

Aleksandra PAWLIK

Łódź

Jak piszą o mieszkańcach Republiki Czeskiej polscy dziennikarze? – o profilowaniu wizerunku Czechów w dyskursie internetowym wybranych rozgłośni z obszaru Górnego Śląska

Keywords: Linguistics, internet discourse, stereotype, radio,

Słowa kluczowe: Lingwistyka, dyskurs internetowy, stereotyp, radio

Abstract

The article focuses on determining how Czech's stereotypical features are present in public discourse on the internet pages of selected broadcasting radio stations. Analysis of the material has been preceded by an attempt of reconstructing the basic stereotype of the Czech which functions in the consciousness of the Poles. The basis for this part of the study are dictionary sources, sociological works, as well as ethnolinguistic. 36 internet articles published in 2013 have been analysed from the linguistic point of view. All of them have been published on the websites of four radio stations broadcasting in the area of Higher Silesia: Radio Opole, Radio Bielsko, Antyradio and Radio Aniol Beskidów.

Artykuł ma na celu ustalenie, w jaki sposób cechy stereotypowe wizerunku Czecha są obecne w dyskursie publicznym, prowadzonym na łamach stron internetowych wybranych rozgłośni radiowych. Analiza materiału poprzedzona została próbą zrekonstruowania bazowego stereotypu Czecha, funkcjonującego w świadomości społecznej Polaków. Podstawę opracowania tej części zagadnienia stanowią źródła leksykograficzne, a także prace socjologiczne oraz etnolingwistyczne. Analizie językowej poddane zostały dane tekstowe – 36 artykułów internetowych, opublikowanych w 2013 roku na stronach czterech stacji radiowych, nadających na terenie Górnego Śląska: Radia Opole, Radia Bielsko, Antyradia oraz rozgłośni Radio Aniol Beskidów.

Od wieków w świadomości Polaków funkcjonują rozmaite cechy składające się na wizerunek naszych sąsiadów zza południowej grani-

cy. Wiele z nich do dnia dzisiejszego przekazywanych jest z pokolenia na pokolenie i tworzy polski stereotyp mieszkańca Republiki Czeskiej. Celem niniejszego artykułu jest ustalenie, w jaki sposób cechy stereotypowe wizerunku Czecha są obecne w dyskursie publicznym, prowadzonym na łamach stron internetowych wybranych rozgłośni radiowych. Analiza językowa zostanie poprzedzona próbą zrekonstruowania obecnego w świadomości społecznej bazowego stereotypu Czecha. Umożliwi to pełniejsze zbadanie relacji między cechami utrwalonymi w świadomości społecznej i językowej Polaków a charakterystykami Czecha, wyłaniającymi się z dyskursu publicznego. Bazowy stereotyp Czecha próbuję zrekonstruować w oparciu o dane systemowe, zebrane na podstawie źródeł leksykograficznych¹. Wnioski płynące z analizy tych danych uzupełniam charakterystyką stereotypu narodowościowego Czechów, przygotowaną na podstawie dostępnych badań i opracowań socjologicznych oraz etnolingwistycznych.

Analizę relacji stereotypu bazowego wobec wizerunku ujawniającego się w dyskursie publicznym przeprowadzam na podstawie danych tekstowych – artykułów zamieszczonych na stronach internetowych wybranych rozgłośni radiowych. Warto zaznaczyć, że zgodnie z tendencjami wykształcającymi się w polskich mediach pod wpływem postępującego procesu konwergencji różnych form komunikacji², treści zamieszczane w Internecie są przygotowywane na podstawie materiałów antenowych, najczęściej przez tych samych dziennikarzy, którzy przygotowują materiały antenowe. Można zatem uznawać je za równoprawną w stosunku do emisji antenowej formę

¹ Materiał został zebrany na podstawie 23 źródeł leksykograficznych, wśród których znalazły się ogólne słowniki języka polskiego, słowniki etymologiczne, słowniki frazeologiczne, słowniki wyrazów bliskoznacznych oraz słownik geograficzny.

² Konwergencja to zjawisko polegające m.in. na przepływie treści między różnymi mediami. Wiąże się z postępującą współpracą nadawców w zakresie wymiany treści i pomysłów, a skutkuje zwiększoną migracją odbiorców między mediami (Jenkins 2007, s. 20)

wypowiedzi dziennikarzy radiowych. Temat Republiki Czeskiej i jej mieszkańców szczególnie często pojawia się w tekstach informacyjnych publikowanych na stronach polskich rozgłośni, obejmujących zasięgiem nadawania część obszaru polsko-czeskiego pogranicza. Dlatego analizie językowej poddanych zostanie 36 artykułów internetowych, opublikowanych w 2013 roku na stronach czterech stacji radiowych, nadających na terenie Górnego Śląska: Radia Opole, Radia Bielsko, Antyradia oraz rozgłośni Radio Anioł Beskidów. Wybrane rozgłoszenie są zróżnicowane pod względem formy własności oraz zasięgu nadawania, co ma wpływ na profil przekazu radiowego i charakter emitowanych treści³.

Dla potrzeb podjętej analizy przyjmuję, że stereotyp jest „rodzajem potocznej konceptualizacji rzeczywistości”, dlatego uzasadnione metodologicznie jest „podjęcie próby rekonstrukcji profilowania jako tekstotwórczej procedury formowania wariantów bazowego wyobrażenia na poziomie dyskursu” (Bartmiński, Lappo, Majer-Baranowska 2007, s. 263). Z kolei profilowanie jest „subiektywną (tj. mającą swój podmiot) operacją językowo-pojęciową, polegającą na swoistym kształtowaniu obrazu przez ujęcie go w określonych aspektach (podkategoriach, fasetach)” (Bartmiński, Niebrzegowska 1998, s. 212). Jest zatem procesem formowania wariantów wyobrażenia, obecnego w tradycji. Pamiętając, że „różne profile nie są różnymi znaczeniami, są sposobami organizacji treści semantycznej wewnątrz znaczeń” (Bartmiński, Niebrzegowska 1998, s. 220), próbuję określić, jakie profile Czecha powstają w dyskursie publicznym w wyniku operacji dokonywanych na stereotypie bazowym.

³ Radio Opole jest regionalną rozgłośnią Polskiego Radia S.A., a zatem reprezentuje nadawcę publicznego, Radio Bielsko to lokalna rozgłośnia prywatna z siedzibą w Bielsko-Białej, która cieszy się wysoką słuchalnością wśród mieszkańców dawnego województwa bielskiego. Antyradio to popularna komercyjna rozgłosnia regionalna o profilu muzycznym, realizująca rzadki w Polsce format *Alternative rock*, posiadająca siedziby w Warszawie, Krakowie i Katowicach. Z kolei Radio Anioł Beskidów jest nadawcą społecznym, rozgłośnią katolicką, nadającą na terenie diecezji bielsko-żywieckiej.

1. Stereotyp narodowościowy Czecha

Stereotyp narodowościowy jest pojęciem definiowanym na gruncie wielu nauk, jednak wspólnym elementem tych eksplikacji jest postrzeganie stereotypu jako utrwalonego w kulturze uogólnionego wizerunku, zawierającego zestaw cech uznanych przez mieszkańców innego kraju za typowe dla danej narodowości. Jedną z podstawowych cech stereotypu jest powierzchowność zawartej w nim treści. Stereotypy narodowe – jak zauważają Jan Berting i Christiane Villain-Gandossi – „pomagają wyrazić i określić podstawowe cechy narodu, których jako produktów życia społecznego nie można potwierdzić faktami” (Berting, Villain-Gandossi 1995, s. 19). Ujęcie stereotypowe, przez swoją ogólnikowość, często nie zgadza się w detalach ze stanem faktycznym lub osobistymi doświadczeniami jednostek. Rozumowe czy faktograficzne uzasadnienie sądów stanowiących podstawę określonych cech badanego zjawiska nie jest jednak istotą stereotypu. Pierwszoplanową rolę odgrywają tu reakcje emocjonalne, często nie poparte osobistym kontaktem z przedstawicielami drugiego narodu. Jak zaznacza Dorota Piontek,

[...] o stereotypie można mówić wtedy, gdy określone emocje, postawy i oceny są reakcją nie na własne doświadczenia, lecz na słowo-nazwę wywołujące te zjawiska (Piontek 1995, s. 22).

