

»Poláci nám říkají Pepíci«  
– obraz Czechů w polskojęzycznych  
przewodnikach turystycznych

**Keywords:** Linguistic picture of the world, tourist guides, Czech  
**Słowa kluczowe:** językowy obraz świata, przewodnik turystyczny, Czech

**Abstract**

The purpose of this article was to present the image of the Czechs based on six Polish-language travel guides published by the most important travel publishers in Poland in 2004–2011. The research material consisted of texts presenting basic information included in the introductory or final parts of bedekers, without considering graphic elements. The picture was made up of character traits attributed to the Czechs, their habits were pointed out, but they also described how they spend their free time and celebrate holidays. In addition, an assessment was made of certain professional groups and an approximation of their attitude towards ethnic and sexual minorities. It turned out that the image of the Czechs is identical in the texts studied and mostly in line with existing stereotypes. The authors of the guides mainly draw a positive image of the southern neighbor, but also draw attention to the unfriendly attitude of the Czechs towards the Roma.

Celem niniejszego artykułu było przedstawienie obrazu Czechów na podstawie sześciu polskojęzycznych przewodników turystycznych opublikowanych przez najważniejsze wydawnictwa podręcznicze w Polsce w latach 2004–2011. Materiał do badań stanowiły teksty, prezentujące podstawowe informacje zamieszczone w częściach wstępnych lub końcowych bedekerów, przy czym nie brano pod uwagę elementów graficznych. Na obraz złożyły się cechy charakteru przypisywane Czechom, wskazano ich zwyczaje, ale także opisano jak spędzają wolny czas i obchodzą święta. Ponadto zawarto ocenę pewnych grup zawodowych oraz przybliżono, jaki mają stosunek do mniejszości etnicznych i seksualnych. Okazało się, że obraz Czechów jest tożsamy w badanych tekstach i w większości zgodny z istniejącymi stereotypami. Autorzy przewodników kreślą przede wszystkim pozytywny obraz południowego sąsiada, ale zwracają też uwagę na nieprzyjazny stosunek Czechów do Romów.

W Republice Czeskiej ruch turystyczny, zarówno krajowy, jak i zagraniczny prężnie się rozwija, a według Czeskiego Urzędu Statystycznego (Český statistický úřad) w 2017 roku dochód z tej branży wyniósł 149 miliardów czeskich koron i tworzył 2,9% PKB, aż 239 tys. osób pracowało w turystyce, czyli każdy 22. Czech, co stanowiło 4,5% miejsc zatrudnienia ([https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni\\_ucet\\_cestovniho\\_ruchu](https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu)). Obliczono, że w 2018 roku do Czech przybyło najwięcej turystów z Niemiec (2 miliony), Słowaków (735 tys.) i Polaków (620 tys.), a z danych wynika, że od 2012 roku liczba tych ostatnich stale rośnie (<https://www.czso.cz/csu/czso/ci/cestovni-ruch-4-ctvrtleti-2018>).

Czeska Centrala Ruchu Turystycznego zarządzana przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego Republiki Czeskiej – „CzechTourism”, której celem jest promocja Czeskiej Republiki jako destynacji turystycznej, przeprowadziła badania, dotyczące m.in. wizerunku Czech w Polsce i charakterystyki polskich turystów. Wyniki ogłosiła w raportach *Image ČR v zahraničí. Polsko (2016)* (<https://www.czechtourism.cz/institut-turismu/marketingovy-vyzkum/analyzy/pruzkum-vnimani-znacky-ceska-republika-v-zahranici/>) i *Country-Report-Polsko (2018)* ([https://www.czechtourism.cz/getattachment/Institut-turismu/Marketingovy-vyzkum/Country-Reporty/Country-Report-Polsko/Polsko\\_fin.PDF.aspx?ext=.PDF](https://www.czechtourism.cz/getattachment/Institut-turismu/Marketingovy-vyzkum/Country-Reporty/Country-Report-Polsko/Polsko_fin.PDF.aspx?ext=.PDF)). Osobliwe dla czeskich badaczy okazało się stwierdzenie niektórych polskich respondentów, że Czechy są „natolik dostupnou destinací, že návštěvu u nás ani nepovažují za výlet do zahraničí” (<https://www.czechtourism.cz/institut-turismu/marketingovy-vyzkum/analyzy/pruzkum-vnimani-znacky-ceska-republika-v-zahranici/>).

Z przedstawionych wniosków wypływa, że przeciętny polski turysta przyjeżdża do Czech indywidualnie (83,5%) z Wrocławia, Katowic, Opola, Warszawy, Bielska-Białej i Krakowa w sezonie, zwłaszcza w sierpniu, średnio na 3 dni i przeważnie wydaje 1 439 koron czeskich na osobę, które przeznacza przede wszystkim na transport (41,6%) i zakwaterowanie (27,2%). Modelowy polski turysta najczęściej należy do grup wiekowych 30-44 lat (45,3%) i 15–29 lat

(24,3%). Najliczniej przybywają rodziny z dziećmi, „čemuž odpovídají i vyhledávané aktivity (aquacentra, sportovní adrenalinové parky, poznávání s příběhem). Vysoký nárůst oblíbenosti sportovních aktivit, především pěší a cykloturistika” ([https://www.czechtourism.cz/getattachment/Institut-turismu/Marketingovy-vyzkum/Country-Reporty/Country-Report-Polsko/Polsko\\_fin.PDF.aspx?ext=.PDF](https://www.czechtourism.cz/getattachment/Institut-turismu/Marketingovy-vyzkum/Country-Reporty/Country-Report-Polsko/Polsko_fin.PDF.aspx?ext=.PDF)). Natomiast młodsze pokolenie przyciąga „aktivní turismus, regionální gastro-zážitky, tématicky zaměřené cesty (hudební festivaly, vánoční trhy apod.)” ([https://www.czechtourism.cz/getattachment/Institut-turismu/Marketingovy-vyzkum/Country-Reporty/Country-Report-Polsko/Polsko\\_fin.PDF.aspx?ext=.PDF](https://www.czechtourism.cz/getattachment/Institut-turismu/Marketingovy-vyzkum/Country-Reporty/Country-Report-Polsko/Polsko_fin.PDF.aspx?ext=.PDF)).

