

**POSTSCRIPTUM**  
**P O L O N I S T Y C Z N E**



# POSTSCRIPTUM

## POLONISTYCZNE

---

**2008 • 1 (1)**

### **Redakcja**

ROMUALD CUDAK — redaktor naczelny  
JOLANTA TAMBOR — zastępca redaktora naczelnego  
ALEKSANDRA ACHELNIK

### **Rada Programowa**

MARIA DELAPERRIÉRE, Paryż  
MAŁGORZATA KITA, Katowice  
AŁŁA KOŻYNOWA, Mińsk  
GERHARD MEISER, Halle  
WŁADYSŁAW MIODUNKA, Kraków  
KAZIMIERZ OŻÓG, Rzeszów  
ANNA MAŁGORZATA PACKALÉN, Uppsala  
TOKIMASA SEKIGUCHI, Tokio  
TAMARA TROJANOWSKA, Toronto

Pismo krajowych i zagranicznych polonistów  
poświęcone zagadnieniom związanym z nauczaniem  
kultury polskiej i języka polskiego jako obcego

**POSTSCRIPTUM**  
**POLONISTYCZNE**

Pismo jest II edycją półrocznika „Postscriptum”, który ukazywał się od 1992 r.

Wersja elektroniczna: [www.sjkip.us.edu.pl](http://www.sjkip.us.edu.pl)

Redaktor numeru

JOLANTA TAMBOR

Recenzent

ALDONA SKUDRZYK

Wydawca

Szkoła Języka i Kultury Polskiej

Uniwersytet Śląski w Katowicach

pl. Sejmu Śląskiego 1

40-032 Katowice

tel./fax: +48 32 2512991, tel. 48 32 2009424

e-mail: [szkola@homer.fil.us.edu.pl](mailto:szkola@homer.fil.us.edu.pl)

Skład

Wydawnictwo Gnome, Katowice

Nakład: 400 egz.

**ISSN 1898-1593**

## Spis treści

PRESCRIPTUM .....	9
<b>STEREOTYPY – ZAGADNIENIA OGÓLNE .....</b>	<b>11</b>
GRAŻYNA HABRAJSKA: Stereotyp w komunikacji .....	13
JOLANTA TAMBOR: Stereotyp i prototyp – znaczenia terminów .....	23
<b>POLSKI JĘZYKOWY OBRAZ ŚWIATA .....</b>	<b>31</b>
JERZY BARTMIŃSKI: Polski stereotyp <i>matki</i> .....	33
JERZY BARTMIŃSKI: Dom i świat – opozycja i komplementarność .....	55
JUSTYNA BEINEK: Agnieszka, Angela, Anielica... Nie/obecność kobiet w filmie polskim: 1976–2006 (wstępne rozpoznania) .....	69
JOLANTA TAMBOR: Autostereotyp i stereotyp Ślązaka .....	81
<b>POLACY W OCZACH INNYCH .....</b>	<b>99</b>
KRIS VAN HEUCKELOM: Złodzieje i złote rączki. Polskie stereotypy w Niderlandach .....	101
BARBARA MORCINEK: Sarmata w oczach Samuraja – kilka słów o stereotypie Polaka w Japonii i autostereotypie Japończyka .....	115
JURIJ SILECKI: Stereotyp Polaka w tradycyjnym światopoglądzie Ukraińców .....	135
AŁŁA KRAWCZUK: Nowe profile ukraińskiego stereotypu Polaka (na podstawie ankietowania studentów lwowskich) .....	147
GRAŻYNA ZARZYCKA: Stereotypy Polski i Polaków w świetle badań ankietowych przeprowadzonych w środowisku studentów zagranicznych .....	171

<b>INNI O SOBIE I O NAS</b> .....	197
ANDREA F. DE CARLO: „Polonia? Aaah Bologna!” W labiryncie stereotypów włosko-polskich i polsko-włoskich .....	199
JAGNA MALEJKA: Potomkowie smoka o sobie samych, czyli o autostereotypie Chińczyków .....	207
BRIGITTE SCHNIGGENFITTIG: Kto się lubi, ten się czubi, czyli bez stereotypów mało ciekawe sąsiedztwo .....	227
ANNA SYNORADZKA-DEMANDRE: Jak nas widzą Francuzi? Jak Francuzi postrzegają samych siebie? .....	237
 <b>KSIĄŻKI</b> .....	 241
GRAŻYNA ZARZYCKA: <i>Dyskurs prasowy o cudzoziemcach.</i> <i>Na podstawie tekstów o Łódzkiej Wieży Babel i osobach czarnoskórych.</i> Autorskie omówienie monografii .....	243
Stanisław Mędak, <i>W świecie polszczyzny.</i> <i>Podręcznik do nauczania języka polskiego dla obcokrajowców,</i> przez ANNĘ SYNORADZKĄ-DEMANDRE .....	249

# Contents

PRESCRIPTUM .....	9
<b>STEREOTYPES – GENERAL ISSUES .....</b>	<b>11</b>
GRAŻYNA HABRAJSKA: Stereotype in communication .....	13
JOLANTA TAMBOR: Stereotype and prototype – meanings .....	23
<b>LANGUAGE IMAGE OF THE WORLD IN POLISH .....</b>	<b>31</b>
JERZY BARTMIŃSKI: Polish stereotype of <i>mother</i> .....	33
JERZY BARTMIŃSKI: House and world – opposition and complementarity .....	55
JUSTYNA BEINEK: Agnieszka, Angela, Anielica... Non-existence of women in Polish cinema: 1976–2006 (preliminary recognitions) .....	69
JOLANTA TAMBOR: Autostereotype and a stereotype of Silesian .....	81
<b>POLISH PEOPLE IN THE EYES OF OTHERS .....</b>	<b>99</b>
KRIS VAN HEUCKELOM: Thieves and handy-men. Polish stereotypes in the Netherlands .....	101
BARBARA MORCINEK: Polish 17th century noblemen in the eyes of Samurai – few words about the stereotype of Pole in Japan and autostereotype of Japanese .....	115
JURIJ SILECKI: Stereotype of Pole from the traditional Ukrainian point of view .....	135
ALLA KRAWCZUK: New profiles of Ukrainian stereotype of Pole (based on surveys of students in Lvov) .....	147
GRAŻYNA ZARZYCKA: Stereotypes of Poland and Polish people in the light of surveys of foreign students .....	171

<b>OTHER ABOUT THEMSELVES AND ABOUT US</b> .....	197
ANDREA F. DE CARLO: “Polonia? Aaah Bologna!” In the labyrinth of Italian-Polish and Polish-Italian stereotypes .....	199
JAGNA MALEJKA: Descendants of the dragon about themselves, or about autostereotypes of Chinese .....	207
BRIGITTE SCHNIGGENFITTIG: “The quarrels of lovers are the renewal of love” – neighborhood without stereotypes would be boring .....	227
ANNA SYNORADZKA-DEMANDRE: How are we perceived by French people? How French people perceive themselves? .....	237
 <b>KSIĄŻKI</b> .....	 241
GRAŻYNA ZARZYCKA: <i>Press discourse about foreigners. Based on texts from the “Łódź’s Babel Tower” and about “dark-skinned”.</i> Author’s monograph summary .....	243
Stanisław Mędak, <i>In the world of the Polish language.</i> <i>Textbook for teaching Polish for foreigners</i> By ANNA SYNORADZKA-DEMANDRE .....	249



## PRESCRIPTUM

Szanowni Państwo Czytelnicy,

przekazujemy Państwu pierwszy numer czasopisma „Postscriptum Polonistyczne”. Nie jest to czasopismo zupełnie nowe, traktujemy je jako drugą edycję „Postscriptum”, półrocznika, który był publikowany przez Szkołę Języka i Kultury Polskiej Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach w latach 1992–2006 w liczbie 53 numerów. Aby zachować kontynuację, postanowiliśmy utrzymać szatę graficzną ostatnich numerów „Postscriptum”. Pozostaje również ta sama formuła periodyku – „Postscriptum Polonistyczne” jest pismem krajowych i zagranicznych polonistów poświęconym zagadnieniom związanym z nauczaniem kultury polskiej i języka polskiego jako obcego. „Postscriptum Polonistyczne” ma zatem służyć pomocą profesorom i lektorom nauczającym kultury polskiej i języka polskiego wśród obcokrajowców i osób pochodzenia polskiego mieszkającym poza granicami kraju. Nie jest to jednak tylko forum prezentowania zagadnień metodycznych i dydaktycznych związanych z tym obszarem edukacji. Chcemy w piśmie publikować artykuły i rozprawy, które podejmując zagadnienia z zakresu kultury polskiej i języka polskiego, poszerzają wiedzę wykraczającą poza problemy *stricto* glottodydaktyczne i pomagają lepiej organizować procesy edukacji polonistycznej. Udostępniamy zatem łamy „Postscriptum Polonistycznego” zarówno specjalistom od edukacji polonistycznej, jak również znawcom z zakresu kultury polskiej, literatury polskiej i języka polskiego oraz specjalistom, którzy szeroko rozumianą problematykę kulturoznawczą, literaturoznawczą i językoznawczą stawiają w centrum swoich zainteresowań. Pragniemy także, aby pismo stało się forum spotkań polskich i zagranicznych polonistów.

W numerach „Postscriptum Polonistycznego” chcemy publikować rozprawy, różnotematyczne artykuły, szkice i przyczynki, recenzje, a w kronice odnotowywać ważne dla polonistów wydarzenia. Będziemy kontynuować także numery „tematyczne” poświęcone konkretnym zagadnieniom i numerom prezentujące zagraniczne polonistyki. Zachowamy tradycję redagowania tych numerów przez specjalistów z danej dziedziny.

Niniejszy numer, inaugurujący edycję „Postscriptum Polonistycznego”, jest poświęcony zagadnieniu stereotypów. Oczywiście, szczególną uwagę poświęcamy w nim stereotypom Polaka/Polaków, które powstały i funkcjonują wśród społeczeństw krajów ościennych i egzotycznych. Numer zredagowała Jolanta Tambor, autorka monografii poświęconej mowie Górnoślązaków oraz ich świadomości językowej i etnicznej, jak również artykułów o stereotypach i autostereotypach, wizerunkach, tożsamości i identyfikacji etnicznej, narodowej i kulturowej.

*Redaktor Naczelny*

# Stereotypy

– zagadnienia ogólne



GRAŻYNA HABRAJSKA  
ł ó d ź

## Stereotyp w komunikacji

Pojęciu stereotypu poświęcono już, także w polskiej literaturze lingwistycznej, socjologicznej i kulturoznawczej, wiele opracowań. Obszerną bibliografię znajdzie czytelnik w książce Jerzego Bartmińskiego *Stereotypy mieszkają w języku* (2007), gdzie autor robi przegląd różnych podejść do stereotypu, charakteryzując ich funkcje (rozdział: *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki*).

Niewiele natomiast pisano o funkcjach stereotypów w komunikacji. W Polsce zajmował się tym przede wszystkim Aleksy Awdiejew, tworząc podstawy gramatyki komunikacyjnej (Awdiejew 1999), a obecnie pracując nad strategiami w dyskursie publicznym, oraz Grażyna Habrajska, gdy przybliżała czytelnikowi komunikacyjną metodę analizy i interpretacji tekstu (2004).

### Stereotyp – typ – standard semantyczny<sup>1</sup>

Jednym z aksjomatów gramatyki komunikacyjnej jest uznanie za podstawową jednostkę przekazu komunikacyjnego na poziomie treści standardu semantycznego<sup>2</sup>. Aleksy Awdiejew, przybliżając czytelnikom pojęcie standardów semantycznych, wyróżnia dwa ich rodzaje – typy i stereotypy.

---

<sup>1</sup> Więcej na temat relacji typów, stereotypów i standardów semantycznych u Aleksiego Awdiejewa: *Standardy semantyczne w gramatyce komunikacyjnej* (1999, 50).

<sup>2</sup> Standardami semantycznymi nazywamy układy predykatowo-argumentowe, które denotują jednostki językowe. Trwały związek pomiędzy jednostkami językowymi a zbiorem wszystkich możliwych standardów semantycznych jest podstawową częścią kompetencji językowej człowieka (Awdiejew, Habrajska 2004, 24).

Typy to standardy semantyczne, które odnoszą się do świata fizykalnego, dostępnego za pośrednictwem zmysłów, czyli tzw. „pierwszej rzeczywistości”, np.

(1) Ptaki latają,  
Ryba śmierdzi,  
Trawa jest zielona itd.

A stereotypy to standardy semantyczne, odnoszące się do niematerialnych wyobrażeń kulturowych, istniejących poza światem fizycznym, czyli tzw. „drugiej rzeczywistości”, np.

(2) Chińczycy są pracowici,  
Matka kocha swoje dzieci,  
Aborcja jest zabójstwem itd.

O obiektach „pierwszej rzeczywistości” orzekać można w kategoriach prawdy i fałszu, ponieważ podlegają one fizykalnej weryfikacji i każdy może sprawdzić ich zaistnienie. Łatwo sprawdzić na przykład, że gdy pada deszcz, jest mokro itp.

O obiektach „drugiej rzeczywistości” można orzekać tylko w kategoriach przekonania o ich słuszności, co automatycznie zakłada relatywizm – co dla jednej osoby jest słuszne, dla innej osoby takim być nie musi. Stereotypy zatem, choć znane wszystkim uczestnikom danej kultury, nie muszą być przez nich w całości podzielane i najczęściej nie są. Na przykład nazwanie kogoś komunistą dla jednych jest powodem do szacunku dla niego, a dla innych do potępienia. U osób, które posługują się stereotypem KOMUNISTY, który walczył o równość wszystkich obywateli, wspólną własność, powszechny dostęp do nauki, pracy, służby zdrowia itd., powiedzenie o kimś *To komunista*, wywołuje pozytywne skojarzenia, podziw i szacunek. Natomiast u osób, które posługują się stereotypem KOMUNISTY, który niszczył, a nawet mordował przeciwników politycznych, który odbierał własność prywatną, gromadzoną przez wiele pokoleń, który ograniczał wolność jednostki itd., to samo powiedzenie wywołuje pogardę i chęć zemsty.

Fakt, że często nie zgadzamy się z treściami, jakie zawierają stereotypy, nie przeszkadza nam w zrozumieniu i interpretacji tekstu, w którym zostały zastosowane, skoro stereotyp (jako element systemu kultury) jest powszechnie znany (przy czym „znać” nie znaczy „zgadzać się, popierać”).

## Kulturowy rodowód stereotypu. Punkt widzenia – relatywizm postaw

Stereotypy, należąc do „drugiej rzeczywistości”<sup>3</sup>, stanowią elementy systemu kulturowego, a przypisywane im wartościowanie, jak zawsze w przypadku wytworów kultury, ma charakter względny, zależny od wyznawanej ideologii<sup>4</sup>. Przekonania, tworzące ideologię, wpływają na tworzenie stereotypów i profilowanie w ich obrębie odpowiednich elementów. Zdarza się, jak się wydaje często, że profilowanie wybranych elementów w obrębie stereotypów i ich wartościowanie zależne jest od przyjętego punktu widzenia. Widać to nawet w przypadku tak niby jednoznacznych stereotypów, jak stereotyp MATKI<sup>5</sup>. Dziecko wyprofiluje w nim *poczucie bezpieczeństwa, czułość, troskliwość* itp. Społeczeństwo natomiast zwróci uwagę na dbałość o dziecko i jego wychowywanie. W przeprowadzonych przez zespół Jerzego Bartmińskiego ankietach pojawiają się głównie cechy matki profilowane z punktu widzenia dziecka, takie jak: *miłość, opiekuńczość, dobroć, troskliwość, czułość* itd. W przysłowiach natomiast, pojawiają się cechy oczekiwane społecznie, np. *Błogosławione są matki, co za złe karzą swe dzieci, Matka tłucze, ale uczy, Kto nie słucha matki, ten pójdzie za kratki* itd. (Bartmiński 1998). Na obraz matki składają się zatem standardy semantyczne stanowiące typy (odnoszone do płaszczyzny fizycznej), jak i stanowiące stereotypy (odnoszone do płaszczyzny kulturowej), profilowane z dwóch punktów widzenia i wzajemnie się przenikające, por. (3):

(3)

TYPY	STEREOTYPY
Matka rodzi dzieci Matka karmi dzieci itd.	Matka kocha dzieci Matka troszczy się o dzieci Matka całuje, przytula dzieci itd.
	<b>Matka wychowuje dzieci</b>

<sup>3</sup> O stereotypie w ujęciu kulturowym i pojęciu „drugiej rzeczywistości” więcej u Michaela Fleischera (2002). Tam też bibliografia dotycząca pojęcia stereotypu.

<sup>4</sup> O rozumieniu ideologii w ujęciu komunikacyjnym zobacz więcej w pracach Aleksego Awdiejewa: *Argumentacja aksjologiczna w komunikacji publicznej* (2008) i *Konstruowanie trzeciej rzeczywistości* (2007).

<sup>5</sup> Szczegółowo stereotyp *matki* charakteryzuje Jerzy Bartmiński w artykule *Podstany lingwistycznych badań nad stereotypem – na przykładzie stereotypu matki* (1998). [Przedruk także w niniejszym tomie: *Polski stereotyp matki* – red.]

Jeszcze wyraźniej względność sensu wydobywanego ze stereotypu przejawia się wówczas, gdy chcemy określić treść pojęć takich jak TOLERANCJA, SZACUNEK, AUTORYTET, WOLNOŚĆ itp.

Kiedy przed dziesięcioma laty badałam stereotyp tolerancji<sup>6</sup>, postrzegana była ona z dwóch punktów widzenia: tolerującego i tolerowanego. Z punktu widzenia tolerującego profilowane są trzy modele tolerancji. Parametrami je wyznaczającymi są: (a) bliskość relacji między tolerującym a tolerowanym – bardziej jesteśmy skłonni do tolerancji względem kogoś, kogo dobrze znamy i lubimy, (b) stopień zagrożenia dla tolerującego, wynikający z zachowań tolerowanego – tolerujemy tylko to, co nie stanowi dla nas zagrożenia.

Pierwszy model tolerancji to przyjmowanie z szacunkiem poglądów i zachowań drugiej osoby jako innych, bez oceniania ich względem poglądów własnych. Możliwy jest tylko wtedy, gdy z tolerowanych poglądów nie wynikają zachowania, które stanowiłyby zagrożenie dla tolerującego. Na przykład:

(4) Tolerancja to akceptacja jakiegokolwiek przejawu „inności”, jeżeli inność ta wynika z poglądu człowieka i nie koliduje z podstawowymi normami etycznymi.

Tolerować to akceptować „ja” innej osoby, jej skłonności; nie oznacza to jednak, że należy się zgadzać z czyimś zdaniem, pochwalać.

Toleruję islam tak długo, póki mnie nie każą postępować zgodnie z jego zasadami.

