

Barbara Morcinek

Sarmata w oczach Samuraja - kilka słów o stereotypie Polaka w Japonii i autostereotypie Japończyka

Postscriptum Polonistyczne nr 1(1), 115-134

2008

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

BARBARA MORCINEK
Katowice, Tokio

Sarmata w oczach Samuraja – kilka słów o stereotypie Polaka w Japonii i autostereotypie Japończyka

Postrzeganie danej nacji lub grupy społecznej zwykle wiązało się z wyobrażeniem ogólnikowym, przerysowanym, obejmującym jedynie pewne cechy (najczęściej negatywne). Wyobrażanie sobie reprezentantów danych krajów i kultur (zwłaszcza tych, o których niewiele wiemy) opiera się na – często mało wiarygodnych – przekazach, czasem nawet dochodzi do konfabulacji. Stąd bierze się postrzeganie schematyczne, upraszczające, zacierające indywidualizm.

W potocznym rozumieniu stereotyp jawi się jako coś w rodzaju przesądu i uproszczenia oceny (zob. Tambor 2006, 232). Współczesne definicje nie bazują już jedynie na pejoratywnej funkcji stereotypu, co potwierdza choćby *Inny słownik języka polskiego*, który definiuje ten termin następująco:

Stereotyp to wyobrażenie o jakichś ludziach, rzeczach lub zjawiskach, utrwalone w świadomości wielu osób i trudno poddające się zmianom (ISJP 688).

W przykładach obrazujących zastosowanie słowa stereotyp (zamieszczonych pod definicją) pojawia się, oprócz użycia związanego z negatywnym odbiorem, także formuła o utrwalaniu stereotypu Janosika jako dobrego zbrojcy. Na tym przykładzie widać wyraźnie, że dopuszcza się także odbieranie stereotypu jako utrwalenie schematycznych cech pozytywnych. Pozwala to na spojrzenie z szerszej perspektywy, co znajduje potwierdzenie w definicji sformułowanej przez Jerzego Bartmińskiego. Rozumie on stereotyp jako

subiektywnie determinowane wyobrażenie przedmiotu obejmujące zarówno cechy opisowe, jak i wartościujące obraz, oraz będące rezultatem interpretacji rzeczywistości w ramach społecznych modeli poznawczych (Bartmiński 1998).

Skonstruowana w ten sposób definicja pozwala na zobiektywizowanie pojęcia i włączenie w jego zakres nie tylko cech negatywnych, ale także pozytywnych, neutralnych, a nawet elementów opisu.

Nie jesteśmy w stanie określać ludzi z wyłączeniem emocji. Są one niezmiernie ważnym elementem postrzegania jednego człowieka przez drugiego. Postrzeganie danej jednostki czy grupy społecznej wynika w dużej mierze z tego, jakie kontakty miała osoba wydająca opinię z przedstawicielami danej nacji czy grupy. Kontakty te mogą być różnego rodzaju. Począwszy od propagowanych przez media informacji dotyczących danego kraju (miejsca), poprzez opowiadania przyjaciół, znajomych, którzy zetknęli się z daną grupą (tu od razu narzuca się obraz zapamiętany przez daną osobę, jej projekcja), aż po kontakty bezpośrednie z przedstawicielami danej społeczności. Stąd też niemożność uwolnienia stereotypu od generalizowania i subiektywizmu oraz wyraźnie widoczna tendencja do uogólniania. Stereotyp jawi się jako zbiór informacji i wyobrażeń utrwalanych i przekazywanych na różne sposoby.

Pierwszy kontakt z daną nacją, a nawet ogólne nastawienie, może rzutować na odbiór danej grupy. Warto więc się zastanowić, jaki jest stereotyp Polaka w kraju tak odległym od Polski jak Japonia. Nie tylko odległym geograficznie, ale i kulturowo. Odmienność kulturowa może bowiem okazać się ważnym elementem w budowaniu stereotypowego obrazu, wpływać na postrzeganie jednej grupy przez drugą, warunkować dostrzeżenie jednych cech, a pomijanie innych.

Już od początku kontaktów z kulturą europejską Japończycy byli zdumieni. Zdumiewały ich duże nosy, wysoki wzrost, rude (lub jasne) włosy i dziwne stroje przybyszów. Przybyszami tymi byli najczęściej Hiszpanie, Holendrzy czy Portugalczycy, którzy dobijali do wybrzeży wysp japońskich, by utrzymywać kontakty handlowe z mieszkańcami. Wizerunki długonogich, rudych i wielkonosych obcokrajowców, odstających od Japończyków zarówno strojem, jak i manierami, znajdziemy w licznych dziełach sztuki na przestrzeni dziejów. Polacy pojawili się w Japonii stosunkowo późno.

Duża odległość dzieląca Polskę i Japonię oraz skomplikowana historia obu krajów nie sprzyjały rozwojowi wzajemnych kontaktów.

Najwcześniej Japonią zainteresowali się polscy jezuici. Byli oni autorami wzmianek na temat tego kraju w polskich tekstach, a pierwszym Polakiem, który pojawił się w Japonii w XVII w. był właśnie jezuita, misjonarz Wojciech Męciński. Zginął śmiercią męczeńską w 1643 roku, bowiem w owym czasie szerzenie chrześcijaństwa w Japonii było oficjalnie zakazane, a kraj ten wszedł w długi okres dobrowolnej izolacji. W XVIII w. dotarł do Japonii znany polski szlachcic pochodzenia węgierskiego, Maurycy August Beniowski. Za udział w konfederacji barskiej w 1770 r. został deportowany na Kamczatkę, gdzie zorganizował bunt i ucieczkę, w czasie której zawitał do Japonii (Sowińska-Mitsui).

Z przytoczonego fragmentu widać wyraźnie, że początki kontaktów polsko-japońskich nie były łatwe ani zbyt intensywne. Obecnie, w dobie internetu i ekspansji mediów, ale też w dobie podróży i otwarcia na świat, Polacy mogą w Japonii przebywać, mieszkać, pracować, mogą pojawiać się jako turyści. Według oficjalnych danych Ambasady RP w Tokio obecnie mieszka w Japonii około 600 Polaków, z czego większość skupiona jest w okolicach Tokio. To niezbyt wiele i taka liczba nie może znacząco wpływać na kształtowanie się stereotypu Polaka w oczach Japończyków. Jak zatem ten stereotyp powstaje i czy w ogóle funkcjonuje?