W opisywanych materiałach znalazły się również fragmenty poświęcone różnicom socjokulturowym, np.:

Většina Poláků je poverčivá ohledně čísla 13, hlavně pokud se jedná o pátek třináctého. Věří, že nejlepší cestou, jak se vyhnout neštěstí, je zůstat doma a nic nedělat. Není vhodné je ubytovat v pokojích obsahujících číslo 13, ve třináctém patře. Případně plánovat itinerář, který by začínal pátkem třináctého. [...] Poláci mnohdy vyžadují salát nebo větší zeleninovou přílohu k hlavnímu chodu, na kterou jsou zvyklí z domova ([https://www.czechtourism.cz/getattachment/Institut-turismu/Marketingovy-vyzkum/Country-Reporty/Country-Report-Polsko/Polsko\\_fin.PDF.aspx?ext=.PDF](https://www.czechtourism.cz/getattachment/Institut-turismu/Marketingovy-vyzkum/Country-Reporty/Country-Report-Polsko/Polsko_fin.PDF.aspx?ext=.PDF)).

Z tego względu CzechTourism radzi czeskim usługodawcom:

Je třeba brát v úvahu hluboké katolické založení Poláků a z toho vyplývající silné postavení katolické církve. Národní hrdost a vědomí velikosti státu mohou způsobovat jisté problémy. V komunikaci jsou přímí a říkají vždy to, co mají na jazyku. Převážně jsou otevření a přátelští, ale to se může rychle změnit v případě nespokojenosti s poskytovanou službou nebo produktem. Negativně nesou, pokud propagační materiály v IC jsou v několika jazycích a ne v polštině ([https://www.czechtourism.cz/getattachment/Institut-turismu/Marketingovy-vyzkum/Country-Reporty/Country-Report-Polsko/Polsko\\_fin.PDF.aspx?ext=.PDF](https://www.czechtourism.cz/getattachment/Institut-turismu/Marketingovy-vyzkum/Country-Reporty/Country-Report-Polsko/Polsko_fin.PDF.aspx?ext=.PDF)).

W prezentowanych przez CzechTourism raportach zwrócono również uwagę na wizerunek Czech i Czechów w Polsce:

[...] často nás označují jako Pepíky. Spojují si nás hlavně s Prahou a pivem, často si vybaví i například knedlíky. Důležitou roli hrají v hlavách Poláků i hory. [...] Spon-tánně si Poláci nejčastěji vybaví Václava Havla. Ze současných celebrit by se ale jako

ambasador hodil nejvíce Karel Gott, případně Petr Čech nebo Martina Navrátilová. Často si Poláci vzpomenou i na naše smyšlené postavičky – zejména pak Krtečka. [...] Zdaleka nejznámější značkou je Škoda, následovaná pivovary (zejména pak tím Plzeňským). Často zmiňovaná je i Studentská pečeť, lentilky nebo Kofola, mezi známé značky se dále řadí Stock, Avast nebo Zetor (<https://www.czechtourism.cz/institut-turismu/marketingovy-vyzkum/analzy/pruzkum-vnimani-znacky-ceska-republika-v-zahranici/>).

Rozkwit turystyki zagranicznej w Polsce sprawił, że na rynku wydawniczym pojawiło się wiele przewodników turystycznych, nie zabrakło także tych poświęconych Czechom. Najczęściej na półkach księgarskich można znaleźć publikacje, w których przedstawia się cały kraj, wybrany region, ale zdarza się, że w jednym bedekerze prezentuje się Czechy wraz ze Słowacją (Pernal 2011). Istnieją przewodniki dla turystów zmotoryzowanych, turystów górskich, narciarzy i kajakarzy. Podróżnicy proponują, by Czechy zwiedzać szlakiem szlacheckich i arystokratycznych rezydencji, szlakiem winnym, czy choćby wybrać się do tego państwa na weekend.

Celem w niniejszym artykule będzie przedstawienie obrazu Czechów na początku XXI wieku, który został zawarty w przewodnikach turystycznych wydanych w Polsce (por. też Pawlik 2014, Szałaśny 2017). Materiał badawczy został wyekscerpowany z sześciu bedekerów opublikowanych w latach 2004–2011 przez oficyny wydawnicze: „Marco Polo” – *Czechy*; „Globtroter” – *Czechy*, „Pascal” – *Czechy na weekend*, „Bezdroża” – *Czechy. Gospoda pełna humoru*; „Beadeker” *Czechy* i „Wiedza i Życie” – *Czechy i Słowacja*<sup>1</sup>. Analizie zostaną poddane wyłącznie podstawowe informacje zamieszczone na początku lub na końcu wymienionych pozycji, które zatytułowano następująco: *Wiadomości ogólne, Wstęp, Informacje praktyczne, Turystyczny kompas, Informator od A do Z, Informacje o kraju, Wprowadzenie*.

---

<sup>1</sup> W dalszej części będę stosować dla poszczególnych publikacji następujące skróty: M – „Marco Polo” *Czechy*; G – „Globtroter” *Czechy*, P – „Pascal” *Czechy na weekend*, B – „Bezdroża” *Czechy. Gospoda pełna humoru*; Bd – „Beadeker” *Czechy* i W – „Wiedza i Życie” *Czechy i Słowacja*. Po skrócie umieszczam numer strony, z której pochodzi cytata.