Choć stereotypy nie są wolne od pewnych nieścisłości, a nawet przekłamań, nadal pozostają silnie osadzone w świadomości społecznej, odgrywają także istotną rolę w języku, literaturze i sztuce (Bartmiński, Lappo, Majer-Baranowska 2007, s. 107). Są wręcz potrzebne tworzącemu je narodowi. Jak zaznacza Mirosław Zdulski w swoim artykule poświęconym związkom polsko-czeskim, stereotypy narodowe:

[...] służą członkom społeczności narodowej jako wspólne, gotowe układy odniesienia, wzmacniają więzi między członkami społeczności, pozwalają ukazać różnice między *naszą* a *obcą* społecznością, w sytuacji kryzysu służą kreacji *kozła ofiarnego*, mogą przyczynić się do okazywania lojalności bądź wykluczenia osób ze społeczności (Zdulski 2000, s. 132).

Względna stałość stereotypu w czasie nie oznacza jednak, że schemat postrzegania danego narodu pozostaje całkowicie niezmienny na przestrzeni dekad. Odmienna może być – jak piszą Jan Berting i Christiane Villain-Gandossi – ocena cech przypisywanych danemu narodowi w ramach stereotypu w różnych momentach historycznych.

Zależnie od specyficznych okoliczności tę samą cechę można uznać za „dobrą” w jednym okresie, a za „złą” w innym [...] (Berting, Villain-Gandossi 1995, s. 22).

W przypadku relacji polsko-czeskich jednym z najistotniejszych czynników różnicujących obraz Czechów w oczach Polaków na przestrzeni wieków było oddziaływanie czeskiego języka i piśmiennictwa na polszczyznę. Przyglądając się przeprowadzonym z tej perspektywy badaniom Teresy Zofii Orłoś, można powiedzieć, że stereotyp Czecha w Polsce przez zdecydowaną większość okresów historycznych pozostawał pozytywny. Wynikało to z dominacji czeskiego języka i literatury nad tradycją polską, co zaowocowało wieloma zapożyczeniami w sferze języka oraz czerpaniem wzorców artystycznych (Orłoś 1996, s. 1–10). Wzajemnym pozytywnym stereotypom narodowym kres położył dopiero wiek XIX, gdy oba narody znalazły się pod panowaniem Habsburgów. Ten negatywny obraz utrwaliły obie wojny światowe, jak pisze Antoni Kroh:

[...] pierwsza – wywołała szereg poważnych sporów granicznych i utrwaliła „zdradziecki” wizerunek Czecha, druga – zbudowała wizerunek naszego sąsiada jako człowieka niezdolnego do uczuć wyższych, który godzi się nawet na hitlerizm, aby tylko ocalić własną skórę i jeszcze na tym zarobić (Kroh 1995, s. 46).

Trudny wiek XX odzwierciedlił się szczególnie negatywnie we wzajemnym wizerunku obu narodów na obszarze polsko-czeskiego pogranicza. Po dramatycznych wydarzeniach lat 1918–1920 obraz Czechów w oczach mieszkających na terenie Śląska Zaolziańskiego Polaków, zwanych Zaolziakami, był zdecydowanie negatywny. Krzysztof Nowak pisze:

Już od samej chwili zajęcia Zaolzia przez Czechosłowację ukształtował się [...] wśród Zaolziaków, mający historyczne podłoże, negatywny obraz Czecha na tym terenie jako „przywędrowalca”, „przybłądy” i „hraniczarza”, który poprzez swoją anty-

polską działalność, jako element obcy, stał się z czasem powszechnie używanym przez Polaków stereotypem (Nowak 1999, s. 56–57).

Dało to początek wzajemnym animozjom, które przybierały na sile podczas kolejnych napięć na pograniczu⁴.

Przez długi czas problem stereotypów na pograniczu polsko-czeskim pozostawał jednak ukryty. Oficjalnie zaistniał dopiero po 1989 roku, gdy przestały obowiązywać dekrety o przyjaźni między narodami, wydawane przez socjalistyczne władze państwowe. Na początku lat dziewięćdziesiątych, po przemianie systemowej, nastawienie Polaków do Czechów zaczęło ulegać zmianie. Wyjaśnia to Marek Głowacki, zauważając, że po roku 1989 wielu Polaków wykorzystywało różnice cen i przybywało nad czeską granicę w poszukiwaniu towarów, głównie spożywczych. Kontakty handlowe umożliwiły łamanie barier między Polakami i Czechami, a także zaowocowały zainteresowaniem językiem sąsiadów (Głowacki 2007, s. 112). Tę zmianę stosunku Polaków do Czechów poświadczają badania ankietowe, przeprowadzone przez B. Wilską-Duszyńską dwukrotnie – raz w roku 1975, następnie w 1992. W pierwszej ankiecie cechy wymieniane przez respondentów były zdecydowanie ujemne, dominowała fałszywość, brak życzliwości wobec Polaków oraz tchórzliwość (Wilska-Duszyńska 1975, s. 52). Wyniki ankiet przeprowadzonych w 1992 roku pokazały Czechów przede wszystkim jako ludzi miłych i sympatycznych. Spośród nielicznych cech negatywnych wymieniano wówczas skłonność do nacjonalizmu, egoizm, brak kultury oraz zamiłowanie do picia piwa (Wilska-Duszyńska 1992, s. 75).

W latach 90. stereotypowy obraz Czechów można określić jako pozytywny, choć zarazem wewnętrznie zróżnicowany. Teresa Zofia Orłoś pisała, że obecnie Polacy mają dwa stereotypy Czechów:

Dawny stereotyp o wyższej czeskiej kulturze i pięknej czeszczyźnie się nie utrzymał. Polacy obecnie szanują rozważę Czechów, ich pracowitość, zaradność i oszczędność (Orłoś 1996, s. 8).

⁴ Relacje między polską i czeską grupą etniczną na pograniczu w układzie chronologicznym szczegółowo omawia Ondřej Felcman (2009).

Pewną ambiwalencję w postrzeganiu Czechów ukazały również etnolingwistyczne badania przeprowadzone przez Jerzego Bartmińskiego. Ankiety przeprowadzone wśród studentów czterech uczelni wyższych w Lublinie pokazały, że Czech jest najbardziej wesoły, tolerancyjny i łagodny oraz najbardziej ustępliwy i uległy spośród wszystkich badanych narodowości. Wiele cech szczegółowych Czech dzieli ze Słowakiem, choć jest od niego bardziej wesoły, spokojny i zamożny oraz mniej religijny, odważny i niezależny (Bartmiński 1995, s. 264–265).

Jak pokazują ustalenia Bartmińskiego, większą przychylność wobec Czechów wykazywali w latach 90. młodzi Polacy. Wnioski te zasadniczo zostały potwierdzone w badaniach przeprowadzonych w 2012 roku przez Mieczysława Balowskiego wśród studentów z Poznania, Opola i Raciborza. Jako cechy charakteryzujące Czechów młodzi ludzie także wymienili wesołość, łagodność, zamiłowanie do alkoholu, ustępliwość i uległość, choć cechy te uwidoczniły się w wypowiedziach badanych z innym natężeniem niż w ankietach Bartmińskiego (Balowski 2012, s. 77).

Również z badań, przeprowadzonych przez Jana Roga na początku XXI wieku, wynika, że młodsza grupa dostrzega więcej cech pozytywnych, jest też bardziej otwarta na współpracę i wymianę handlową z Czechami niż grupa respondentów 50+. Badania J. Roga ukazują, że w pierwszej dekadzie XXI wieku obraz Czechów w oczach Polaków pozostaje ambiwalentny. Respondenci wymieniali porównywalnie wiele cech negatywnych i pozytywnych. W pierwszej grupie mieści się obraz Czecha jako „pepika ze swoim śmiesznym językiem, który nigdy nie potrafi się buntować i któremu brak honoru” (Róg 2001, s. 43). Zdaniem badanych, Czesi są także tchórzliwi i ulegli, o czym świadczy ich zachowanie podczas II wojny światowej. Cechuje ich również negatywne nastawienie do innych narodów, także do Polaków. Jako trzecia najczęściej podawana w ankiecie cecha negatywna pojawiła się fałszywość, często skorelowana z interesownością (Róg 2001, s. 44). Zdaniem drugiej części ankietowanych, Czesi to naród spokojny, kojarzony przede wszystkim z piwem i knedlami.

