

Katarzyna Wysocka

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Indywidualizm kulturowy na przykładzie stereotypowego Polaka i Hiszpana

Celem niniejszego artykułu jest ukazanie pozytywnych i negatywnych cech, które dostrzegają u siebie Polacy i Hiszpanie. Skupiono się na autostereotypach, które często pokrywają się z postrzeganiem jednych narodowości przez drugie. Opisano przedstawicieli kultur indywidualnych i bardzo patriotycznych, a jednocześnie mających inne podejście do otaczającego ich środowiska. Jako metodę badawczą przyjęto analizę dostępnych pozycji literaturowych, obserwacje różnych badaczy i własne. Artykuł opiera się na pozycjach literaturowych polskich autorów oraz czasopismach i publikacjach anglojęzycznych. Przedstawiono w nim i podparto wieloma przykładami zachowania Polaków i Hiszpanów z perspektywy ich rodaków. Polacy i Hiszpanie różnią się pod wieloma względami, ale należy wspomnieć, iż występują między nimi pewne podobieństwa. Niezwykle cenią tradycje, doceniają więzi rodzinne i szanują osoby starsze. Pomimo europejskiego pochodzenia obie kultury różnią się podejściem do życia. Niniejszy artykuł, będący charakterystyką Polaków i Hiszpanów, może również służyć za opracowanie tłumaczące przejawiane przez nich zachowania, które mogą być różnie interpretowane przez inne kultury.

Słowa kluczowe: stereotyp, Polak, Hiszpan, autostereotyp, indywidualizm

Klasyfikacja JEL: Z10, Z13, F23, L14

Cultural individualism on the example of a stereotypical Pole and Spaniard

The purpose of this article is to show positive and negative characteristics perceived in themselves by representatives of Polish and Spanish cultures. It focuses on self-stereotypes, which often coincide with the perception of one nationality by another. The article describes the representatives of individual and very patriotic cultures which at the same time have a different approach to the surrounding environment. The research method adopted was the analysis of available literature, observations of the author and of various other researchers. The article is based on Polish and foreign literature and publications. It presents and supports many examples of the behaviour of Poles and Spaniards from the perspective of their countrymen. Poles and Spaniards differ in many ways, but it should be mentioned that there are some similarities between them. They greatly value traditions, appreciate family ties, and respect older people. Despite their European origin, both cultures differ in their approach to life. This article, which characterises Poles and Spaniards, can also serve as a study explaining their behaviours that can be interpreted differently by other cultures.

Keywords: stereotype, Pole, Spaniard, self-stereotype, individualism

JEL classification: Z10, Z13, F23, L14

Wprowadzenie

Powszechnie uważa się, że łatwiej jest oceniać i charakteryzować innych niż samego siebie. Właśnie dlatego bardzo ciekawym zagadnieniem jest to, jak grupy opisują swój własny obraz, czyli tzw. autostereotyp. Należy wspomnieć, iż jest to nieodłączna część tożsamości narodowej, a więc kultury danego kraju.

Współczesna definicja autostereotypu określa go jako sposób postrzegania samego siebie, czyli nasze wyobrażenie o tym, jacy jesteśmy, za co siebie cenimy czy też co nam w nas przeszkadza [Górny]. Co więcej, można uznać go za obraz rzeczywistości zabarwiony przez nasze własne ego oraz umiejętność (lub jej brak) obiektywnej i szerokiej oceny sytuacji. Autostereotypy dotyczą nie tylko jednostek, ale i grup ludzi, w tym również poszczególnych narodowości. Czynniki determinującymi ich kształtowanie są m.in. historia kraju obfitująca w ważne wydarzenia zbrojne czy polityczne, wartości rodzinne przekazywane kolejnym pokoleniom, dobrobyt gospodarczy, edukacja, wiedza, własne doświadczenia, podróże zagraniczne, zainteresowania, a nawet pogoda i klimat. Wszystkie te elementy poszerzają nasze horyzonty oraz świadomość świata, możliwości i innych ludzi, ale przede wszystkim nas samych, i dzięki nim właśnie zyskujemy zdolność oceny tego, co nas otacza.