## 1. Obraz Czecha oczami podróżników

Przewodnik turystyczny należy do tekstów użytkowych, który ma szablonową budowę i spełnia funkcję perswazyjną, autorzy bowiem poprzez dobór zawartych w nim informacji turystycznych, praktycznych wskazówek, spostrzeżeń, własnych opinii popularyzują to, co ich zdaniem jest godne uwagi, wartościując tym samym Czechy i ich mieszkańców. W badanych bedekerach zdarza się, że sami podróżnicy nakreślają obraz Czecha, na przykład w publikacji wydawnictwa „Bezdroża” Izabela Krausová-Žur pisze:

Przeciętny Czech jawi się w naszych oczach jako jowialny pan z brzuskiem, z nieodłącznym kuflem piwa w ręku i ... to właściwie wszystko. No może jeszcze wyobrażamy sobie, że musi być dowcipny, skoro mówi tak śmiesznym językiem. Jeśli dać nam do wyboru zestaw cech, to wskażemy ponadto, że Czesi to uprzejmi i przyjemni ludzie, którzy lubią porządek i są ateistami. Poza tym są tradycjonalistami i patriotami, no i oczywiście muszą być jak Szwajcy. Nie jest to więc najgorszy obraz – sami Czesi oceniają się nieco bardziej surowo i wskazują na inne cechy swojego charakteru, uważają się za przebiegłych, inteligentnych i dowcipnych. Zgadzą się z twierdzeniem, że są podobni do Szwajcarów i że ich nastawienie do życia jest optymistyczne, ale poza tym jako negatywne cechy wskazują lenistwo i przekupność. Do Polaków nie są wyjątkowo pozytywnie nastawieni – choć uważają, że przede wszystkim jesteśmy pobożni, znamy się na biznesie, interesujemy się kulturą, a na życie patrzymy z optymizmem (skąd takie przekonanie?), to równocześnie jesteśmy przebiegłymi, leniwymi i chępliwymi nacjonalistami (Krausová-Žur 2007, s. 79–80).

Ponadto przywołała zawarty w Reader's Digest obraz przeciętnego obywatela Republiki Czeskiej:

1. Jest bezwyznaniowy. Nawet jeśli należy do kościoła rzymskokatolickiego, to na pewno nie był w ostatnią niedzielę w kościele.
2. Synowi da na imię Jan albo Peter, córce Jana albo Lucie.
3. Nie chodzi na koncerty muzyki poważnej ani popularnej, do galerii ani do biblioteki publicznej, ale przynajmniej raz w miesiącu czyta książkę. Czyta najczęściej przed zaśnięciem (21.30–22.30).
4. W dzień powszedni zakupy robi albo przed południem (9.00–10.00), albo między 15.00–16.00.
5. Latem przynajmniej raz w miesiącu chodzi do lasu, w którym w ciągu roku zbiera ponad 6 kg grzybów i 3 kg jagód.
6. W dzień powszedni i w weekendy śpi siedem, osiem godzin, ale mimo to rano nie

zawsze czuje się świeży i wypoczęty.

7. Na pytanie, czy jest rasistą, odpowiada „nie”, zapytany, czy wprowadziłby surowsze prawo dla Romów, jednym tchem mówi „tak”, a czy chciałby, żeby Cygan był jego sąsiadem – „nie”.

8. Uważa, za oczywiste, że ma naturalne prawo do otrzymania pomocy od państwa w wypadku kłopotów finansowych, zaliczając się jednocześnie do centroprawicy i uważając się raczej za liberała (Krausová-Žur 2007, s. 80).

Na podstawie wybranych wyżej przewodników turystycznych zostaną wskazane wady i zalety przypisywane Czechom, ale także to, jak spędzają wolny czas i obchodzą święta, jakie mają zwyczaje, jaki mają stosunek do mniejszości etnicznych i seksualnych, jakimi są usługodawcami.

W bedekerach podkreśla się, że Czesi nie czują się narodem Wschodu, ale uważają się za zachodni naród Europy Wschodniej i twierdzą, że w Pradze „bije serce Europy Środkowej”, obcokrajowcy zaś świadomi tych niuansów zaskarbiają sobie powszechną sympatię (Bd 84). Oprócz tego wspomina się o szeroko rozpowszechnionym wśród Czechów eurosceptyźmie, a także o zaściankowo-nacjonalistycznych poglądach wielu mieszkańców Czech (G 35–36). Z publikacji „Wiedzy i Życia” można dowiedzieć się, że

Czesi chlubią się swym tradycyjnym przywiązaniem do wartości demokratycznych. Z jednej strony oznacza to sprzeciw wobec przejawów autorytaryzmu, z drugiej – przekonanie o bezdyskusyjności ustanowionego przez większość prawa. Przepisy i normy, nawet w sprawach drugorzędnych, wywołują w społeczeństwie czeskim respekt znacznie większy niż u innych narodów. Z egalitaryzmem kłóci się nieco czeskie upodobanie do tytułów i godności, związane z mieszczańskimi korzeniami społeczeństwa i z wielowiekowymi wpływami austriackiej biurokracji. Równie widoczną cechą charakteru wielu Czechów jest pragmatyzm, podporządkowanie decyzji chłodnej ocenie możliwych zysków i strat, nie zaś emocjom. Wiąże się z tym wysoki stopień zorganizowania społeczeństwa, jasny podział zadań, niekwestionowana rola autorytetów i przywódców (W 16).

We wszystkich bedekerach społeczeństwo czeskie charakteryzuje się jako ateistyczne, a w jednym z nich podaje się następujące wyjaśnienie:

Z doświadczeniami historycznymi należy wiązać fakt, iż Czesi są dziś najbardziej zlaicyzowanym narodem w Europie. Puste i zamknięte kościoły są świadectwem antyklerykalnej postawy społeczeństwa, dla którego katolicka monarchia Habsburgów stanowiła przez wieki symbol narodowego ucisku (W 16).

W innym przewodniku autorzy informują o braku powołań kapłańskich w tym kraju i o oddelegowaniu do czeskich parafii księży z Polski.

Kolejną cechą charakteru Czecha jest poczucie humoru, zwłaszcza mieszkańców stolicy, który opisuje się w następujący sposób:

[...] można wyróżnić subtelny humor angielski, czarny, wisielczy oraz stojący na wyższym stopniu wtajemniczenia – humor praski. Na wstępie pojawiają się delikatne brytyjskie akcenty, potem staje się czarny, a w końcu dynda niczym łotr na szubienicy. Słuchaczom ani na chwilę nie wolno tracić czujności. W końcu, jak mówi przysłowie, Czech nie jest przyjemny, ale ludzki. A zatem prażanin często bywa nieuprzejmy, ale nigdy nie traci ludzkich odruchów (Bd 84).