Drugi model tolerancji to wykazywanie obojętności w stosunku do poglądów i zachowań innych osób, również bez oceniania ich względem własnych poglądów. Warunkiem takiej postawy również jest pewność, że tolerowane poglądy i zachowania nie stanowią zagrożenia dla tolerującego. Na przykład:

(5) Według mnie to jeszcze jedna forma obojętności. Toleruję Murzynów, skinów i chorych na AIDS. I co z tego? Nic dla nich przecież nie robię.

Tolerancja to takie uczucie, gdy nie przeszkadza nam to, co robi i jak wygląda inny człowiek.

Jeśli nie jest to ze szkodą dla mojej osoby, tolerować to nie negocjować zachowań innych w sferach życia politycznego, religijnego czy kulturalno-społecznego.

---

<sup>6</sup> Na temat stereotypu tolerancji pisałam w artykule: *Profilowanie pojęcia tolerancja...* (1998).



Trzeci model tolerancji to **cierpliwe znoszenie** poglądów i zachowań innych osób, które uważane są przez tolerującego za złe i zagrażające jemu lub innym. Często stosowany jest w przypadku bliskich mu osób. Na przykład:

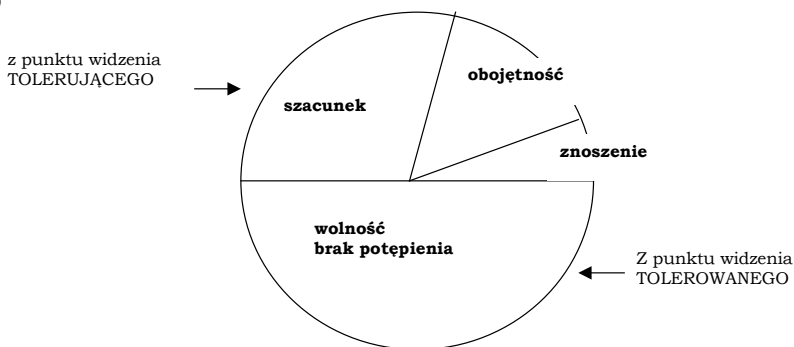
(6) Tolerancja to wyrozumiałość dla drugiego człowieka, który postępuje wbrew obowiązującym konwencjom.  
Tolerować to rozumieć drugą osobę, znosić ją w swoim towarzystwie.  
Tolerować to znosić czyjąś obecność bez angażowania uczuć pozytywnych, bez wypowiedania sądów.

Z kolei osoba oczekująca tolerancji profiluje ją jako pozostawienie jej nieograniczonej niczym wolności, **brak potępienia i przemocy**.

(7) Tolerancja to niedyskryminowanie wszelkich objawów inności, np. homoseksualizmu, swobodnych obyczajów, indywidualizmu itd.  
Tolerować to nie krytykować innych za ich czyny.  
Tolerować to nie próbować zmieniać innych na własne podobieństwo.

Jeśli przyjrzymy się definicjom tolerancji w ankietach internetowych<sup>7</sup>, zauważymy, że wszystkie one mieszczą się w tych czterech modelach, jakie można było wyodrębnić przed dziesięciu laty.

(8)



Kiedy zatem słyszymy, jak ktoś mówi:

(9) Toleruję moich sąsiadów Arabów.  
Ojciec jest tolerancyjny

<sup>7</sup> <http://www.ankietka.pl/search/results/q/tolerancja>.

przypisujemy tym wypowiedziom interpretacje odpowiednie do modelu tolerancji osoby mówiącej, które możemy rozpoznać, uważnie słuchając ich wypowiedzi lub obserwując ich zachowania, odpowiednio:

(9) *Toleruję moich sąsiadów Arabów* →

→ szanuje sąsiadów i na przykład spotyka się z nimi na grillu

→ sąsiedzi są mu obojętni i nie zwraca uwagi na to, co robią, wymieniając grzecznościowe pozdrowienia

→ znosi obecność sąsiadów i unika jakiegokolwiek kontaktu z nimi, na przykład zabrania dzieciom wspólnych zabaw z dziećmi sąsiadów itp.

*Ojciec jest tolerancyjny* → pozwala mi decydować o sobie / pozwala mi robić, co chcę itp.

Jeśli tych preferencji mówiącego nie znamy, to przypisujemy jego wypowiedziom własne stanowisko, narażając się na konflikt w dyskusji, a nawet, nieświadomie, na nietaktowne zachowanie, kiedy na przykład poprosimy osobę zaledwie znoszącą obecność sąsiadów o podwiezienie ich na wakacje itp.

### Stereotyp – groźna broń.

#### Wykorzystywanie stereotypów w argumentacji

Powszechna znajomość stereotypów i traktowanie ich przez określoną grupę jako prawd oczywistych, umożliwia wykorzystywanie ich jako przesłanek w argumentacji aksjologicznej, stosowanej w dyskursie publicznym. Aleksy Awdiejew zauważa, że:

Przekonania, chociaż nie występują w argumentacji rzeczowej, są traktowane jako uogólnione sądy słuszne (akceptowane) stosowane jako przesłanki ogólne w rozumowaniach aksjologicznych. Mocnych przekonań nie można oddzielić od związanych z nimi emocji, które stanowią podstawę tak zwanego „myślenia życzeniowego”. Myślenie życzeniowe polega na oczekiwaniu sądów oceniających i wynikających z takiej orientacji zdarzeń, których treść i interpretacja są identyczne z treścią systemu przekonań odbiorcy. Człowiek należący do określonej grupy perswazyjnej przyjmuje oceny swego systemu przekonań jako słuszne i stosuje je w ciągach argumentacyjnych, kiedy usiłuje przekonać kogoś do swej racji (Awdiejew 2008).

Jednakże przekonania, jak już wspomniałam wcześniej, nie muszą być, i często nie są, podzielane przez wszystkich, stąd też konieczność doboru na przesłanki w argumentacji odmiennych stereotypów dla określonych grup społecznych (odmiennych grup perswazyjnych).

Można oczywiście przyjąć, że istnieją pewne stereotypy podzielane przez wszystkich członków danej wspólnoty kulturowej. Na przykład wypowiedzenie:

(10) *Marysia troszczy się o Jasia, bo jest jego matka*

traktujemy jako oczywiste, ponieważ wynika z możliwej do odtworzenia argumentacji aksjologicznej, w której jako reguła ogólna (przesłanka główna) wykorzystany został element stereotypu MATKI:

(11) Reguła ogólna (przesłanka główna): *Matka troszczy się o dzieci*  
Sąd kwalifikujący (przesłanka szczegółowa): *Marysia jest matką Jasia*

-----  
Konkluzja (teza, wniosek): *Marysia troszczy się o Jasia*

Regułę ogólną stanowi w tego rodzaju argumentacji stereotyp (często wybrany jego element), w sądzie kwalifikującym występują obiekty indywidualne, na które mówiący przenosi wartość właściwą dla stereotypu (lub jego elementu), formułując konkluzję.

Efektywność takiej perswazji zależy oczywiście od akceptowalności przesłanek przez odbiorcę. W przypadku przytoczonej argumentacji (12) akceptowana jest zarówno reguła ogólna, jak i sąd kwalifikujący, który jest weryfikowalny na podstawie cech typowych (nie stereotypowych) matki – przede wszystkim zdolności rodzenia. Nie zawsze jednak do stereotypu należą cechy weryfikowalne. Wówczas zarówno reguła ogólna (stereotyp lub jego element), jak i, znacznie częściej, sąd kwalifikujący mogą nie zyskać akceptacji odbiorcy. Na przykład dla wypowiedzenia:

(12) *Maria poddała się aborcji*  
można dokonać rekonstrukcji argumentacji aksjologicznej:  
Reguła ogólna: *Aborcja jest zabójstwem*  
Sąd kwalifikujący: *Maria poddała się aborcji*

-----  
Konkluzja: *Maria jest zabójcą*

Argumentacja ta jest jednak tylko wtedy efektywna, gdy odbiorca takiej wypowiedzi akceptuje regułę ogólną, inaczej mówiąc, jeśli odbiorca zalicza aborcję do stereotypu ZABÓJSTWO. Argumentacja taka (i odpowiednie stereotypy) może być wykorzystywana również w walce politycznej, gdy na przykład zastosowany zostanie sąd kwalifikujący:

(13) *Liberaltowie są przeciwnikami całkowitego zakazu aborcji*  
 który prowadzi do odtworzenia ciągu argumentacyjnego typu:  
 Reguła ogólna: *Aborcja jest zabójstwem*  
 Sąd kwalifikujący: *Liberaltowie są przeciwnikami całkowitego zakazu aborcji*  
 -----  
 Konkluzja: *Liberaltowie są zabójcami* (por. Awdiejew: *Ideologia...*)

Odrzucenie przez odbiorcę reguły ogólnej sprawia, że zastosowany argument jest nieskuteczny, co powoduje, że odbiorca potraktuje go jako demagogię. Aleksy Awdiejew wyjaśnia to w sposób następujący:

Odrzucenie przez odbiorcę reguł ogólnych jest, jak się wydaje, równorzędne z ustaleniem niespójności całego ciągu argumentacji, ponieważ w polu ideologicznym takiego odbiorcy nie znajdują się sądy ogólne, na które wskazuje teza i sądy kwalifikujące. Pozwala to na sformułowanie ogólnej teorii demagogii, która jest efektem niewłaściwego doboru reguł ogólnych. Z tego punktu widzenia ten sam ciąg argumentacyjny, który skuteczny jest dla jednych odbiorców, może być demagogią dla innych, jeśli nie akceptują oni zastosowanych reguł ogólnych (Awdiejew 2008).

Wynika z tego wniosek, że gdy ktoś nie zgodzi się z zakwalifikowaniem aborcji do stereotypu ZABÓJSTWO, to uzna obydwie konkluzje (14) i (16) za demagogiczne, a ich głosicieli za osoby niekompetentne, albo za niewiarogodnych manipulatorów.

Stereotypy w ujęciu komunikacyjnym pojawiają się na wszystkich poziomach języka. Na poziomie przedstawieniowym (ideacyjnym) tworzą standardy semantyczne oparte na przekonaniach, którym zawsze towarzyszy wartościowanie o różnym natężeniu. Na poziomie interakcyjnym wykorzystywane są jako reguły ogólne w argumentacji aksjologicznej. Natomiast na poziomie dyskursu umożliwiają ekonomizację wypowiedzi – dzięki stereotypom nie ma potrzeby uzasadniania przypisywanych im atrybutów.

## Literatura

- Awdziejew A., 1999, *Standardy semantyczne w gramatyce komunikacyjnej*, w: Awdziejew A., red., *Gramatyka komunikacyjna*, Kraków.
- Awdziejew A., 2007, *Konstruowanie trzeciej rzeczywistości*, w: Habrajska G., red., *Mechanizmy perswazji i manipulacji. Zagadnienia ogólne*, Łask.
- Awdziejew A., 2008, *Argumentacja aksjologiczna w komunikacji społecznej*, w: Habrajska G., red., *Rozmowy o komunikacji 2. Motywacja psychologiczna i kulturowa w komunikacji*, Łask.
- Awdziejew A., w druku, *Demagogia w dyskursie perswazyjnym*.
- Awdziejew A., w druku, *Ideologia, postawa a komunikacja*.
- Awdziejew A., red., 1999, *Gramatyka komunikacyjna*, Kraków.
- Awdziejew A., Habrajska G., 2004 i 2006, *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*, tom 1 i 2, Łask.
- Bartmiński J., 1998, *Podstany lingwistycznych badań nad stereotypem – na podstawie stereotypu matki*, w: Anusiewicz J., Bartmiński J., red., *Język a kultura* t. 12, *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki*, Wrocław (przedruk w tym tomie).
- Bartmiński J., 2007, *Stereotypy mieszkają w języku*, Lublin.
- Fleischer M., 2002, *Teoria kultury i komunikacji*, Wrocław.
- Habrajska G., 1998, *Profilowanie pojęcia tolerancja (w definicjach sformułowanych przez kandydatów na studia polonistyczne UŁ w roku 1995)*, w: Bartmiński J., Tokarski R., red., *Profilowanie w języku i tekście*, Lublin.
- Habrajska G., 2004, *Komunikacyjna analiza i interpretacja tekstu*, Łódź.

**Grażyna Habrajska** jest kierownikiem Zakładu Komunikacji Językowej Katedry Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej na Wydziale Filologicznym Uniwersytetu Łódzkiego. Zainteresowania: dialektologia, gramatyka historyczna i historia języka, gramatyka komunikacyjna, komunikacja językowa, tekstologia. Jest autorką m.in. *Komunikacyjna analiza i interpretacja tekstu* (2004) i redaktorką *Języka w komunikacji*.



JOLANTA TAMBOR  
Katowice

## Stereotyp i prototyp – znaczenia terminów<sup>1</sup>

Termin „stereotyp” wszedł w obieg w różnych dziedzinach nauk humanistycznych od czasu ukazania się w 1922 roku książki Waltera Lippmanna zatytułowanej *Public Opinion*<sup>2</sup>. Do tej publikacji odwołują się wszyscy, którzy w jakiegokolwiek współczesnej dziedzinie humanistyki zajmują się stereotypami. A pojęcie stereotypu znalazło miejsce w większości dziedzin: w psychologii, socjologii i politologii, etnologii i etnografii, w antropologii, literaturoznawstwie i językoznawstwie.

Stereotyp we wszystkich tych dziedzinach nauki ma nieco odmienne znaczenie, a w obrębie każdej z dziedzin można spotkać jeszcze i wewnętrzne różnicowania związane nie tylko z treścią samego pojęcia, ale także – a może przede wszystkim – z szerokością jego zakresu. W każdej z nich znaleźć można, między innymi, definicje bazujące na potocznym rozumieniu słowa *stereotyp*, utożsamiającym je z przesądem, uproszczeniem w ocenie. Na takie potoczne rozumienie stereotypu powołuje się wielu autorów, choć należy uznać, że w ostatnim czasie także i potoczne rozumienie ulega przemianom i poszerzeniu zakresu, skoro np. ISJP podaje definicję następującą: „Stereotyp to wyobrażenie o jakichś ludziach, rzeczach lub zjawiskach, utrwalone w świadomości wielu osób i trudno poddające się zmianom”, a wśród eksplikacji użyć wyrazu obok zdania: „Konflikty między naszymi narodami utrwalają się pod wpływem uprzedzeń,

---

<sup>1</sup> Fragment III rozdziału pracy Tambor 2006.

<sup>2</sup> Na Lippmanna powołują się np.: Kłosowska 1996; Bartmiński 1998; Grzegorzczkova 1998; Habrajska 1998; Bartmiński, Panasiuk 1993.

stereotypów, a czasem i zlej woli”, znajduje się także następujące: „Film utrwala stereotyp Janosika jako dobrego zbójcy, który zabierał bogatym, aby pomagać biednym” (ISJP II, 688).

Zapewne na takie poszerzenie zakresu pojęcia stereotypu duży wpływ ma „kariera” terminu w wymienionych naukach humanistycznych. Spotkania, seminaria, konferencje, które odbywają się w ostatnich latach dość często, poświęcone zarówno zagadnieniom teoretycznym, jak i praktycznemu funkcjonowaniu stereotypów, wywołujące często w trakcie swego trwania czy po zakończeniu społeczne dyskusje, debaty, sprostowania i wyjaśnienia, powodują przenikanie do potocznej świadomości treści bardziej zobiektywizowanych, bo naukowo uzasadnionych.

Definicja Lippmana zdobywa sobie największe uznanie badaczy, bo jest najszersza, a co za tym idzie – najbardziej obiektywna. W polskim językoznawstwie za najszerszą i najbardziej podstawową definicję należy uznać definicję Jerzego Bartmińskiego, który rozumie stereotyp jako

subiektywnie determinowane wyobrażenie przedmiotu, obejmujące zarówno cechy opisowe, jak i wartościujące obraz, oraz będące rezultatem interpretacji rzeczywistości w ramach społecznych modeli poznawczych (Bartmiński 1998, 64).

Ważna jest w tej definicji szerokość zakresu – nie zawęża znaczenia stereotypu do cech negatywnych, jakie przynależne są uprzedzeniom, a nawet nie ogranicza zasobu cech do jakkolwiek wartościujących (choć je, oczywiście, w definicji uwzględnia). Oprócz wartościowania ujemnego czy dodatniego w skład stereotypu w takim ujęciu wchodzi też cechy obiektywnie neutralne, cechy opisowe, jak określa je Bartmiński.

Oczywiście, wartościowanie jest bardzo ważnym składnikiem stereotypu. Pisze Bartmiński, że stereotyp

ma wartość poznawczą, stanowi potoczną teorię przedmiotu, nie jest wypełniony wyłącznie emocjami, tym bardziej nie jest tylko negatywny, co oczywiście nie znaczy, że w ogóle nie zawiera nacechowania emocjonalnego (Bartmiński 1998, 65).

Takie podejście spowodowane jest zapewne rozszerzeniem grupy obiektów, którym przysługuje stereotypizacja. Bartmiński nie dookreśla klasy tych obiektów, powołując się m.in. na poglądy Putnama, który analizował choćby



stereotyp *wody*, czy Wierzbickiej, którą interesowały *kubki* i *filiżanki*<sup>3</sup>. To podejście wydaje się jednak zbyt szerokie. Bliższe jest mi równie obiektywne ujęcie Uty M. Quasthoff:

Stereotyp jest werbalnym wyrazem przekonania skierowanego na grupy społeczne lub na jednostkę jako członka tej grupy (Quasthoff 1998, 13).

Quasthoff nie przesądza kierunku wartościowania, jednak zawężenie przedmiotu analizy powoduje, że stereotypizacja nieodłącznie wiązuje się z waloryzacją. Ludzi zazwyczaj nie określamy bez udziału emocji. W tym wypadku większą moc ma twierdzenie o wadze ocen emocjonalnych jako składowych stereotypów; można je nawet wzmocnić twierdzeniem, że wartościowanie jest najważniejszym składnikiem stereotypu.

Drugi termin, pojawiający się w literaturze przedmiotu, to prototyp. Pozwala on na istotne i porządkujące rozgraniczenie. Wedle Grzegorzczukowej prototyp to „zjawisko uznane przez mówiących za typowe, tworzące centrum kategorii o rozmytych granicach” (Grzegorzczukowa 1998, 109), którym jest „obiekt (typ obiektu) najbardziej znany danemu środowisku mówiącemu” (Grzegorzczukowa 1998, 111), czyli o ile prototyp to „najlepszy przykład danej kategorii, (...) o tyle stereotyp (...) to zespół cech odpowiadających prototypowi” (Grzegorzczukowa 1998, 113).