Warto dodać, że autostereotyp to stereotyp będący wyobrażeniem siebie samego bądź swojej grupy, co znaczy, że podmiot i przedmiot są tożsame. Autostereotypy buduje się w odniesieniu do innych narodów, na podstawie postrzeganych różnic i podobieństw. Składają się na nie cechy fizyczne i psychiczne oraz moralne, kulturowe i socjoekonomiczne [Brzezowska, 2014]. Należy wspomnieć, iż głównym celem wyrażania autostereotypów jest tworzenie pozytywnych skojarzeń na temat kraju ojczystego. Właśnie dlatego są one czasem swego rodzaju życzeniem, a nie obiektywną oceną. Należy wspomnieć, iż równoległe mogą pojawić się dwa niepokrywające się w zupełności autostereotypy o danej kulturze: mniej chlubny, który można by nazwać „domowym”, i drugi, przedstawiany w mediach i na forum międzynarodowym [Mestan, 1995, s. 36]. Choć w obu znajduje się ziarno prawdy, trzeba pamiętać, że w interesie każdego narodu jest kamuflowanie jego słabości, a eksponowanie zalet.

W niniejszym artykule autorka skupia uwagę na dwóch indywidualnych kulturach. Na początku przedstawione zostaną autostereotypy Polaków, a następnie Hiszpanów. W części końcowej dokonano zestawienia najważniejszych stwierdzeń i przekonań o każdym ze wspomnianych narodów.

1. Autostereotypy Polaków

Jacy są Polacy? Analizując dostępną literaturę, prowadząc rozmowy z Polakami i przeglądając dostępne źródła internetowe, można stwierdzić, iż Polacy lubią mówić o samych sobie. Należy dodać, iż postrzeganie niektórych zachowań zależy od przynależności do danej grupy społecznej, a zwłaszcza od wieku i nabytych wzorców rozumienia oraz postrzegania świata.

Próbie zidentyfikowania autostereotypów Polaków podjęło Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOP)¹. Raport został szczegółowo opisany w tygodniku „Polityka” [2015], gdzie przywołano także udział procentowy Polaków dostrzegających u swoich rodaków dane cechy: pracowitość (25%), skłonność do narzekania (17%) oraz serdeczna postawa (12%). Jako naród, Polacy bardzo często przyjmują postawę wysoce roszczeniową i twierdzą, że wszystko im się należy. Często są przy tym zachłanni, zazdrośni, a także cwani. Nie bez przyczyny Polacy mówią o sobie, że „Polak potrafi kombinować”. Manipulowaniu towarzyszy również lenistwo – w końcu ważne jest, żeby „zarobić, ale się nie narobić”. Z drugiej strony Polakom często przypisuje się zaradność: „Polak potrafi”. Polacy bywają również wysoce zadufani w sobie, uważają się często za najważniejszych na świecie i nie tolerują „żadnych odchyleń od normy”, w tym rasowych czy seksualnych. O naszym kraju mówią: „Polska dla Polaków” i niechętnie godzą się, aby ktoś lub coś zakłócało jego „poukładaną” przestrzeń. Bardzo często Polacy narzekają na pracę, dzieci, męża, teściową, pogodę, na krzywo postawiony znak: „– Pani Aniu, co u pani słyhać? – A niech Pan da spokój. Znowu nie działa mi pralka, dzieci do mnie nie dzwonią i ciągle brak mi pieniędzy”. No właśnie, niby Polacy zarabiają, ale nieustannie za mało. Podobno oszczędzają, ale wciąż nie mają pieniędzy. Wolą polegać na sobie niż na innych, dlatego mają uporczywą skłonność do nieufności i ciągłego nadzorowania każdego kroku innych. Ponadto uważają się za naiwnych i łatwowiernych, zwłaszcza jeśli w grę wchodzi przepychanki polityczne. Jednak nie taki Polak zły, jak się o nim mówi. Jak już wspomniano, najczęściej Polacy dostrzegają u siebie pracowitość (25%). Polski naród jest obrotny, zaradny, potrafi radzić sobie w trudnych sytuacjach i zarówno zarządzać ludźmi na najwyższych szczeblach władzy, jak i pracować na najniższych stanowiskach: „O co Polaka poprosisz, on to potrafi zrobić”.