Według kolejnego przewodnika dla czeskiego humoru charakterystyczny jest „cwaniakowaty oryginał dzielnego wojaka Szwejka, który z niewinną miną podważał autorytet habsburskiego cesarstwa. Czesi płatali figle także w tragicznej sytuacji. Wprowadzali w błąd wojska Układu Warszawskiego – zmieniali tablice z nazwami ulic i miejscowości” (M 15).

Z kart analizowanych publikacji jawi się obraz Czecha ceniącego sobie spokój, o bardzo silnej świadomości historycznej, szczególnie lokalnej (W 16) i nieco melancholijnym sposobie widzenia świata (M 7). Oprócz tego z lektury przewodników wypływa, że:

Czech nie lubi, gdy mu się coś objaśnia dwa razy: on i tak zrobi wszystko po swojemu i bywa przy tym przeważnie nieco uparty. Elastyczność nie należy do mocnych stron tego niewielkiego narodu, w przeciwieństwie do talentu improwizacji. W wynajdywaniu prowizorycznych rozwiązań Czesi są wręcz mistrzami świata (Bd 84).

Ważne jest również stwierdzenie, że wszyscy Czesi kochają króla:

Co prawda, czasy panowania ojca narodu Karola IV należą do dalekiej przeszłości, ale w świadomości narodowej ma ona status równy rodzinie królewskiej u Brytyjczyków. Ponieważ każdy Czech od czasu do czasu tęskni za monarchią,

turysta powinien szczerze zachwycić się wielkim Karolem IV i jego sztuką budowlaną (nie tylko w Pradze) (Bd 84).

Pojawiły się też uwagi na temat wyglądu typowego Czecha, a właściwie jego fryzury, bo jak napisano:

W żadnym innym kraju Europy nie można spotkać tylu długowłosych mężczyzn żywcem wyjętych ze scenerii lat 60–70. ubiegłego wieku (W 17).

W publikacji „Bezdroży”, bazując na danych statystycznych, zamieszczono model czeskiej rodziny:

Małżeństwa zawierają najczęściej 24-letnie kobiety i 26-letni mężczyźni, a pierwsze dziecko rodzi się zazwyczaj sześć miesięcy po ślubie. Związki są nietrwałe, niemal co trzeci kończy się rozwodem. Ponad połowa rozwódek znajduje sobie nowego partnera. W ciągu życia przeciętna Czeszka ma 2–3 partnerów seksualnych, a Czech znacznie więcej (B 81).

Sporo miejsca poświęcono zwyczajom panującym w Czechach, czasami prezentowane opinie są sprzeczne. W pozycji „Wiedzy i Życia” zwraca się uwagę na to, że w kraju tym nie obowiązuje znana w Polsce kurtuazja wobec kobiet, nie ustępuje się im bowiem miejsca w środkach komunikacji, nie podaje płaszcza i nie całuje się w rękę. Natomiast odmienną opinię zaprezentowano w publikacji oficyny „Baedeker”, której autor uważa, że „Dobre maniery wciąż obowiązują – mężczyzna przytrzymuje kobiecie drzwi i pomaga zdjąć płaszczyz. Nierzadko starszy czeski dżentelmen unosi przy pozdrowieniu kapełusz” (Bd 84).

Podróżnicy twierdzą, że jedną z cech społeczeństwa czeskiego jest oddzielenie sfery prywatnej i publicznej:

Życie towarzyskie toczy się w gospodach i piwnicach – tu kobiety i mężczyźni świętują swe jubileusze i sukcesy, tu spotykają się – czasem codziennie – z gronem znajomych i przyjaciół. Łatwo tu nawiązać kontakt z przygodnym towarzystwem, bez wahania można prosić o pozwolenie zajęcia miejsca przy wspólnym stole. Rzadko jest się natomiast zapraszany do czeskiego mieszkania, będącego ostoją prywatności. Symbolicznym przekroczeniem progu intymnego świata jest spotykany nadal obyczaj zdejmowania – także przez gości – butów po przyjściu z ulicy. Częściej można oczekiwać zaproszenia do wiejskiego domu zwanego „chatą” lub „chałupą”, który posiada niemal każda średnio zamożna rodzina (W 16–17).

Również w innych książkach przywołuje się zwyczaj zdejmowania butów tuż przy wejściu, krytykując go, ponieważ widok gości bez butów, ale w eleganckich ubraniach jest nie tylko niezgodny z etykietą, ale wręcz może śmieszyć. Ponadto podpowiada się czytelnikom, że przy składaniu wizyt Czeszkom należy dawać bukiety o nieparzystej liczbie kwiatów, gdyż wiązanki z parzystą liczbą zarezerwowane są na ceremonie pogrzebowe (Bd 84). Dalej radzi się turystom, że na przedstawienia teatralne i koncerty należy przychodzić w stroju wieczorowym, a z drugiej strony stwierdza, że Czesi ubierają się swobodnie i nie są zbyt przywiązani do konwenansów, więc wybierając się do restauracji, nie trzeba wkładać odświętnego stroju (W 367).

## 2. Kultura biesiadowania Czechów

W każdym z badanych bedekerów podkreśla się kulturę biesiadowania Czechów, a zwłaszcza kulturę picia, często przywołując atmosferę panującą w czeskich gospodach. Wart przytoczenia okazał się obraz takiego lokalu zawarty w przewodniku „Czechy. Gospoda pełna humoru”:

Stoły przykryte obrusem, ludowo-socrealistyczny wystrój. Kelnerka w średnim wieku, w lokach, nieco puszysta, niesie na tacy osiem kufla piwa z pianką. Muzykę tworzy monotony odgłos wentylatora, gwar ludzkich głosów i brzęk szkła (czasem wtóruje telewizor). Jedni przychodzą na piwo – zawsze wypijają więcej niż kufel – inni zjeść knedliki z wołowiną i kapustą, kielbasę z opiekanymi ziemniakami, albo smażony ser z frytkami. Tym, którzy konsumują, wcale nie przeszkadza gęstniejący z godziny na godzinę dym papierosowy i coraz intensywniejszy gwar, nieśmiałe śpiewy, brzęk naczyń i odgłos szurających o linoleum krzesel. Czeska gospoda to miejsce dla każdego. Zawsze gdzieś w kącie siedzi popijający smutnie piwo staruszek, są stali bywalcy – kumple w średnim wieku, wychylający już trzeci kufel, zresztą jak co dzień, jest ekipa lokalnej młodzieży, która obchodzi jakieś swoje małe święto, i para zakochanych, sącząca wyborne wino (bo w czeskiej gospodzie zawsze można zmówić butelkę dobrego wina). To taka czeska kultura biesiadowania, bycia ze sobą przy kuflu piwa, okazja do spotkania ze starym znajomym. Komentuje się na gorąco wydarzenia w kraju, wspomina dawne czasy, zawiązuje przyjaźnie, obchodzi imieniny, celebryje stan zakochania, gra w karty [...] (B 91).