Przy opisie prototypu nie można uniknąć wskazywania cech właściwych egzemplarzowi okazowemu, jednak są one w pewnej mierze różne od zestawu cech rozumianego jako stereotyp. Cechy przysługujące prototypowi to cechy gatunkowe, cechy konstatające istnienie i sposób istnienia klasy okazowej. Natomiast cechy wskazywane jako stereotypowe wynikają z wyobrażeń, przekonań, utrwalonych społecznie i/lub językowo obrazów prototypu. Im egzemplarz, który opisujemy, znajduje się dalej od centrum, od prototypu, tym częściej w jego opisie uprawnione będą konstrukcje z „ale” – typu „Kura to ptak, ale nie fruwa”, za prototyp ptaka bowiem uważany jest wróbel<sup>4</sup>, „Delfin to ssak, ale jest bardziej podobny do ryby”, „Wieloryb to

---

<sup>3</sup> Interesujące są dokonania uczestników „śląskich” konferencji poświęconych przedmiotem ważnym dla Śląska, jak np. *familok* (Głogowski, Kisiel, Sporoń, red., 1998, publikacja zatytułowana *Familok*), *halda* (Głogowski, Kisiel, red., 2000, publikacja zatytułowana *Halda*), czy ciekawe w relacji z analizami Wierzbickiej rozważania Aleksandra Nawareckiego poświęcone śląskiej „szolce” w tekście wygłoszonym na konferencji zatytułowanej *Życie codzienne na Górnym Śląsku* (Nawarecki 2006).

<sup>4</sup> Sąd przytaczany np. w: Grzegorzczukowa 1998, 110; Piętkowa 2002. Choć należałoby może ów sąd zweryfikować, gdyż np. w przeprowadzanych przez mnie dość regularnie od kilku

ssak, ale pływa w wodzie i jego nazwa sugeruje związek z rybami”, bo prototypowym ssakiem jest np. pies. Dla badań stereotypu takie sądy są uprawnione, a nawet konieczne i pożyteczne, bo sprawdzają siłę i utrwalenie stereotypu. Natomiast prototyp to zestaw cech koniecznych (Habrajska 1998, 117), by dany egzemplarz został uznany za typowy. Kura ma wiele cech obligatoryjnych: posiada dziób, pióra, wydaje dźwięki charakterystyczne dla ptaka, znosi jaja, nie jest jednak ptakiem prototypowym, bo nie ma jednej z istotnych cech, które przypisuje się obiektowi typowemu. Prototyp można wskazać dzięki wiedzy o rzeczywistości, wpływającej z oglądu naukowego, stereotyp opisuje się dzięki socjalizacji, uczestnictwu w życiu społecznym, politycznym, kulturalnym (Habrajska 1998, 118), które owocuje przekazywaniem i przejmowaniem sądów grupowych.

Zarówno cechy prototypowe, jak i stereotypowe mają swój odpowiedni stopień utrwalenia w świadomości ludzkiej i w języku, który tę świadomość odzwierciedla. Można tu znów przytoczyć przykład ptaka. Za jedną z jego prototypowych cech uznaje się umiejętność latania, co podtrzymują istniejące w języku polskim wyrażenia: *lotem ptaka*, *z lotu ptaka*. Natomiast już na pewno do cech stereotypowych trzeba zaliczyć przypisywaną ptakowi cechę wolności, która z ludzkiej perspektywy przysługuje ptakowi, bo oderwanie od ziemi kojarzy się z nieograniczoną swobodą, stąd *wolny*, *swobodny jak ptak*. Równie stereotypową cechę ptasiego rodu przekazuje powiedzenie *jeść jak ptaszek / jak wróbelek*, które oznacza ‘jeść bardzo mało’. Wiedza zoologiczna zaś dostarcza licznych przykładów ptaków, które zjadają ogromne ilości pożywienia (często ptak zjada więcej niż sam waży), trudno więc uznać takie ilości za drobne; ptaki więc często nie „jedzą jak ptaszki”, tylko np. jak stereotypowy wilk. Nie wszystkie cechy i sądy, które uznaje się za prototypowe czy stereotypowe, można udokumentować tak skostniałymi strukturami, jednak wszystkie mogą znaleźć odpowiedni kształt językowy. Dlatego stereotyp i prototyp to konstrukty pojęciowo-językowe<sup>5</sup>. Stereotypy jako zjawiska pojęciowo-mentalne nie różnią się zasadniczo od stereotypów kulturowych w rozumieniu Swietlany Tolstojej. Uważa ona stereotyp kulturowy za pojęcie szersze, obejmuje bowiem również sądy wynikające z zachowań, działań, właściwości nieznajdujące odzwierciedlenia w trwałych strukturach językowych. Należy jednak stwierdzić, iż utrwalenie nie musi mieć charakte-

---

lat ankietach wśród studentów (nie tylko polonistów) 90% za najbardziej typowego przedstawiciela ptaków uważa orla. Pojawia się też bocian.

<sup>5</sup> Zob. np.: „stereotyp jest specyficznym konstruktem mentalnym, zakorzenionym w świadomości poprzez znak językowy (stereotyp lingwomentalny)” (Chlebda 1998, 32).

ru nominacji, s frazeologizowania, derywacji itp. – wystarczy, że tkwi ono w świadomości członków grupy na tyle silnie, iż daje się wyabstrahować z tekstu. Nie musi tkwić w strukturze. Ważne, że w odpowiedniej sytuacji, w odpowiedzi na odpowiednio zadane pytanie zostanie mniej lub bardziej spontanicznie zbudowany tekst językowy, którego analiza pozwoli na wskazanie lub potwierdzenie cechy stereotypowej. Tak więc, uznając szersze ramy pojęcia stereotypu kulturowego u Tolstojewy, można stwierdzić, że każdy stereotyp jest stereotypem kulturowo-językowym.

Zgodnie z rozróżnieniem Bartmińskiego cechy stereotypowe można wyodrębniać nie tylko na podstawie idiomów (utartych połączeń form językowych) i formuł (utartych połączeń semantycznych i formalnych), ale także z topiki, czyli z sądów przekonaniowych niemających utartego kształtu formalnego (Bartmiński 1998, 64; Tokarski 1998, 127). Bazę materiałową do badania stereotypów stanowią dla językoznawcy według Bartmińskiego (1998, 66):

- system języka
- materiały ankietowe
- teksty.

Najczęściej mamy do czynienia z potwierdzeniem stereotypu sformułowanego wcześniej. Z kolei stereotyp wyabstrahowany bezpośrednio z tekstu powinien znaleźć potwierdzenie w intuicji i badacza, i innych użytkowników języka<sup>6</sup>.

Wreszcie – na koniec rozważań terminologicznych – należy się odnieść do jeszcze jednego twierdzenia. Chodzi mianowicie o tzw. „ziarno prawdy” (zob. np. Bartmiński, Panasiuk 1993, 370–371), które tkwi zazwyczaj nie tylko w stereotypie, ale i np. w plotce, w legendzie, micie (Uniłowski, Kęder, red. 1994) itp. Bartmiński owo „ziarno prawdy” nazywa składnikiem poznawczym stereotypu, odróżniając go od składników wartościujących. Jeśli przyjrzeć się składnikom poznawczym, stwierdzimy, że są one cechami, które przysługują prototypowi – to cechy, które musi mieć obiekt typowy, by na jego bazie mógł powstać obraz stereotypowy, zawsze – w przyjętym ujęciu – wartościujący. Cechy prototypu obligatoryjnie w jakiś sposób uczestniczą w konstrukcji stereotypu, przynajmniej jako punkt odniesienia.

---

<sup>6</sup> Warto powołać się na opinię Antoniny Kłoskowskiej o pewnej wyższości badacza będącego uczestnikiem badanej kultury. Taki badacz jest w stanie opisywać tę kulturę w sposób bardziej kompetentny, gdyż jej doświadczył. Badacz z zewnątrz ma wiedzę często okrojona, nie zna genezy i motywów pewnych działań i zachowań, a to może powodować czasem nieścisłości interpretacyjne.

Zarówno prototyp, jak i stereotyp uzależnione są od środowiska, od badanej grupy. Oba pojęcia mają charakter subiektywny. Powstają w ludzkiej świadomości, a w okresie długiego niezmiennego trwania mogą zostać przesunięte w rejony podświadomości, lecz zawsze związane są z ludzkim oglądem rzeczywistości. Oba pojęcia są przy tym pojęciami grupowymi w tym sensie, że są przez konkretne ludzkie jednostki przejmowane od grupy, w której przebywają. Zdarza się, że jakaś jednostka prezentuje odmienne od grupy poglądy na pewne zestereotypizowane w danej grupie zjawiska, ale jest to albo stereotyp przejęty od innej grupy (konkurencyjnej pod względem wpływu świadomościowego na daną jednostkę), albo też próba jednostki przelamywania stereotypu z uwagi na uświadomienie sobie faktu stereotypizacji myślenia (szczególnie dotyczy to negatywnych treści stereotypu) lub ze względu na bliską znajomość z osobą z grupy podlegającej stereotypizacji i chęci „zobiektywizowania” swojego stanowiska<sup>7</sup>.

#### Literatura

- Bartmiński J., 1998, *Podstawy lingwistycznych badań nad stereotypem – na przykładzie stereotypu „matki”*, w: Anusiewicz J., Bartmiński J., red., *Język a Kultura*, t. 12, *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne*, Wrocław, s. 63–83 (przedruk w tym tomie).
- Bartmiński J., Panasiuk J., 1993, *Stereotypy językowe*, w: Bartmiński J., red., *Współczesny język polski*, Wrocław, s. 363–387.
- Chlebda W., 1998, *Stereotyp jako jedność języka, myślenia i działania*, w: Anusiewicz J., Bartmiński J., red., *Język a Kultura*, t. 12, *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne*, Wrocław, s. 31–41.
- Głogowski T., Kisiel M., red., 2000, *Halda*, Katowice.
- Głogowski T., Kisiel M., Sporoń M., red., 1998, *Familok*, Katowice.
- Grzegorzczkowska R., 1998, *O rozumieniu prototypu i stereotypu we współczesnych teoriach semantycznych*, w: Anusiewicz J., Bartmiński J., red., *Język a Kultura*, t. 12, *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne*, Wrocław, s. 109–115.
- Habrajska G., 1998, *Prototyp – stereotyp – metafora*, w: Anusiewicz J., Bartmiński J., red., *Język a Kultura*, t. 12, *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne*, Wrocław, s. 116–123.
- ISJP – Bańko M., red., 2000, *Inny słownik języka polskiego*, Warszawa.
- Kłoskowska A., 1996, *Kultury narodowe u korzeni*, Warszawa.
- Nawarecki A., 2006, *Ryczałka i szolka*, w: Woźniczka Z., red., *Śląska codzienność po drugiej wojnie światowej*, Katowice, s. 238–247.

---

<sup>7</sup> Słowo „zobiektywizować” zostaje ujęte w cudzysłów, bo – oczywiście – takie stanowisko nie prowadzi do obiektywnego opisu rzeczywistości, lecz jedynie do zastępowania jednego stereotypu innym, konstruowanym zresztą na kruchych podstawach (bo dotyczy pojedynczych egzemplarzy).

- Piętkowa R., 2002, *O kulturowych uwarunkowaniach definiowania znaczeń leksemów w nauczaniu języka obcego*, „Postscriptum”, nr 42–43, s. 97–106.
- Quasthoff U.M., 1998, *Etnocentryczne przetwarzanie informacji. Ambivalencja funkcji stereotypów w komunikacji międzykulturowej*, w: Anusiewicz J., Bartmiński J., red., *Język a Kultura*, t. 12, *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne*, Wrocław, s. 11–30.
- Tambor J., 2006, *Mowa Górnolązaków oraz ich świadomość językowa i etniczna*, Katowice.
- Tokarski R., 1998, „Biała brzoza”, „czarna ziemia”, czyli o miejscu stereotypu w opisie języka, w: Anusiewicz J., Bartmiński J., red., *Język a Kultura*, t. 12, *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne*, Wrocław, 124–134.
- Unilowski K., Kęder C.K., red., 1994, *Plotka. Wybór materiałów z IV Konferencji Pracowników Naukowych i Studentów Instytutu Nauk o Literaturze Polskiej UŚ*, Katowice.

**Jolanta Tambor** jest pracownikiem Zakładu Językoznawstwa Pragmatycznego Instytutu Języka Polskiego Uniwersytetu Śląskiego, dyrektorem Szkoły Języka i Kultury Polskiej. Wykładała m.in. na University of Toronto w Kanadzie, na Białoruskim Uniwersytecie Państwowym w Mińsku (Białoruś), Kijowskim Uniwersytecie Sławistycznym (Ukraina). Interesuje się socjolingwistyką, dialektologią, językiem prozy science fiction, fonetyką i fonologią, glottodydaktyką. Jest autorką m.in. książek: *Mowa Górnolązaków oraz ich świadomość językowa i etniczna* (2006, 2008), *Śpiewająco po polsku* – podręcznik dla cudzoziemców (2004, 2006 wraz z A. Majkiewicz), *Fonetyka i fonologia współczesnego języka polskiego* (kilka wydań, ostatnie w 2008, wraz z D. Ostaszewską) oraz *Fonetyka i fonologia współczesnego języka polskiego. Ćwiczenia* (2007).



# Polski językowy obraz świata





JERZY BARTMIŃSKI  
Lublin

## Polski stereotyp *matki*<sup>1</sup>

Matka w polskim językowym obrazie świata ma wysoką pozycję aksjologiczną, określoną przez tradycję rodzinną, narodową i religijną. Jest pojęciem poznawczo bogatym, opartym na uniwersalnej bazie doświadczeniowej, wspólnej dla wielu kultur i języków.

Matka występuje zwykle w zespole podstawowych pojęć egzystencjalnych, takich jak dom, rodzina, ziemia, naród. Polska matka zawiera jednak też pewne rysy swoiste, odbijające specyfikę polskich losów narodowych. Formuły – symbole, pod którymi tradycja ta funkcjonuje to *rodzona matka*, *ziemia-matka*, *Matka Polska* (łac. *Mater Polonia*), *matka Polka*, *Matka Boska*.

Szczególnym powodem zainteresowania tym właśnie pojęciem i wyrazem jest to, że było ono definiowane przez semantyków o różnych metodologicznych orientacjach: strukturalnej i kognitywnej.

W ujęciu strukturalnym Manfreda Bierwischa, operującym metodą analizy składnikowej, słowu *matka* przypisano 8 cech semantycznych: funkcjonujących pozytywnie: istota żywa (*Lebewesen*), ludzka (*Mensch*), żeńska (*weiblich*), generacja starsza (*älter*), spokrewniona (*verwandt*), związana pokrewieństwem bezpośrednim (*direkt verwandt*), i funkcjonujących negatywnie (poprzez brak): nie jest odnośzona do tej samej generacji (*-gleiche Generation*), nie jest męska (*-männlich*) (cyt. za: Bussmann 1990, 398).

W ujęciu kognitywnym operuje się pojęciami typów i idealnych modeli poznawczych (ICM). George Lakoff (1986) pojęcie ‘matki’ analizował za pomocą kategorii prototypu i przypadków nieprototypowych, kwestionując istnienie inwariantu znaczeniowego i przyjmując za pewnik, że pojęcia matki

---

<sup>1</sup> Przedruk za zgodą Autora za: Bartmiński 2006.

nie da się raz na zawsze jasno zdefiniować przy pomocy powszechnie obowiązujących warunków koniecznych i wystarczających. Lakoff wyróżnia kilka modeli matki:

- model urodzenia (birth model), podstawowy – ‘kobieta, która urodziła’,
- model genetyczny: ‘kobieta, która dostarczyła materiału genetycznego potomstwu’,
- model żywieniowo-wychowawczy: ‘kobieta, która karmi i wychowuje dziecko’,
- model małżeński: ‘kobieta, która jest żoną ojca’,
- model genealogiczny: ‘kobieta, która jest najbliższym przodkiem płci żeńskiej’<sup>2</sup>.

Anna Wierzbicka uznała ujęcie Lakoffa za „malo przekonujące”, bo „jego uwagi uchodzi zasadniczy fakt, iż ‘matek zastępczych’, ‘matek adopcyjnych’, ‘matek genetycznych’, matek ‘kontraktowych’ i tak dalej, nie można traktować na równi z matkami biologicznymi”<sup>3</sup>.

Na koniec swego polemicznego wywodu Wierzbicka sięga po porównanie:

Traktowanie ‘matek biologicznych’ na równi z matkami ‘kontraktowymi’ czy ‘matkami zastępczymi’ przypomina trochę twierdzenie, że są dwa rodzaje koni: biologiczne i na biegunach (albo że są dwa różne, wzajemnie do siebie nieprzystające ‘modele końskości’: model biologiczny i artefaktualny); wobec czego nie możemy definiować konia jako ‘rodzaj zwierzęcia...’, ponieważ konie na biegunach nie są żadnymi zwierzętami (Wierzbicka, 1999: 34).

---

<sup>2</sup> Omówienie koncepcji Lakoffa zob.: Wejland 1991, 52–60; Kardela 1990, 15–40, o matce na s. 24–25; krytyka Lakoffa u Wierzbickiej 1999, 33–34.

<sup>3</sup> „Występujące bez przydawki słowo *matka* (‘X jest matką Y’) odnosi się bezsprzecznie do rodziców, a nie dawczyń jajeczek, kobiet użyczających łona, opiekunek czy żon ojców” (Wierzbicka 1999, 33). Dalej Wierzbicka podkreśla, że Lakoff „nie bierze (...) pod uwagę składniowej – a więc i semantycznej – różnicy między moją prawdziwą matką (czy to rodzicielką czy opiekunką) i prawdziwą matką dla mnie (tylko opiekunka). Ponadto przeoczył on fakt, że test z prawdziwością nie jest semantycznie wiarygodny. Na przykład zdania w rodzaju *On jest prawdziwym członkiem* czy *Ona jest prawdziwą kobietą* mogą odnosić się do pozbawionych podstaw w semantyce słów *mężczyzna* i *kobieta* poglądów lub uprzedzeń mówiącego wobec realnych kobiet i mężczyzn. Lakoff nie uwzględnił również tego, iż wyrażenia *matka biologiczna* użyłoby się tylko w kontekście kontrastowym, i że w normalnej sytuacji (w której brak owego kontrastu) nikt nie powiedziałby *Ona jest jego matką biologiczną*, podczas kiedy zakres użycia takich wyrażeń, jak *matka zastępcza*, *matka adopcyjna* czy *matka ‘kontraktowa’* nie ogranicza się do kontekstów kontrastowych” (Wierzbicka 1999, 33–34).

W ujęciu proponowanym przez A. Wierzbicką uwzględniony jest zarówno składnik biologiczny, jak społeczny i psychologiczny pojęcia *matki*. Zapis znaczenia ‘*matki*’ w przyjętej przez nią konwencji „naturalnego metafizyka semantycznego” ma postać następującą:

„X jest matką Y-a =

(a) kiedyś Y był wewnątrz X-a

(b) w tym czasie Y był jakby częścią X-a

(c) dlatego ludzie mogą myśleć o X-ie coś takiego:

‘X chce robić dobre rzeczy dla Y-a

X nie chce, żeby Y-owi zdarzały się złe rzeczy’ (Wierzbicka 1999, 34).