Niektórzy twierdzą także, że w Czechach pogoń za pieniądzem jest znacznie mniej istotna niż w Polsce, co z kolei pozostaje w sprzeczności ze wskazywaną przez innych respondentów interesownością (Róg 2001, s. 45).

W opinii wielu Polaków uosobieniem cech Czechów jest Józef Szwejk. To bohater, który nie dzięki swojej waleczności, lecz raczej sprytowi, umiejętności dystansowania się do trudnych sytuacji, a nawet obracania ich w absurd, potrafi wyjść obronną ręką z największej nawet opresji. Sugestywnie opisuje tę postać Edmund Lewandowski:

[...] nie chciał walczyć, a tym samym zginąć, ale spokojnie podporządkował się losowi, ponieważ rozumiał konieczność historyczną. Wydawało się, że jest idiotą, lecz w służbie u porucznika Lukasa i kapelana połowego feldkurata Katza wykazał się dużym sprytem. Był inteligentniejszy i uczciwszy od swoich przełożonych. Wszelkie rozkazy, jak Dyl Sowizdrzał, wykonywał dosłownie, ukazując często ich bezsens. Nie wiedziano, czy kpi sobie, czy jest beznadziejnie głupi (Lewandowski 2004, s. 344–345).

Wydaje się, że współczesny stereotyp Czecha jest zasadniczo pozytywny. Zaskakująco jednoznacznie pozytywny obraz Czechów przedstawił również Mariusz Szczygieł w swej eseistycznej książce *Zrób sobie raj*. Jednak, jak wykazuje w swoich badaniach Elżbieta Szczepańska, autor celowo i – jak sam przyznaje we wstępie do swojej publikacji – stronniczo ukazuje negatywne cechy Czechów w bardziej korzystnym świetle (Szczepańska 2013, s. 294–296). Wskazywałyby na to wyniki badań, systematycznie prowadzonych przez CBOS. Okazuje się, że Czesi już od dwóch dekad, cieszą się największą sympatią Polaków spośród wszystkich grup etnicznych. Przychylność dla tego narodu w 2013 r. deklaruje 51% badanych⁵. Wyniki uzyskane w poprzednich latach (np. w 1993 roku – 38%, w 1999 – 45%, w 2008 – 53%) świadczą o wysokiej i względnie stałej sympatii Polaków wobec Czechów⁶. Jednak w charakterystyce narodu czeskie-

⁵ W czołówce znaleźli się także Słowacy (48%), Anglicy (47%) oraz Hiszpanie (45%).

⁶ Zob. http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2013/K_012_13.PDF.

go przedstawionej w kompendium wiedzy o narodach Europy autorstwa Pawła Chroboty możemy przeczytać, że cechy negatywne, obecne w wizerunku Czecha od pokoleń, nie tracą na znaczeniu. Dla Polaków Czesi są obecnie sąsiadami z południa, kojarzą się z miłośnikami piwa, którzy mówią podobnym do naszego językiem, a mieszkają w pięknej i historycznej Pradze. Są lubiani za humor, ironię, spryt, ale też spokój i umiejętność czekania. Z drugiej jednak strony bywają przedstawiani przez Polaków jako tchórze i obłudnicy, nieczuli na honor i inne wartości (Chrobot 2007, s. 72)⁷.

Najlepszym podsumowaniem współczesnego stereotypu Czecha wydają się zatem spostrzeżenia Ziemowita Szerzeka, który dostrzega w stereotypie Czecha dwa bieguny:

[...] pokutuje u nas wizerunek *Czecha-tchórze*, który nie potrafi przeciwstawić się najeźdźcy i godzi się na narzuconą mu tyranię. Równoważony jest on jednak przez wizerunek Czecha-pragmatyka, który nad romantyczne poświęcanie rzeczy najistotniejszych w imię przegranej sprawy przekłada dostosowanie się do warunków, jeśli nie ma na nie wpływu (Szerzek 2011, s. 223).

2. Czesi i ich państwo w świetle danych systemowo-językowych

Państwo sąsiadujące z Polską od granicy południowej nosi w języku polskim najczęściej trzy nazwy: Czechy, Republika Czeska lub Bohemia. Dwie pierwsze to etnonimy – stanowią neutralne i podstawowe we współczesnej polszczyźnie określenia państwa czeskiego. Na podstawie artykułów hasłowych zawartych w słownikach języka polskiego, *Czechy* to państwo w Europie Środkowej (USJP), ze stolicą w Pradze (PSWP). Nie zawsze jednak pojęcia tego używano tak

⁷ Te dwojake symptomy znalazły odzwierciedlenie również w opisie narodu czeskiego, sformułowanym przez Edwarda Lewandowskiego w *Pejzażu etnicznym Europy*: „Czesi są narodem laickim, pragmatycznym, konserwatywnym, demokratycznym, pacyfistycznym i pogodnym. Przed podjęciem decyzji długo się namyślają. W kolejkach stoją spokojnie i cierpliwie. Etos mieszczańsko-protestancki wyznacza ich stosunek do pracy i pieniądza. W porównaniu z Polakami są mniej uczuciowi, raczej pozytywistyczni niż romantyczni” (Lewandowski 2004, s. 347).

jednoznacznie. Aleksander Brückner, podejmując próbę eksplikacji pochodzenia wyrazu *Czech* podaje, że pierwotnie była to nazwa wyłącznie środkowego plemienia czeskiego, skupionego w Pradze i jej okolicach. Dopiero później termin ten zaczęto stosować na oznaczenie całego państwa czeskiego⁸. *Czechy* w obecnym znaczeniu w języku polskim stanowią krótszy synonim *Republiki Czeskiej* – oficjalnej nazwy państwa czeskiego, obowiązującej w języku czeskim oraz tłumaczonej na inne języki europejskie (SNW). Stosunkowo najrzadziej można we współczesnej polszczyźnie spotkać określenie *Bohemia*. To termin nacechowany stylistycznie, który wyszedł już z powszechnego użycia. Został uformowany na podstawie łacińskiego pierwowzoru – w języku łacińskim wyraz *Bohemus* oznacza *Czech* (USJP, SWO).

Definicje słownikowe zwracają uwagę, że w nazewnictwie państwa czeskiego znalazły odzwierciedlenie przemiany historyczne związane z kształtowaniem granic i form państwowości południowych sąsiadów Polaków. Świadczy o tym fakt, że w polszczyźnie funkcjonuje nazwa *Czechosłowacja*, stosowana na oznaczenie Czechosłowackiej Republiki Socjalistycznej – formy państwowości, która istniała w okresie 1945–1990, a także nazwa *Czecho-Słowacja* – w odniesieniu do państwa, występującego w Europie Środkowej w latach 1990–1992 (SNW).

Nie mniej silne zróżnicowanie występuje w zakresie nazw mieszkańców Republiki Czeskiej. Najczęściej występującą w polszczyźnie nazwą jest *Czech*, określenie neutralne, wskazujące na przynależność państwową. Według definicji słownikowych, termin ten posiada dwojake znaczenie: może być używany w stosunku do obywatela Czech lub wobec osoby o czeskim rodowodzie, tj. wywodzącej się z Czech (PSWP). Wynika stąd, że etnonimem tym mogą być objęte osoby o różnym rodowodzie, niekoniecznie narodowości czeskiej, które zamieszkują na terytorium Czech i są obywatelami tego państwa.

⁸ To pierwotne znaczenie utrwaliło się w języku czeskim, gdzie do tej pory określenie *Czechy* nie występuje jako nazwa całego kraju, a jedynie jego praskiej części.

W słownikach języka polskiego podaje się niekiedy jeszcze jedno znaczenie terminu *Czech*, związane z legendą o powstaniu państwa południowych i wschodnich sąsiadów Polski. W mitologii słowiańskiej legendarny założyciel państwa czeskiego nosił właśnie imię Czech (USJP). Znaczenie to znalazło również odzwierciedlenie w etymologii terminu. Dostępne dane językowe⁹ utrwalają związki nazwy państwa czeskiego z pradawnym ukształtowaniem relacji władzy na tym terenie. Przywoływane już ustalenia Aleksandra Brücknera zostały potwierdzone przez Józefa Staszewskiego, który w swoim *Słowniku geograficznym* dodaje, że w najstarszych źródłach pisanych pojawia się plemię Czichu-Vindones (Windowie Czechowi), czyli dłużnicy Czecha ze szczepu Wendów. Skłania to Staszewskiego do opowiedzenia się za tezę, że nazwa Czechów pochodzi najprawdopodobniej od imienia osobowego wodza plemienia (SG)¹⁰.