Pozostali autorzy wspominają, że zwykle wieczorem w gospodzie przygrywa ktoś na jakimś instrumencie, a reszta gości śpiewa przeboje czeskiej muzyki ludowej. Ponadto ostrzegają czytelników, że toast po czesku brzmi *Na zdraví* i nie należy go wymawiać z rosyjska, bo miejscowi są na te niuanse bardzo wyczuleni (Bd 84), natomiast przy stukaniu kuflami trzeba spojrzeć sobie w oczy. Z kolei niektórych dziwi zwyczaj wypijania piwa jednym haustem (*na ex*), czy kupowania piwa na wynos. Dalej można dowiedzieć się, że „Czesi mają także swój zwyczaj znaczenia wypitej liczby piw. Otóż na rachunku za każde wypite piwo kelner stawia kreskę, a rachunek zostawia na stole. Podczas płacenia zlicza się kreski. Jest to zwyczaj, który akceptują wszyscy czescy piwosze” (B 94), czy „Czeskie toalety na ogół nie mają zamków! Jednak nie ma się co obruszać – to nie wynik niedbałości, tylko troski o bezpieczeństwo piwoszy (iluż z nich usnęło wtulonych między ścianę a muszlę! i o trwałość drzwi (skoro ktoś sobie w środku smacznie śpi, to po co je od razu wyważać?!))” (G 67). Dalsza informacja dotyczy pory obiadowej, zwłaszcza, że jest ona wcześniejsza niż w Polsce, bo Czesi jadają główny posiłek ok. 12.00–13.00, wieczorem zaś spożywają kolację na zimno, złożoną z chleba z serem, wędliną lub mięsem (B 90).

Zwyczaje kulinarne Czechów to kolejny element opisywany we wszystkich przywoływanych przewodnikach. Zdaniem jednego z autorów „Najpewniejszą drogą do obrażenia Czecha jest krytykowanie tamtejszej kuchni! [...] Oczywiście nie można także zapominać, że czeskie piwo jest najlepsze na świecie!” (Bd 85). Podróżnicy słusznie uważają, że „Trwanie przez wiele stuleci w austriacko-węgierskim związku państw odcisnęło piętno na kuchni Czech i Moraw” (M 19), a „Wiele przepisów, zwłaszcza jeśli chodzi o potrawy mączne, zostało przejętych z gastronomicznych tradycji Bawarii i Austrii” (Bd 87).

Obraz czeskiej kuchni prezentuje się na przykład w publikacji wydawnictwa „Marco Polo”:

Ktoś, kto ma szczęście gościć w czeskiej rodzinie, wie, co oznacza czeska kuchnia. Gospodyni podaje delikatną, naszpikowaną słoniną pieczeń z polędwicy.

[...] Gdy polana sosem przygotowanym z zalewy i śmietany łąduje razem z knedlikami na stole, nikt już nie ma ochoty na kulinarne nowinki (M 19–21),

ale odmienne zdanie ma autor z oficyny „Globtroter”:

Mieszkańcy Czech i Moraw jedzą chętnie, najczęściej treściwie i po domowemu. [...] na stołach królują potrawy mięsne, uwielbiane sosy do pieczeni, którymi knedle nasiakają jak gąbka, oraz niezliczone potrawy mączne, przy przyrządzaniu których nie oszczędza się na śmietanie ani na innych tuczących dodatkach. Warzywa i owoce tradycyjnie stoją raczej w cieniu, a delikatne południowomorawskie szparagi oraz znojemskie ogórki, typowe dla kuchni morawskiej, to jedynie chlubne wyjątki (Bd 87).

Z analizowanego materiału wynika, że Czesi chętnie jedzą sycące zupy, zwłaszcza czosnkową, cebulową, pomidorową i flaczki, ale jednocześnie zaznacza się, że ich smak różni się od znanych Polakom pierwszych dań. Natomiast ulubionym mięsem Czechów jest wieprzowina, ale przysmakiem jest też pieczona wołowina nadziewana bekonem, szynką, cebulą i jajkami. Bardzo ceniona jest słynna praska szynka podawana przeważnie do chleba na śniadanie albo z chrzanem jako przekąska przed kolacją. Popularna jest także cielęcina w postaci panierowanego, smażonego sznycla i drób, zwłaszcza kaczka, zazwyczaj pieczona z owocami (czasami z kasztanami) i podawana z czerwoną kapustą. Lubiane są też małe bażanty, pieczone w całości z jałowcem i czarnymi jagodami czy żurawiną (W 369). Nasi południowi sąsiedzi spożywają też dziczyznę (sarninę, królika i zająca), ale często także pstrąga z rusztu. Pojawiła się też uwaga, że Czesi mają tendencję do nadmiernego rozgotowywania warzyw (W 369).

Przewodnicy wielokrotnie podkreślają, że narodowym napojem Czechów jest piwo. Uznają ich za mistrzów w jego warzeniu i wielkich smakoszy tego trunku („Czesi należą do najzarliwszych miłośników piwa na świecie – w rzeczywistości chmielowy trunek uchodzi tu za... potrawę!”; Bd 90). Ponadto mieszkańcy kraju nad Wełtawą:

[...] nie stronią także od mocniejszych trunków. Dużą popularnością cieszy się śliwovica (slivovice) oraz żytniówka (hanácká) z Moraw, jak również wódka z moreli (meruňkovice). Po obfitym posiłku trawienie wspomaga słynna na całym świecie gorzka Becherovka, nazywana często trzynastym źródłem Karłowych Warów, lub górski likier ziołowy Pravý Praděd powstający u stóp Pradziada (Bd 92).