## Stereotyp *matki* i jego profile w języku polskim – próba definicji kognitywnej

### MATKA w świetle danych systemowych (S)

1. Słownikowe definicje *matki* – w SJPDor oraz pochodnych: SJPSzym, PSJP, SWJP – wyróżniają 7–8 znaczeń, z których podstawowe zapisano krótko jako: ‘kobieta mająca własne dziecko (dzieci), w stosunku do tego dziecka (lub ze względu na nie)’. Definicja ta spełnia wymogi „reprezentacji semantycznej” w rozumieniu semantyki strukturalnej (Grochowski 1993): ujmuje cechy kategoryjne (esencjalne) – właściwe wszystkim desygnatom klasy ‘matek’, tj. – (1) ‘bycie kobietą’ i (2) ‘posiadanie dziecka’.

Powiedzmy od razu, że cecha pierwsza ma status mocniejszy niż druga. Na pewno nie jest akceptowalne zdanie *\*Anna jest matką, ale nie jest kobietą*, co potwierdza relewantność cechy ‘bycie kobietą’ w znaczeniu *matki*, ale zdanie *Anna jest matką, ale nie ma dziecka* może uchodzić za poprawne („miała, ale już nie ma” lub tp.); podobnie jak zdanie *Anna jest matką, ale nie urodziła dziecka* (ktoś, kto wie, że istnieją możliwości sztucznego zapłodnienia i oddzielenia funkcji dawcy jajeczka od funkcji rodzenia może wnieść zastrzeżenie treści następującej: „jest dawczynią jajeczka, które zapłodnione dojrzało w łonie innej kobiety”). Zgodzimy się zapewne, że wiedza o takich możliwościach ma charakter specjalistyczny i nie należy jeszcze do wiedzy potocznej; niemniej także na gruncie wiedzy potocznej funkcjonuje pewne różnicowanie i cieniowanie funkcji pełnionych przez *matkę* wobec dziecka, zróżnicowanie, które znajduje nawet swój ustabilizowany społecznie wyraz

w przysłowiu *Nie ta matka, co urodziła, ale ta, co wychowała*. Jeśli więc za „jądrowe” cechy semantyczne mielibyśmy uznać tylko cechy niedające się w żaden sposób zanegować pod sankcją bezsensowności, to cechą taką jest na pewno tylko ‘bycie kobietą’. Natomiast jeśli idzie o cechę (2), to obowiązkowa jest sama relacja do dziecka, natomiast jej konkretyzacja dopuszcza warianty. Cechę tę należałoby więc może zapisywać alternatywnie: ‘urodziła/dała materiał genetyczny /ma /wychowuje/...’<sup>4</sup>.

Definicja ograniczająca się do cech koniecznych i wystarczających do wyodrębnienia matki z nadrzędnej klasy kobiet, zmierzająca więc do ustalenia miejsca matki w systemie semantycznym języka ma charakter taksonomiczny. Jest w sumie bardzo uboga. Bezdyskusyjnych cech, dających się ustalać za pomocą testu na niesprzeczność, jest w niej bardzo mało. Za mało, by zdać sprawę z funkcjonowania słowa (wyrazu i pojęcia) w języku.

W potocznym odczuciu językowym i praktyce komunikacyjnej matka jest czymś więcej, niż tylko kobietą, która urodziła (ma lub tp.) dziecko. W intuicji przeciętnego użytkownika języka matce przysługuje pewna pozytywna, społecznie uzgodniona charakterystyka, obejmująca nie tylko cechy „istotne” (w sensie: przysługujące obligatoryjnie wszystkim matkom i nieprzysługujące niematom), ale i cechy „typowe”, relewantne z punktu widzenia rozumienia semantyki wyrazu, jego stosunku do innych wyrazów języka oraz sposobów jego używania w tekstach językowych (Bartmiński 1984, 19); cechy te przysługują na poziomie społecznej normy semantycznej „wszystkim prawdziwym” matkom (w odróżnieniu np. od „matek wyrodnych”). Tworzą one językowy obraz, czyli stereotyp matki. Istotnym problemem jest to, jakie są granice zespołu cech tworzących ten stereotypowy obraz, na ile zespół cech jest otwarty, jaką ma wewnętrzną strukturę.

Spróbujmy dokonać teraz w miarę metodycznego zestawienia tych cech (godząc się z góry na niekompletność zestawu, trudną do osiągnięcia ze względu na dynamiczny i otwarty charakter znaczenia).

2. Stosunkowo najłatwiej wskazać te cechy, które znalazły swoje potwierdzenie w d e r y w a t a c h słowotwórczych pochodnych od matki:

---

<sup>4</sup> Słowniki podają też dalsze znaczenia derywowane od podstawowego: 2. ‘samica zwierząt mająca potomstwo’; 3. ‘u niektórych owadów, np. pszczół: samica zdolna do rozrodu; królowa’; 4. ‘coś, co zapewnia komuś wyżywienie, opiekę itd.’ (np. matka ziemia, statek matka); 5. tytuł niektórych sióstr zakonnych, zwłaszcza pełniących wyższe funkcje’; 6. najważniejszy gracz, np. w grze w palanta’; 7. pot. ‘własna żona, starsza kobieta, najczęściej wiejska’. Znaczenia te częściowo omawiam dalej pod łączliwością.

- *matkować komu* – to „opiekować się”,
- *mamka* – „kobieta karmiąca piersią cudze dzieci”,
- *matecznik* – „trudno dostępne miejsce schronienia, kryjówka”,
- *po matczynemu* – „czule, serdecznie”, wyrażenia te dowodzą, że w znaczeniu słowa *matka* obecne są także cechy takie, jak (odpowiednio): (3) ‘opiekuje się’, (4) ‘karmi piersią’, (5) ‘daje schronienie’, (6) ‘jest czuła, serdeczna’.

Z kolei liczne w języku zdrobnienia adresatywne – w *Słowniku języka polskiego* pod red. Doroszewskiego: *mama, mamcia, mameczka, mameńka, mamuchna, mamula, mamunia, mamuńka, mamusia, mamuska, matczyńsko, mateczka, mateńka, matuchna, matula, matuleńka, matulka, matunia, matusia, matus* – poświadczają utrwalenie postawy serdeczności i czulości także w odwrotnej relacji, tj. w stosunku (dzieci) do matki. Zapiszemy, że matka (7) ‘jest traktowana serdecznie, czule’.

Potwierdzeniem istnienia takiego stosunku do niej są funkcjonujące na drugim (negatywnym) biegunie ekspresywności przykłady wyrażenia obelżywych wymyślających „od maci”, potwierdzających istnienie kulturowego nakazu szacunku wobec matki, własnej i cudzej.

3. Jeśli wziąć pod uwagę derywaty semantyczne i użycia metaforyczne słowa *matka*, to w ich treści semantycznej odnajdziemy dowody obecności w treści matki jeszcze cech, nieujętych w definicji słownikowej, ale aktywowanych w procesie tworzenia nowych znaczeń.

(Znaczenia metaforyczne i pochodne podawane w SJP Dor jako osobne i opatrywane kolejnymi numerami traktuję tu łącznie). Znaczenie podane jako 4. – *matka* ‘siostra zakonna pełniąca jakąś ważną funkcję w zakonie’ i zestawienie *matka przełożona* – wskazują na kolejną cechę: (8) ‘zajmuje ważną pozycję społeczną’, a znaczenie podane jako 5. – *matka* ‘najważniejszy gracz, kierownik drużyny w grach zespołowych’ – pozwala tę pozycję społeczną sprecyzować nie tylko jako ważną, ale jako (8a) ‘najważniejszą’.

4. Utarte (sfrzeologizowane) zestawienia notowane w słowniku potwierdzają utrwalenie w konotacji matki wymienionych już cech, a także pokazują pewne ich dalsze uszczegółowienia i modyfikacje:

- *matka chrześtna* – ‘kobieta (...) przyjmująca na siebie zobowiązanie do moralnej opieki nad osobą chrzczoną’ (3), także: ‘kobieta dokonująca symbolicznego obrzędu nadawania nazwy, np. okrętu, statku’ (w PSJP 1996),

- *mleczna matka* – ‘kobieta karmiąca piersią cudze dziecko’ (4), komisja-matka ‘komisja, która wylania kandydatów w wyborach’ (2),
- *samolot-matka* – ‘duży samolot transportowy zabierający na pokład inny, mały i szybki samolot, startujący z niego w powietrzu i lecący samodzielnie, podczas gdy tamten ląduje lub zawraca’ (5),
- mors. *statek-matka* – ‘duży statek, zasilający na pełnym morzu jednostkę mniejszą w paliwo, żywność itp.’ (3), (5), (8),
- potoczne *kasety-matka* – ‘kasety służące do produkowania kopii’ (2).

5. Z kolei frazeologizmy szczególnie charakteryzują relację matka – dziecko:

- *powtarzać co jak za panią matką* to ‘powtarzać posłusznie’, co implikuje dwa sądy: (9) ‘matka uczy dzieci’ i (10) ‘dzieci są posłuszne matce’;
- *jak matkę Kocham* – zakłęcie, presuponujące, że (11) ‘matkę się Kocha’;
- (*zbić kogoś*) *tak, że go rodzona matka nie pozna* – wyrażenie presuponujące, że (12) ‘matka w najtrudniejszej sytuacji rozpozna swoje dziecko’, co presuponuje, że jest z nim głęboko związana, Kocha je.

Z innej perspektywy – postronnego i krytycznego obserwatora – modelują tę relację frazeologizmy:

- (*ktos*) *jeszcze matce za cycek nie podziękował*: za oczywistość uznaje się tu karmienie dziecka piersią przez matkę (por. cecha 4) i to, że (13) ‘dziecko winne jest wdzięczność matce za opiekę’;
- (*ktos*) *trzyma się matczynej spódnicy* (cecha pochodna od cechy 5);
- wyrażenie *mamin synek* ‘chłopiec niesamodzielny, pozostający za długo pod opieką matki’, cecha zbliżona do cech (3) i (5).

Wszystkie te dane precyzują przede wszystkim charakter społecznej roli matki w jej relacji do dziecka.

Nie są to zapewne wszystkie cechy możliwe do wydobycia z danych językowych, ani wszystkie frazeologizmy oparte na wyrażeniu matka; pomijam tu te, które bazują na cesze ‘rodzenia’, takie, jak *nadzieja matką głupich* czy *potrzeba – matką wynalazków*.

Jak widać, wydobywane z danych językowych cechy semantyczne stanowią zespół wewnątrznie uporządkowany na zasadzie pewnych wewnętrznych wzajemnych implikacji; łączą się w syndrom. Wśród cech są cechy konkretne i oparte na nich cechy bardziej ogólne, np. od ‘rodzić’ wywodzi się uogólnione znaczenie ‘powodować istnienie’ (komisja-matka); są cechy ogólne podlegające uszczegółowieniu (karmi, karmi piersią); cechy podstawowe i semantycznie pochodne (konsekwentne), np. ‘opiekuńcza’ i ‘zapra-

cowana', pozostające na tym samym poziomie ogólności; są wreszcie cechy bliskie sobie czy wręcz tożsame, ale zróżnicowanie nazwowo, np. 'czuła i serdeczna' (6) – wobec 'ciepła', 'uczuciowa' (w ankiecie LAS-90).

Wykrycie wewnętrznego uporządkowania treści składającej się na wyobrażenie matki, pozwala mówić o „strukturze poznawczej pojęcia” (Wierzbicka 1985); jej opis jest istotnym zadaniem językoznawcy-semantyka.

6. A jaką wartość dla eksplikacji semantycznej ma etymologia? W etymologii słowa *matka* został utrwalony podstawowy związek matki z dzieckiem. Zarówno forma, jak treść słowa *matka* zostały uformowane z perspektywy dziecka. Wyrazy *matka* i *mama* pochodzą bowiem (wg Vasmera ESRJ) z języka dziecka, są oparte na elementarnym dla języka rdzeniu \**ma-*, który w swojej strukturze fonologicznej realizuje pierwszą i podstawową opozycję fonologiczną zamknięcia/otwarcia, pojawiającą się w języku dziecka najwcześniej.

Cała bogata treść stereotypu matki jest modelowana z perspektywy dziecka, bądź to niedorosłego, pozostającego pod opieką matki, bądź dorosłego, które osiągnęło samodzielność, ale zachowuje „pamięć rodzinną”; punkt widzenia dziecka konstituuje podstawowy profil semantyczny matki (choć nie jest to profil jedyny).

## Matka w świetle danych ankietowych (A)

Sposób pojmowania znaczenia matki przez przeciętnego współczesnego użytkownika języka możemy badać metodami ankietowymi, sprawdzając, jakie składniki znaczenia są uświadamiane najszerzej przez mówiących, w jakiej kolejności są wymieniane, jakie tworzą konfiguracje, jaka jest typowa łączliwość semantyczna i składniowa słowa itp. Możemy badać zarówno zawartość treściową stereotypu, jak też mierzyć stopień utrwalenia jej składników i łączone z nimi oceny i wartościowania. Uzyskujemy w ten sposób dostęp do sfery opisanej przez Coşeriu jako „norma społeczna” w znaczeniu słowa.

Dysponuję wynikami trzech ankiet z roku 1990, których przedmiotem był m.in. stereotyp matki. Omówię pokrótce niektóre z nich.

**A. Pytanie o definicję.** Respondenci ankiety LAS-90 (zob. informacje w zakończeniu) odpowiedzieli na pytanie o znaczenie słowa *matka*, najprost-

sze z pytań stosowanych w ankietach językoznawczych i zarazem jedno z najważniejszych.

Spontanicznie definiowano matkę nie tylko taksonomicznie – jako „kobietę”, „osobę”, „te” – która „dała życie”, „urodziła”, ale w połowie przypadków także typologicznie, wskazując przede wszystkim na podstawowe funkcje społeczne matki wobec dziecka: „osoba, która rodzi, żywi, wychowuje”; „która urodziła dziecko i sprawuje nad nim opiekę”; „która rządzi domem” itp., przy tym młodzi respondenci mieli wyraźną skłonność do mówienia z perspektywy osobistej: „karmi moją duszę i żołądek”, „która mnie urodziła i wychowała”, „kto mnie urodził i kto mnie kocha”, „która mnie wychowała, niekoniecznie urodziła”, „która nas kocha miłością niewygajającą” itp. Wszystkie te charakterystyki mieszczą się w ramach cech już wcześniej podanych.

**B. Cechy matki „typowej” i „prawdziwej”.** W badaniach ankietowych, do których się tu odwołuję, dwa pytania miały charakter swoiście ukierunkowany, dotyczyły cech matki po pierwsze – „typowej” (LAS-90), po drugie – „prawdziwej” (ASA-90).

W pytaniach stawianych respondentom użyto *explicite* takich właśnie sformułowań (o różnicy między tymi modyfikatorami zob. Bartmiński 1994).

Zestawmy najpierw (fragmentarycznie) wyniki.

Pytanie ankiety LAS-90 o cechy „typowej” matki przyniosło w odpowiedziach prawie 40 cech, w tym wiele takich, których z analizy danych systemowych nie udało się jeszcze wydobyć. Czy do naszego zestawu cech matki możemy je wszystkie po prostu dopisać? Słuszne wydają się ostrzeżenia przed zbyt łatwym zaliczaniem wszystkiego, co przekazują respondenci ankiet, do znaczenia słowa (Wierzbicka 1993). Potrzebne są na pewno jakieś procedury weryfikujące. Najprostszą z nich jest statystyka, która różnicuje cechy ze względu na liczbę wskazań.

Do najczęściej wymienianych należały (f = liczba osób wymieniających daną cechę):

- f 48 – miłość, kochająca (dzieci, rodzinę)
- f 21 – opiekuńcza, opiekuńczość, nadopiekuńcza
- f 18 – wyrozumiała, wyrozumiałość
- f 17 – dobra, dobroć
- f 9 – troskliwa
- f 8 – czuła
- f 6 – uczucie, uczuciowość, uczuciowa, kochana
- f 5 – zapracowana



f 4 – ciepła, pełna ciepła, ciepła osoba, ciepło rodzicielskie

f 3 – oddana.

W tym zespole najczęściej wymienianych cech matki pojawiły się pewne cechy nowe, przede wszystkim (14) ‘wrozumiała’ (może pod wpływem popularnej pieśni maryjnej o „matce, która wszystko rozumie”?) oraz (15) ‘zpracowana’. Niektóre inne cechy są pochodne semantycznie od podstawowych, stanowią ich swoiste uogólnienie, np. (16) ‘dobroć’ (cecha pochodna od cech „opiekuje się”, „jest czuła i serdeczna”, „daje schronienie”), (17) ‘uczuciowość’ (od „czuła i serdeczna”). Same dane dotyczące wskazań cechy nie dają jednoznacznych odpowiedzi, bo nie tworzą żadnych ostrych i wyrazistych progów częstości. Analiza danych statystycznych przeprowadzona w innym miejscu pozwoliła sformułować zasadę korelacji jednokierunkowej: wysoka statystyczna ranga cechy implikuje jej językową (semantyczną) relewantność, ale niska statystyczna ranga cechy nie implikuje braku językowej relewancji (Bartmiński 1988, 103–104).

Przyjmując tę zasadę oraz uznając znaczenie za strukturę otwartą (Bartmiński, Tokarski 1993), możemy do zestawu stereotypowych cech matki dodać przynajmniej następujące cztery cechy. Cechy te skupiają się głównie w dwóch aspektach: społecznym i psychicznym.

Pytanie innej ankiety (ASA-90) – o cechy „prawdziwej matki” przyniosło w odpowiedzi prawie setkę określeń.

Najczęstszymi były:

f 66 – miłość (= 66% badanych)

f 43 – opiekuńczość

f 22 – wrozumiałość

f 20 – poświęcenie

f 19 – troskliwość

f 17 – dobroć

f 9 – oddanie

f 9 – czułość

f 8 – wzór do naśladowania

f 6 – pomoc

f 6 – ciepło.

Dalszych 90 cech podawano rzadziej, w tym około 70 – jednorazowo.

W stosunku do już znanych doszły liczne cechy nowe, choć nie są one notowane na najwyższych pozycjach. W pierwszej dziesiątce cech mamy trzy nowe cechy:

(18) „poświęcenie”

(19) „wzór do naśladowania”

(20) „pomoc”.

Godne uwagi jest to, że na 3 pierwszych miejscach obu list znalazły się te same cechy: „miłość”, „opiekuńczość” i „wyrozumiałość”.

