i jego najbliższych. Przedstawiono listę zasad ważnych dla polskich zachowań grzecznościowych. Znalazły się na niej: zasada współodczuwania, aprobaty i życzliwości dla poczynań partnera, demonstrowania chęci przebywania w towarzystwie partnera, deklarowania pomocy partnerowi, składania dowodów pamięci, poszanowania suwerenności partnera i dyskrecji (Kita, Skudrzykowa 2002, 376). Obok tematu etykiety językowej pojawiło się zagadnienie typowo polskich gestów w komunikacji. Spis wybranych polskich gestów został podzielony na znaki oficjalne, uroczysto-poważne, patetyczne, uprzejme, rodzinne, niegrzeczne, ironiczno-złośliwe, lekceważąco-obraźliwe, grubiańsko-wulgarnie i żargonowe. Niektóre z nich, na co wskazują wymie-

nione kategorie, z grzecznością nie mają nic wspólnego. Są jednak istotne i cenne dla uczniów, usiłujących odnaleźć się w polskiej rzeczywistości komunikacyjnej.

Przeprowadzona analiza czterech wybranych podręczników przeznaczonych dla różnych poziomów zaawansowania pozwala wysnuć wniosek, że autostereotyp Polaków w podręcznikach dla cudzoziemców jest w pewnym stopniu uwarunkowany poziomem nauczania. Mowa tu nie o prezentowaniu różnych i sprzecznych na każdym poziomie wyobrażeń, lecz raczej o rozszerzaniu elementów wchodzących w skład autostereotypu. Na podstawowym poziomie nauczania przedstawiane są najprostsze elementy autostereotypu np. cechy psychiczne charakterystyczne dla członków naszego narodu. Na wyższych poziomach pojawiają się kolejno cechy kulturalno-obyczajowe, mentalnościowe czy socjoekonomiczne. Prezentowane są zarówno zalety, jak i przywary Polaków, dzięki czemu powstaje obiektywny, wiarygodny i naturalny obraz polskiego społeczeństwa.

Warto zaznaczyć, że perspektywa badań nad stereotypami w podręcznikach do nauki języków obcych jest ciągle otwarta. Dane zawarte w podręcznikach szybko się dezaktualizują, w związku z czym nieustannie pojawiają się nowsze publikacje, które bardziej przystają do współczesnej rzeczywistości w danym kraju. Interesujące byłoby na przykład porównanie, jak zmieniały się stereotypy ukazywane w podręcznikach na przestrzeni lat i w jakim kierunku ewoluowały. Ciekawe byłoby również zbadanie, czy prezentowane w podręcznikach autostereotypy mają rzeczywisty wpływ na wyobrażenia uczniów o danym narodzie.

#### Literatura

- Bartmiński J., 1998, *Podstawy lingwistycznych badań nad stereotypem*, w: Anusiewicz J., Bartmiński J., red., *Język a kultura*, t. 12, *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne*, Wrocław.
- Błuszkowski J., 2003, *Stereotypy narodowe w świadomości Polaków. Studium socjologiczno-politologiczne*, Warszawa.
- Boksański Z., 1997, *Stereotypy a kultura*, Wrocław.
- Burkat A., Jasińska A., 2007, *Hurra!!! Po polsku 2*, Kraków.
- Burkat A., Jasińska A., Malolepsza M., Szymkiewicz A., 2010, *Hurra!!! Po polsku 3*, Kraków.
- Dunaj B., red., 1996, *Współczesny słownik języka polskiego*, Warszawa.
- Gębał P.E., 2010, *Dydaktyka kultury polskiej w kształceniu językowym cudzoziemców. Podejście porównawcze*, Kraków.
- Kita M., Skudrzykowska A., 2002, *Człowiek i jego świat w słowach i tekstach*, Katowice.

- Kłoskowska A., 1996, *Kultury narodowe u korzeni*, Warszawa.
- Maison D., 1997, *Jak powstają stereotypy narodowe*, Warszawa.
- Mestan A., 1995, *Czeski stereotyp Czechów a czeski stereotyp Polaków*, w: Walas T., red., *Narody i stereotypy*, Kraków.
- Miodunka W., 2002, *Cześć, jak się masz?*, Kraków.
- Nawrocki J., 1996, *Tolerancja z ograniczeniami. Raport z badań jakościowych*, w: Nowicka E., Nawrocki J., *Inny – obcy – wróg. Swoi i obcy w świadomości młodzieży szkolnej i studenckiej*, Warszawa.
- Pisarek W., 1975, *Wzobrazienie o polskich stereotypach regionalnych*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1.
- Pisarkowa K., 1976, *Konotacja semantyczna nazw narodowości*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1.
- Schaff A., 1981, *Stereotypy a działanie ludzkie*, Warszawa.
- Zarzycka G., 2006, *Dyskurs prasowy o cudzoziemcach na podstawie tekstów o łódzkiej wieży Babel i osobach czarnoskórych*, Łódź.

Magdalena Brzezowska

### Self-stereotypes of Poles in selected manuals for teaching Polish as a foreign language

The article discusses the self-stereotypes of Poles as presented in manuals for teaching Polish as a foreign language. The manuals which are designed for different levels of language proficiency are discussed here: *Cześć, jak się masz?* by W. Miodunka, *Hurra!!! Po polsku 2* by A. Burkat, A. Jasińska, *Hurra!!! Po polsku 3* by A. Burkat, A. Jasińska, M. Malolepsza, A. Szymkiewicz and *Człowiek i jego świat w słowach i tekstach* by A. Skudrzykowa and M. Kita. Elements of the stereotype of a Pole discussed in the article lead to an attempt at answering such questions as: how do Poles want to be seen? Is the stereotype of a Pole presented in manuals exaggerated or does it reflect the real image of Poles?

**Key words:** stereotype, Poles, manuals for teaching Polish as a foreign language