Nie zabrakło również informacji na temat świąt, które Czesi obchodzą, i zwyczajów z nimi związanymi, np.:

Ze starych zwyczajów ludowych najczęściej praktykowany jest mięsopust, czyli ludowe ostatki (trzy ostatnie dni karnawału), podczas których odbywają się liczne zabawy. W Wielki Piątek można spotkać młodych ludzi chodzących z kołatkami (ponieważ w tym dniu milczą kościelne dzwony). W Poniedziałek Wielkanocny bardzo popularny jest obyczaj zwany ‘pomlazzką’, polegający na smaganiu dziewcząt (G 39).

Wspomina się, że w okresie Bożego Narodzenia Czesi malują wdmuszki, które wieszają na choinkach (G 72), a nadejście Nowego Roku tłumnie świętują na ulicach (W 31). Znalazły się także informacje o paleniu czarownic z 30 kwietnia na 1 maja, ponieważ „w czasie tej nocy wierzono, że złe siły mają moc większą niż kiedy indziej, pali się więc stare miotły, co ma symbolizować uwolnienie natury od diabelskich wpływów” (W 28). Oprócz tego w maju „w pochodzie Praha-Prčice tysiące osób wspólnym spacerem z centrum Pragi na przedmieścia świętuje nadejście wiosny (W 28), a w połowie czerwca podczas Festiwalu Pięciopłatkowej Róży (Český Krumlov) „mieszkańcy przebrani w stroje historyczne świętują letnie przesilenie” (W 29). Mowa jest także o sposobie upamiętniania ważnych dla narodu czeskiego wydarzeń historycznych, takich jak: 5 maja – rocznica powstania praskiego, kiedy „składane są wiązanki kwiatów przy tablicach upamiętniających poległych powstańców” (W 28), czy 17 listopada – rocznica aksamitnej rewolucji obchodzona jako Dzień walki o wolność i demokrację, w którym pod pomnikiem św. Wacława w Pradze czołowi politycy czescy składają wiązanki kwiatów (W 30). W wielu regionach Czech kultywowane są miejscowe tradycje ludowe (np. tradycje ludowego rękodzieła), które można bliżej poznać, uczestnicząc w świątach, festiwalach i festynach, na których często przygrywiają amatorskie orkiestry dęte (tzw. *dechovky*), na Morawach zaś w czasie świąt i wesel można jeszcze zobaczyć Czechów ubranych w tradycyjne stroje ludowe.

## 2. Spędzanie czasu wolnego

Wyjazdy do czeskich uzdrowisk, by zregenerować siły, a jesienią grzybobranie, to zdaniem przewodników ulubione sposoby spędzania wolnego czasu przez Czechów. Jak napisano „w tygodniu trasy nie są bardzo zatłoczone. Czesi korzystają z samochodów w weekendy” (B 87), jednak najczęściej pokonują małe odległości (B 87). Z kolei zainteresowania Czechów związane są ze swoistym zapatrzeniem w przyszłość, „nostalgiczny kult starych przedmiotów i przywiązanie do ulubionych strojów, miejsc i zwyczajów, który przybiera czasem niecodzienne formy” (W 17).

W każdej analizowanej publikacji pojawiły się stwierdzenia, że sport cieszy się wśród Czechów wielką popularnością. Podano, że aktywnie wypoczywają oni, jeżdżąc na rowerze lub wspinając się, natomiast zimą uprawiają hokej na zamrzniętych stawach i rekreacyjnie narciarstwo biegowe. W bedekerze wydawnictwa „Wiedza i Życie” można przeczytać:

Wielu Czechów uprawia sporty wodne – windsurfing, żeglarstwo, jachting, kajakarstwo, pływanie rekreacyjne i wędkarstwo. Brak dostępu do morza nie stanowi dla nich żadnej przeszkody, bowiem w kraju znajduje się wiele rzek, jezior i sztucznych zbiorników. Stosunkową młodą dyscypliną w Czechach jest canyoning – spływy kajakami po rwących górskich rzekach [...] (W 405).

Dość często wymienia się dyscypliny sportu, które są czeską specjalnością. Według bedekera „Marco Polo” są to: piłka nożna, hokej na lodzie, tenis i narciarstwo, snowboard, baseball, futbol amerykański, a wśród sportów niespołowych freeclimbing, sporty rowerowe, jogging, wyścigi motocyklowe (M 99). Z innego źródła można dowiedzieć się:

Mecze reprezentacji narodowej (piłki nożnej), jak i rozrywki klubowe, oglądane są z wielkim zainteresowaniem, tym bardziej że piłkarze znad Wełtawy radzą sobie na arenie międzynarodowej całkiem nieźle. Gorące emocje wzbudzają mecze hokejowe, a w tej dziedzinie Czesi stanowią prawdziwą światową potęgę. Trzecim sportowym „konikiem” mieszkańców Republik Czeskiej jest żużel (W 406).

Ponadto Czesi żywo interesują się zawodową grą w tenisa, a także coraz większą popularność zdobywa golf.

## 3. Obraz czeskich grup społecznych i zawodowych

Na obraz Czechów prezentowany w przewodnikach składa się też ocena pewnych grup zawodowych. Pozytywnie opisuje się pocztowców za ich poziom usług, pracowników informacji turystycznych, którzy „prawie zawsze dobrze władają językiem niemieckim i choć trochę angielskim” (W 412), a także właścicieli pensjonatów i kwater prywatnych za stwarzanie miłej atmosfery i dbanie o gości oraz kierowców za uprzejmość. Jednak z badanych tekstów nie wypływa jednorodny obraz pracowników branży turystycznej, ponieważ w niektórych przedstawia się negatywne opinie na ich temat. Za przykład niech posłuży poniższy fragment z publikacji „Globtrotera”:

Poziom usług w obiektach noclegowych może powodować pewien dysonans w ogólnym obrazie Czech, jaki wyniesiemy po odwiedzeniu tego kraju. Jakość obsługi hotelowej waha się od przeciętnie dobrej do najgorszej z możliwych. Większość pracowników hoteli ma nadal mentalność urzędników, co w najlepszym razie przekłada się na uprzejmą obojętność, w najgorszym – na kompletny „tumiwizizm” cóż, trudno w ciągu kilku zaledwie lat zmienić ugruntowane w ciągu czterdziestolecia komunistycznych rządów biurokratyczne przyzwyczajenia (G 62).