Bez wątpienia największy wpływ opiniotwórczy ma w obecnych czasach telewizja. To przedstawione w niej informacje i relacje ukierunkowują odbiór świata, wydarzeń, tworzą obraz rzeczywistości (żeby nie użyć określenia: manipulują nim). By dowiedzieć się, jak telewizja japońska przedstawia Polskę i sprawy z nią związane, poprosiłam o opinię Polki mieszkającej w Japonii (od 5 do 30 lat), mówiącej po japońsku i utrzymującej stałe kontakty zarówno z japońską, jak i polską kulturą, interesującej się polityką, zagadnieniami społecznymi i sytuacją w kraju, czyli osoby mogącej kompetentnie stwierdzić, jaki wizerunek Polski pojawia się (jeśli w ogóle się pojawia) w japońskiej telewizji. Opinie te pozwolą spojrzeć na kwestię stereotypu Polaka w Japonii z ciekawej perspektywy, ułatwią odpowiedź na pytanie, czy współczesny Japończyk ma szansę wytworzyć sobie stereotyp Polaka? Czy w ogóle taki istnieje lub istniał? Pozwolę sobie zacytować opinie koleżanek w kolejności od najkrócej przebywającej w Japonii, do tych, które większość życia spędziły w tym kraju¹.

¹ Wszystkie opinie Polek mieszkających w Japonii pochodzą z korespondencji mailowej. Autorki wyraziły zgodę na opublikowanie fragmentów ich listów.

Anna Ikeda, polonistka, logopeda, przebywająca w Japonii od 5 lat mówi:

Do tej pory widziałam Polskę w telewizji jeden raz. Jest taki program, w którym sławne postaci z telewizji jadą do jakiegoś kraju, zatrzymują się u jakiejś rodziny na zasadzie *homestay* i pokazują lokalny koloryt. Ostatnio było o Bułgarii i jogurcie. W Polsce było o Zakopanem. Piekli sernik i to był najważniejszy punkt programu. Polska bardzo rzadko pojawia się mediach. Ewentualnie jakieś wiadomości polityczne, ale nie w stylu sensacji. Myślę, że Japończycy – ci zwykli – raczej nie mają czegoś takiego, jak stereotyp Polaka. Chyba za daleko. I ci, których spotykam na ulicy, nawet nie wiedzą, gdzie jest Polska. Nawet moja nauczycielka japońskiego (uczy obcokrajowców i interesuje się ciekawostkami ze świata) zareagowała na Polskę tylko Chopinem i Wajdą. (...) Polska jest widziana przez Japończyków przez pryzmat historyczny. Na co dzień nieobecna, pojawia się w podręcznikach w postaci Kopernika, Marii Curie [-Sklodowskiej], Wałęsy, Kościuszki, Róży Luksemburg (o dziwo!) itp.

Mieszkająca od 10 lat w Japonii i pracująca w japońskiej firmie japonistka, Agnieszka Plaur, podsumowała pojawianie się Polski w japońskich programach następująco:

Ostatnio było coś o operacji Wałęsy (że to były prezydent Polski), w zeszłym tygodniu podali w newsach (i to chyba ze 2 razy), że premier nie zamierza pojawić się na rozpoczęciu Olimpiady w Pekinie. Rzucił mi się w oczy jakiś program o Wajdzie i Katyniu, a poza tym Polska to egzotyka i ludzie pytają często, czy w Polsce mówią po angielsku i są przekonani, że nie mamy morza, więc biedni jesteśmy. Na dodatek jeszcze myślą często Polskę z Holandią i Portugalią. Polska pojawia się też incydentalnie w reklamach telewizyjnych i wtedy czasami ludzie pytają, co to za miejsce. Kiedyś w reklamie wódki *Ichiko* był konny wóz z sianem sunący po wiejskiej drodze i z tyłu, za woźnicą leżała sobie butelka tego alkoholu. Ponieważ widoczki były ładne, wiele osób dopytywało, gdzie była kręcona ta reklama. Jak się okazało, na Mazurach, w okolicach jakiegoś rezerwatu przyrody. A w zeszłym roku był napój alkoholowy w puszcze z polskich truskawek (browar Kirin go popelnił).

Starsi ludzie jeszcze wiedzą, że w Polsce był Wałęsa, Solidarność, no i Układ Warszawski też znają. Chopin to jednak dla większości Francuz, podobnie jak Maria Skłodowska-Curie, czasem pojawia się jako

hasło Anna Frank (wojna i Auschwitz, nie wszyscy się orientują, co to jest, ale słyszeli). Słowem, mają pojęcie, że to jakiś biedny i nieszczęsny kraj o ciemnej historii.

Dla młodych to totalna egzotyka, chyba gdzieś w Europie, gdzie mówią po angielsku, nie ma morza i gór. Nie umieją umiejscowić na mapie. Kojarzy się im jako jedna z byłych republik ZSRR².

Renata Sowińska-Mitsui, japonistka, od 20 lat mieszkająca w Japonii, zastrzegając, że telewizję ogląda sporadycznie, stwierdza:

W wiadomościach telewizyjnych pojawia się bardzo mało informacji na temat wydarzeń w Polsce i w Europie w ogóle, nawet poszerzenie UE było komentowane wyjątkowo skromnie. O ile wiem, Polska pojawiała się bardzo często na tutejszych ekranach w czasach »Solidarności« i rewolucji w Europie Wschodniej, wówczas słynne stało się tu nazwisko Wałęsy, potem zabrakło sensacji. Jednak nawet jeśli pojawiają się odosobnione informacje, to rzadko słyszy się jakąś ogólniejszą analizę sytuacji społeczno-politycznej. Obecnie Polska pojawia się na fali tematyki ogólniejszej, aktualnie lansowanej – od niedawna jest to Dziedzictwo Kultury Światowej UNESCO. Myślę, że takie programy są raczej rzetelne, informacyjno-krajoznawcze. W lutym sama miałam do czynienia z opracowywaniem materiału do programu na temat dziedzictwa martyrologicznego, chodziło o Oświęcim i Hiroszimę, dla państwowej telewizji NHK, a więc ciężki kaliber pod każdym względem. Stacje prywatne w większym stopniu szukają

² Uzupełnieniem opinii o pojawianiu się Polski w telewizji, jest króciutkie badanie obrazu Polski w internecie. Jako że w tekście tym nie koncentruję się na wizji Polski w internecie, przytaczam opinię Agnieszki Plaur jako ciekawostkę: „w internecie znalazłam twierdzenie, że Polki są ciepłe w stosunku do ludzi, otwarte, przyjazne, mają łagodne usposobienie, są delikatne. Wydają się być podobne do Włoszek i, podobnie jak one, są gadatliwe. Polacy: śmierdzą, piją i są brzydki (World Cup w Japonii: polski team był uznany za najbrzydszy z „białych”), udają, że wszystko wiedzą i wielu ma słowotok. W necie można znaleźć około 400 wpisów do różnych blogów o Polsce, w których japońscy turyści wyrażają swoją opinię o Polsce, o pobycie w różnych miejscach, swoich wrażeniach. Najczęściej pojawiają się tu określenia typu: *kawaii* (słodki, miły, śliczny), *ii* (dobry, miły), *suki desu* (lubię), *yoi* (dobry, miły), *omoshiroi* (ciekawy, interesujący, nie musi być pozytywny!), *kyomi-bukai* (głęboko interesujący), *koishii* (teżko-miły, ciepłe wspomnienie), *tanoshii* (przyjemny), *tsuyoi* (silny), *yabai* (straszny – np. strasznie dobry), *toboshii* (ubogi, biedny, brak czegoś), *ayashii* (dziwny, podejrzany), *itai* (boli, nieprzyjemne zdarzenie), *kawaisou* (biedny, nieszczęsny, wywołujący współczucie), *kibishii* (surowy, np. klimat, zima, warunki; kontrola przygraniczna; surowy wyraz twarzy)”.