Typowy Polak jest także religijnym tradycjonalistą. Regularnie chodzi do kościoła i obchodzi święta, nie tylko te kościelne, ale też państwowe, i jest z tego bardzo dumny. Naród ten jest bardzo rodzinny, choć ta cecha z upływem czasu zaczyna się nieco zacierać. Niestety, rodzina traci na znaczeniu. Polacy przestają się tak przywiązywać, kłócą się, rozwodzą, poróżniają swoje dzieci. Dawniej utar-

¹ Badanie przeprowadzono na grupie 1044 dorosłych mieszkańców Polski w 2014 r.

te i wciąż jeszcze gdzieś aktualne stereotypy kobiety jako „matki Polki” zajmującej się domem i mężczyzny jako utrzymującego rodzinę nie są już tak powszechne. Obecnie kobiety chcą być niezależne i zajmować wysokie stanowiska, mężczyźni zaś chętnie wykonują domowe zajęcia, takie jak gotowanie czy sprzątanie. Natomiast niezmiennie od pokoleń Polacy jako naród są bardzo gościnni. Uwielbiają zapraszać do siebie znajomych i pokazywać się od jak najlepszej strony, bogato zastawiając stół. Dla gościa zaproszonego czy niespodziewanego zawsze znajdzie się u nich coś dobrego. Chętnie częstują tym, co mają, dopytują o dokładkę, dlatego pewne jest, że „od Polaka głodnym się nie wyjdzie”. Przy każdej sposobności proponują także alkohol, gdyż zawsze znajdzie się okazja, żeby coś uczcić. Pomimo dostrzeganych u siebie cech negatywnych Polacy uznają się za bardzo życzliwych i chętnych do niesienia pomocy innym. Lubią utrzymywać kontakty ze znajomymi i rodziną. Większość Polaków twierdzi również, że są uczciwi i jeśli przypadkowo znajdą na ulicy dowód osobisty, oddadzą go właścicielowi.

Kolejnym ciekawym źródłem wiedzy na temat autostereotypów Polaków są podręczniki języka polskiego dla cudzoziemców. W popularnym podręczniku z serii *Hurra!!!* główny bohater książki – stereotypowy Jan Kowalski – przedstawiony został jako sympatyczny Polak, który ma rodzinę: ojca, matkę, żonę, dziecko i psa, pracuje w biurze, lubi chodzić do restauracji, nie lubi kawy oraz kupuje dużo warzyw, owoców i soków, ubrany jest w eleganckie spodnie, krawat i ciemny płaszcz, a w rękę trzyma teczkę [Stankiewicz, Żurek, 2010]. Wydaje się jednak, że zabieg ten ma na celu raczej przełamanie stereotypu Polaka funkcjonującego za granicą i ukształtowanie bardziej korzystnego obrazu naszych rodaków. Natomiast w podręczniku *Cześć, jak się masz?* dominują stereotypy dość powszechne w polskiej świadomości, zgodnie z którymi Polacy cenią życie rodzinne, nie stronią od alkoholu, są gościnni i dumni z bycia Polakami, a młodzież ma szacunek do osób starszych [Brzezowska, 2014].