O zachodzących zmianach w poziomie usług świadczą następujące wypowiedzi:

Jakość obsługi w ostatnich latach znacznie się poprawiła, choć zdarzają się przypadki zawyżania rachunków (P 25).

Dzisiaj obsługa przyjmuje gości (zwłaszcza zagranicznych) z należytą uprzejmością i grzecznością (G 63).

Pojawiły się też ostrzeżenia dla polskich turystów, np.: „Należy strzec się przed zapędami czeskich kucharzy w kierunku chińskiej i włoskiej sztuki kulinarnej” (M 19); „Czeska drogówka porusza się białymi samochodami z zielonymi pasami. Nie warto się z nimi sprzezać” (B 97).

Z kolei we wszystkich analizowanych tekstach pozytywnie przedstawiono czeskich sportowców, doceniając ich sukcesy odnoszone w świecie. Mowa tu o futbolistach z reprezentacji Czech, ale także piłkarzach grających w zachodnich klubach, takich jak: Paweł Nedvěd i Milan Baroš. Wymienia się osiągnięcia hokeistów, podkreślając, że „Czescy hokeiści stoją na podium praktycznie w każdym mistrzostwach świata w tej dyscyplinie. W 1998 wywalczyli złoto na Zimowych Igrzyskach Olimpijskich w Nagano” (W 406), a „Każdy mały Czech marzy, że będzie kiedyś równie dobry jak grający obecnie w lidze NHL Jaromír Jagr lub bramkarz Dominik Hašek” (B 81), legenda amerykańsko-kanadyjskiej NHL.

Na kartach przewodników wymienia się postaci ze świata polityki i kultury, których działalność utrwaliła pozycję Czech na arenie międzynarodowej, np.:

Prestiż kraju umocnił niewątpliwie jej pierwszy prezydent Václav Havel, podziwiany na całym świecie za konsekwentną obronę zasad demokracji i społeczeństwa obywatelskiego. Wielkie zasługi w dziedzinie promocji czeskiej kultury należy przypisać gronu wybitnych twórców i artystów – m. in. Bohumilowi Hrabalowi, Jarosławowi Seifertowi, Milanowi Kunderze i Milošowi Formanowi (W 17).

Dalej wymienia się architektów, muzyków, kompozytorów, malarzy, artystów związanych z filmem i teatrem, twierdząc, że artyści w Czechach zawsze cieszyli się wielkim poważaniem (W24), ale także naukowców, których w tym kraju nie brakowało.

#### 4. Czesi wobec innych grup etnicznych

Kolejną kwestią poruszaną w bedekerach jest stosunek Czechów do mniejszości etnicznych. Zgodnie z konwencją przytacza się dane statystyczne, z których wynika, że:

Teren Republiki Czeskiej zamieszkuje 10,3 mln ludzi należących do kilku grup etnicznych. Najliczniejszą grupę narodowościową stanowią Czesi – 81,3%. Poza nimi w Czechach mieszkają Morawianie – 13,25% (południowe Morawy), Słowacy – 3%, Polacy – 0,57% (Morawy Północne), Niemcy – 0,46% (Czechy północno-zachodnie), Ślązacy 0,42%, Cyganie – 0,33%, pozostali – 0,72% (B 44),

Okolo 90% mieszkańców państwa to Czesi, tylko 10% należy do mniejszości etnicznych. Największe grupy narodowościowe tworzą Słowacy, Polacy, Węgrzy, Ukraińcy, Niemcy, jak również Sinti oraz Romowie (Bd 21).

W badanym materiale można spotkać stwierdzenia, wskazujące na niechęć Czechów do Romów, a w przeszłości do Żydów. Świadczą o tym takie opinie, jak:

Nieszczególnie lubiana mniejszość narodowa Romów jest określana mianem cikáni. [...] Organizacje romskie oraz czeskie inicjatywy obywatelskie starają się zmienić stosunek Czechów do tej mniejszości narodowej (M 13),

Jak niemal we wszystkich państwach Europy, tak i w Czechach Żydzi cierpieli z powodu antysemityzmu. Czesi uważali ich za część niemieckojęzycznej klasy panującej, która uniemożliwiała im odzyskanie niepodległości (M 17).

Natomiast w analizowanych publikacjach Morawianie zostali przedstawieni w pozytywnym świetle, najczęściej jako winiarze, z którymi chętnie się gawędzi, a nawet ocenia się ich lepiej niż samych Czechów, np.:

Picie wina sprawia, że Morawianie są bardziej otwarci, towarzyscy i łatwiej nawiązać z nimi kontakt niż z pijącymi piwo Czechami (B 94–95).

W jednej z książek napisano także o Polakach:

Niektórym Czechom Polacy kojarzą się ze zdławieniem Praskiej Wiosny i z interwencją 1968 r., a najstarszym z zajęciem Zaolzia w przededniu II wojny światowej (Bd 84).

Podróżnicy opisując Czechy i ich mieszkańców, prezentują czytelnikom informacje przez pryzmat własnej kultury, dlatego w bedekerach można spotkać porównania Czechów z Polakami:

Czesi potrafią lepiej niż Polacy zadbać o krajobraz, uczynić rolnictwo ekologiczne ważnym elementem gospodarki, wprowadzać odnawialne źródła energii, sadzić drzewa i tworzyć parki oraz rozwijać turystykę proekologiczną i przyjazną dla środowiska (B 77),

W życiu codziennym Czechów nie ma obyczajów w diametralny sposób różniących się od tych, jakie znamy z własnego podwórka, choć niektórych może szokować fakt, że do restauracji lub kawiarni mężczyźni zawsze wchodzi przed kobietami (G 38).