Synonimy *Czecha* nie są zbyt liczne. Można wśród nich wskazać neutralne wyrazy bliskoznaczne, takie jak *mieszkaniec Czech* czy *obywatel Czech*. Obok nich w potocznej polszczyźnie funkcjonuje popularne określenie nacechowane emocjonalnie – *Pepik*. To nazwa uformowana od czeskiego zdrobnienia imienia Józef (czes. *Josef*, zdrobniałe: *Pepa*), określenie mające konotację negatywną – zabarwienie ironiczne¹¹. W stosunku do Czechów użycie tego terminu świadczy o lekceważącym nastawieniu mówiącego. Określenie to

⁹ Słowniki etymologiczne Wiesława Borysia (SEJP Bor), Krystyny Długosz-Kurczabowej (NSEJP) i Andrzeja Bańkowskiego (ESJP) w ogóle nie zawierają eksplikacji tego terminu.

¹⁰ Staszewski zaznacza również, że słowotwórczo termin *Czech* wywodzi się od pnia *czędo*, co oznacza *dziecko* (SG).

¹¹ Określenie *Pepik* zostało utrwalone również w literaturze. Jak wyjaśnia Antoni Kroh, „Pepik (zdrobnienie od imienia Józef, por. nasz książę Pepi, jego matka była z domu Kinská), praski cwaniak, ulicznik o złotym sercu, odpowiednik paryskiego gawosza, krakowskiego lub warszawskiego antka albo lwowskiego batiara, jest typem literackim, stworzonym przez popularnego czeskiego pisarza II połowy XIX wieku, Jana Nerudę. Pejoratywny odcień tego słowa pojawił się znacznie później, już w XX wieku, i nie jest chyba wynalazkiem czysto polskim” (Kroh 1992, s. 7).

utrwała również cechę braku uczciwości oraz odpowiedzialności Czechów za swój kraj, bowiem, jak podaje *Uniwersalny słownik języka polskiego*, słowo *pepik* oznacza również ‘cwaniak, włóczyki’ (USJP)¹².

Wśród zabarwionych stylistycznie synonimów *Czecha* warto wymienić także określenia o mniejszym zasięgu występowania: nazwę *czeskie knedle/knedle*¹³, używaną przez polskich robotników pracujących w Pradze w latach osiemdziesiątych XX wieku oraz nazwę *Honziki* (Orłóś 1996, s. 10). Więcej przykładów prześmiewczych określeń naszych południowych sąsiadów dostarczają historia i literatura, zwłaszcza XIX wieku. Antoni Kroh, badając początki animozji polsko-czeskich, wspomina również urzędników carskich, często narodowości czeskiej, którzy masowo napływali do Galicji.

Rzecz prosta owi urzędnicy, naruszający odwieczne polskie porządki, obdarzeni byli różnymi przydomkami, które w sposób naturalny rozciągano na wszystkich Czechów. Najpierw mówiono „bohmani”. Niebawem doszły „wencilczki” (jest to zdrobnienie od niemieckiej formy imienia Wenzel, po czesku Václav; święty Wacław jest patronem Czech). Po ukazaniu się w 1869 roku satyrycznej powieści Jana Lama *Wielki świat Capowic* weszło w użycie określenie „precliczki”, od nazwiska głównego bohatera, Wenzla Pretschlitschka, który stał się ucieleśnieniem polskiego stosunku do czeskich urzędników w Galicji (Kroh 1992, s. 6).

Dalej autor przypomina również, że na Śląsku jako określenie diabła niemal powszechnie pojawia się słowo *czechman* (Orłóś 1996, s. 7).

Jednym z hiperonimów nazwy *Czech* jest neutralny leksem *Słowianin*. Oznacza „przedstawiciela grupy etnicznej wywodzącej się z ludu praindoeuropejskiego, której potomkowie zamieszkują dziś w Europie środkowej (Polacy, Czesi, Słowacy, Łużycanie), Wschod-

¹² *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny* notuje również derywat *Pepiczek* – żartobliwe określenie na osobę pochodzącą z Czech lub tam zamieszkałą (PSWP).

¹³ *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny* pod wyrazem *knedliczek* notuje element stereotypowej charakterystyki narodowej: „Typowy Czech potrzebuje piwa, parówek i knedliczków” (PSWP).

niej (Rosjanie, Ukraińcy, Białorusini) i Południowej (Serbowie, Chorwaci, Słowacy, Macedończycy i Bułgarzy)” (PSWP). Jako nadrzędna kategoria wobec *Czecha* występuje również nazwa *Europejczyk*. Podobnie jak termin *Słowianin*, wyraz ten służy konceptualizacji Czecha, jako kogoś bliskiego, podkreśla się w nim podobne pochodzenie etniczne Polaków i Czechów oraz wspólną przynależność geograficzną do kontynentu europejskiego. Wyraz *Europejczyk* bywa również nacechowany stylistycznie, używany z aprobatą może podkreślać silny związek z kulturą europejską i jej wartościami (ISJP). Nawiązując do spostrzeżeń przypomnianych przez Jerzego Bartmińskiego przy okazji rozważań o stereotypach narodowych, można powiedzieć również, że hiperonimem Czecha jest określenie *sąsiad*, które w polskim narodowym obrazie świata często jest kategorią wartościującą.

Sąsiadów – pisze Bartmiński – dzieli się na neutralnych (Czesi, Słowacy, Litwini, Białorusini) i niebezpiecznych, groźnych, budzących respekt i strach (Niemcy i Rosjanie) (Bartmiński, Lappo, Majer-Baranowska 2007, s. 267).

W zakresie derywatów przymiotnikowych, stosowanych w odniesieniu do Czechów, najczęściej występuje określenie *czeski*, powstałe w wyniku derywacji paradygmatyczno-sufiksowej. Jak podaje definicja słownikowa, „Czeskie jest to, co dotyczy Czech lub należy do Czechów” (ISJP, SJP Szym). Wyraz *czeski* może także występować w użyciu rzeczownikowym jako skrót wyrażenia *język czeski*¹⁴. W odniesieniu do mieszkańców polsko-czeskiego pogranicza w niektórych sytuacjach może być również stosowany przymiotnik *śląski*. Wyraz *śląski* w znaczeniu geograficznym odnosi się bowiem do Niziny Śląskiej – regionu w południowo-zachodniej Polsce, ale i północno-wschodnich Czechach (PSWP). W praktyce językowej przymiotnik *śląski* jest w Polsce używany w odniesieniu do południowo-wschodniej części naszego kraju, którego mieszkańcy posługują się dialektem językowym i posiadają własną kulturę. *Śląski* to zatem

¹⁴ Niektóre słowniki notują również inne, rzeczownikowe, znaczenie tego terminu – *czeski* to dawny polski pieniądz (o różnej wartości) (SJP Dor).

„związany ze Śląskiem, pochodzący ze Śląska; charakterystyczny, typowy dla Śląska” (SJP Dor).

W grupie wyrazów odnoszących się do Republiki Czeskiej i jej mieszkańców występują także czasowniki, ważne szczególnie dla mieszkańców obszaru polsko-czeskiego pogranicza: *czechizować* oraz *czechizować się* – oba o konotacji jednoznacznie negatywnej. Pierwszy oznacza narzucanie komuś czeskiego języka oraz czeskiej kultury, co miało miejsce w XVI wieku na Śląsku, drugi – poddawanie się wpływowi czeskiemu (USJP, PSWP)¹⁵.

W zakresie derywatów rzeczownikowych można wymienić określenia typu *czeszczyna*, *czechista*, *czechizm*, *bohemista*, *bohemizm*, *bohemistyka*. Neutralny leksem *czeszczyna* w sposób syntetyczny określa uznawane przez Polaków specyficzne właściwości kultury zachodnich Słowian, a w szczególności „właściwości języka czeskiego i kultury czeskiej” (SJP Szym, MSJP). Z kolei wyrazy *bohemizm* oraz *bohemista* pochodzą od łacińskiej nazwy Czech – Bohemia¹⁶ (SWJP) i charakteryzują się większą częstotliwością występowania w polszczyźnie oraz mniejszym zróżnicowaniem pod względem nacechowania stylistycznego niż ich synonimy: *czechizm* i *czechista*. Bohemizm to „wyraz, zwrot lub konstrukcja składniowa przejęte z języka czeskiego lub na nim wzorowane” (USJP). Natomiast słowo *bohemiasta* występuje w dwóch znaczeniach – w dyskursie naukowym jest stosowane na oznaczenie specjalisty w dziedzinie bohemistyki, w polszczyźnie potocznej nazywa „studenta lub absolwenta kierunku bohemistyki” (USJP, MSJP). Synonimiczne określenie *czechista* posiada także inne znaczenie, nacechowane stylistycznie – określa znawcę kultury czeskiej, czeskiego języka, a także historii i literatury Czech oraz nauczyciela literatury i języka czeskiego (PSWP). Ostatni

¹⁵ Rzeczowniki pochodne to *czechizacja*, *czechizowanie*, *czechizowanie się* (PSWP).