Porównanie wyników ankiet LAS-90 i ASA-90 pozwala stwierdzić znaczący wpływ użytego w pytaniu ankiety odmiennego modyfikatora – „prawdziwy”, „typowy” – na charakter zespołu cech wymienianego w odpowiedziach respondentów.

Zespół ten w przypadku pytania o „prawdziwą” matkę jest nachylony w stronę obrazu wzorcowego (jaka matka być powinna), podlega więc idealizacji, podczas gdy w przypadku pytania o matkę „typową” – jest raczej nachylony w stronę czystej opisowości (jaka matka jest naprawdę – „zapracowana”), jest więc wolny od idealizacji. Jest to dla ontologii stereotypu sprawa o pierwszorzędym znaczeniu. Myślenie w kategoriach stereotypu zawiera w sobie element mitologiczny, tj. na obraz tego, co jest, nakładany jest obraz tego, co być powinno.

**C. Jedno skojarzenie.** W podobnej grupie respondentów (studentów) przeprowadzono dwukrotnie, w roku 1980 i 1990, jeszcze inaczej pomyślaną ankietę: proszono respondentów o podanie jednego słowa, które najlepiej charakteryzuje matkę. 170 osób wymieniło po prawie 60 określeń, przy czym w obu razach na dwu pierwszych pozycjach rangowych znalazły się te same dwa określenia: „miłość” i „dobroć” modelujące postawę matki ze względu na jej funkcje społeczne (wyniki omówiła Jolanta Panasiuk w aneksie do swojej pracy magisterskiej, 1990, Aneks, s. 3–5).

**D. BUT TEST.** Ankiety otwarte wydają się stosunkowo najbardziej wiarygodne, nie zawierają bowiem sugestii pytającego w przeciwieństwie do stosowanych niekiedy ankiet zamkniętych, poddających respondentom gotowe listy cech z poleceniem określonych działań na nich (np. połączenia z odpowiednimi nazwami ludzi; stosowali je m.in. Pisarkowa 1976; Kapiszewski 1978 i in.). Interesujące możliwości stwarza ankietą zawierająca teksty do uzupełniania. W ankiecie LAS-90 posłużono się modelem zdania przeciwnego, wymagającym samodzielnego zwerbalizowania przez respondentów cech opozycyjnych wobec żywionych przez respondentów stereotypów, inaczej mówiąc – budowania zdań z presuponowanymi stereotypami. Dokończenie zdań typu: „Anna jest matką, ale...” wymagało od respondenta rozwinięcia typu „...ale nie kocha swoich dzieci”, „nie dba o dom i rodzinę”, „nie umie się opiekować dziećmi”, „jest okrutna” itp., a więc budowania charakterystyk przeciwnych do „normalnych” (w ich

przekonaniu). W ten sposób potwierdziły się cechy już odnotowane w obrazie stereotypowej matki, przede wszystkim odnoszące się głównie do fasety „funkcja społeczna matki” i jej postawa: „kocha swoje dzieci”, „jest troskliwa”, „opiekuńcza” i „czuła” (Olechnowicz 1990).

**E. Charakterystyczne przedmioty.** W ankiecie LAS-90 postawiono też pytanie o przedmioty charakterystyczne dla matki (Olechnowicz 1990, 93–97). Okazało się, że są to przedmioty wysoce konwencjonalne, związane z kuchnią i żywieniem: garnki („gary” i „garnki” wymieniły 34 osoby na 150), naczynia kuchenne, wałek, ścierka, tłuczek, wiadro, czajnik, zapaska, patelnia, siatka i torba na zakupy, pralka, proszek do prania, maszyna do szycia, druty, wełna itd. Zespół ten pozostaje w bezpośredniej relacji z typowymi czynnościami matki takimi, jak zakupy, pranie, szycie, i najważniejszą rolą społeczną – żywicielki, opiekunki i wychowawczyni dzieci.

Znamienne, że w studenckich ankietach opieka matki nad małym dzieckiem pojawia się marginalnie; z przedmiotów charakterystycznych wymieniano zaledwie kilkakrotnie kołyskę, wózek i pieluchy. Podobnie – sprawy związane z gospodarowaniem pieniędzmi: pieniądze, mamona, kasa, portmonetka. Również słabo zarysował się obraz matki jako kobiety, dbającej o wygląd i elegancję, pielęgnującej własną urodę: pomadka do ust, krem do twarzy i rąk.

**F. Łączliwość leksykalna.** Ankietowe badanie łączliwości przymiotników „matczyny”, „matczyna”, „matczyne” – w ankiecie LAS-90 przyniosło dodatkowe szczegóły. Prawie setka respondentów użyła 50 rzeczowników, z których najczęstsze były:

f 43 – serce

f 27 – miłość

f 17 – ręce i dłoń (dłonie)

f 6 – trud; dobroć

f 5 – uśmiech

f 4 – uczucie

f 3 – ciepło; fartuch; opieka; troska; troskliwość

f 2 – opiekuńczość; instynkt; niepokój; głos; dom; mleko.

Wyniki tego badania pokazały rolę konkretnych, utartych w obiegu powszechnym wyrażen językowych, które służą jako etykiety dla już znanych charakterystyk: „serce matki” to metafora czułości i miłości, „matczyne ręce” – symbol opieki, pracy, troskliwości; „uśmiech matki” – wyraz postawy akceptacji itd. Obraz ciała matki (serce, ręce, twarz), podobnie jak obraz domu, jest pochodną przypisywanych matce funkcji, jest więc obrazem se-

miotycznym. Trzeci zespół nazywa wprost postawy matki wobec innych: miłość, dobroć, opieka, troska, niepokój, uczucie.

Jak widzimy, kolejne stosowane techniki ankietowe przynoszą potwierdzenie istnienia w społecznej świadomości pewnego fundamentalnego zespołu charakterystyki matki. Centrum tego zespołu stopniowo rysuje się coraz wyraźniej, granice pozostają otwarte; nie jest to zespół policzalny, choć nie jest nieokreślony w tym sensie, że kolejne cechy są jakoś przewidywalne na podstawie cech już znanych. Ma strukturę koncentryczną, radialną.

### Obraz matki w tekstach (T)

Jeśli w kolejności zapytać, jak matka – słowo i pojęcie – funkcjonuje w różnego typu tekstach to staniemy przed tak ogromnym bogactwem i różnorodnością danych, że ich całościowa charakterystyka okaże się prawie niemożliwa. Obraz matki w konkretnych wypowiedziach zależy bowiem od przyjętego modelu rzeczywistości i wiedzy o świecie, ale też od orientacji ideowej mówiących i piszących autorów, i od gatunku wypowiedzi, i od intencji komunikowania<sup>5</sup>.

Efektom działania tych czynników podmiotowych są różne profile matki (por. Bartmiński, Niebrzegowska 1998). Teksty kliszowe, powtarzane w szerszym obiegu, a więc będące własnością społeczną, sfolkloryzowane, referujące obiegową i raczej tradycyjną wiedzę, różnią się przy tym wyraźnie od tekstów indywidualnych, jednorazowych, tworzonych doraźnie z intencją przekazania czegoś nowego, często kontrowersyjnego. Niezależnie od tego globalnego zróżnicowania typów tekstów, ważne jest to, jak słowo *matka* jest użyte w danym kontekście, generycznie (o matce / matkach w ogóle) czy indywidualnie (o jakiejś jednej matce).

---

<sup>5</sup> Na przykład *Raport „Polityki”* z 9 III 2002 pt. *Matki i córki: trudne związki* autorstwa Barbary Pietkiewicz, informuje o rozpowszechnionej wśród młodych kobiet zwłaszcza we Francji, na początku lat 70. postawie pogardy wobec matek jako „przekaziczek ucisku kobiet”. „Głównym ich powołaniem było – jak głosiły córki – prasowanie, czyszczenie, smażenie, pastowanie, pranie, gruchanie w celu pełnego zadowolenia męża”. Dały temu wyraz autorki książek: Ivonne Knibiecher – *Revolucja macierzyństwa*, Gianni Monduzzi *Jak bronić się przed mamusią* i in. Autorka *Raportu* stwierdza, że „w Polsce, zaludnionej matkami-Polkami, kontestacji matek jako »przekaziczek ucisku« nigdy nie było”, co nie znaczy, że nie wyróżniano językowo pewnych typów matek, piętnując pewne przerosty funkcji opiekuńczych, wyrażeniami takimi jak *kwoka*, *matka toksyczna* itp.

Wskażemy tu tylko na wybrane przykłady tekstów.

**A.** Szczególny gatunek tekstów, stanowią przysłowia, które kodyfikują społeczną wiedzę w jej wariacie popularnym i modelują zbiorowe zachowania. Przynoszą one realistyczne konstatacje dotyczące życia osobistego i zbiorowego oraz rady życiowe formułowane nierzadko w trybie rozkazującym z perspektywy zobiektywizowanej, ogólnoludzkiej. Z reguły formułują przy tym, co ogromnie ważne, sądy uogólniające, gatunkowe, o wszystkich matkach. W *Nowej księdze przysłów polskich* (t. II z 1970 roku) znajdujemy przysłowia potwierdzające rozpoznany już stereotyp matki, która „kocha dzieci”, np. *Dla każdej matki miłe jej dziatki* (pierwszy raz notowane w roku 1696); „troszczy się o dzieci, odżywia je”: *Gdzie u dzieci matka, tam i główka gładka* (1861) – ale też elementy nowe, pochodzące z różnych czasów i środowisk:

(21) „karze, bije dzieci”: *Błogosławione są matki, co za źle karzą swe dziatki* (1902); *Matka miła, choćby biła* (1806); *Matka tłucze, ale uczy* (1878); *Kto nie słucha matki, ten pójdzie za kratki* (1894);

(22) „jest dla dzieci jedyna i niezastępowalna”: *Chłopu żona nie umiera, tylko dzieciom matka* (1902), podobny sens wyrażają też przysłowia: *Co matka, to matka, a co macocha, to macocha* (1632) i *Drugiej matki nie znajdziesz* (1894), *Matki nie kupisz* (1620), *Jak ojciec umrze, dziecko półsierota, ale jak matka, to cała sierota* (1894);

(23) „przekazuje swoje cechy dziecku”: *Jaka mać, taka nać* (1579) – przysłowie znane w licznych wariantach: *Jakie drzewo, taka kora...*, *Jaki bochen, taka skórka...*, *jaki świder, taka dziurka...* i in., przy czym częściowo niezgodne z tymi przysłowiami jest inne, znacznie rzadsze przysłowie, sugerujące sytuację odwrotną, braku podobieństwa: *Inszo mać, inszo nać* (1913), *Jednej matki niejednaki dziatki* (1632);

(24) „akceptuje bez zastrzeżeń”: *U swej matki każdy gładki* (1894);

(25) „jest ofiarna, bezinteresowna”: *Jedna matka wyżyni dziesięciu synów, ale dziesięciu synów nie wyżyni jednej matki* (1568); *Matka co ma, to dzieciom teka* (1745) i *Matka daje, a macocha pyta dzieci, czy chcecie* (1649).

Najciekawsze ze względów semantycznych jest XIX-wieczne, ale wciąż popularne przysłowie *Nie ta matka, co porodziła, ale ta, co wychowała* (1819), które radykalnie przewartościowuje tradycyjną charakterystykę matki, wyżej stawiając cechy „dodatkowe” niż podstawowe, kategoriale.

**B.** W patriotycznie nastawionej literaturze polskiej XIX w. został uformowany wyrazisty ideologiczny stereotyp matki Polki (prototyp stworzył

Mickiewicz słynnym wierszem), wywiedziony ze starszego stereotypu matki-ojczyzny, matki Polski oraz Matki Boskiej. Jest to odmiana stereotypu, którą można określić jako „wzór”, osadzony w idealizującej, powinnościowej ramie modalnej. Mówi się o matce, jaka być powinna. Społeczne role matki zostały w nim zawężone do programu narodowego, matka Polka jest istotą

godną podziwu i zachwytu, dobrą, opiekuńczą i płodną, ale także patriotką, tą, która rodzi i wychowuje obrońców ojczyzny, strzeże wartości narodowych (Monczka-Ciechomska 1992, 95).

Polski etos macierzyński wywodzi się z charakterystycznego dla polskiego katolicyzmu kultu maryjnego, co sprawia, że łączy on idealizację i tragizm: matka Polka poświęca (powinna poświęcić) swe dzieci dla wielkiej sprawy narodowej i dlatego jej macierzyństwo jest (musi być) połączone z cierpieniem. Jest (ma być)

strażniczką moralności pełną dobroci i poświęcenia, wnoszącą w życie miłość i cnotę chrześcijańskiej czystości serca (Monczka-Ciechomska 1992, 96).

**C.** Podobnie – choć na nieco innej, bardziej uniwersalnej podstawie aksjologicznej – wyidealizowany obraz matki (wzór) propagują teksty kazań głoszonych w Kościele katolickim. Cechy dominujące w tym obrazie to miłość, opiekuńczość i poświęcenie. Są to cechy postulowane. Obraz ten jest podporządkowany celom katechizacyjnym.

Nikt matki rodzącej, karmiącej, wychowującej nie zastąpi. Nic też nie zastąpi serca matki w domu, serca, które zawsze tam jest, zawsze tam czeka – Jan Paweł II, Jasna Góra 6 VI 1979;

Matka nie tylko oczekuje na swoje dzieci we własnym domu, ale idzie za nimi wszędzie, gdzie one zakładają swoje domy – Jan Paweł II, 4 VI 1979;

Tęgo nie-bycia-wolnym w miłości nigdy nie odczuwa się jako niewoli, nie odczuwa jako niewoli matka, że jest uwiązana przy chorym dziecku, lecz jako afirmację swojej wolności, jako jej spełnienie. Wtedy jest najbardziej wolna – Jan Paweł II, 4 VI 1979;

Życie dziecka zaczyna się pod sercem matki. To matka ponosi najwięcej trudu, aby dziecko na świat wydać, a potem rodzice, by dziecko wychować – Jerzy Popiełuszko, 26 II 1984.

Idealizacja ta ma doktrynalne uzasadnienie i źródło w kulcie maryjnym, korzysta z jego żywotności i zarazem służy mu. Równolegle w kazaniach funkcjonuje antywzorzec, obraz matki wyrodnej, która zabija swoje nienarodzone dzieci.

**D. Znaczną swoistość wykazuje stereotyp matki w pieśni ludowej** (opracowany przez Jadwigę Jagiello 1980, w ramach prac nad *Słownikiem ludowych stereotypów językowych*). Jest to wizerunek tworzony z perspektywy małej społeczności rodzinnej i lokalnej, mający rozbudowaną strukturę fasetową (aspekty: społeczny, psychologiczny, bytowy, kulturowy).

Matka pieśniowa rodzi dziecko, piastuje je, wychowuje, opiekuje się nim, ale też (26) „rządzi domem”, (27) „doradza dzieciom”; role rodzicielski i piastunki są rozpisane na czynności szczegółowe: kolysze, czuwa, karmi, odziewa; w domu, przy kolysce, jest czuła, jej atrybutami przedmiotowymi są koleczka / kołyska, chleb oraz koszula, którą daje dziecku.

Jako wychowawczyni pilnuje dziecka, karci i nagradza, jest życzliwa; jako opiekunka (28) uczy pracować córkę, (29) wydaje ją za męża; jako rządczyni (30) rozkazuje, nagania do roboty, laje, bije, (31) jest surowa, jej narzędziem jest kij; jako doradczyni doradza synowi, pomaga synowej, (32) jest mądra.

Pieśniowy stereotyp matki jest oparty na bazie cech semantycznych o szerokim społecznym obiegu, ale równocześnie zawiera charakterystyki swoiste. Obok aspektu psychicznego szeroko wprowadzany jest aspekt społeczny i bytowy, np. przedmioty, których matka używa, miejsce, w którym się pojawia. Pieśń ludowa ujmuje podstawowe wyobrażenie matki w perspektywie zobiektywizowanej. W obiegu popularnym matka funkcjonuje w opozycji do macochy i teściowej, które mają stereotypy zdecydowanie negatywne; dominuje w ich obrazie cecha wrogości i obcości, por. *traktować coś po macoszemu* ‘źle, niesprawiedliwie’, *być od macochy* ‘być pomijanym’, wedle śląskiego przysłowia *teściowa jest zimną matką*<sup>6</sup>.

### Uwagi końcowe

Przykładowo dokonana analiza językowego stereotypu matki i podstaw, do których może odwołać się językoznawca chcący ustalić treść stereotypu, prowadzi do następujących wniosków:

---

<sup>6</sup> Pieśń ludowa zna też antywzorzec matki wyrodnej, przykładem *Z wysokiego pola*, pieśń z repertuaru „Orkiestry pod wezwaniem św. Mikołaja”.

1. Stosowanie łączne różnych metod badawczych – odwołujących się kolejno do systemu językowego, do poczucia językowego osób mówiących, do tekstów wypowiedzi – pozwala zrekonstruować wielostronny i pełny obraz przedmiotu, ujawnia przy tym obiektywne (w sensie stabilizacji społecznej) istnienie pewnego bazowego zespołu cech, dostępnych i ujawniających się najszerzej.

2. Każde ze źródeł stwarza określone ograniczenia. O ile zespół cech spełniających kryteria strukturalne (test sprzecznościowy) jest bardzo ubogi – to zespół cech w różnym stopniu ustabilizowanych i poświadczonych poprzez ankiety i teksty jest o wiele bogatszy, obejmuje dziesiątki elementów.

Postulatem badawczym jest sięganie po różne, wzajemnie dopełniające się typy danych.

3. Najbogatsze są charakterystyki zawarte w tekstach, najuboższe – utrwalone systemowo. Liczba cech jest odwrotnie proporcjonalna do siły (stopnia) ich utrwalenia językowego.

4. Wszystkie omawiane w tym artykule cechy przypisywane matce (nie przesadzamy sprawy, że tylko te) mamy prawo uznać za obecne w społecznej normie semantycznej słowa *matka*.

Wiele z nich nie spełnia warunku nieusuwalności (zdania typu: *Ktoś jest matką, ale nie ma cechy* (3–28) nie zawiera sprzeczności), nie są więc kryterialne, jądrowe, kategoriałne, w sensie przyjmowanym w semantyce strukturalnej (Grochowski 1993).

Niektóre z nich jednak uchodzą za ważniejsze od kategoriałnych, jak świadczy np. przysłowie: *Nie ta matka, co urodziła, ale ta, co wychowała*. Takich cech jest o wiele więcej, np. to że „kochają swoje dzieci”, „karmią”, „opiekują się” itd.; cechy te przysługują jednak wszystkim matkom „typowym”, „normalnym”, „zwyczajnym”, „prawdziwym”.

Zaprzeczenie cech charakterystycznych, wymaganych przez społeczny wzorzec matki, daje podstawę do mówienia o matkach „wyrodnych”, które stawiane są pod pręgierz opinii społecznej.