Warto również zwrócić uwagę na autostereotyp polskich migrantów przebywających w Wielkiej Brytanii. Z badań Michała Garapicha [2016] wynika, iż Polacy na Wyspach uważają, że rodacy są do nich wrogo nastawieni i mają do nich dystans. Ciekawa jest również sprawa autoportretu Polaków z przeszłości. Temat ten poruszył ks. Paweł Tarasiewicz [2011], który powołując się na artykuły z czasów II wojny światowej, wskazał na następujące zalety naszego narodu: umiłowanie wolności i niezależność ducha, wielkoduszość, humanitarność, męstwo, bohaterstwo, honor, tolerancja rasowa, narodowa i religijna oraz podporządkowanie się sprawie, a nie władzy. Do wad natomiast zaliczył: systematyczny bunt przeciwko władzy, „warcholstwo”, niestałość charakteru, nadmierne zaufanie do obcych i uleganie ich wpływom oraz bierną postawę wyrażaną słowami „jakoś to będzie”.

W ostatnich latach popularność, zwłaszcza wśród młodzieży, zyskują memy o „typowych Polakach”, w rolę których wcielają się małpy z gatunku *Nasalis larvatus*

(nosacz sundajski) [Gdzie indziej, 2018]. Podobieństw wizualnych upatruje się w wielkich brzuchach nosaczy, ich powolnym poruszaniu się, obserwowaniu sąsiadów oraz czerwonych nosach. Do zdjęć wspomnianych małp internauci dodają wyrażenia i zwroty, które uznają za typowe dla polskiego społeczeństwa. Najczęściej wyłania się z nich obraz Polaka jako osoby chytrej, przebiegłej, lubiącej alkohol i skąpej. W tabeli 1 zebrano najważniejsze cechy Polaków przywoływane w wielu źródłach.

Tabela 1. Najczęstsze cechy Polaków

Pozytywne cechy	Negatywne cechy
pewni siebie	hałaśliwi
dumni z własnego kraju	leniwi
radośni	niepunktualni
pomocni	bezpośredni
tolerancyjni	powolni
otwarceni	potrzebują bodźców do działania
spontaniczni	zazdrośni

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: [Rohulska, 2004; Rogaczewska, Gołdys, 2009; Stodolak, 2017].

Polskie autostereotypy wiążą się z historią tego kraju – stanowią pewnego rodzaju odbicie sytuacji społecznej i politycznej, a także międzynarodowej. Wartością najwyższą w oczach obywateli Rzeczypospolitej była zawsze wolność. Autostereotypy wyróżniające Polaków to m.in. obchodzenie polskich świąt państwowych, religijnych i uroczystości rodzinnych i dostrzeganie ich doniosłości, ogromny szacunek do rodzimych tradycji, chęć kultywowania obyczajów swoich przodków, częste niezadowolenie i narzekanie na sytuację polityczno-ekonomiczną w kraju oraz na własne warunki materialne. Ponadto, choć część Polaków można uznać za otwartych i tolerancyjnych, większość uważa się za nietolerancyjnych wobec odmienności i mniejszości.

2. Autostereotypy Hiszpanów

W tej części przeanalizowane zostaną autostereotypy rozpowszechnione wśród Hiszpanów. Co o sobie myślą? Uważają się za naród bardzo wesoły i radosny, co przejawia się w ich uczuciowym podejściu, ale często mówią o sobie, że są lekkomyślni, spóźnialscy i zarozumiali. Typowi Hiszpanie to osoby rozrzutne, lubiące spożywać alkohol. Mówią o sobie, że są biedni i „ani leniwi, ani pracowici”. Są narodem bardziej religijnym niż patriotycznym. Hiszpanie są również bardzo