sensacji lub ciekawostek, np. jedzenie – widziałam program o serniku, nakręcony na wsi koło Zakopanego. Pokazano wiejską rodzinę. Raz widziałam polską jasnowidzkę – podobno pokazywała się tu kilka razy, zdaje się, że szukała śladów zaginionej osoby. Był też program pokazujący polskie programy telewizyjne, raczej z rozrywki, podobno ostatnio pokazywano studentów japonistyki z Polski, wzbudzili zainteresowanie, więc zaproszono ich do Japonii itp., czyli ciekawostki, raczej nic odkrywczego, czasem ktoś z Japonii jedzie do Polski i coś tam ogląda, rozmawia z ludźmi, kiedyś szef biura Polskiej Organizacji Turystycznej pojawił się w ramach tv shopping i reklamował polskie bursztyny. Ogólnie, to może lepszy rydz niż nic, ale czy z tego wynika jakiś spójny wizerunek Polski i Polaków – wątpię.

Mieszkająca w Japonii od ponad 30 lat teatroložka, Grażyna Ishikawa, napisała:

(...) niby tę telewizję oglądam, ale nie zawsze uda mi się trafić na programy o Polsce. (...) Myślę, że działa to w każdą stronę, a już na pewno, gdy ma się do czynienia z krajem, o którym media wspominają sporadycznie. Więc jak już wspominają, to wtedy, gdy jakaś tragedia, wypadek lub sensacja. Może być i polityczna, coś takiego jak bliźniacy u władzy. Czy są to informacje sprawdzone i rzetelne? Bywa, że tak, ale bywa też i tak, że ograniczona wiedza pozwala program, czy tylko wzmiankę, zredagować jako informację szalenie stereotypową. Z drugiej jednak strony my sami często zabiegamy, by w programie przedstawiono obraz Polski, który na co dzień lansujemy. Głęboko osadzonej w tradycji szlacheckiej i ułańskiej. No, a wtedy wychodzi na to, że od wieku XIX niewiele się u nas zmieniło.

Nie wiem, skąd to się bierze, ale większość moich znajomych (bardzo, bardzo luźne kontakty) wie, gdzie leży stolica Polski, że Chopin, no, i że zimno chyba... A z drugiej strony zdarzają się perelki, które wiedzą i o sztuce współczesnej, i o filmie, nawet animowanym. Czy oni zostali ukształtowani przez media, czy też wiedzę i wyobrażenie o Polsce posiadli dzięki własnym zainteresowaniom i ciekawości? Temat-rzeka...

Przedstawione opinie Polek, mieszkających w Japonii długi czas i znających ten kraj, wskazują dość wyraźnie na bardzo rozmyty wizerunek (nie wiem, czy nawet to słowo nie jest nadużyciem) Polski w japońskiej telewizji, a co za tym idzie w świadomości Japończyków. Polska jawi się jako kraj

daleki, nieznany, nieuświadamiany, stylizowany na szlacheckość (jak trafnie zauważyła Grażyna Ishikawa, często na własne życzenie Polaków), jeśli już przywoływany, to na zasadzie informacji politycznej (jak widać w bardzo małym zakresie), historycznej, czy też wręcz ornamentacyjnej (jak choćby w reklamach). Na brak świadomości Polski współczesnej, a funkcjonowanie jej jedynie w kategoriach historycznych (widać to było wyraźnie na przykładzie nazwisk znanych Japończykom Polaków przywołanych przez wszystkie Panie) wskazuje Tokimasa Sekiguchi w artykule zatytułowanym *Polska znakiem żywotności wyobrażenia historii*. Badając częstotliwość pojawiania się informacji o Polsce w szkolnych podręcznikach do historii powszechnej (11 podręczników wydanych do roku 2003, obejmujących zakres materiału gimnazjum i szkoły średniej), autor stwierdza, że absolwentom japońskich szkół średnich mogą być znani: Mikołaj Kopernik, Fryderyk Chopin, Tadeusz Kościuszko, Maria Skłodowska-Curie, Lech Wałęsa, Róża Luksemburg, Józef Piłsudski, Władysław Gomułka, Kazimierz Wielki czy Wojciech Jaruzelski. Taki dobór postaci historycznych skomentowany został następująco:

Po pierwsze, wyczuwalne jest tu faworyzowanie rewolucjonistów i rewolucji. Lecha Wałęsę, oczywiście, traktują jako rewolucjonistę. Wielka zaś frekwencja jego rywalki (w znaczeniu częstotliwości występowania w podręcznikach – B.M.), Róży Luksemburg, z pewnością zaskakuje niejednych Polaków. Jest ona przywoływana – często nawet ze zdjęciem – jako zamordowana niemiecka rewolucjonistka pochodzenia polskiego (o jej żydowskim pochodzeniu nie wspomina się) przy hasłach II Międzynarodówki i Związku Spartakusa, przy czym często podkreśla się jej postawę pacyfistyczną i antybolszewicką, oczywiście, bez przedstawienia żadnych polskich na nią spojrzeń. Uczniowie więc widzieliby w niej raczej pozytywną figurę. Kolejnym zaskoczeniem jest dla mnie fakt, że w żadnym podręczniku do historii nie znalazłem Jana Pawła II. Jeśli wszystkie podręczniki omawiają ruch Solidarności, skutki i znaczenie jej zwycięstwa, jeśli ponad 70% wymienia nazwisko Wałęsy, to dlaczego nie wspominają o Papieżu? Bardzo to dziwna i niezrozumiała sprawa. Być może jest to przejaw tendencji do unikania wszelkich tematów religijnych w edukacji przed studiami (Sekiguchi 2007).

Z przytoczonych opinii wynika dość jasno, że nie można mówić o stereotypie Polaka wśród Japończyków, bowiem Japończyk, który nie interesuje się szczególnie polską historią, kulturą, sztuką czy gospodarką, nie ma skąd czerpać w ogóle wiedzy na temat wizji Polski, nie mówiąc już o jej miesz-

kańcach. Coś takiego jak stereotyp Polaka w Japonii po prostu nie istnieje. Czy istnieją więc jakiegokolwiek wyobrażenia, czy też obraz Polaków w świadomości Japończyków³?