5. Składniki tworzące treść semantyczną stereotypu mają układ radiacyjny i strefowy. Wokół semantycznego jądra skupiają się cechy o różnym stopniu ustabilizowania (stereotypizacji). Granice tego zespołu nie są zamknięte.

6. Zespół cech charakteryzujących kształtuje się w ramach pewnej bazy doświadczeniowej i podlega porządkowaniu i strukturuwaniu przez mówiących odpowiednio do przyjmowanych przez nich punktów widzenia i strategii komunikacyjnych. Ze sposobu tego strukturuwania można zdać sprawę, posługując się pojęciami punktu widzenia, perspektywy, fasetowego układu



cech. Charakterystyka matki jest wewnętrznie strukturowana w pewien nieprzypadkowy sposób. Na wąski zespół cech podstawowych, kategoryzujących ('kobieta', 'pozostająca w określonej relacji do dziecka: urodzenia / pielęgnowania / wychowania / ...') nakładają się ustabilizowane i uporządkowane w pewne konfiguracje podmiotowe cechy typowe, tworzące charakterystyki dotyczące postawy matki, jej funkcji społecznych wobec dziecka i rodziny, jej typowej przestrzeni życiowej (miejsca występowania), typowych, używanych przez matkę przedmiotów, stosunku osób najbliższych do niej. Dobór takich aspektów i sposób ich treściowego wypełnienia decydują o strukturze poznawczej stereotypu i o wariantach tej struktury, o jej profilach.

7. W tekstach (i ich określonych typach gatunkowych i ideologicznych) funkcjonują różne warianty stereotypu matki, w których bazowa treść pojęcia jest profilowana w odmienny sposób. Np. na pieśniowy wariant (profil) stereotypu matki składa się wiązka charakterystyk ujmowanych w trzech płaszczyznach: biologicznej, bytowej, społecznej i kulturowej. Charakterystyki te są tworzone w perspektywie małej grupy społecznej, której trzon tworzy bliższa i dalsza rodzina wyznaczająca matce określone role: rodzicielki, piastunki, gospodyni domowej – która kołysze, czuwa, karmi, odziewa; działa w domu, a przedmiotami towarzyszącymi jej są kołyska, chleb, koszula, kij. Cechuje ją postawa miłości, troski i odpowiedzialności za dom i rodzinę. Jest to wariant wyobrażenia matki inny niż uzyskiwany w ankietach studenckich, w których zbieżne charakterystyki są formułowane z perspektywy młodego człowieka, który już opuścił rodzinny dom, ale jeszcze nie założył domu własnego. Matka jawi mu się jako osoba najbliższa, kochana, dobra.

8. Przyjmuje, że dla ustalenia treści stereotypu relewantne są też *z a c h o w a n i a* wobec matki, objęte społeczną normą i wchodzące do bazy kulturowej języka. Tworzą one to, co Charles Peirce nazywał „interpretantem definitywnym”. Cechą utrwaloną w obyczaju jest okazywanie matce szacunku. Obyczaj ten ma swoje odbicie – czy przedłużenie – w „etykietce językowej”, tj. sposobie mówienia o osobach. Zwyczaj mówienia o matce z szacunkiem tworzy kontekst kulturowy relewantny dla rozumienia słów obraźliwych. Ublżyć czyjeś matce (stp. *kląć od macierze, od maci, od matki*) jest (nie tylko w tradycji polskiej) najcięższą obelgą. Także przysłowie *Czy to ja matkę lub ojca zabiłem*, które znaczy tyle, co zdanie *dla czego muszę się tak męczyć*, zawiera presupozycję kulturową, że pewne zachowanie się (matkobójstwo) jest ciężką zbrodnią.

9. Zrekonstruowany w tym artykule stereotyp matki jest faktem językowo-kulturowym, należy do polskiego językowego obrazu świata bada-

nego przez lingwistykę antropologiczną (etnolingwistykę). Analiza ta pozwala dokonać empirycznej weryfikacji koncepcji Lakoffa (Lakoff 1986), pokazać różną wagę wyodrębnianych przez niego modeli częściowych (plciowy: „ta, która rodzi dziecko”; genetyczny: „ta, która dostarcza materiału genetycznego”; wychowawczy: „ta, która wychowuje”; małżeński: „żona ojca”; genealogiczny „tak, która należy do pokolenia bezpośrednio poprzedzającego wobec dziecka”), a przede wszystkim ustalić ich semantyczną pojemność, wewnętrzną logikę i wzajemne powiązania. Najważniejszy w świetle przytoczonych danych jest model wychowawczy, nie są jeszcze na gruncie potocznego języka rozróżniane modele plciowy i genetyczny.

Bazowy zespół charakterystyk matki, wchodzący do ramy doświadczeniowej języka, jest na gruncie społecznej normy formowany w profile odpowiadające zespołowi czynników podmiotowych związanych zwłaszcza z punktem widzenia i systemem wartości. W rezultacie mówi się o matce z nacięciem na różne aspekty jej obrazu.

Przypomnijmy, że w studenckich ankietach jedna z podstawowych funkcji matki – opieka nad małym dzieckiem – pojawiła się marginalnie (z przedmiotów charakterystycznych wymieniano zaledwie kilkakrotnie kołyskę, wózek i pieluchy). Podobnie marginalnie pojawiły się sprawy związane z gospodarowaniem pieniędzmi; słabo rysował się też obraz matki jako kobiety, dbającej o wygląd i elegancję. Wskazuje to na wagę kategorii „punktu widzenia”.

Warto więc na zespół cech semantycznych matki spojrzeć od strony zawartej w nich kategoryzacji przedmiotu: w jakiej perspektywie, z jakiego punktu widzenia matka jest postrzegana? Kto jest subjektem postrzegającym?

Można w charakterystykach matki wskazać następujące aspekty (fasety):

BIO – cechy biologiczne

P – cechy psychiczne

S – cechy społeczne (relacja do innych ludzi)

BYT – cechy bytowe, dotyczące zachowań codziennych

E – cechy etyczne.

Zestawienie cech semantycznych matki wg faset pokazuje przewagę aspektu społecznego nad innymi (co – przypomnijmy – znalazło wyraz w popularności przytoczonego wyżej przysłowia *Nie ta matka, co urodziła, ale ta, co wychowała*):

Kategoria nadrzędna: (1) ‘jest kobietą’

BIO (2) 'ma dziecko / dzieci' [= rodzi].  
 BIO (4) 'karmi piersią'  
 BIO (23) 'przekazuje swoje cechy dziecku'

S (3) 'opiekuje się'  
 S (20) 'pomaga'  
 S (5) 'daje schronienie'  
 S (8) 'zajmuje ważną pozycję w grupie', (8a) 'najważniejszą'  
 S (9) 'uczy dzieci'  
 S (21) 'karze, bije dzieci'  
 S (27) 'doradza dzieciom'  
 S (28) 'uczy pracować córkę'  
 S (10) 'dzieci są/powinny być posłuszne matce'  
 S (13) 'dziecko winne jest wdzięczność matce za opiekę'

PS (6) 'jest czuła, serdeczna'  
 PS (16) 'dobra' (← „opiekuje się”, „jest czuła i serdeczna”, „daje schronienie”)  
 PS (24) 'akceptuje bez zastrzeżeń'  
 PS (7) 'jest traktowana serdecznie, czule'  
 PS (11) 'matkę się kocha'

BYT (26) 'rządzi domem'  
 BYT (30) 'rozkazuje (nagania do roboty, laje, bije)'  
 BYT (15) 'jest zapracowana'  
 BYT (22) 'jest dla dzieci jedyna i niezastępowalna'  
 BYT (12) 'w najtrudniejszej sytuacji rozpozna swoje dziecko'  
 BYT (29) 'wydaje córkę za męża'

P (17) 'jest uczuciowa' (← „czuła i serdeczna”)  
 P (14) 'wyrozumiała'  
 P (32) 'jest mądra'  
 P (31) 'jest surowa (jej narzędziem jest kij)'

E (19) 'jest wzorem do naśladowania'  
 E (18) 'poświęca się'  
 E (25) 'jest ofiarna, bezinteresowna'.

Odpowiedni dobór aspektów i szczegółowych charakterystyk decyduje o profilowaniu językowo-kulturowego obrazu matki w społecznym dyskursie. Profile te są tworzone z punktu widzenia i z perspektywy różnych subiektów (podmiotów) mówiących o matce, więc z perspektywy dziecka, osoby dorosłej, społeczności rodzinno-lokalnej, Kościoła. Profile mogą być tworzone w dyskursie i podlegać społecznej konwencjonalizacji w zależności od przyjmowanych przez mówiących założeń aksjologicznych oraz celów komunikacyjnych. Wszystkie profile opierają się jednak na bazowym zespole cech, który to zespół starałem się w tym szkicu zrekonstruować na podstawie danych czerpanych z różnego typu źródeł językowych: systemowych, tekstowych oraz pozyskiwanych eksperymentalnie (metodą ankietową).

### Literatura

- Bartmiński J., 1984, *Definicja leksykograficzna a opis języka*, w: Polański K., red., *Słownictwo w opisie języka*, Katowice, s. 9–21.
- Bartmiński J., 1988, *Kryteria ilościowe w badaniu stereotypów językowych*, „Biuletyn PIJ” XLI, s. 91–104.
- Bartmiński J., 1994, *Jak zmienia się stereotyp Niemca w Polsce?*, „Przegląd Humanistyczny”, nr 5, s. 81–101.
- Bartmiński J., Niebrzegowska S., 1998, *Profile a podmiotowa interpretacja świata*, w: Bartmiński J., Tokarski R., red., *Profilowanie w języku i w tekście*, Lublin, s. 211–224.
- Bartmiński J., Tokarski R., 1993, *Definicja semantyczna: czego i dla kogo?*, w: Bartmiński J., Tokarski R., red., *O definicjach i definiowaniu*, Lublin, s. 47–61.
- Bartmiński J., 2006, *Polski stereotyp „matki”*, w: Bartmiński J., *Językowe podstany obrazu świata*, Lublin, s. 151–166.
- Bussmann H., 1990, *Lexicon der Sprachwissenschaft*, Stuttgart.
- Grochowski M., 1993, *Konwencje semantyczne a definiowanie wyrażen językowych*, Warszawa.
- Jagiello J., 1980, *Matka*, w: Bartmiński J., red., *Słownik ludowych stereotypów językowych. Zeszyt próby*, Wrocław, s. 159–199.
- Kapizewski A., 1978, *Stereotyp Amerykanów polskiego pochodzenia*, Wrocław.
- Kardela H., 1990, *Ogdena i Richardsa trójkąt uzupełniony, czyli co bada gramatyka kognitywna*, w: Bartmiński J., red., *Językowy obraz świata*, Lublin.
- Lakoff G., 1986, *Classifiers as a Reflection of Mind*, w: Craig C., red., *Noun Classes and Categorization*, Amsterdam-Philadelphia.
- Monczka-Ciechomska M., 1992, *Mit kobiety w polskiej kulturze*, w: Walczewska S., red., *Głos mają kobiety. Teksty feministyczne*, Kraków, s. 95–101.
- Olechnowicz E., 1990, *Stereotypy językowe żeńskich członków rodziny: matki, teściowej, córki, siostry, babki we współczesnym języku polskim*, Lublin (praca magisterska pod kier. J. Bartmińskiego, Zakład Języka Polskiego UMCS).
- Panasiuk J., 1990, *Wybrane stereotypy ludzi w środowisku studentów lubelskich*, Lublin (praca magisterska pod kier. J. Bartmińskiego, Zakład Języka Polskiego UMCS).

- Pisarkowa K., 1976, *Konotacja semantyczna nazw narodowości*, „Zeszyty Prasoznawcze”, z. 1, s. 5–26.
- Wejland A., 1991, *Obrazy grup społecznych. Studium metodologiczne*, Warszawa.
- Wierzbicka A., 1985, *Lexicography and Conceptual Analysis*, Ann Arbor.
- Wierzbicka A., 1993, *Nazwy zwierząt*, w: Bartmiński J., Tokarski R., red., *O definicjach i definowaniu*, Lublin, s. 251–267.
- Wierzbicka A., 1999, *Język – umysł – kultura*, wyb. prac i red. J. Bartmiński, Warszawa.

## Słowniki

- NKPP – Krzyżanowski J., red., 1969–1978, *Nowa księga przysłów i wyrażen przysłowionych polskich*, t. 1–4, Warszawa.
- PSJP – Sobol E., red., 1996, *Podręczny słownik języka polskiego*, Warszawa.
- SJPDor – Doroszewski W., red., 1958–1969, *Słownik języka polskiego PAN*, t. 1–11, Warszawa.
- SJPSzym – Szymczak M., red., 1983–1985, *Słownik języka polskiego*, t. 1–3, Warszawa.
- SWJP – Dunaj B., red., 1996, *Słownik współczesnego języka polskiego*, Warszawa.

**Jerzy Bartmiński** – językoznawca, kieruje Zakładem Tekstologii i Gramatyki Współczesnego Języka Polskiego w Instytucie Języka Polskiego na Uniwersytecie im. Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie. Jego zainteresowania naukowe obejmują etnolingwistykę (stereotypy językowe, językowy obraz świata), tekstologię, odmiany i style, semantykę, słownictwo aksjologiczne, gatunki polskiego folkloru, składnię, kategorie językowe. Autor licznych prac naukowych, np. *Językowe podstany obrazu świata* (2006), *Stereotypy mieszkają w języku* (2007), redaktor naczelny rocznika „Etnolingwistyka”. Członek Rady Języka Polskiego przy Prezydium PAN.



JERZY BARTMIŃSKI  
Lublin

## Dom i świat – opozycja i komplementarność<sup>1</sup>

Wybór domu na temat konferencji organizowanej przez pierwszy w Polsce zakład etnolingwistyki – świeżo powołany w Uniwersytecie Szczecińskim<sup>2</sup> – był więcej niż trafny, był szczęśliwy. Można przypuszczać, że w wyborze tym miał swój udział poeta, który z taką przenikliwością definiował kondycję psychiczną współczesnego człowieka, a współczesnego Polaka w szczególności:

Niegdyś dom mój ochoczy i świat za dąbrową  
Porzucilem, by dachu nie mieć ponad głową,  
I siebie porzucilem gdzieś na skraju lasu  
Bez pomocy, bez żalu, bez śpiewu, bez czasu  
I biegłem tam, gdzie burza, mrok i zawierucha,  
By serce niepokoić i narazić ducha –  
Tak się chciałem utrudzić i krwią własną zbroczyć,  
Żeby istnieć wbrew sobie i ból swój przekroczyć.  
I minęło lat wiele – i po latach wielu –  
Marnotrawiąc dróg tysiąc – dotarłem do celu  
I pieśniami nade mną rozbrzmiały niebiosy,  
Powiększyły się kwiaty, zolbrzymiały rosy –  
I zgaduję, że z płaczem, po własnym pogrzebie,  
W opuszczoną bezdomność powracam do siebie.

Bolesław Leśmian 1974

---

<sup>1</sup> Przedruk za zgodą Autora za: Bartmiński 2006.

<sup>2</sup> Zakład Etnolingwistyki powołano w szczecińskim Instytucie Filologii Polskiej w roku 1993.

Słowo *dom* zajmuje wysoką – 134 – pozycję na liście rangowej słownictwa polszczyzny współczesnej (SFPW 1990, 802), a pojęcie ‘domu’ należy do pojęć-kluczy naszej – nie tylko polskiej – kultury. Wyznacza krąg elementarnych doświadczeń każdego człowieka i tkwi w samym centrum powszechnie uznawanego systemu wartości – razem z takimi pojęciami, jak matka, rodzina, społeczność, kraj, naród, ojczyzna – z którymi jest powiązane siecią semantycznych zależności.

Niektóre z tych słów-idei, słów nazywających podstawowe dobra i „nośniki wartości” – region i ojczyzna, doczekały się już osobnych konferencji językoznawczych i zbiorowych publikacji (Handke 1993; POWJE 1993; NW 1993). Konferencja o domu wpisuje się w tę serię spotkań.

Badacze kultury interesowali się tematem domu od dawna, bo dom był w centrum uwagi człowieka od czasów starożytności – będą symbolem bezpieczeństwa, trwałości i tego, co najbardziej własne. Irańska *Awesta* nazywała domem niebo, Egipcjanie łączyli dom z macierzyńskim łonem. Grecy traktowali świat jako wspólny dom ludzi i bogów, Rzymianie nazywali groby wiecznymi domami, i to rozumienie obecne było też w tradycji biblijnej, przy czym *Biblia* traktuje dom bardzo szeroko: jako gniazdo ochraniające życie prywatne, opromienione urokiem małżonki (Syr 26, 21 i 16), jako mieszkanie duszy (2 Kor 5, 1), jako wspólnotę religijną (1 P 2, 5; Ef 2, 20) i jako niebo, miejsce Boga i świętych (J 14, 2).

Te koncepcje domu mają przedłużenie w kulturze polskiej, podlegają zarazem uwarunkowanym kulturowo transformacjom i konkretyzacji, które były przedmiotem specjalnych badań. Wspomnijmy tu przynajmniej dwie wydane niedawno książki: *Dom w tradycji ludowej* (Benedyktowiczowie 1992) oraz *Dom we współczesnej Polsce* (Łukaszewicz, Siciński 1992) – stworzyły one dogodny punkt wyjścia dla badań etnolingwistycznych.

Uniwersalny temat domu nabrał dodatkowej społecznej doniosłości w polskiej rzeczywistości lat dziewięćdziesiątych ze względu na osłabienie więzi społecznych, tych bardziej i tych mniej oficjalnych, i równoczesny nawrót do idei „małych ojczyzn”, regionów, wspólnot rodzinno-domowych, a także ze względu na fakt, że wielu młodych ludzi stoi dziś przed perspektywą wymuszonej sytuacji bezdomności, która podobnie jak zjawisko bezrobocia, stanowi społeczne wyzwanie.

Idea „wspólnego europejskiego domu” wciąż powraca w publicystyce politycznej.

Sformułowanie tematu mojego wystąpienia wynikało z chęci kontynuowania pewnych wątków problemowych, które pojawiły się w trakcie dyskusji



nad pojęciem ojczyzny w językach współczesnej Europy. Analiza pojęcia ojczyzny, pojęcia o wysokim stopniu złożoności, okazała się niemożliwa bez przywołania pojęcia domu. Oczywiście związek między nimi nie jest tylko językowy ani tylko pojęciowy: Mickiewiczowska sentencja *Szczęścia w domu nie znalazł, bo go nie było w ojczyźnie* – diagnozuje sytuację domu w realnej rzeczywistości, dotyka prawdy doświadczanej empirycznie, namacalnie, stanowiącej punkt wyjścia wszelkich konceptualizacji i werbalizacji. Ale związek ten jest też językowy i pojęciowy.