głośni, pełni temperamentu, zwłaszcza kiedy się kłóć. Ich zachowanie jest ekspresyjne, a wyrażaniu myśli i emocji towarzyszy żywa gestykulacja. Idąc ulicą w zupełnie obcym kraju, z daleka można usłyszeć ich niosący się, „wyrzisty” język. Bywają także brutalni, czego przykładem są chociażby tradycyjne walki z bykami (hiszp. *corrida*). Często uznają się za ignorantów, zazdrośników i ludzi agresywnych. Z drugiej strony starają się być uczciwi, szczerzy i bezpośredni, a w relacji z drugą osobą najlepiej odnajdują się jako romantycy dający się unieść ognistej namiętności. Znani są również ze swoich zdrad i „uganiania się” za kobietami. Mieszkaniec Hiszpanii to także osoba tolerancyjna i kulturalna, otwarta w stosunku do innych, ale także wierząca w różne przesady. Hiszpanie kochają spędzać ze sobą czas, są bardzo towarzyscy i rozmowni. Uwielbiają się bawić, a także tańczyć flamenco na ulicach – to właśnie tu spędzają większość swojego czasu, prowadząc wieczne rozmowy. Niezwykle ważną i odróżniającą ich od Polaków cechą jest optymizm i zadowolenie z życia. Mieszkańcy Hiszpanii mają lekkie usposobienie, wynikające prawdopodobnie z nadmorskiego położenia ich kraju i ciepłego, wakacyjnego klimatu, a w życiu codziennym nie rezygnują ze sjesty (czasu na odpoczynek, do którego ma prawo każdy Hiszpan). Są także z reguły bardzo powolni, lecz dla nikogo nie jest zaskoczeniem włączony samochód pozostawiony na środku drogi – Hiszpan uważa, że skoro ma w pobliżu coś pilnego do załatwienia, musi szybko działać.

Hiszpanie mają świadomość walorów turystycznych i bogatego dorobku kulturowego swojej ojczyzny, co wpływa na ich pewność siebie. Ich najbardziej wyróżniającymi się autostereotypami są m.in. uwielbienie dla piłki nożnej oraz wszystkiego, co z nią związane, ekspresyjność, serdeczność w relacjach z innymi, optymizm i uprzejmość, a także świadomy brak dbałości o czas; ponadto mężczyźni mają opinię bardzo męskich oraz cieszących się wyjątkowym powodzeniem u kobiet.

Należy wspomnieć, iż Hiszpanie wyjątkowo cenią sobie czas wolny. Pomimo że większość czasu spędzają w pracy, nie ona jest dla nich najważniejsza. Podstawą ich życia jest postawa *carpe diem*, czyli czerpanie radości z każdej chwili. Najlepiej obrazują to spotkania ze znajomymi i rodziną, najczęściej poza domem (w barach, kawiarniach, restauracjach czy klubach). Relacje pomiędzy członkami rodziny są bardzo zażyłe, dużo czasu poświęca się na pielęgnowanie więzi. Konsekwencją częstych spotkań z najbliższymi jest szybka i intensywna wymiana informacji dotyczących różnych aspektów ich życia. Hiszpanie są świadomi swojej gadatliwości i traktują ją jako konieczność. Należy dodać, iż jedzenie odgrywa niezwykle ważną rolę w życiu każdego rodowitego mieszkańca Półwyspu Iberyjskiego. Bardzo często spożywają oni posiłki w spokojnej i rodzinnej atmosferze poza domem. Zwracają szczególną uwagę na jakość jedzenia, tradycję oraz pochodzenie produktów. Najbardziej cenią swoje krajowe specjały i są z nich bardzo

dumni. Uważają, że należy czerpać radość z czasu poświęconego na wspólny posiłek, dlatego też celebrowanie jedzenia jest tak istotna.

Hiszpanie starają się oddzielać życie zawodowe od prywatnego. Jeżeli mają dzień wolny, spędzają go w rodzinnym gronie. Popołudniowa przerwa w pracy (w restauracjach, sklepach) to świętość, której nie można negocjować. Podobnie jest z dniami wolnymi w okresie karnawału, które należy przeznaczyć na odpoczynek i rozrywkę. Warto dodać, iż w ciągu roku Hiszpanie mają wiele dni wolnych od pracy.