Grupą, której można zadać pytanie na ten temat, która ma coś do powiedzenia w sprawie polskiej kultury, która wreszcie ma jakiegokolwiek wyobrażenie o Polsce i ma kontakty z Polakami, są studenci polonistyki. Ich kontakty z Polską bywają różne. Znają poszczególne fakty z historii naszego kraju, są zorientowani w kwestiach kulturowych, mieli styczność z Polakami. Różni ich jednakże długość pobytu w Polsce i to kryterium może się okazać znaczące podczas analizy udzielonych przez nich wypowiedzi, gdyż nie wszyscy będą jeszcze w stanie – jak to określa Bartmiński – interpretować rzeczywistość. Pozwolę sobie zatem przedstawić (zwłaszcza w odniesieniu do pierwszej grupy ankietowanych) obraz Polaka, nie próbując nawet nazwać go stereotypem (profesor Sekiguchi mocno po wątpiewa w możliwość istnienia takowego).

Ankieta została przeprowadzona w grupie 36 osób w wieku od 19 do 24 lat, uczących się polskiego od roku do 5 lat, z których część nie była nigdy w Polsce, część bywała kilkakrotnie, lecz przez krótki okres (około miesiąca lub mniej), jest też grupa studentów, która przez rok mieszkała w polskich miastach i studiowała na polskich uniwersytetach. Okres, w którym respondenci przebywali w Polsce, obejmuje lata 2003–2008. Za kryterium różnicujące przyjmuję zatem długość pobytu w Polsce i według tego podziału będę cytować opinie japońskich studentów polonistyki. Studenci biorący udział w badaniu zostali poproszeni o udzielenie odpowiedzi na to, jaki – ich zdaniem – jest Polak i jaki jest Japończyk. Osobno wypisywali cechy Polaków i Japończyków. Nie postawiono żadnych bardziej szczegółowych pytań, by nie sugerować ankietowanym odpowiedzi.

Dla osób, które w Polsce nie były⁴, Polacy przede wszystkim są... wysocy⁵ (na tę cechę wskazuje większość respondentów – zob. tabela 1). Takie postrzeżenie wynika zapewne z autoświadomości niskiego wzrostu większości Japończyków, wysoki wzrost stanowi też element mile widziany⁶ przez stu-

³ Wydaje się, że określenie stereotyp będzie tu za mocne, więc rezygnuję z niego.

⁴ Dane zebrane w czasie badań dołączam jako tabele pod tekstem. Odpowiedzi każdej z ankietowanych grup zostały zebrane w odrębnej tabeli.

⁵ Znowu przyjdzie mi przywołać opinię Profesora Sekiguchiego, który upatruje w tym akurat określeniu wyraźnego wpływu faktu, iż dwie spośród 4 Polek uczących obecnie studentów na TUFU, czyli Grażyna Ishikawa i ja są wysokie (w tej kategorii przeważają bowiem opinie studentów 1 roku).

⁶ Żeby nie powiedzieć: pożądany.

dentów, a zwłaszcza studentki. Poza wysokim wzrostem najczęściej pojawiają się takie określenia, jak sympatyczny i wesoly, czyli pozytywne postrzeganie charakteru Polaków. Japońscy studenci, którzy nie byli jeszcze w Polsce, mają swoje wyobrażenia o wzroście Polaków i o ich wyglądzie. Wielokrotnie pojawiają się opinie, że Polacy, ogólnie rzecz ujmując, są ładni (niektórzy twierdzą, że wręcz piękni), doprecyzowują też, że w Polsce jest dużo ładnych kobiet czy też, że kobiety w Polsce są bardzo piękne. Wiele przypisywanych Polakom cech związanych jest z ich stosunkiem do kraju i do tradycji. Studenci uważają, że Polacy są patriotami, bardzo kochają swój kraj, nie zapominają o historii ojczyzny, pielęgnują tradycje oraz są religijni. Przypisywane im najchętniej cechy charakteru to: otwartość, prostolinijność, szczerść i idące z nimi w parze gościnność oraz hojność. Polacy jawią się jako osoby towarzyskie, gadatliwe, uprzejme (zwłaszcza wobec kobiet), ale też wysportowane i zrelaksowane. Z tego zestawienia wyraźnie wynika wysoka pozycja wizualnej strony oceny Polaków oraz mocno stereotypowa (w zasadzie nieprzekazująca żadnej głębszej oceny czy opinii) wizja charakteru, zaczerpnięta zapewne głównie z przekazów pisemnych czy filmów.

Zdaniem studentów, którzy nie zetknęli się jeszcze z Polakami, nie są oni wolni od wad (choć kilkoro spośród nich uznało, że Polacy wad nie mają, bądź też powstrzymało się od ich podania). Wśród wad największy nacisk japońscy studenci kładą na stronę foniczną zachowania, gdyż postrzegają Polaków jako osoby: hałaśliwe, klótlive, mówiące za szybko (to zapewne wynika ze słabego jeszcze stopnia opanowania języka polskiego). Chwalona otwartość i prostolinijność też może się okazać wadą, kiedy przybiera formę wścibstwa czy zbyt częstego „nalegania”, co dla Japończyków jest trudne do zaakceptowania. Część respondentów ocenia też Polaków jako nudnych i zbyt powolnych. Pojedyncze osoby zauważają, że Polacy nie darzą sympatią Rosjan i Niemców, piją zbyt wiele alkoholu oraz często są smutni. Jeden z respondentów wskazał też na zjawisko, które potwierdza przytoczone wcześniej opinie: „Japończycy nie wiedzą zbyt wiele o Polakach (myślę, że to źle)”.

Drugą grupą studentów, których odpowiedzi poddałam analizie, są osoby przebywające przez pewien czas w Polsce (najczęściej nie dłużej niż miesiąc). Wypowiedzi tej grupy są nieco odmienne od opinii kolegów posiadających o naszym kraju głównie wiedzę podręcznikową. Ich zdaniem Polacy są przede wszystkim weseli, sympatyczni i gościnni (zob. tabela 2). Wskazuje na to większość ankietowanych. Wysoki wzrost wymieniają dopiero na czwartym miejscu, co może dowodzić, że po bezpośrednim kontakcie z przedstawicielami tej nacji, przestali demonizować wzrost jej przedstawi-