¹⁶ Wyraz *bohemia* dawniej był również używany jako synonim *bohemy* i oznaczał ‘bujny, beztroski sposób życia’ (SJP Dor). Dlatego nie wszystkie wyrazy, utworzone od *bohemy* będą wiązały się z językiem czeskim. Na przykład wyraz *bohemizować* oznacza „prowadzić życie w stylu bohemy, naśladować bohemy” (SJP Dor).

wyraz, *bohemistyka*, występuje w dyskursie naukowym i oznacza „naukę o języku, historii i kulturze czeskiej” lub „kierunek na uniwersytecie obejmujący studia w tej dziedzinie” (PSWP, MSJP)¹⁷.

Wiele cech składających się na stereotypowy wizerunek Czecha utrwalonych zostało w wyrażeniach i zwrotach frazeologicznych. W danych systemowych pochodzących z dawniejszych okresów, notowanych w *Nowej księdze przysłów i wyrażeń przysłowiowych polskich* zawarte zostało m.in. przekonanie, iż Czechów charakteryzuje rzetelność, punktualność i konsekwencja w wypełnianiu danego słowa (przysłowie *Co za Czech słowo trzymać?* obecne w polszczyźnie od połowy XVI wieku)¹⁸. Dawno stosowane utarte połączenia wyrazowe poświadczają również oszczędność i gospodarność Czechów, przejawiającą się w gromadzeniu bogactwa (*Za każdym Czechem stoi czart z miechem* – od XIX wieku); utrwalona została również pracowitość Czechów (*Jak i Polak, tak i Czech, by nie robił, to by zdechl* – połowa XX wieku). Inne powiedzenie, *Czeski post a polski most, wszędzie nierząd* (od 1852), jest z kolei językowym przejawem negatywnego wizerunku Czechów, poświadczając upadek moralny naszych sąsiadów. We współczesnej polszczyźnie utartych połączeń dotyczących Czech jest znacznie mniej. Słowniki notują dwa: *czeski błąd* – oznaczające ‘błąd, polegający na przestawieniu cyfr lub liter’ (WSFJP) oraz *jak w czeskim filmie* – wyrażenie o zabarwieniu ironicznym, odnoszące się do sytuacji niezrozumiałej, w której „nikt nic nie wie, nikt niczego nie rozumie” (WSFJP). I choć, jak podkreśla T. Z. Orłoś, tego rodzaju struktury językowe „nie są [...] zabarwione na ogół niechęcią, lecz raczej ironią z lekkim przymrużeniem oka” (Orłoś 1996, s. 10), to jednak są przejawem utartych w świadomości użytkowników języka cech stereotypu bazowego Czechów.

Jak można wnioskować z powyższych rozważań, współczesny materiał językowo-systemowy, zawierający związek z Czechami, jest

¹⁷ Przymiotnikiem pochodnym jest wyraz *bohemistyczny*, definiowany jako „dotyczący bohemistów, bohemistyki” (SJP Szym).

¹⁸ Na słowność Czechów zwraca również uwagę S. B. Linde (SJP Lin).

znacznie uboższy niż dawniej. Maleje liczba nazw, używanych w odniesieniu do Czechów i ich państwa, słabiej reprezentowana jest również grupa związków frazeologicznych i przysłów. Zmienia się również charakter nazw Czechów z dominujących w przeszłości określeń pejoratywnych w kierunku popularyzacji nazw neutralnych. Nie bez znaczenia pozostają w tym procesie wpływy jednoczących się narodów europejskich oraz popularyzacja podejścia tolerancyjnego w stosunku do innych narodowości.

Należy zauważyć, że wizerunek Czechów wyłaniający się z danych systemowych obejmuje kilka podstawowych cech bazowych, co pozwala stworzyć dość spójny obraz. Większe zróżnicowanie cech występuje w tekstach ukazujących sposoby profilowania stereotypu bazowego. Obraz Czecha jest więc modyfikowany lub wzbogacany o treści szczegółowe na gruncie różnych dyskursów wyspecjalizowanych.

3. Profile Czecha w dyskursie internetowym wybranych rozgłośni radiowych

W badanym dyskursie publicznym można wskazać kilka profili Czecha. Często występującym profilem jest profil Czecha jako osoby przedsiębiorczej. Można tu wymienić takie cechy bazowe jak zaradność, oszczędność, umiejętność podejmowania właściwych decyzji. Tekst zatytułowany *Pokazali jak zarabiać w górnictwie*, przygotowany przez dziennikarzy Radia Bielsko, dotyczy kopalni węgla kamiennego „Silesia” w Czechowicach-Dziedzicach¹⁹. Użyty w tytule i lidzie artykułu leksem *pokazać* został tutaj wykorzystany w dwóch znaczeniach: pouczyć kogoś, ale również udowodnić komuś coś (ISJP). Już sam tytuł artykułu sugeruje zatem, że Czechom nie tylko udało się wyprowadzić kopalnię z kryzysu, ale także osiągnąć sukces, który może zawstydzić poprzednich, polskich właścicieli.

¹⁹ Kopalnia w 2010 roku została wystawiona na sprzedaż. Żaden polski przedsiębiorca nie stanął do przetargu, a właścicielem została firma czeska.

W Czechowicach-Dziedzicach Czesi pokazują, że na górnictwie można zarobić [...]. Nowy właściciel z za południowej granicy obiecał modernizację zakładu i słowa dotrzymał. Od 2010 r. zainwestowano już w „Silesię” 750 mln zł, od nowego roku kopalnia będzie wykorzystywała 100 proc. swoich możliwości wydobywczych, Czesi mówią o sukcesie. Dlaczego nie potrafił tego zrobić polski inwestor?! (Radio Bielsko, 22.08.2013).

W końcowej części przywołanego fragmentu silnie zaznacza się w narracji autorka tekstu. Dziennikarka pozwala sobie na porzucenie rygorów stylu informacyjnego i wyrażenie własnego stosunku emocjonalnego do opisywanych zagadnień. Ostatnie wypowiedzenie świadczy o zaskoczeniu i oburzeniu autorki brakiem umiejętności, jak zaprezentowali polscy przedsiębiorcy.

Czesi w tym profilu jawią się jako ludzie kompetentni, wykazujący umiejętność współpracy z otoczeniem przedsiębiorstwa oraz zdolność do przemyślanego zarządzania wielką kopalnią. Kopalnia jest w artykule stawiana za przykład, godny naśladowania²⁰. Ten obraz zostaje wzmocniony wypowiedzią wojewody śląskiego, Zygmunta Łukaszczyka:

Czechowicka kopalnia jest przykładem na to, że trzeba się w firmie dogadać – zarząd ze stroną społeczną. „Tutaj dogadano się ze stroną społeczną na temat układu zbiorowego pracy, który można wykorzystać w innych przedsiębiorstwach górniczych. Trzeba tylko chcieć się dogadać i negocjować ze stroną społeczną. Tu jest dobry klimat i dobry przykład” – mówi Łukaszczyk (Radio Bielsko, 22.08.2013).

Profil Czecha jako dobrego przedsiębiorcy uwidacznia się także w szeregu artykułów poświęconych polsko-czeskiej współpracy w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej po obu stronach granicy. Na przykład tekst *Biznes na polsko-czeskim pograniczu* omawia przebieg konferencji poświęconej współpracy gospodarczej na terenach przygranicznych, zorganizowanej w Głubczycach. Krótka forma sprawozdania zilustrowana została materiałem dźwiękowym, zawierającym wypowiedzi członków zarządu Czesko-Polskiej Izby Handlowej, samorządowców oraz biznesmenów, biorących udział w sesji.