Studenci lubelscy pytani w ankiecie w roku 1991 o rozumienie słowa *ojczyzna* aż w 37 procentach odwoływali się do pojęcia domu, definiując ojczyznę np. jako „dom tylko taki większy”; jedna z osób uzasadniła to następująco:

Dom kojarzy się z ciepłem, dobrocią. Ojczyzna wywołuje podobne uczucia. Być w ojczyźnie, znaczy być u siebie, być w swoim domu (Kłoskowska, 1996).

Dom funkcjonuje jako interpretant ojczyzny i miara wartości, metaforycznie (na zasadzie „część za całość”) reprezentuje wieś, strony rodzinne, oczysty kraj. Mury, ściany, okna, dach domu – stają się murami, ścianami, oknami, dachem ojczyzny narodowej, podobnie jak zagon, niwa, miedza – stają się częściami terytorium regionalnego i rodzinnego kraju, są to przy tym metafory odwołujące się także do funkcji przedmiotów wobec człowieka. Mury chronią od zimna i obcych ludzi, okna pozwalają patrzeć na świat, dach daje poczucie bezpieczeństwa itd. Ta funkcjonalna zasada wprowadza perspektywę osobową, integruje rzeczy i wartości, kategorie fizykalne i kulturowe, dom i ojczyznę.

Ale idąc dalej – skoro jak pisał W. Potocki „cnotliwemu wszystek świat ojczyzną” – pojęcie domu ma także bliskie powiązanie z pojęciem świata. Wydaje się wręcz, że dla rozumienia obu pojęć ich wzajemne odniesienie do siebie jest semantycznie relewantne.

Spróbujemy zastanowić się, na czym to polega, skupiając uwagę zarówno na różnicach, na konflikcie pojęć i wartości, jak też na płaszczyznach styku i sposobach harmonizowania obu pojęć. Sięgnijemy przy tym, zgodnie z metodologią etnolingwistyki, zarówno do danych językowych, w tym zwłaszcza do tekstów literatury narodowej i folkloru, ale też do społecznie utrwalonych przekonań i wyobrażeń, dostępnych metodom ankietowym, wreszcie także do ustaleń antropologów kultury i etnografów badających społeczne wierzenia i praktyki.

Niezależnie od różnic w widzeniu wzajemnych relacji domu, ojczyzny i świata, wartościowanie domu jest podobne w polszczyźnie ogólnej i ludowej. W szeregach zestawień i porównań dom znajduje się z reguły na biegunie najwyższej wartości, otrzymuje wartościowanie wysoce (choć nie absolutnie) pozytywne.

Językowym wykładnikiem tego wartościowania są przysłowia oparte na konstrukcjach przeciwstawnych, w których dom jest górą, jest lepszy i najlepszy:

- *Komu w domu dobrze, niechaj się po świecie nie włóczy* [NKPP, dom 40],
- *Wszędzie dobrze, ale w domu najlepiej* [NKPP, dom 84],
- *Chwalmy świat, ale ostałmy doma* [NKPP, świat 3].

Dokonywane tu kontrastowe charakterystyki porównawcze prowadzą zawsze do formułowania ocen z punktu widzenia oczywistych (tak oczywistych, że aż nienazywanych) potrzeb człowieka. Najsilniejszym z użytych środków językowych jest superlativus *najlepiej*.

W antropocentrycznej perspektywie uwydatniany jest głównie aspekt społeczny domu i świata, najbardziej jawnie obecny w przysłowiach konfrontujących sytuację „doma” i „u ludzi”:

- *Doma jako chcesz, u ludzi jak przystoi* [NKPP, dom 22],
- *Lepszy doma czeski, jak u ludzi reński* [NKPP, dom 50],
- *Lepszy groch doma niż u ludzi zwieryżyna* [NKPP, dom 51],
- *Lepszy w domu groch, kapusta niż na wojnie kura tłusta* [NKPP, dom 52].

Jak widać, oceny są ferowane w ramach ogólnej opozycji „dobry – zły” za pomocą wyrażeń eksplicytnie wartościujących: *dobrze, lepszy, najlepiej*. Dom jest stawiany wyżej niż – różnie nazywany – świat.

Jednak nie jest tak zawsze, frazeologizm *wyrwać się z domu na świat (w świat)* sugeruje także obraz domu – klatki, domu – więzienia ograniczającego możliwości człowieka.

Presuponowaną cechą domu w takich przeciwstawieniach jest swoboda bycia, poprzestawanie na małym i wynikające stąd poczucie bezpieczeństwa i swobody. Pochwałę domowej wolności głoszoną w przysłowiu *Wolność Tomku w swoim domku* utrwalają też znane frazeologizmy: *nie ma jak w domu, czuć się jak u siebie w domu, ubrany po domowemu*.

Zanim przyjrzymy się nieco bliżej relacji dom – świat, przybliżmy analizowane pojęcia na podstawie: A. danych słownikowych i B. wyników badań ankietowych.

A. Oba tytułowe pojęcia są złożone i wielowymiarowe.

DOM jest definiowany w słownikach po pierwsze jako ‘budynek mieszkalny’, po drugie jako ‘ród, rodzina, domownicy’ – oba te znaczenia są poświadczane w *Słowniku języka polskiego* pod red. Doroszewskiego i we wszystkich innych słownikach polszczyzny, od staropolskiego poczynając. Odnotowuje się też dalsze znaczenia: *Słownik staropolski* wyodrębnia ich razem 4, dodatkowo też – ‘świątynia’ i ‘zakład, instytucja’. *Słownik polszczyzny XVI wieku* – 7, m.in. też ‘strony rodzinne; kraj, ojczyzna, siedziba’; *Słownik Lindego* – 10, *Słownik warszawski* – 12, *Słownik* pod red. Doroszewskiego – 8, *Słownik* pod red. Szymczaka – 7. Są wśród wymienionych znaczeń takie, które wprost wiążą dom ze sferą wartości, np. ‘świątynia’ i ‘ojczyzna’.

Dwuwymiarowość słowa *dom* – ‘budynek’ i ‘wspólnota rodzinna’ – jest znana z wielu języków. W tekście *Biblii* słowo hebr. *bana* równocześnie „wyraża ideę budowania domu i zakładania rodziny” (Léon-Dufour 1981, 224).

Pytanie, które z tych dwu znaczeń – fizyczne czy społeczne – jest bazowe, które jest dominantą semantyczną? Heidegger, wiążąc etymologicznie słowo *dom* z *demiurgiem* ‘budowniczym’, odnosił rzecz (wytwór czynności) do czynności budowania i do osoby wykonawcy jako czynnika logicznie prymarnego. Budowanie – twierdził – jest zamieszkiwaniem, a zamieszkiwanie sposobem bycia człowieka na Ziemi (Heidegger 1977). Polskie frazeologizmy typu „Potocka z domu Sieniawska” ‘z rodziny’ (w odniesieniu do mężatki) czy *złożyć dom* ‘założyć rodzinę: ożenić się, wyjść za mąż’ – utrwalają więc znaczenie bazowe, choć aktualnie znaczenie to jest odbierane jako pochodne od znaczenia fizycznego.

W przypadku DOMU wymiar społeczny (S) jest pierwszy, wymiar fizyczny (F) wtórny: S → F.

ŚWIAT ma podobne wymiary znaczeniowe – fizyczny i społeczny, do których sprowadza się 8 znaczeń wyróżnianych w *Słowniku* pod red. Doroszewskiego: do fizycznego wymiaru należy pierwszych sześć (a więc: 1. ‘głob ziemski, ziemia jako miejsce bytowania człowieka...’, 2. ‘każda z planet...’, 3. ‘ogół wszystkich ciał niebieskich; kosmos’, 4. ‘najbliższa otaczająca kogoś przestrzeń dostępna dla zmysłów; krajobraz’, 5. ‘część globu ziemskiego odznaczająca się czymś charakterystycznym, specyficznym; kraj, region, okolica’, 6. ‘miejsce lub miejscowości będące poza obrębem czyjego miejsca zamieszkania; obce, dalekie strony’), zaś do społecznego – dwa ostatnie (7. ‘ludzkość’: a. ‘ludzie na Ziemi, narody, społeczeństwa’ i b. ‘środowisko, zespół ludzi, których łączy jakaś wspólna cecha...’, 8. ‘zespół, skupienie żywych organizmów...’).

Nie ulega jednak wątpliwości, że pierwotne jest znaczenie fizyczne, etymologicznie bowiem *świat* ma związek ze słowami *świt*, *świtać*, *świecić*, *światło* – oznacza to, co jasne, w opozycji do ciemnego chaosu.

W przypadku ŚWIATA – odwrotnie niż w przypadku DOMU – wymiar fizyczny (F) jest pierwszy, wymiar społeczny wtórny:  $F \rightarrow S$ .

B. Badania nad potocznym rozumieniem domu przez współczesnych Polaków przeprowadzone w roku 1990 przyniosły wgląd w ustabilizowane (stereotypowe) językowe i kulturowe charakterystyki, potwierdzające, ale i wzbogacające materiał podany w słownikach językowych<sup>3</sup>.

Spontanicznie definiowano dom przede wszystkim jako ‘budynek’, w grupie robotników z miasta (mieszkających w blokach miejskich) często – ‘mieszkanie’, a w grupie studenckiej – ‘miejsce powrotu’, ‘miejsce zamieszkania’; dla piątej części respondentów dom to na pierwszym miejscu ‘rodzina’, a dla niewiele mniejszej grupy – ‘atmosfera domowa’: *ciepło*, *ognisko rodzinne*, *spokój* – słowem cały kompleks składników pozostających w relacji metonimicznej.

Jako synonimy domu podawano: *mieszkanie* (tak u robotników), *chatę* (respondenci wiejscy, żartobliwie też studenci), *chałupę* (emocjonalne w języku młodzieży), *rodzinę*, *wspólnotę*; *gniazdo*, *przystan*, *siedlisko*; *ognisko* i bliskie mu *ciepło*; z rzadka w grupie studenckiej, żargonowo też *hawirę*, *hajendę*, *home*, *haus*.

Jako cechy domu „prawdziwego” podawano następujące: przytulny 17% resp., ciepło 14, spokój 14, wygodny 13, czysty 8, panuje w nim: bezpieczeństwo 6, zgoda 5, miłość 5, porządek 5 i in.

Pomieszczenia domu szeregowano wg ważności w następującej kolejności: kuchnia 35% resp., pokoje (zwl. sypialny) 26, łazienka 9. Taka kolejność pomieszczeń odpowiada pewnej hierarchii funkcji domu: jeść – spać – zalać potrzeby cielesne. Dla robotników jednak najważniejsze były pokoje, podczas gdy dla mieszkańców wsi kuchnia.

Przedmioty najważniejsze w domu to dla wszystkich grup respondentów stół i łóżko; na dalszych pozycjach wystąpiły różnice środowiskowe: dla robotników i mieszkańców wsi ważne są w kolejności sprzęty kuchenne, lodówka i pralka, dla studentów – sprzęt elektroniczny.

<sup>3</sup> Badano 150 osób z trzech środowisk: studenckiego, robotniczego i chłopskiego z terenu Lubelszczyzny, po 50 z każdego; respondenci odpowiadali na 14 pytań. Wyniki opracowała Małgorzata Być w pracy magisterskiej pt. *Stereotyp językowy „domu” i „rodziny” w języku polskim*, wykonanej pod kier. J. Bartmińskiego w Zakładzie Języka Polskiego UMCS, Lublin 1990, stron 172.

Co stanowi centrum domu? Wedle zgodnej opinii wszystkich badanych środowisk (studentów, robotników, mieszkańców wsi) jest nim stół, bo „wokół niego gromadzi się rodzina na wspólne posiłki i rozmowy”; kolejno wymieniane są: telewizor (zwłaszcza dla robotników), kuchnia (zwłaszcza dla mieszkańców wsi), pokój (zwłaszcza dla studentów), przedmioty kultowe (dla robotników i mieszkańców wsi: krzyż, obrazy święte), łóżko. Tylko 2 razy wymieniono piec (mieszkańcy wsi, bo tylko oni znają jeszcze żywy ogień domowy), raz – bibliotekę. Osobno postawiono pytanie o przedmioty kultowe w domu. Uznawano za nie przede wszystkim obrazy święte – 72% resp., dopiero w dalszej kolejności – krzyż 52, *Pismo św.* – 15, książki religijne i czasopisma – 7, różaniec – 5, figurki Matki Boskiej i świętych (tylko na wsi!) – 5 i in.

Szczególną wartością dla zrekonstruowania aksjologicznej warstwy potocznego wyobrażenia (stereotypu) domu miały pytania o rozumienie znaczenia wyrażen *po domowemu* i *domony*. A oto uzyskane wyniki.

*Ubrany po domowemu* znaczy ‘na luzie’, ‘swobodnie’, ‘wygodnie’, ‘bez skrzepowania’. Funkcjonuje opozycja stroju domowego : stroju wyjściowego, która swój wyraz znajduje w istnieniu dość licznej grupy endonimów (specjalnych nazw ‘stroju domowego’) bądź to niewyspecjalizowanych, jak *podomka* i *ciapy*, bądź wyspecjalizowanych, jak *szałafrok*, *fartuszek*, *ubranie robocze*, *dresy* z nazwy stroju sportowego przechodzą do kategorii czegoś na po domu.

- *Urządzać coś po domowemu* objaśniano jako: ‘wg własnego stylu’, ‘przytulnie’, ‘wygodnie’, ‘wg swego upodobania’, ‘po swojemu’;
- *czuć się jak w domu* – ‘swobodnie’, ‘dobrze’, ‘luźno’, ‘bezpiecznie’, ‘bez skrzepowania’, ‘swojsko’, ‘jak u siebie’;
- *zachowywać się po domowemu* – ‘swobodnie’, ‘luźno’, ‘bez sztuczności, bez konwenansów’, ‘naturalnie’;
- *domowa atmosfera*, to atmosfera ‘ciepła’, ‘spokojna’, ‘miła’, ‘swobodna’, ‘serdeczna’, którą cechuje radość, zrozumienie, bezpieczeństwo, zapach szarlotki, zapach kawy.

Z przysłów najbardziej znane ankietowanym są dwa, o których wspomniano wyżej: *Wszędzie dobrze, ale w domu najlepiej* 42 x i *Wolność Tomku w swoim domku* 13 x; z innych podawano: *Nie ma jak w domu* 2 x, *Mój dom – moja twierdza* 3 x; *Nie ma domu bez gomonu* ‘zwady’ 3 x; *Nie mów nikomu, co się dzieje w domu* 2 x; *Co komu do domu, jak chatupa nie jego* 2 x; z frazeologii – *Czuj się, jak u siebie w domu* 2 x. Popularne jest przysłowie *Gość w dom, Bóg w dom* 14 x, ale dotyczy ono nie tyle domu, co zachowania gospodarza domu wobec gości.

Wróćmy do opozycyjnego traktowania pary DOM : ŚWIAT. Opozycja ta funkcjonuje na podstawie wiązki powiązanych ze sobą cech, tworzących następujące pary antonimiczne:

- 1) wewnętrzny : zewnętrzny, wariantowo: 1a) centralny : peryferyjny;
- 2) swój : obcy, wariantowo: 2a) bliski : daleki.

Cechy te są na różny sposób utrwalone w języku i w kulturze. Możemy je odnaleźć w systemie leksykalno-semantycznym języka, w derywatach, metaforach, frazeologizmach i przysłowia, w stereotypowych wyobrażeniach artykułowanych na poziomie tekstów oraz w przekonaniach, wierzeniach i praktykach (stanowiących poznawczą bazę języka).

W świetle utartych wyrażen językowych bycie w *domu* jest sytuacją prymarną: najsilniej ustabilizowanym wyrażeniem przyimkowym z leksemem *dom* jest inessivus *w domu* / daw. *doma*, wchodzący w skład takich zwrotów frazeologicznych jak *być* / *mieszkać* / *siedzieć* / *zostać* / *ypiać w domu*. Zwrot *jestem w domu* przyjmuje nadane znaczenie ‘rozumiem; wiem, o co chodzi; wiem, w czym rzecz’, ‘jestem w środku sprawy’.

Dom jest utożsamiany z ciałem człowieka. Dom i ciało są swego rodzaju „pojemnikami” dla *ego*. W cytowanym na wstępie wierszu Leśmiana zamienne użyte zostały zwroty *porzucić dom* i *porzucić siebie*, co okazało się szaloną, skazaną na niepowodzenie próbą *istnienia wbrew sobie*. Na gruncie potocznej frazeologii mówi się o ciele, używając słownictwa z pola leksykalnego należącego do domu: *nie mieć wszystkich w domu* ‘mieć źle w głowie, nie mieć piątej klepki’, *mieć dobre umebłowane*, *mieć pod sufitem* ‘w głowie’, *otworzyć wrota* ‘otworzyć usta’, *strzęcha na głowie* ‘o rozwichrzonych włosach’, w gwarze studenckiej funkcjonuje żartobliwe określenie *balkony* ‘o piersiach kobiecych’. Łacińskie przysłowie *Oculus animi index* zostało przyswojone do polszczyzny nie tylko jako *Oczy – zwierciadłem duszy*, ale też w wersji *Oko umysłu okno* (NKPP, oko 112), dawniej częściej jako *Oko do serca okno* (NKPP, oko 123). W poezji religijnej mówi się za *Biblią* (2 Kor 5, 1) o ciele jako domu, mieszkaniu duszy, por. u Sępa-Szarzyńskiego *Ten nasz dom – ciało, niebacznie zażrząc duchowi żywizności, upaść na wieku żądać nie przestanie*.

Wszędzie tu mamy przeniesienie obrazu domu na obraz ciała.

Na gruncie derywacji słowotwórczej kierunek motywacji jest zresztą inny: w najciekawszym i jak się zdaje najbardziej archaicznym przypadku tego typu, mianowicie pary wyrazowej *oko* i *okno*, to część domu (okno) otrzymała nazwę od części ciała – *oka*, a nie odwrotnie (ESRJ 1986–1987, t. III, s. 128).

Opozycja wewnętrzny : zewnętrzny, tj. bycia *w domu* – i wyjścia *z domu* na zewnątrz – *na dwór* / *na pole* (*przebywania na dworze* / *na polu*), a także powrotu

*do domu*, wchodzenia *w dom*, zakłada traktowanie domu jako „pojemnika”, w którym ktoś przebywa. Świat zaczyna się za ścianami domu: *wyjrzyć na świat* to ‘wyjrzyć przez okno’. Tę samą presupozycję zawiera wyrażenie *okno na świat*.

Świat w przeciwieństwie do domu jest na zewnątrz, jest określany jako *daleki*, także *długi i szeroki*, jako przestrzeń płaska, która *stoi otworem*, którą można przemierzać, ma *cztery strony* itd.