cieli (wciąż jednak wskazując go jako zaletę). Wśród najczęściej wymienianych i ocenianych jako pozytywne cech Polaków pojawia się kolejna, która jest wynikiem bezpośredniego kontaktu. Wielu studentów dostrzega, że są rozmowni, a niektórzy posuwają się nawet do określenia Polaków mianem gadatliwych, dopatrując się w tym jednakże cechy pozytywnej (zapewne w porównaniu z małomównymi Japończykami). Wielu ankietowanych wskazuje na wizerunek Polaka jako człowieka uprzejmego (ze wskazaniem też uprzejmości dla obcokrajowców). Jawimy się Japończykom jako ambitni, mili i atrakcyjni fizycznie (Polacy są przystojni, a Polki, co wielokrotnie podkreślają studenci, bardzo ładne). Z opinii studentów rzadziej wyłania się obraz Polaka łagodnego, spokojnego i ciepłego, towarzyskiego, przyjaznego i życzliwego, mądrego, odważnego, opiekuńczego, pracowitego, aktywnego, patriotycznego, katolickiego i wierzącego w Boga (wszystkie te cechy pojawiają się jednak na tyle rzadko, że trudno mówić o jakimkolwiek spójnym wizerunku). Często natomiast pojawia się odniesienie do niezależności Polaków oraz ich bezpośredniości, która w opinii Japończyków przeradza się czasem nawet w natarczywość. Nie bez znaczenia wydaje się wskazanie na talenty, jakimi dysponują Polacy (tej obserwacji nie było w ogóle w opiniach osób, które nie były dotąd w Polsce, a zdaje się dość ciekawa w momencie, kiedy zostaje uogólniona na całe społeczeństwo). Studenci uważają Polaków za utalentowanych w dziedzinie sztuki, zdolnych tworzyć świetne wiersze i filmy, ale też z łatwością uczących się języków obcych. Wśród informacji podanych przez respondentów jako pozytywne znajdziemy opisy tego, co lubią Polacy. Lubią więc: alkohol, imprezować, prowadzić dyskusje, swój kraj i... swoje mamusie!

Najważniejszą i wskazywaną najczęściej cechą negatywną Polaków jest brak punktualności (choć studenci odnotowują, że sklepy otwierane są punktualnie). Zwrócenie uwagi na tę cechę nie dziwi, skoro ankietowanymi są przedstawiciele jednego ze społeczeństw słynących z największej punktualności. Pozostałe wady Polaków można, zdaniem respondentów z tej grupy, zogniskować wokół kilku zagadnień. Dwa najważniejsze to aparycja i głośność. Podobnie jak ankietowani z poprzedniej grupy, wskazują, że Polacy dużo mówią, są hałaśliwi, lubią plotkować, mówią po polsku bardzo szybko i zawsze dyskutują (co dla Japończyków nie jest pozytywne). Spoglądając nieco ironicznie, widzą Polaków jako mężczyzn ogolonych na lyso, z brzuszkami, a Polki jako farbowane blondyny z wydatnymi biustami. Nie przypada im do gustu także fakt, że Polacy za dużo się opalają (Japończycy wręcz obsesyjnie unikają kontaktu ze słońcem) oraz że sprzedawcy się nie uśmiechają. Pojedyncze osoby wskazują także na brak pracowitości Pola-

ków, ich zbyt duże przywiązanie do religii oraz dający się odczuć ogólnie smutek. Niektórym przeszkadza to, że Polacy nie mają świadomości, jakie jedzenie jest pożywne i niskokaloryczne oraz że są czasami zbyt agresywni. Okazuje się, że wadą może być też to, że są optymistyczni!

Studenci z tej grupy zauważyli także, że Polacy nie są tak bogaci jak Japończycy oraz wskazali na konieczność podjęcia przez nich intensywniejszej pracy. Jedna z ankietowanych osób wyraziła też przekonanie:

Myszę, że wielu ludzi w Polsce nie rozumie Japonii i Azji (nie tylko w Polsce, ale w wielu krajach na świecie); niektórzy patrzą na nas i uważają nas za dziwaków.

Trzecia grupa ankietowanych, czyli studenci, którzy przebywali w Polsce przez rok, nie obawia się nie tylko bardziej zdecydowanego sformułowania wizerunku Polaka, ale też często przywołuje poszczególne jego cechy, zestawiając je z cechami Japończyków (zob. tabela 3). Ich opinie nie są już tylko prostym wyliczeniem w postaci przymiotników, ale czymś w rodzaju krótkich komentarzy, z których wylania się obraz Polaka. Jak zatem widzą nas ci, którzy mieli aż rok czasu, by poznać choć część polskiego społeczeństwa? Dostrzegają przede wszystkim to, że Polacy są gościnni i weseli. Dużą wagę przywiązują też do tego, że są znacznie bardziej otwarci i spontaniczni niż Japończycy i te cechy sobie wysoko cenią. Tej grupie respondentów jawimy się też jako sympatyczni, bliscy (łatwo się z nami zaprzyjaźnić), towarzyscy i „wyluzowani (tzn. niezestresowani)”. Po dłuższym pobycie w Polsce dostrzegają też relacje międzyludzkie, które oceniają pozytywnie. Są to przede wszystkim relacje rodzinne i fakt, że Polacy cenią sobie rodzinne ciepło, ale też to, że kobiety mają pierwszeństwo, mężczyźni pomagają żonom częściej niż Japończycy, ale też ogólnie Polacy pomagają ludziom, nie oczekując niczego w zamian i są uprzejmi wobec starszych. Pozytywny wydaje się też studentom fakt, że Polacy lubią żartować i imprezować. Nie mniej ważne jest też, że kochają swój kraj oraz interesują się polityką i każdy ma swoją opinię na ten temat.

Nie przypadł im do gustu – podobnie jak poprzednikom – brak punktualności Polaków⁷. Jako wady widzą kilka spraw związanych z piciem alkoholu. Począwszy od tego, że uważają, iż ogólnie Polacy piją za dużo, poprzez to, że na ulicach można zobaczyć wielu pijaków, aż po fakt, że dolewają alko-

⁷ Po roku pobytu nie było to jednak tak często wymienianą wadą, co mogłoby wskazywać na fakt, że po bliższym poznaniu nie jest tak źle z polską punktualnością, albo też studenci przywykli do punktualności po polsku.

holu innym, nawet jeśli tamci nie chcą już pić (często wiąże się to zachowanie z odbieraniem Polaków jako zbyt natarczywych czy agresywnych). Nie podoba się japońskim studentom także to, że w Polsce dużo studentek pali. Dalej piszą, że sprzedawcy i kelnerzy nie należą do najuprzejmiejszych. Bardzo istotna wydaje się też obserwacja świadcząca o bez trosce i niefrasobliwości, gdyż – zdaniem studentów – Polacy często myślą, że „jakoś to będzie”, nawet wtedy, kiedy sprawa jest pilna i powinni już dokładnie wiedzieć, jak ją rozwiązać, czy zorganizować. Nie bez znaczenia jest też polska ksenofobia i tendencja do narzekania oraz pesymistyczna wizja świata, szczególnie wśród młodych ludzi, którzy nie mają nadziei na dobrą przyszłość w kraju i wyjeżdżają z Polski.