²⁰ Por. definicję słowa *przykład* w ISJP.

W artykule pokazano zaangażowanie obu krajów w poprawę warunków prawno-administracyjnych oraz językowych, ułatwiających wkroczenie przedsiębiorców na sąsiedni rynek²¹.

Częstym profilem jest również profil Czecha jako dobrego partnera Polaków. Uwidaczniają się w nim takie cechy bazowe jak: silna motywacja do współpracy z Polską, owocująca konkretnymi działaniami, umiejętność podejmowania inicjatywy, zdolności organizacyjne oraz interpersonalne. Taki obraz Czechów występuje najczęściej w informacjach dotyczących wydarzeń kulturalnych i sportowych. Na przykład w tekście *Puchar Świata w Wiśle* (Radio Bielsko) zaangażowanie Czechów w przygotowany razem z Polakami projekt zawodów narciarskich polega na szybkim przystąpieniu do działania:

Szef Polskiego Związku Narciarskiego, Apoloniusz Tajner marzy o tym, żeby w przyszłości Polska i Czechy mocniej zaznaczyły się na mapie Pucharu. [...] Dziś do Wisły przyjeżdżają szefowie czeskiego związku narciarskiego i razem z naszymi działaczami będą na ten temat rozmawiać ze światowymi władzami (Radio Bielsko, 9.01.2013).

Czesi pokazani zostają jako osoby potrafiące dostrzec i wykorzystać pojawiające się szanse na współpracę z Polską. Ich zaangażowanie w realizację wspólnego celu wymaga jednak niekiedy poświęceń. Artykuł *Czerwone światło dla nowego mostu* świadczy o umiejętności podejmowania współpracy w sytuacji niepewności i ryzyka. W artykule *Czerwone światło dla nowego mostu* czytamy o polsko-czeskich staraniach o budowę nowego mostu, łączącego dwa brzegi Olzy. Projekt nie uzyskał dofinansowania, co jednak nie zniechęciło władz polskich i czeskich do podjęcia starań o realizację projektu w przyszłości:

²¹ W tym profilu mieści się również wizerunek Republiki Czeskiej jako kraju, w którym system prawno-administracyjny jest mniej skomplikowany niż w Polsce, z czego chętnie korzystają przedsiębiorcy z polsko-czeskiego pogranicza. Zob. <http://www.radio.opole.pl/wazne/na-pograniczu-polsko-czeska-wspolpraca-ale-tez-zabawa.html>.

Teraz już wiadomo, że do inwestycji nie dojdzie. Projekt nie zakwalifikował się do dofinansowania ze środków unijnych. Władze Cieszyna i Czeskiego Cieszyna odstąpią więc od realizacji pomysłu. Niewykluczone jednak, że wrócą do tego tematu w przyszłości (Radio Bielsko, 6.06.2013).

Współpraca z Czechami ukazywana jest jako udana, przebiegająca prężnie i przynosząca efekty. W artykule *Współpraca transgraniczna Polska-Czechy w remontowaniu dróg*, opublikowanym na stronach Radia Opole, czytamy:

Samorządowcy z południa Opolszczyzny oraz Kraju Ołomunieckiego zwierają szyki. Razem chcą występować o unijne wsparcie modernizacji dróg na pograniczu polsko-czeskim. [...] Samorządowcy z pogranicza polsko-czeskiego chcą zabiegać o unijne dofinansowanie dróg w zarządzie powiatu prudnickiego i nyskiego oraz gmin Głuchołazy, Mikulowice, Złote Hory, a także Kraju Ołomunieckiego (Radio Opole, 6.08.2013).

Wyrażenie *zwierać szyki* powstało jako kontaminacja zwrotu *zwierać szeregi* i wyrażenia *zwarty szyk* (ISJP). W tym kontekście ma jednak spełniać funkcję przypisaną pierwszemu ze wskazanych źródeł:

Jeśli jakaś organizacja zwiera szeregi, to umacnia się i przygotowuje do konfrontacji (ISJP).

W ten sposób podkreślona zostaje determinacja obu stron w walce o uzyskanie wsparcia finansowego potrzebnego do realizacji wspólnego celu²².

Współpracy polsko-czeskiej sprzyja rosnące zainteresowanie Czechów północnymi sąsiadami. W badanych tekstach daje się wyodrębnić profil Czecha jako turysty zainteresowanego Pol-

²² Współpraca dotyczy też inicjatyw kulturalnych. Np. „Lato na pograniczu”, wydarzenie, któremu oprócz występów polskich i czeskich zespołów muzycznych, towarzyszyło wiele imprez plenerowych i zawodów sportowych. Patronat medialny nad wydarzeniem objęło Radio Opole. Inne polsko-czeskie inicjatywy, omawiane w analizowanych tekstach, to piknik karate w Głubczycach czy piknik kolejowy w Raclawicach, Wystawa Twórców Ludowych oraz Rzemiosła Artystycznego Pogranicza Polsko – Czeskiego w Prudniku, polsko-czeskie miasteczko ruchu drogowego w Prudniku.

ską. W artykule *Na pograniczu polsko-czeska współpraca, ale też zabawa* Czechy zostają przedstawione jako kraj, którego mieszkańcy zaczynają interesować się Polską również w zakresie organizacji własnych gospodarstw domowych.

Turystyka to element najbardziej widoczny w polsko-czeskich kontaktach. Zmieniają się jednak pewne proporcje. – Czesi coraz chętniej odwiedzają przygraniczne miejscowości w Polsce, robiąc u nas zakupy – mówi burmistrz Głuchołaz. – Większość kupujących po stronie Polski to właśnie Czesi. W Głuchołazach w godzinach rannych, zwłaszcza w sobotę, słyszy się w zdecydowanej większości język czeski. Nasi sąsiedzi nie tylko robią u nas zakupy, ale też korzystają ze skupu makulatury. Sam widziałem, jak jedna z osób przyjechała wyładowanym makulaturą samochodem, sprzedała ją, a potem zostawiła te pieniądze w Głuchołazach – tłumaczy gość Radia Opole (Radio Opole, 23.08.2013).

W powyższym fragmencie podkreślona zostaje, znana ze stereotypowego wizerunku Czecha, cecha oszczędności Czechów oraz umiejętność przemyślanego gospodarowania posiadanymi zasobami, także w organizacji życia domowego.

Analizowany materiał wskazuje również na dwie cechy incydentalnie przypisywane Czechom. Pierwsza to obraz Czecha jako kraju o restrykcyjnych przepisach ruchu drogowego oraz wysokich karach za wykroczenia. Traktuje o tym artykuł *Jak nie otrzymać »pokuty« od czeskiego policjanta?* (Radio Opole, 18.07.2013). Leksem *pokuta* został użyty w mniej popularnym znaczeniu, jako kara za jakieś wykroczenie (ISJP). Artykuł zawiera informacje o różnicach w polskim i czeskim prawie o ruchu drogowym. Inną cechą, która pojawiła się w analizowanym materiale, jest zainteresowanie Czechów wyścigami motocyklowymi. Z kolei artykuł *Wyścig uliczny motocykli*, który stanowi zapowiedź polskich zawodów zorganizowanych w Cieszynie, staje się okazją do charakterystyki upodobań Czechów.

Chodzi również o propagowanie bezpiecznej jazdy wśród motocyklistów. Pokazanie, że można się ścigać, ale w żadnym razie nie w ruchu drogowym narażając siebie i innych kierowców na niebezpieczeństwo. Takie imprezy nie są popularne w naszym kraju, lubują się w nich za to nasi południowi sąsiedzi-Czesi. (Radio Bielsko, 30.08.2013 r.)

Leksem *lubować się* świadczy o dużym zainteresowaniu, wręcz zamiłowaniu naszych południowych sąsiadów do organizacji imprez propagujących bezpieczeństwo jazdy na motocyklach. Metonimiczne użycie nazwy *Czesi* w przytoczonym fragmencie świadczy o chęci ukazania szerokiego zasięgu praktyk organizowania wyścigów motocyklowych i uznania ich za swoistą cechę narodową Czechów.