\* \* \*

Podsumowując, należy stwierdzić, że obraz Czechów, wyłaniający się z analizowanych publikacji z lat 2004–2011, okazał się być jednokowy i w większości zgodny z istniejącymi w Polsce stereotypami, zwłaszcza odwołującymi się do postaci Szwejka (por. Bartmiński 1995, Balowski 2012; Szczepańska 2013). Z materiału badawczego wynika, że Czech jest ateistą, ma wyjątkowe poczucie humoru, wolny czas najchętniej spędza w gospodzie przy kuflu piwa, żywo interesuje się sportem. Ponadto oznacza się pragmatycznym podejściem do życia i przywiązany jest do wartości demokratycznych. Podkreśla się także jego kulturę biesiadowania i picia. Najlepszą opinią w bedekerach cieszą się docenieni przez większość podróżników czescy artyści i sportowcy.

Redaktorzy i autorzy przewodników z reguły kreują pozytywny wizerunek południowego sąsiada, ale nie zabrakło również pejoratywnych elementów w wizerunku Czechów. Zaliczyć można do nich między innymi niski poziom usług w branży turystycznej, ale także wyśmiewane (wręcz niemodne) fryzury czeskich mężczyzn. Przewodnicy zgodnie uznali, że typową cechą negatywną jest dyskryminacja mniejszości romskiej.

#### Literatura

- Adamczak S., Firlej K., 2006, *Czechy na weekend. Pascal*, Bielsko-Biała.
- Adamczak S. 2003, *Karkonosze Polskie i Czeskie*, Warszawa.
- Balowski M., 2012, *Postawy Polaków wobec mniejszości czeskiej i Czechów*, [w:] *Czesi*, red. L. Nijakowski, Warszawa, s. 63–81.
- Bartmiński J., Panasiuk J., 1993, *Stereotypy językowe*, [w:] *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*. T. 2. *Współczesny język polski*, Wrocław, s. 363–387.
- Bartmiński J., 1995, *Nasi sąsiedzi w oczach studentów. Z badań nad stereotypami narodowymi*, [w:] *Narody i stereotypy*, red. T. Walas, Kraków.
- Bartmiński J., 2007, *Stereotypy mieszkają w języku. Studia etnolingwistyczne*, Lublin.
- Błuszkowski J., 2005, *Stereotypy a tożsamość narodowa*, Warszawa.
- Brygiel W., 2013, *Karkonosze polskie i czeskie*, Pruszków.

*Country-Report-Polsko*, 2018. Online: [https://www.czechtourism.cz/getattachment/Institut-turismu/Marketingovy-vyzkum/Country-Reporty/Country-Report-Polsko/Polsko\\_fin.PDF.aspx?ext=.PDF](https://www.czechtourism.cz/getattachment/Institut-turismu/Marketingovy-vyzkum/Country-Reporty/Country-Report-Polsko/Polsko_fin.PDF.aspx?ext=.PDF) [dostęp 12.7.2019].

*Czechy. Baedeker*, 2008, Bielsko-Biała.

*Czechy. Globtroter*, 2006, Warszawa.

*Czechy. Marco Polo*, 2004, Bielsko-Biała.

*Europa na zimę dla zmotoryzowanych – Polska, Czechy, Słowacja*, 2011.

[https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni\\_ucet\\_cestovniho\\_ruchu](https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu).

<https://www.czso.cz/csu/czso/cristovni-ruch-4-ctvrtleti-2018>.

*Image ČR v zahraničí. Polsko*, 2016. Online: <https://www.czechtourism.cz/institut-turismu/marketingovy-vyzkum/analzy/pruzkum-vnimani-znacky-ceska-republika-v-zahranici/> [dostęp 4.7.2019].

Krausová-Žur I., 2007, *Czechy. Gospoda pełna humoru*, Kraków: Bezdroża.

Kroh A., 1995, *Polak, Czech dwa bratanki*, [w:] *Narody i stereotypy*, red. T. Walas, Kraków, s. 43–46.

Łuczyński R.M., 2012, *Szlacheckie i arystokratyczne rezydencje w Sudetach czeskich. Sudety Wschodnie*, Kraków.

Łuczyński R.M., 2012, *Szlacheckie i arystokratyczne rezydencje w Sudetach czeskich. Sudety Zachodnie i Środkowe*, Kraków.

*Morava. Morava. Przewodnik kajakowy*, 2005.

*Narciarski atlas Polski, Czech i Słowacji*, 2007, Kraków.

Nebešský R., *Morawy Południowe. Na winnych ścieżkach*. Kraków: Bezdroża.

Pawlik A., 2014, *Jak piszą o mieszkańcach Republiki Czeskiej polscy dziennikarze? – o profilowaniu wizerunku Czechów w dyskursie internetowym wybranych rozgłośni z obszaru Górnego Śląska*, „Bohemistyka”, nr 1, s. 21–47.

Pernal M., Darmochwał T., Rumiński T., 2011, *Czechy i Słowacja*, Warszawa: Wiedza i Życie.

Szałaśny P., 2017, *Czechy i Czesi w polskojęzycznych nowych mediach*, Ostrava.

Szczepańska E., 2013, *Wizerunek Czecha w »Zrób sobie raj« czy może kreowanie nowych stereotypów*, „Bohemistyka”, nr 4, s. 286–296.

Szerszeń P., 2013, *O problemach występujących podczas translacji tekstów przewodników i informatorów turystycznych* [w:] *Translatoryka. Koncepcje. Modele. Analizy*, red. S. Grucza, A. Marchwiński, M. Płużyczka, Warszawa, s. 407–415.

Zdułski M., 2000, *Międzyprzeszłością a teraźniejszością – stereotypowe wyobrażenia Czechów i Polaków o sobie*, [w:] *Przewyciężanie barier w integrującej się Europie*, red. Z. Drozdowicz, Z., W. Puślecki, Poznań.