Przyjrzyjmy się teraz autostereotypowi Japończyka (tu już nie obawiam się użyć tego słowa) zaprezentowanemu przez tę samą grupę, czyli studentów polonistyki tokijskiej. Nie zostaje on przytoczony jako wynik badania stereotypu Japończyka, lecz jako ciekawostka, wynikła z dostrzeżenia pewnego rodzaju symetrii. Symetrii widocznej w tym, że odpowiadający konstruowali często swe odpowiedzi na zasadzie przeciwieństw, wskazując, że to, co jest wadą Polaków, jest zaletą Japończyków i odwrotnie (często był to brak jakiejś cechy). Celem tego zestawienia nie jest więc przedstawienie stereotypu Japończyka, lecz wskazanie na zasady konstruowania dwukierunkowego widzenia cech pozytywnych i negatywnych danej nacji. Po zestawieniu wymienionych przez ankietowanych zalet i wad okazało się, że widać wyraźnie dość duże zróżnicowanie ilościowe. Studenci wymienili bowiem aż 55 wad i tylko 37 zalet Japończyków (zob. tabela 4). Zapytany o opinię na ten temat profesor Sekiguchi stwierdził, że takie zestawienie go nie dziwi i zinterpretował to zjawisko, wskazując, że chwalenie się nie należy do dobrego tonu, a przewaga wad jest wyrazem autokrytyki.

Zestawienie zalet Japończyków wymienianych przez nich samych to bardzo ciekawa lektura. Ciekawa już od samego początku, bowiem w żadnym dotychczasowym zestawieniu nie było aż takiej zgodności. Ponad połowa ankietowanych wskazała, że największą zaletą Japończyka jest jego pracowitość. Wymienienie tej cechy przez tak dużą część ankietowanych wskazuje dość wyraźnie, jak mocny jest autostereotyp pracowitego (a może zapracowanego?) Japończyka. Kolejne dwie cechy, które wskazało około 25–30% ankietowanych to punktualność i uprzejmość (nie dziwi już teraz wymienienie niepunktualności Polaków na czele ich wad). Zastanawia jednak rozróżnienie między uprzejmością a grzecznością, która w rankingu zajmuje 4. miejsce. Zastanawia, gdyż nie ma pewności, czy japońscy studenci traktują

uprzejmość i grzeczność synonimicznie, czy też przekładają swoją stereotypową wizję z języka angielskiego, rozróżniając wyraźnie między *kind* i *polite*. Na to pytanie jednak w przeprowadzonej przeze mnie ankiecie nie uzyskałam odpowiedzi.

Jakie zatem, oprócz pracowitości, punktualności, grzeczności i uprzejmości, cechy charakteryzują Japończyka? Można je pogrupować w zbiory odnoszące się do kilku sfer życia. Konsekwencją wymienienia na pierwszym miejscu pracowitości, a zaraz za nią punktualności, zdaje się wskazanie na to, że Japończycy są pilni, dokładni i dobrze pracują. Widzą samych siebie też jako spokojnych, poważnych, odpowiedzialnych, ambitnych i nieszczędzących wysiłku, by realizować swoje cele oraz chętnych do współpracy. Tym ostatnim cechom odpowiada także wskazanie zdyscyplinowania jako jednej z zalet Japończyków.

Drugim kręgiem, w którym można zgrupować japońskie zalety, jest – nazwijmy rzecz ogólnie – powierzchowność. I tu także widać konsekwencję tego, że większość ankietowanych widzi Japończyków jako grzecznych i uprzejmych. Kolejne cechy, które się pojawiają, wskazują na to, że są oni także sympatyczni, mili, przyjaźni, uśmiechnięci, weseli, życzliwi i lubią rozmawiać z przyjaciółmi. Widzą siebie jako ciekawych świata, elastycznych i twórczych. Zestaw ten stoi jednakże w pewnej opozycji wobec wskazanych przez innych ankietowanych zalet, jakimi są nieokazywanie emocji i to, że Japończycy są zamknięci w sobie. Jak widać, dla respondentów różne cechy stanowią zalety przedstawicieli ich nacji. Do zgrupowanych wokół powierzchowności zalet dodać należy podkreślane przez kilkoro ankietowanych to, że Japończycy bardzo dbają o siebie i są czysti.

Stereotypowy Japończyk jest też, zdaniem studentów, bogaty, stechnicyzowany, nie ingeruje w życie prywatne innych, je dużo ryżu i jest niski (w tym wypadku poczytywane to jest za zaletę). Ogólnie rzecz biorąc, ma dobry charakter, ale ponieważ jest przy tym skromny, więc się tym nie chwali.

Japońskie wady, których – jak już wiemy z zestawienia ilościowego – jest znacznie więcej niż zalet, można także zgrupować w kilku kręgach. Co zaskakujące, w wielu przypadkach okaże się, że te same cechy, które pojedynczy respondenci byli skłonni uważać za zalety, większość uznaje za wady.

Kiedy zastanawiałam się, jaka cecha będzie dominującą – zdaniem moich studentów – wadą, byłam w stanie wyobrazić sobie różne odpowiedzi. Okazało się jednak, że moje wyobrażenia były kompletnie chybione. Największą wadą bowiem jest dla nich to, że Japończycy są... niscy oraz, ogólnie rzecz

biorąc, negatywnie nastawieni do różnych spraw. Dopiero w tym momencie zrozumiałam, dlaczego największą zaletą Polaków, czy jedną z większych zalet, był ich wysoki wzrost.

Kolejne, najczęściej pojawiające się wady zdają się wzajemnie wykluczać, bowiem dla wielu ankietowanych jedną z większych wad Japończyka jest jego nerwowość, a dla innych jego nadmierny spokój. Wielu wskazuje jako cechy negatywne te, które kilkoro wymienilo jako zalety. Często pojawia się jako wada to, że Japończycy nie mówią wprost tego, co myślą, więc trudno dowiedzieć się, o czym myśli Japończyk (zauważają jednak, że dla Japończyków to nie jest problem, bo są przyzwyczajeni do tego i mogą się domyślać, co myślą inni), nie okazują emocji i ukrywają swoje prawdziwe uczucia.

W przeciwieństwie do tych, którzy uznali, że największą zaletą jest pracowitość, część widzi w tym wadę i uważa, że Japończycy pracują za dużo, czasem chorują wskutek przepracowania. Punktualność (niektórzy wskazują wręcz, że nadmierna) także jest uznawana przez część respondentów za wadę. Nie wszyscy też widzą Japończyków jako sympatycznych i towarzyskich, częstokroć wskazując te cechy w opozycji do pozytywnych cech Polaków.

Pozostałe wady wskazane przez studentów można również zestawić w pewne zbiory. Jedną z wyraźniejszych jest egoizm rozumiany na różne sposoby. Respondenci uważają, iż Japończycy dbają o siebie, nie o społeczeństwo i nie interesują się innymi, a czasem są także nietowarzyscy dla obcych, co wynika z ich braku otwartości. Nie podoba im się także fakt, że nie pomagają starszym, są zdystansowani, zamknięci w sobie, za bardzo przejmują się tym, co inni o nich myślą i zawsze oczekują czegoś od kogoś. Egoizm rozciąga się nie tylko na sferę kontaktów międzyludzkich, ale także sięga obszarów kultury. Ankietowani uznali bowiem, że Japończycy nie są dumni z kultury Japonii i nie szanują jej tradycji. Co za tym idzie, są skłonni uwielbiać kraje Zachodu, nie dbając o Azję. Niewielu Japończyków interesuje się polityką i szczególnie młodzi ludzie nie mają swojego zdania na temat polityki czy przyszłości kraju, często są właśnie zbyt zamerykanizowani (choć bywają nietolerancyjni w stosunku do obcych). Jako wadę widzą też studenci to, że Japończycy nie wyznają żadnej religii.