Negatywny obraz Czechów pojawia się w analizowanym materiale tekstowym rzadko i jest najczęściej ograniczony do kilku przedstawicieli tego narodu. Artykuł *Do Polski na rowery* dotyczy kradzieży jednośladów dokonanej przez trzech obywateli Czech. W artykule nie pojawiają się jednak określenia sprawców, które miałyby charakter wartościujący:

3 mieszkańców czeskiej Karwiny zatrzymano po krótkim pościgu tuż przed granicą. Uciekali z rowerami, które ukradli w Pogwizdowie. [...] Zatrzymano 3 mężczyzn w wieku od 26 do 39 lat. [...] Czesi z Karwiny usłyszeli zarzuty kradzieży z włamaniem. Grozi im kara do 10 lat pobytu za kratkami. (Radio Bielsko, 9.05.2013).

Podanie narodowości sprawców podyktowane jest wymogami dziennikarskiego obiektywizmu. Odgrywa jednak drugoplanową rolę w artykule. Poświadczą to fakt, że dopiero w ostatnim akapicie dowiadujemy się, iż przestępcy są obywatelami Czech. Również tytuł artykułu nie zdradza narodowości sprawców kradzieży.

Narodowość czeska sprawców przestępstwa silniej zaakcentowana została w artykule *Gang handlarzy bronią rozbity*, opublikowanym na stronie internetowej Antyradia. Republika Czeska ukazana jest w nim jako kraj niebezpieczny, w którym działa wiele grup przestępczych. Czesi ukazani są także jako organizatorzy i szefowie gangu handlarzy bronią:

10 osób zatrzymali funkcjonariusze CBS w sprawie handlu bronią, sprowadzaną dla grup przestępczych z Czech – poinformował w środę PAP rzecznik małopolskiej policji Dariusz Nowak. Z ustaleń policji wynika, że na terenie Czech funkcjonował rezydent, który zajmował się zaopatrzeniem w broń. Broń była potem sprzedawana w Polsce członkom grup przestępczych, jej cena wynosiła ok. 6 tys. zł za sztukę. Jak poinformowała PAP rzeczniczka Prokuratury Okręgowej w Krakowie Bogusława Marcinkowska, w prowadzonym w tej sprawie śledztwie podejrzanych jest łącznie 11

osób. Jedenastym podejrzanym jest obywatel Czech, zatrzymany na terenie swojego kraju (Antyradio, 27.02.2013).

Negatywnemu obrazowi czeskich przestępców przeciwstawiony zostaje wizerunek czeskiej policji, podejmującej efektywną pracę nad powstrzymaniem rozwoju przestępczości w Republice Czeskiej. Jak czytamy dalej:

Centralne Biuro Śledcze współpracuje w tej sprawie z policją czeską, która w listopadzie ubiegłego roku zatrzymała obywatela Republiki Czeskiej bezpośrednio związanego z grupą przestępczą, podejrzanego o handel bronią i amunicją (Antyradio, 27.02.2013).

Z inną perspektywą spotykamy się na stronach internetowych rozgłośni katolickiej, Radio Anioł Beskidów. Czesi pojawiają się tutaj w kontekście wydarzeń związanych z życiem religijnym. Wyłaniający się z tych artykułów profil czeskich katolików jako osób silnie zaangażowanych w życie religijne pozwala w pewien sposób przełamać stereotypowy wizerunek Czech jako kraju laickiego. W artykule *Stonawa: poświęcenie pojazdów w Czechach* czytamy m.in.:

Stonawskie poświęcenie pojazdów od trzech lat cieszy się sporą popularnością [...] Stonawskie poświęcenie pojazdów cieszy się dużą popularnością również wśród Polaków, których podczas tego obrzędu jest zwykle więcej, niż Czechów. O ile poświęcenie pojazdów w kościołach w Polsce nie jest niczym nadzwyczajnym to w laickich Czechach to niecodzienny obrzęd (Radio Anioł Beskidów, lipiec 2013).

Artykuł akcentuje cenioną w religii katolickiej umiejętność dawania świadectwa swojej wiary poprzez udział w praktykach religijnych. Pośrednio zwraca się również uwagę na dość ograniczone formy życia religijnego, oferowane katolikom w Czechach.

Z uwagi na stosunkowo niewielką ilość wydarzeń religijnych po stronie czeskiej pogranicza, w Radiu Anioł Beskidów często pojawiają się informacje, których Czesi są jedynie współuczestnikami, nie zaś inicjatorami. Na przykład artykuł *Pielgrzymka z Zaolzia na Jasnej Górze* zawiera informację, że choć jest to pielgrzymka Polaków z Zaolzia, to uczestniczą w niej także Czesi. Wymiar ich uczestnictwa staje się tym ważniejszy, że dotyczy pielgrzymki w intencji:

[...] żeby Polacy z Czechami umieli żyć, żeby nasze rany z przeszłości, przede wszystkim sprzed ostatnich 100 lat się zagoiły, uzdrowiły, żebyśmy mogli znowu tworzyć wspólnotę braci i siostr katolików kochających Boga szczerym sercem (Radio Anioł Beskidów, 25.08.2013).

W ten sposób pokazuje się czeskich katolików jako ludzi chcących przełamywać stereotypy, gotowych zapomnieć o konfliktach z przeszłości i chętnych do budowania trwałego porozumienia między narodami.

Jedyny tekst poświęcony wydarzeniom religijnym, współorganizowanym przez czeskie duchowieństwo, to artykuł *Modlitwa na Trójstyku*. Traktuje on o kolejnej, piątej już mszy świętej w intencji jedności i pokoju, odprawionej w miejscu, gdzie łączą się granice trzech państw. Uroczystość zorganizowały dla swoich wiernych trzy sąsiadujące ze sobą diecezje: opawsko-ostrowska w Czechach, żylińska na Słowacji i bielsko-żywiecka w Polsce. Czynny udział duchowieństwa czeskiego znalazł wyraz w informacji o tym, że kazanie podczas uroczystej mszy wygłosił właśnie ordynariusz diecezji opawsko-ostrowskiej:

Duchowny z Czech podkreślił, że modlitwa na Trójstyku nosi wymiar symboliczny i jest znakiem dla całej Europy, jak należy budować wzajemne relacje (Radio Anioł Beskidów, 24.08.2013).

W artykule podkreślony został fakt, iż czeskie duchowieństwo dostrzega potrzebę podejmowania współpracy między narodami, opowiada się po stronie pokoju, jest chętne do budowania relacji religijnej między Czechami a ich sąsiadami (w tym Polską).

4. Wnioski

Każda z analizowanych rozgłośni radiowych na swój sposób stonkuje się do funkcjonującego w świadomości społecznej stereotypu bazowego Czecha. Wyodrębnione profile są zależne przede wszystkim od tego, jaką rolę w przedstawianych w artykułach wydarzeniach pełnią obywatele Republiki Czeskiej – styl artykułów informacyjnych wymaga bowiem ukazania bohaterów zdarzenia zgodnie z rzeczywi-

stością. W szczególnych przypadkach wyróżnione profile są także poddyktowane linią programową rozgłośni.

Przyglądając się przeprowadzonym analizom, można stwierdzić wyraźnie pozytywny wizerunek Czechów wyłaniający się z badanego materiału tekstowego. Stosunkowo najbardziej korzystny obraz Czechów przedstawiony jest w dyskursie religijnym, reprezentowanym przez rozgłośnię Radio Anioł Beskidów. Jest to związane z wyznawanymi przez dziennikarzy tej rozgłośni wartościami chrześcijańskimi, co przejawia się w wyrozumiałości i dostrzeganiu dobra w postawach i działaniach bohaterów zdarzeń. Pozytywne wartościowanie czeskich katolików wsparte jest również charakterystycznym dla dyskursu religijnego słownictwem, użytym na określenie zdarzeń, w których biorą udział Czesi: np. *iść z wielką miłością, uzdrowienie ran, wspólnota braci i siostr katolików kochających Boga szczerym sercem, wyrażać łączność z krajem, wnieść ewangeliczną miłość i pokój, budowanie mostów między narodami*.

W wizerunku Czechów wyłaniającym się z dyskursu lokalnej rozgłośni Radio Bielsko i regionalnej rozgłośni Polskiego Radia – Radio Opole również przeważają cechy pozytywne. Warto zaznaczyć, że obie rozgłośnie stawiają sobie podobne cele programowe. Radio Opole jako rozgłośnia publiczna realizuje cele ustawowe, które nakazują m.in. rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą, służyć rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego, a także uwzględniać potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych. Artykuły informacyjne na stronach tej rozgłośni dostarczają zatem wiedzy na temat bardzo wielu wydarzeń, również związanych z mieszkańcami polsko-czeskiego pogranicza i czeską grupą etniczną. Z kolei Radiu Bielsko przyświecają cele radia lokalnego. Jest to rozgłośnia, która pragnie dostarczać swoim odbiorcom jak najwięcej informacji z regionu oraz podejmować akcje społeczne na rzecz mieszkańców Podbeskidzia.