Ponadto Hiszpanie uważają się za leniwych, dlatego dążą do objęcia stanowiska urzędnika państwowego. Wielu z nich twierdzi, że jest to praca najwygodniejsza i najbezpieczniejsza. Wyróżniają ją stałe godziny pracy, wolne weekendy i dużo premii. To zdecydowanie bezpieczniejsze rozwiązanie niż zakładanie własnego biznesu. Główne cechy, które dostrzegają u siebie Hiszpanie, przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Cechy opisujące Hiszpanów

Pozytywne cechy	Negatywne cechy
pewni siebie	hałaśliwi
dumni z własnego kraju	leniwi
radośni	niepunktualni
pomocni	bezpośredni
tolerancyjni	powolni
otwarceni	potrzebują bodźców do działania
spontaniczni	zazdrośni

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: [Enesco et al., 2005; Reddit, 2015].

Analizując kulturę Hiszpanów, należy podkreślić, iż różni się ona w zależności od regionu. Zdaniem Hiszpanów poznanie kilku regionów Hiszpanii pozwoli zrozumieć i ustalić najważniejsze obyczaje i tradycje zakorzenione na Półwyspie Iberyjskim. Bardzo ważna jest dla nich kultura i historia, szczególnie dotycząca własnego regionu. Turyści odwiedzający Hiszpanię zachwycają się mentalnością jej mieszkańców – bezstresowym życiem, celową powolnością oraz korzystaniem w pełni z każdej chwili. Słynną także z odkładania zadań na „jutro” (hiszp. *mañana*). Należy podkreślić, iż Hiszpanie potwierdzają powyższe stwierdzenia i szczerze się z nimi zgadzają. Mają świadomość, że ich kraj jest atrakcyjny dla turystów nie tylko podczas wakacji, i wiedzą, iż wielu ludzi przeprowadza się do Hiszpanii na stałe bądź tymczasowo (np. na czas studiów czy odbycia stażu w firmie).

W artykule przedstawiono wyniki badania przeprowadzonego na grupie 140 osób w wieku 6–15 lat mieszkających w Madrycie [Enesco et al., 2005]. Porównano osiem pozytywnych i dwanaście negatywnych cech, które dostrzegają

u siebie samych Hiszpanie. W badaniu młodych respondentów poproszono o wskazanie cech najbardziej kojarzonych się z Hiszpanami. Najczęściej wskazywano, iż są oni weseli (64,4%), przyjaźni (64,6%), mądrzy (58,3%) i pracowici (58,3%). Połowa ankietowanych uważała, że Hiszpanie są świetnymi tancerzami i są mili. 39,6% młodych Hiszpanów stwierdziło, że są narodem spokojnym. Należy zauważyć, iż Hiszpanie ocenili się bardzo pozytywnie. Najbardziej kontrowersyjna kwestia to pracowitość Hiszpanów, ponieważ w wielu pozycjach literaturowych opisuje się ich jako osoby leniwe i często odkładające powierzone im zadania na kolejny dzień.

Jeśli chodzi o negatywne cechy, Hiszpanie w swoich rodakach dostrzegają zawistność (22,9%), spożycie dużych ilości alkoholu (18,8%) oraz lenistwo (14,6%). Tylko 8,3% respondentów uznało, że Hiszpanie lubią oszukiwać. Co więcej, przedstawiciele Półwyspu Iberyjskiego przyznają, iż ich społeczeństwo jest gwałtowne i złośliwe (4,2%). Hiszpanie nie zauważają u siebie trudnej sytuacji finansowej oraz niechlujstwa. Tylko 6,3% Hiszpanów przyznaje, że są źle wychowani.

Na podstawie przedstawionych badań empirycznych można zauważyć pewne sprzeczności. Po pierwsze, Hiszpanie przypisują sobie pracowitość, choć opracowania opisują ich jako osoby leniwe, odkładające zadania na później. Po drugie, młodzi respondenci twierdzą, iż ich rodacy są bardzo spokojni. Dostępna literatura oraz rozmowy z rodowitymi Hiszpanami utwierdzają jednak autorkę w przekonaniu, że wiedzą oni, iż są przedstawicielami kultury bardzo ekspresyjnej i zachowują się głośno w miejscach publicznych.