Drugim obszarem, wokół którego skupiają się japońskie wady, jest wizja, którą umownie można by określić jako: Japończyk-nudziarz. Pojawiają się bowiem określenia Japończyka jako biernego, nieaktywnego, niedynamicznego, nieambitnego, nie za dobrego w logicznym myśleniu i nieciekawego. Z drugiej strony cechą negatywną jest też to, że ci pozornie nieaktywni i zamknięci w sobie ludzie bywają ciekawscy i wścibscy.

Z opinii respondentów wynika, że nie najlepiej też sobie radzą na płaszczyźnie komunikacyjnej, gdyż po pierwsze są cisi, nieśmiali, skromni, wstydliwi (niektórzy użyli określenia „wstrzemięźliwi”, po drugie, nadmiernie przepraszają za wszystko, a po trzecie, nie dają konkretnych odpowiedzi, nie dyskutują i nie mówią „nie”.

Wad dopatrywano się także w cechach wynikających z nadmiernego rozwoju cywilizacji, bowiem wskazano, że Japończycy są zbyt stechniczowani, zwykle się śpieszą, są zestresowani, a wielu ludzi ma problemy z żołądkiem (oczywiście są zbyt pracowici, co jak pamiętamy, zostało uznane przez większość za najważniejszą zaletę). Jako wadę wskazali także to, że ich rodacy są zbyt ekskluzywni, co przejawia się w umiłowaniu wszystkiego, co markowe, firmowe i zaprojektowane przez najbardziej znanych projektantów.

Pojawiła się też grupa wad związanych z aparycją (jak już wiemy, największą z nich jest niski wzrost), ale wadą może być też to, że wiele osób nosi okulary oraz to, że kobiety udają aniołki, którymi faktycznie nie są.

Repertuar wad uzupełniają takie cechy jak tchórzliwość, zdyscyplinowanie, wrażliwość czy też zbyt duża delikatność. Ciekawą wadą wydaje się też chęć grupowania się, przynależności do grupy (choć, jak sami ankietowani stwierdzają, może to być też zaletą).

Zebrałe materiały pozwoliły na przeprowadzenie kilku obserwacji, które mogą choć w małej części oddać wizerunek Polaka i jego funkcjonowanie w świadomości konkretnej grupy Japończyków. Być może, wraz ze wzrostem kontaktów handlowych i kulturalnych, pojawi się wizerunek Polaka wśród ogółu Japończyków, jednak zanim (jeśli w ogóle) powstanie jakikolwiek stereotyp, musi minąć jeszcze wiele czasu.

Tabela 1. Cechy Polaków. Studenci, którzy nie byli dotąd w Polsce. Liczba ankietowanych: 13 osób, w tym 6 kobiet, 7 mężczyzn. Czas nauki języka polskiego: 12 osób – 1. rok studiów, 1 osoba – 4. rok studiów⁸.

zalety Polaków	wady Polaków	uwagi
<ul style="list-style-type: none"> – wysocy 6 – sympatyczni 3 – ładni 2 – weseli 2 – bardzo kochają swój kraj – dużo ładnych kobiet – gadatliwi – gościnni 	<ul style="list-style-type: none"> – hałaśliwi – klótlivi – nie lubią Rosjan i Niemców – mówią szybko – nudni – piją zbyt wiele alkoholu – powolni – smutni 	<ul style="list-style-type: none"> – Japończycy nie wiedzą zbyt wiele o Polakach (myślę, że to źle)

⁸ Cyfra umieszczona po danym określeniu oznacza liczbę respondentów, którzy udzielili tej samej odpowiedzi.

zalety Polaków	wady Polaków	uwagi
<ul style="list-style-type: none"> – hojni – kobiety w Polsce są bardzo piękne – nie zapominają o historii ojczyzny – otwarci – patriotyczni – piękni – pielęgnują tradycje – prostolinijni – religijni – szczerzy – towarzyscy – utalentowani artystycznie – uprzejmi – uprzejmi wobec kobiet – wysportowani – zrelaksowani 	<ul style="list-style-type: none"> – wścibscy – zbyt często nalegają – zbyt powolni 	

Tabela 2. Cechy Polaków. Studenci, którzy byli w Polsce krótko, do miesiąca. Liczba ankietowanych: 18 osób, w tym 17 kobiet, 1 mężczyzna. Czas nauki języka polskiego: 5 osób – 1. rok studiów, 10 osób – 2. rok studiów, 2 osoby – 3. rok studiów, 1 osoba – 4. rok studiów.

zalety Polaków	wady Polaków	uwagi
<ul style="list-style-type: none"> – weseli 8 – sympatyczni 6 – gościnni 4 – wysocy 3 – lubią rozmawiać 3 (z kolegami / z ludźmi / z przyjaciółmi i rodziną) – uprzejmi 3 – ambitni 2 – mili 2 – przystojni 2 / ładne 3 (Polacy przystojni, Polki bardzo ładne / Polki są bardzo ładne) – aktywni – bardzo uprzejmi dla obcokrajowców – bezpośredni, nawet nieco natarczywi – ciepłi 	<ul style="list-style-type: none"> – niepunktualni 5 (ale sklepy są otwierane bardzo punktualnie) – dużo mówią – hałaśliwi – kobiety – farbowane blondyny z wydatnymi biustami – lubią plotkować – mężczyźni ogoleni na lyso, z brzuszkami – mówią po polsku bardzo szybko – nie mają świadomości, jakie jedzenie jest pożywne i niskokaloryczne – niepracowici – optymistyczni – są za mocni – smutni – sprzedawcy się nie uśmiechają 	<ul style="list-style-type: none"> – nie tak bogaci, jak Japończycy – myślę, że wielu ludzi w Polsce nie rozumie Japonii i Azji (nie tylko w Polsce, ale w wielu krajach na świecie); niektórzy patrzą na nas i uważają nas za dziwaków

zalety Polaków	wady Polaków	uwagi
<ul style="list-style-type: none"> – duże poczucie niezależności – gadatliwi – katolicycy – kochają swoje mamusie – lubią alkohol – lubią imprezować – lubią prowadzić dyskusje – lubią swój kraj – łagodni – mądrzy – odważni – opiekuńczy – patriotyczni – pracowici – przyjaźni – spokojni – talent do opanowywania języków obcych – talent do sztuki – towarzyscy – tworzą świetne wiersze i filmy – wierzą w Boga – życzliwi 	<ul style="list-style-type: none"> – trochę agresywni – za dużo opalają się – zawsze dyskutują – zbyt przywiązani do religii 	