Obecna we współczesnym wizerunku stereotypowym Czechów ambiwalencja w badanym dyskursie publicznym niemal zanika. Nie

pojawiają się takie cechy jak fałszywość, brak życzliwości wobec Polaków, tchórzostwo, egoizm czy interesowność. Negatywne cechy Czechów dotyczą laicyzmu i związków z działalnością przestępczą, natomiast pojawiają się w badanym materiale marginalnie²³. Z kolei znane z wizerunku stereotypowego cechy pozytywne, takie jak roztargnienie Czechów, ich pracowitość, zaradność i oszczędność zostają w dyskursie publicznym uzupełnione o przedsiębiorczość, umiejętność podejmowania dobrych decyzji, zdecydowanie w działaniu, odwagę, zainteresowanie Polską i realizacją wspólnych celów na terenie polsko-czeskiego pogranicza.

W zakresie leksyki można powiedzieć, że w badanym materiale najczęściej pojawiały się takie określenia bliskoznaczne jak *mieszkaniec Czech, czy obywatel Czech/Republiki Czeskiej*. W badanym materiale nie pojawiły się natomiast nacechowane pejoratywnie określenia Czechów – ironiczne czy też piętnujące. Wynika to z nadrzędnej w stylu informacyjnym zasady obiektywizmu treści i formy. Badany dyskurs poświadcza także dominację etnonimów *Republika Czeska i Czechy* wśród polskich nazw naszych południowych sąsiadów.

Literatura

- Balowski M., 2012, *Postawy Polaków wobec Czechów i mniejszości czeskiej*, [w:] *Czesi*, red. L. M. Nijakowski, Warszawa.
- Bartmiński J., Lappo I., Majer-Baranowska U., 2007, *Stereotyp Rosjanina i jego profilowanie we współczesnej polszczyźnie*, [w:] J. Bartmiński, *Stereotypy mieszkają w języku. Studia etnolingwistyczne*, Lublin.
- Bartmiński J., 1995, *Nasi sąsiedzi w oczach studentów*, [w:] *Narody i stereotypy*, red. T. Walas, Kraków.
- Bartmiński J., Niebrzegowska S., 2006, *Profile a podmiotowa interpretacja świata*, [w:] *Profilowanie w języku i w tekście*, red. J. Bartmiński, R. Tokarski, Lublin.
- Berting J., Villain-Gandossi Chr., 1995, *Rola i znaczenie stereotypów narodowych w stosunkach międzynarodowych: podejście interdyscyplinarne*, [w:] *Narody i stereotypy*, red. T. Walas, Kraków.

²³ Na 36 poddanych badaniu artykułów, negatywny obraz Czechów został wyrażony jedynie w dwóch.

- Chrobot P., 2007, *Czesi*, [w:] *Zaprogramowanie kulturowe narodów Europy*, red. A. Lazari de, O. Nadszakula, M. Żakowska, Łódź.
- Felcman O., 2009, *Češi a Poláci – proměny hranic mezi oběma etniky a jejich státy*, [w:] *Podzwonne dla granic. Polsko-czeskie linie podziałów i miejsca kontaktów w języku, literaturze i kulturze*, red. J. Lipowski, D. Żygadło-Czopnik, Wrocław.
- Głowacki M., 2007, *Polacy – Czesi. Przelamywanie stereotypów*, „Dolny Śląsk”, nr 12.
- Jenkins H., 2007, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przekł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa.
- [Http://katowice.antyradio.pl](http://katowice.antyradio.pl).
- [Http://www.aniolbeskidow.pl](http://www.aniolbeskidow.pl).
- [Http://www.radio.opole.pl](http://www.radio.opole.pl).
- [Http://www.radiobielsko.pl](http://www.radiobielsko.pl).
- Kroh A., 1992, *O Szwajtku i o nas*, Nowy Sącz.
- Kroh A., 1995, *Polak, Czech – dwa bratanki*, [w:] *Narody i stereotypy*, red. T. Walas, Kraków.
- Lewandowski E., 2004, *Pejzaż etniczny Europy*, Warszawa.
- Nowa księga przysłów i wyrażeń przysłowiowych polskich*, 1973, t. 1–4, red. J. Krzyżanowski, Warszawa.
- Nowak K., 1999, *Polacy i Czesi na Zaolziu po 1920 roku. Wzajemne postrzeganie i stereotypy*, [w:] *Od poznania do zrozumienia. Polacy, Czesi, Słowacy w XX wieku*, red. E. Orłof, Rzeszów.
- Orłowski T. Z., 1996, *Wzajemne polskie i czeskie oceny oraz stereotypy narodowościowe i językowe. Przeszłość i współczesność*, „Język Polski”, z. 1.
- Piontek D., 1995, *Stereotyp: geneza, cechy, funkcje*, [w:] *W kręgu mitów i stereotypów*, red. K. Borowczyk, P. Pawełczyk, Poznań–Toruń.
- Róg J., 2001, *Relacje społeczno-ekonomiczne na pograniczu polsko-czeskim*, Opole.
- Szczepańska E., *Wizerunek Czecha w »Zrób sobie raj« czy może kreowanie nowych stereotypów*, „Bohemistyka” 2013, nr 4.
- Szczerek Z., 2011, *Współczesne stereotypy polsko-czeskie*, [w:] *Ideologie, państwa, społeczeństwa*, Warszawa.
- Wilksa-Duszyńska B., 1975, *Postawy etniczne a niektóre elementy studenckiego systemu wartości. Komunikat z badań*, Warszawa.
- Wilksa-Duszyńska B., 1992, *Wybrane elementy studenckiej etyki: komunikat z badań*, Warszawa.
- Zdułski M., 2000, *Między przeszłością a teraźniejszością – stereotypowe wyobrażenia Czechów i Polaków o sobie*, [w:] *Przezwyciężanie barier w integrującej się Europie*, red. Z. Drozdowicz, Z. W. Puślecki, Poznań.

Wykaz słowników

- ESJP A. Bańkowski, *Etymologiczny słownik języka polskiego*, t. 1–3, Warszawa 2000.
- ISJP *Inny słownik języka polskiego*, red. M. Bańko, Warszawa 2000.
- MSJP *Mały słownik języka polskiego*, red. E. Sobol, Warszawa 1999.
- NSEJP *Nowy słownik etymologiczny języka polskiego*, red. K. Długosz-Kurczabowa, Warszawa 2003.
- PSWP *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, red. H. Zgólkowa, t. 1–50, Poznań 1994–2005.
- SEJP Bor W. Boryś, *Słownik etymologiczny języka polskiego*, Kraków 2005.
- SEJP Brück A. Brückner, *Słownik etymologiczny języka polskiego*, Warszawa 1970.
- SFJP *Słownik frazeologiczny języka polskiego*, red. S. Skorupka, Warszawa 1968.
- SG J. Staszewski, *Słownik geograficzny*, Gdynia 1948.
- SJP Dor *Słownik języka polskiego*, pod red. W. Doroszewskiego, t. 1–11, Warszawa 1958–1969.
- SJP Lin M. S. B. Linde, *Słownik języka polskiego*, t. 1–6, Warszawa 1807–1814.
- SJP Szym *Słownik języka polskiego*, red. M. Szymczak, t. 1–3, Warszawa 1978–1981.
- SNW J. Grzenia, *Słownik nazw własnych*, Warszawa 1998.
- SSiA B. Gajewska, M. Pawlus, *Słownik synonimów i antonimów*, Warszawa 2011.
- SSP *Słownik synonimów polskich*, red. Z. Kurzowa, Warszawa 2002.
- SWJP *Słownik współczesnego języka polskiego*, red. B. Dunaj, Warszawa 1996.
- SWO *Słownik wyrazów obcych*, oprac. L. Wiśniakowska, Warszawa 2004.
- USJP *Uniwersalny słownik języka polskiego*, red. S. Dubisz, t. 1–6, Warszawa 2003.
- WSFJP P. Müldner-Nieckowski, *Wielki słownik frazeologiczny języka polskiego*, Warszawa 2003.