Podsumowanie

W tabeli 3 przedstawiono różnice i podobieństwa pomiędzy autostereotypami Polaków i Hiszpanów. Zebranie wszystkich informacji w formie tabeli pozwala na szybszą i łatwiejszą analizę najważniejszych cech wspomnianych narodowości.

Każdy obywatel danego kraju ma pewne wyobrażenie o sobie i swoich rodakach. To, jak postrzegamy siebie i innych, zależy wyłącznie od nas. Jeśli widzimy cechy, nad którymi można by popracować, warto podjąć rękawicę i stopniowo zmieniać wyobrażenie o sobie poprzez nowe, poprawne zachowania. To, jak widzimy siebie, często odzwierciedla wyobrażenie naszego narodu w oczach innych państw. Każdy obywatel powinien być ambasadorem swojego kraju i godnie go reprezentować. Polacy słyną z negatywnego nastawienia do życia i ciągłego narzekania. Warto wziąć przykład z optymistycznych Hiszpanów, którzy czerpią garściami z każdego dnia. Mieszkańcy Półwyspu Iberyjskiego mogą natomiast naśladować polską pracowitość i gościnność. Każdy powinien doceniać pozytywne cechy związane ze swoim pochodzeniem, ale także zauważać te cechy, które wymagają poprawy, by stać się jeszcze lepszą wizytówką swojej ojczyzny.

Tabela 3. Porównanie autostereotypów Polaków i Hiszpanów

Autostereotypy Polaków	Autostereotypy Hiszpanów
Różnice	
<ul style="list-style-type: none"> - pracowitość („Polak wszystko potrafi”, „złota rączka”) - pesymizm - malkontenctwo, postawa roszczeniowa - nietolerancyjność, ksenofobia - oszczędność, gospodarność, przedsiębiorczość - operatywność, zaradność - gościnność (spotkania głównie w domu) - nadużywanie alkoholu - kombinowanie, cwaniactwo - bieda, kompleksy (zarobki względem UE) - emocjonalność, czasem gwałtowność (zwłaszcza po alkoholu) - umiejętność radzenia sobie z wyzwaniem - samodzielność - patriotyzm (duma z bycia Polakiem, przywiązanie do swojego kraju) - indywidualizm (samodzielność) - monochromiczność - empatia - podział regionalny ze względu na preferencje polityczne - trudność w zachowaniu równowagi między życiem osobistym a pracą 	<ul style="list-style-type: none"> - lenistwo (Andaluzja), potrzeba motywacji do działania - optymizm - szczęście, radość - tolerancyjność, otwartość na innych - rozrzutność - lekkomyślność - gościnność (spotkania zawsze poza domem) - nienadużywanie, „sączenie” alkoholu - uczciwość, szlachetność - docenianie swojej sytuacji, chciwość (Katalonia) - ekspresyjność, impulsywność, - siła, brutalność (Kraj Basków) - niechęć do wyzwań, preferencja dla utartych rozwiązań - patriotyzm (duma z bycia najlepszymi piłkarzami, kucharzami) - indywidualizm (pewność siebie) - polichromiczność - egoizm (Madryt) - podział regionalny (świadomość różnorodności) - czas na odpoczynek w ciągu dnia („sjesta”)
Podobieństwa	
<ul style="list-style-type: none"> - tradycjonalizm - religijność - dobroć, serdeczność, przyjaźń - zazdrość, zawiść - naiwność, łatwowierność - zamiłowanie do zabawy w gronie najbliższych - szacunek do rodziny i osób starszych 	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: [Nichols, McAndrew, 1984; Matera et al., 2005; Leszczyński, 2017].