Tabela 3. Cechy Polaków. Studenci, którzy byli w Polsce rok. Liczba ankietowanych: 5 osób, w tym 4 kobiety, 1 mężczyzna. Czas nauki języka polskiego: wszyscy – 4. rok studiów.

zalety Polaków	wady Polaków	uwagi
<ul style="list-style-type: none"> – gościnni 3 – weseli 3 – otwarci 2 i spontaniczni w porównaniu z Japończykami – sympatyczni 2 – bliscy – cenią rodzinne ciepło – interesują się polityką i każdy ma swoją opinię na ten temat – kochają swój kraj – lubią imprezować – łatwo można się z nimi przyjaźnić – mężowie pomagają żonom częściej niż Japończycy 	<ul style="list-style-type: none"> – dolewają alkoholu innym, nawet jeśli tamci nie chcą już pić, dużo pijaków (np. na ulicy) – dużo studentek pali – ksenofobia – myślą, że „jakoś to będzie”, nawet wtedy, kiedy sprawa jest pilna i powinna być już załatwiona – narzekają dużo – niepunktualni – pesymistyczni (czasami), szczególnie młodzi ludzie nie mają nadziei na dobrą przyszłość w kraju i wyjeżdżają z Polski – nieuprzejmi sprzedawcy lub 	

zalety Polaków	wady Polaków	uwagi
<ul style="list-style-type: none"> – pierwszeństwo dla kobiet – pomagają ludziom, nie oczekując niczego w zamian – towarzyscy – uprzejmi wobec starszych – wyluzowani (tzn. niezestresowani) 	<ul style="list-style-type: none"> kelnerzy – piją za dużo (czasami) 	

Tabela 4. Cechy Japończyków. Liczba ankietowanych: 36 osób, w tym 27 kobiet, 9 mężczyzn. Wiek: 18–24.

zalety Japończyków	wady Japończyków	uwagi
<ul style="list-style-type: none"> – pracowici 19 – punktualni 9 – uprzejmi 8 – grzeczni 5 – spokojni 3 – poważni 3 – chętni do współpracy 2 – sympatyczni 2 – pilni 2 – ambitni – bardzo dbają o siebie – bogaci – ciekawi świata – czysti – dobrze pracują – dokładni – elastyczni – lubią rozmawiać z przyjaciółmi – mają dobre charaktery – mili – nie ingerują w prywatne życie innych – nie okazują emocji – nie szcędzą wysiłku, by realizować swoje cele – niscy – odpowiedzialni – troskliwi – twórczy – podejmują wysiłek – przyjaźni – skromni – techniczowani 	<ul style="list-style-type: none"> – niscy 4 – negatywnie nastawieni do świata 4 – zbyt spokojni 4 – nerwowi 3 – nie mówią wprost, co myślą 3 (dla Japończyków to nie jest problem, bo są przyzwyczajeni do tego i mogą się domyślać, co myślą inni) – nie okazują emocji 3 / ukrywają swoje prawdziwe uczucia (nie wyrażają uczuć) – nietowarzyscy 2 (nie tak, jak Polacy) – zbyt dużo pracują 2, aż do rozchorowania się – bierni 2 – ciekawscy – nieambitni 2 – punktualni 2 (za bardzo!!!) – cisi – czasem nietowarzyscy dla obcych – dbają o siebie, nie o społeczeństwo – kobiety udają aniolki – mało Japończyków interesuje się polityką i szczególnie młodzi ludzie nie mają swojego zdania na temat polityki czy przyszłości kraju – nadmiernie przeproszący za 	<ul style="list-style-type: none"> – jedzą dużo ryżu

zalety Japończyków	wady Japończyków	uwagi
<ul style="list-style-type: none"> – uśmiechnięci – weseli – zdyscyplinowani; – zamknięci w sobie – życzliwi 	<ul style="list-style-type: none"> wszystko – nie dają konkretnych odpowiedzi – nie dyskutują – nie interesują się innymi – nie komunikują się dobrze – nie mówią „nie” – nie pokazujemy, co naprawdę myślimy, więc trudno dowiedzieć się, o czym myśli Japończyk – nie są dumni z kultury i tradycji Japonii – nie są otwarci – nie pomagają starszym – nie szanują tradycji – nie wyznają żadnej religii – nie są dobrzy w logicznym myśleniu – nieaktywni – nieciekawi – niedynamiczni – niesympatyczni – nieśmiali – nietolerancyjni w stosunku do obcych, ale lubią amerykańską kulturę – pracowici – skłonni uwielbiać kraje Zachodu, nie dbając o Azję – tchórzliwi – skromni – w okularach – wrażliwi – wstrzemięźliwi – wstydlivi – wścibscy – zawsze się grupują / lubią należeć do grupy / często chcą być z innymi (co też może być zaletą) – zdyscyplinowani – zdystansowani – za bardzo przejmują się tym, 	

zalety Japończyków	wady Japończyków	uwagi
	co inni o nich myślą – zamknięci w sobie – zawsze oczekują czegoś od kogoś – zbyt delikatni – zbyt techniczowani – zbyt zamerykanizowani – zestresowani (dużo ludzi ma problemy z żołądkiem) – zwykle się spieszą – Japończycy są ekskluzywni (lubią rzeczy markowe i znanych projektantów)	

Literatura

- Bartmiński J., 1998, *Podstawy lingwistycznych badań nad stereotypem – na przykładzie stereotypu „matki”*, w: *Język a Kultura*, t. 12, Wrocław, s. 63–83.
- ISJP – Bańko M., red., 2000, *Inny słownik języka polskiego*, Warszawa, t. 2.
- Sekiguchi T., *Polska jest przede wszystkim historyczna*, wystąpienie wygłoszone w czasie VII Międzynarodowej Konferencji Naukowej Stowarzyszenia „Bristol” Polskich i Zagranicznych Nauczycieli Kultury Polskiej i Języka Polskiego jako Obcego: *Dydaktyka języka polskiego jako obcego u progu XXI wieku – w poszukiwaniu nowych rozwiązań*, Kraków 17–19 maja 2007.
- Sowińska-Mitsui R., *Polacy w Japonii*, <http://www.wspolnota-polska.org.pl/>
- Tambor J., 2006, *Mowa Górnoszlązaków oraz ich świadomość językowa i etniczna*, Katowice.

Barbara Morcinek od 2000 r. współpracuje ze Szkołą Języka i Kultury Polskiej Uniwersytetu Śląskiego, obecnie jest wykładowcą goszczonym na polonistyce Tokijskiego Uniwersytetu Studiów Międzynarodowych (Japonia). W kręgu jej zainteresowań znajdują się polska literatura współczesna i romantyczna oraz problemy kulturowe Górnego Śląska. Głównym kierunkiem jej badań jest obecnie nauczanie języka polskiego jako obcego. Jest współautorką podręcznika *Polski mniej obcy. Podręcznik do nauki języka polskiego dla średnio zaawansowanych* (Katowice 2007, wraz z A. Madeją).