Bibliografia

- Brzezowska M., 2014, *Autostereotyp Polaków w wybranych podręcznikach języka polskiego dla cudzoziemców*, Postscriptum Polonistyczne, http://www.postscriptum.us.edu.pl/pdf/ps2014_1_3.pdf [dostęp: 27.04.2019].
- Enesco I., Navarro A., Paradela I., Guerrero S., 2005, *Stereotypes and beliefs about different ethnic groups in Spain: A study with Spanish and Latin American children living in Madrid*, Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación, Universidad Complutense de Madrid – Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación, Universidad Autónoma de Madrid, Madrid.
- Garapich M.P., 2016, *Zaradni indywidualiści czy anomiczni egoiści? Stereotypy i autostereotypy polskich migrantów w Wielkiej Brytanii w ujęciu antropologicznym*, <http://www.czasopisma.pan.pl/Content/95947/mainfile.pdf> [dostęp: 27.04.2019].
- Gdzie indziej, 2018, *Nosacz sundajski, czyli typowy Polak?*, <http://www.gdzieindziej.eu/2018/04/nosacz-sundajski-czyli-typowy-polak/> [dostęp: 18.11.2019].
- Górny M., (b.d.), *Polskie autostereotypy*, <http://www.polska-niemcy-interakcje.pl/articles/show/54> [dostęp: 26.04.2019].
- Leszczyński A., 2017, *No dno po prostu jest Polska. Dlaczego Polacy tak bardzo nie lubią swojego kraju i innych Polaków*, W.A.B., Warszawa.
- Matera C., Giannini M., Blanco A., Smith P.B., 2005, *Autostereotyping and national identity in the Spanish context*, Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology, no. 1.
- Mestan A., 1995, *Czeski stereotyp Czechów a czeski stereotyp Polaków*, [w:] *Narody i stereotypy*, red. T. Walas, Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.
- Nichols K.R., McAndrew F.T., 1984, *Stereotyping and autostereotyping in Spanish, Malaysian, and American college students*, The Journal of Social Psychology, no. 2.
- Nowicka E., 1996, *Co o sobie myślimy?*, Wiedza i Życie, nr 4, <http://archiwum.wiz.pl/1996/96043600.asp> [dostęp: 24.04.2019].
- Polityka, 2015, *Jacy jesteście? Polacy o sobie samych*, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/spoleczenstwo/1634443,1,jacy-jestesmy-polacy-o-sobie-samych.read> [dostęp: 29.04.2019].
- Reddit, 2015, *What do Spanish people think about themselves?*, https://www.reddit.com/r/spain/comments/2pwdj7/what_do_spanish_people_think_about_themselves/ [dostęp: 24.04.2019].
- Rogaczewska M., Gołdys A., 2009, *Polacy – w pułapce autostereotypów?*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk.
- Rohulska B., 2004, *Typowy Polak i Europejczyk – podobieństwa i różnice*, Centrum Badania Opinii Społecznej, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2004/K_064_04.PDF [dostęp: 27.04.2019].
- Stankiewicz K., Żurek A., 2010, *Obraz Polki/Polaka w serii podręczników do nauczania języka polskiego jako obcego „Hurra!!! Po Polsku”*, Acta Universitatis Lodziensis, nr 17, <http://dspace.uni.lodz.pl/xmlui/bitstream/handle/11089/9714/55-stankiewicz.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [dostęp: 27.04.2019].

- Stodolak S., 2017, *Polak to kombinator i cwaniak? Być może, ale te cechy pozwoliły nam przetrwać*, GazetaPrawna.pl, <https://www.gazetaprawna.pl/artykuly/1069567,polak-to-kombinator-i-cwaniak-cechy-narodowe.html> [dostęp: 27.04.2019].
- Tarasiewicz P., 2011, *Specyfika Polaków jako narodu*, Cywilizacja, nr 37, <https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/3824/Specyfika%20Polak%C3%B3w.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [dostęp: 27.04.2019].
- Zarzycka G., 2008, *Stereotypy Polski i Polaków w świetle badań ankietowych przeprowadzonych w środowisku studentów zagranicznych*, Postscriptum Polonistyczne, nr 1.

K. Wysocka (✉) katarzyna.wysocka@ue.poznan.pl
Katedra Zarządzania Międzynarodowego, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu,
al. Niepodległości 10, 61-875 Poznań, Polska