Na zarysowanym tle zrozumiame jest zrównanie domu z ubraniem, np. *Świat suknia, a dom koszula* u A. Fredry w *Ożenić się nie mogę* (KC 1975, 84, w. 17], z czym w związku stoi przeciwstawienie bycia *pod dachem* i przebywania *pod gołym niebem* (cecha ‘bycia gołym’ jest tu zaskakująco przypisana niebu, a nie człowiekowi!).

Przeciwstawienia przestrzenne wewnętrzny : zewnętrzny oraz bliski : daleki leżą u podstaw całego zespołu minimalnych scenariuszy zachowaniowych utrwalonych w schematach składniowych czasowników ruchu i konstrukcji przyimkowych.

Wyrażenia *z domu / do domu* z czasownikami ruchu *wyjść, wyjechać, odjechać, przyjść, przyjechać, powrócić* – realizują schemat składniowy, w którym traktuje się dom jako punkt orientujący ruch w kierunku do i od (z).

Na poziomie konwencji (normy społecznej) znajdują one konkretyzacje i utrwalenie w tekstach folkloru w postaci określonych, powtarzalnych motywów tematycznych. W podstawowym gatunku folkloru, jakim jest baśń, przekazująca elementarne i uniwersalne prawdy życiowe dotyczące człowieka i jego losu, wybitną rolę odgrywa motyw opuszczania domu i pójścia w świat. Dom jest dla młodego bohatera zbyt mały, ciasny. Świat jawi się jako wielki, szeroki, nowy. Schemat bajkowej fabuły, opisany przez Władimira Proppa w *Morfologii bajki* rozpoczyna się właśnie od odejścia bohatera z domu (funkcja 1), a w sekwencji zdarzeń baśniowych znaczący jest potem znowu moment powrotu do domu (funkcja 20). Także w tradycji literackiej polskiej i europejskiej motyw wyjścia z domu w świat stanowi jeden z ważniejszych toposów, od *Odysei* i biblijnej opowieści o synu marnotrawnym poczynając. Odejście z domu w świat nie jest tylko fizycznym przemieszczeniem się bohatera, lecz równocześnie zmianą środowiska społecznego, wejściem w kontakt z nowymi ludźmi, poznaniem nowych wartości. Z domu, który jest miejscem swoim, bliskim i szczęśliwym, wychodzi się w świat obcy, daleki i pełen niebezpieczeństw. Odchodzący w świat bohater, żegnając rodzinny dom, żegna osobno groby rodziców, całuje ziemię, płacze itd. Wraca się do domu ze świata bogatym, doświadczonym, mądrym. Przynosi

się „świat” do domu. Płodny jest chwyt pamiętnikarski taki, jakiego użył Stanisław Pigoń, tytułując swój pamiętnik *Z Komborni w świat*.

Opozycja swój : obcy tkwi głęboko w podstawowych mechanizmach kulturowej kategoryzacji świata. Ma charakter psychiczny i społeczny. Dom funkcjonuje stereotypowo w wyrażeniach z przydawką dzierżawczą *mój, jego, jej, dom ojca, dom rodzinny, własny dom* – wszystko to są transformy konstrukcji posesywnej: *Ktoś ma dom, ktoś jest właścicielem domu*, ale nie tylko. Zdanie *To jest mój dom, To jest nasz wspólny dom* poddaje się interpretacji nie tylko prawnej, ale i czysto społecznej, może tak powiedzieć ktoś, kto nie jest właścicielem domu, ale poczuwa się do więzi z ludźmi zamieszkującymi w jednym domu.

Świat przybiera konwencjonalny epitet – *boży*, np. w zwrocie *nie wiedzieć o bożym świecie*. Jest opatrywany konwencjonalnymi epitetami *daleki, obcy*. Leśmian opisał go za pomocą predykatów *burza, mrok i zamierucha*.

W tradycji starosłowiańskiej funkcjonowało przeciwstawienie dom : las, które było konkretyzacją opozycji swój : obcy oraz bliski : daleki. Równoważne do opozycji dom : las było przeciwstawienie dom : błota, trzęsawiska, jeziora (Ivanov, Toporov 1965, 168 i n.).

Człowiek utożsamia się z domem, nie utożsamia się ze światem. Związek świata z człowiekiem jest luźny, co wyraża przysłowie *Ten świat nie jest naszym domem, jest gospodą* (NKPP, świat 105). Świat jest traktowany jako wtórne miejsce przebywania człowieka, który *przychodzi / rodzi się na świat, na ten świat*.

Człowiek ma określone miejsce na świecie, miejscem tym jest dom, będący centrum świata. Stąd człowiek obserwuje świat, stąd może *ruszyć / powędrować w świat*. Wędrują po świecie zakochani. W bajkach regularnie bohater wyrusza w świat z zamiarem szukania chleba, bogactwa, przygód, po czym wraca *ze świata* do domu. Ale *po świecie* ludzie *chodzą / wędrują* z określonym celem; przemieszczanie się bez określonego celu – to *bląkanie się, blądzenie, tulanie się po świecie* – w folklorze jest takie zachowanie przypisywane demonom i istotom o nieokreślonym statusie, jak sieroty i przestępcy. Nie mają oni swego stałego miejsca, *poniewierają się po świecie*. W momencie śmierci człowiek *odchodzi z tego świata na tamten świat*.

Ogólnie – relacja człowiek : świat to relacja dwóch bytów dalekich, odrębnych. W przeciwieństwie do tego relacja dom : człowiek jest relacją bytów bliskich, poniekąd jakby tożsamych; dom jest symbolem i skrótem losu ludzkiego (Benedyktowiczowie 1992, 84).

W dyskursie egzystencjalnym rozwijanym na gruncie literatury pięknej oba pojęcia, domu i świata, wyznaczają bieguny, między którymi rozgrywa się



„teatr życia” człowieka. W tło domu i świata wpisany jest pewien scenariusz działań artykułowany wielokodowo i wielogatunkowo. Dom i świat są w tych ramach konceptualnych sobie pod wieloma względami – przeciwstawiane.

Ale relacja dom : świat nie wyczerpuje swojego bogactwa w przeciwstawieniu. Przeciwstawienie jest przecież zasadne tylko przy istnieniu jakiejś głębszej wspólnoty, ukrytej jedności, która w określonych warunkach ma szanse ujawnić się i stać podstawą ukonstytuowania harmonii wyższego typu. Przeciwstawność może iść w parze z komplementarnością – twierdzi semantyk (Lyons 1984, 262).

Zapytajmy zatem, co łączy oba pojęcia i wyznacza perspektywę ich zharmonizowania. Porównując struktury semantyczne domu i świata, stwierdziliśmy wyżej także pewne podobieństwa. Polegały one – przypomnijmy – na przysługującej obu pojęciom dwu-, a nawet trójwymiarowości semantycznej, na tym, że oznaczają pewną rzeczywistość fizykalną, przestrzenną, mającą mierzalne parametry takie jak wysokość, szerokość, długość, wielkość – a równocześnie odnoszą się do rzeczywistości zupełnie innego typu, mianowicie psychospołecznej, do wspólnot ludzkich, do sprzecznych instytucji i zachowań. Oba pojęcia mają wymiar aksjologiczny w tym sensie, że są nośnikami pewnych wartości, takich jak potrzeba bezpieczeństwa, zaspokojenia, akceptacji (w przypadku domu), potrzeba uzupełnienia braku, poznania nowości, przeżycia przygody, kontaktu z obcym itp. (w przypadku świata).

Akcent na związki i podobieństwa domu i świata dominuje w tradycyjnej kulturze ludowej. Charakterystyczne jest narzucanie kosmosowi cech ludzkich. Antropologowie zwracają uwagę na rolę modelu mitologicznego, w którym kosmos – pozostaje z domem w relacji symbolicznej lub rzeczywistej tożsamości: cały świat jest domem człowieka, niebo jest dachem tego domu. Eliade powstanie kosmologicznej koncepcji domu odnosi do czasów neolitu, ale jej przykłady znajduje na wszystkich poziomach kultury (Eliade 1988, 32). Dla Adama domem był biblijny raj, o innym domu Księga Rodzaju nie mówi. Ten – by tak rzec – *świat domony* – jest żywy i współczujący z człowiekiem. Niebo i ziemia w najbardziej archaicznym gatunku folkloru, jakim jest zagadka, tworzą małżeńską parę – zgodnie z szeroko rozpowszechnioną kosmogonią – co stanowi fundament atomarnej rodziny: *Ojciec wysoki, matka szeroka, dziewczka krzywa, syn bez rozumu* – to odpowiednio: niebo, ziemia, woda, wiatr (Folfasiński 1975, nr 586). Znamienne, że *ojciec* alternuje w wariantach tej zagadki z *chata*, a więc domem, którego najistotniejszą częścią jest dach, czyli sklepienie niebieskie, gdy *matka* jest bezwariantowym ekwiwalentem ziemi. Powszechne w tradycyjnych kulturach traktowanie

ziemi jako matki stanowiło fundament koncepcji świata jako domu rodzinnego, powstającego z połączenia ziemi-matki z ojcem-niebem. Historyk przyrodniczej myśli naukowej udowodnił niedawno, że koncepcja antropokosmosu nie jest bynajmniej własnością tylko kultur tradycyjnych (Ryszkiewicz 1994).

Niemniej to przede wszystkim materiał etnograficzny i folklorystyczny potwierdza tezę, iż dom na skalę dostępną człowiekowi odtwarza strukturę świata, jest mikrokosmosem (Benedyktowiczowie 1992, 27).

Jednym z refleksów koncepcji utożsamiającej dom i świat jest – jak się zdaje – ludowy zwyczaj bożonarodzeniowy (znany Polsce południowej) zdobienia domu specjalną kulą z opłatka, nazywaną *sadem* albo *światem*, który zawieszano na *podłaźniczce*, obecnie – na choince. Ta opłatkowa kula była z wiosną kruszona i dodawana do ziarna na zasiew (Benedyktowiczowie 1992, 68, 74).

Podobieństwo domu i świata dokumentuje dla kultury Słowian wschodnich Bajburin, zwracając uwagę np. na to, że podział domu w płaszczyźnie wertykalnej na strych, mieszkanie i piwnicę jest traktowany jako analogon podziału kosmosu na niebo, ziemię i podziemia (Bajburin 1983).

### Świat – domem czy dom – światem?

Dwa sposoby konceptualizacji – świat pojmowany jako dom, dom widziany na podobieństwo świata – nie są bynajmniej tym samym ani nie są w jednakowym stopniu interesujące. Istotną rzeczą jest przyjmowana perspektywa i punkt widzenia.

Ujmowanie świata wyłącznie z perspektywy odśrodkowej, jako wielkiego domu czy wielkiej wioski – obecne w przekazach, w języku i myśleniu ludowym – może polegać na prostym antropocentryzmie, niekiedy anachronicznym socjomorfizmie. Ekstrapolacja wyobrażeń bliskich na dalekie pozbawia ów daleki świat jego własnego, nierzadko groźnego oblicza, działając oswojająco, utrzymuje poznanie w kokonie subiektywnych wyobrażeń, redukuje swoistość przedmiotu do kategorii już oswojonych. W tym sensie język i kultura stanowią wyobrazeniowy, duchowy dom człowieka, zaspokajają potrzebę bycia u siebie, ciepła na co dzień, ochrony przed tym, co obce i niebezpieczne.

Tymczasem widzenie domu w wymiarach kosmicznych – również znane kulturze tradycyjnej – ma zgoła inny walor, otwiera dom na świat, nadaje

domowi status wielowymiarowego symbolu. Dokonana przez etnologów rekonstrukcja doświadczenia domu w tradycji ludowej pozwoliła wysledzić liczne wątki symboliczne domu, jak: dom-pałac niebieski, dom-świątynia, dom-raj (dom-czyściec, dom-piekło); dom-kosmos; dom-świat (dom-pole, dom-gospodarstwo), dom-księga, dom-słowo, dom-chleb; dom-miejsce święte i siedziba świętych, dom – założony na śladach Jezusowych; dom-drzewo (drzewo życia); dom-człowiek (dom-antropokosmos, antropomorfizacja domu); dom-rodzina (dom-uczta, dom-stół); dom-siedziba dusz zmarłych; dom-grób; dom-przestrzeń demoniczna.

Obraz domu – konkludują etnolodzy – należy do tych wyjątkowych, niepowtarzalnych i niezastępowalnych słów-obrazów skupiających w sobie pełnię doświadczenia: dąży również do tego, by stać się ‘wizerunkiem niemal wszystkiego, co istnieje’ (Benedyktowiczowie 1992, 132).

Obecna we współczesnym polskim języku i myśleniu koncepcja domu otwartego, gościnnego (*Gość w dom, Bóg w dom*) ma oparcie w starym ludowym, ale i ogólnokulturowym metaforycznym utożsamieniu domu i świata z perspektywy dośrodkowej. Zawiera w sobie intencję przyjęcia za swoje, bliskie, wewnętrzne – tego, co inne, dalekie, zewnętrzne – światowe. I „powracania do siebie” – by użyć słów poety – „po własnym pogrzebie”.

#### Literatura

- Bajburin A.K., 1983, *Žylišče w obrjadach i predstavlenjach vostočnych slavian*, Leningrad.
- Bartmiński J., 2006, „Dom” i „świat” opozycja i komplementarność, w: Bartmiński J., *Językowe podstawy obrazu świata*, Lublin, s. 151–166.
- Benedyktowiczowie D. i Z., 1992, *Dom w tradycji ludowej*, Wrocław.
- Być M., 1990, *Stereotyp językowy „domu” i „rodziny” w języku polskim*, Lublin (praca magisterska pod kier. J. Bartmińskiego, Zakład Języka Polskiego UMCS).
- Eliade M., 1988, *Historia wierzeń i idei religijnych*, tłum. S. Tokarski, t. 1, Warszawa.
- Folfasiński S., 1975, *Polskie zagadki ludowe*, Warszawa.
- Handke K., red., 1993, *Region, regionalizm. Pojęcia i rzeczywistość*, Warszawa.
- Heidegger M., 1977, *Budować, mieszkać, myśleć*, tłum. K. Michalski, Warszawa.
- Ivanov V.V., Toporov V.N., 1965, *Slavjanskie jazykovye modelirujuščie semiotičeskie sistemy*, Moskwa.
- Kłoskowska A., 1996, *Kultury narodowe u korzeni*, Warszawa.
- Lyons J., 1984, *Semantyka I*, tłum. A. Weinsberg, Warszawa.
- Łukaszewicz P., Siciński A., red., 1992, *Dom we współczesnej Polsce. Szkice*, Wrocław.

- NW – Bartmiński J., Mazurkiewicz-Brzozowska M., red., 1993, *Nazwy wartości. Studia leksykalno-semantyczne I*, Lublin.
- POWJE – Bartmiński J., red., 1993, *Pojęcie ojczyzny we współczesnych językach europejskich*, Lublin.
- Ryszkiewicz M., 1994, *Matka Ziemia w przyjaźnym Kosmosie. Gaja i zasada antropiczna w dziejach myśli przyrodniczej*, Warszawa.

### Słowniki

- Doroszewski W., red., 1958–1969, *Słownik języka polskiego P.A.N.*, t. 1–11, Warszawa.
- ESRJ – Vasmer M., 1986–1987, *Etimologičeskij slovar' ruskogo jazyka, perevod s nemeckogo i dopolnenija O.N. Trubačeva*, t. 1–4, Moskwa.
- Karłowicz J., Kryński A., Niedźwiedzki W., 1952–1953 (1900–1927), *Słownik języka polskiego*, t. 1–8, Warszawa.
- KC – Hertz P., Kopański W., red., 1975, *Księga cytatów z literatury polskiej*, Warszawa.
- Léon-Dufour X., 1981, *Słownik Starego Testamentu*, tłum. i oprac. ks. K. Romaniuk, Poznań.
- Linde S.B., 1994 (1807–1814), *Słownik języka polskiego*, t. 1–6, Warszawa.
- NKPP – Krzyżanowski J., red., 1969–1978, *Nowa księga przysłów i wyrażeń przysłowiowych polskich*, t. 1–4, Warszawa.
- SFPW – Kurcz I., Lewicki A., Sambor J., Szafran K., Woronczak J., 1990, *Słownik frekwencyjny polszczyzny współczesnej*, t. 1–2, Kraków.
- Szymczak M., red., 1983–1985, *Słownik języka polskiego*, t. 1–3, Warszawa.
- Urbańczyk S., red., 1953–2002, *Słownik staropolski*, t. 1–11, Wrocław.

JUSTYNA BEINEK  
Bloomington

## Agnieszka, Angela, Anielica... Nie/obecność kobiet w filmie polskim: 1976–2006 (wstępne rozpoznania)<sup>1</sup>

### 1.

Jeśli zgodzić się z mocną tezą Agnieszki Graff, że społeczno-polityczna rzeczywistość współczesnej Polski jest „światem bez kobiet” (Graff 2001), to wolno zapytać, na ile współczesny film polski jest „filmem bez kobiet”, na ile specyficzny brak kobiet w polskim życiu publicznym kładzie się cieniem na ekranowej reprezentacji postaci kobiecych i samej kobiecości? A jeśli istotnie film polski jest „filmem bez kobiet”, to czy oznacza to, że Polki są „kobietami bez filmu” i że pozbawione są tym samym ważnego aspektu swojej publicznej tożsamości? Być może na rysujące się tu zagadnienie – na problematyczną obecność kobiet w polskim kinie i na rzucającą się w oczy nieobecność znaczących postaci kobiecych w filmie polskim ostatnich trzech dekad – warto spojrzeć od strony gender, a więc z takiej perspektywy, która pozwala dojrzeć uobecnianie się lub zacieranie tego, co specyficznie kobiece w ikonosferze modelującej zarówno dyskurs publiczny, jak i język sztuki filmowej.

### 2.

W centrum poniższych uwag sytuują się trzy produkcje filmowe: *Człowiek z marmuru* Andrzeja Wajdy (1976), dylogia Władysława Pasikowskiego: *Psy*

---

<sup>1</sup> Składam serdeczne podziękowania Jessie Labov i Pawłowi Próchniakowi za uwagi krytyczne i okazaną pomoc.

(1992) i *Pyj 2: Ostatnia Krew* (1994), oraz *Jasminum* Jana Jakuba Kolskiego (2006). Są to filmy dobrze osadzone w świadomości społecznej, cieszące się w swoim czasie sporą popularnością, a ponieważ zrealizowane zostały w znacząco różnych momentach społeczno-politycznej i ekonomicznej historii Polski, ich zestawienie pozwala dobrze wyznaczyć ramy i oś przeobrażeń dokonujących się w obrębie kształtowania materii filmowej i stojącej za nimi świadomości. Filmy te interesują nas jednak nie tylko jako ilustracja transformacji ustrojowej i związanych z nią przemian w sposobie manifestowania kobiecości w życiu społecznym. Wydają się nam ważne, ponieważ wywieść z nich można trzy podstawowe modele obecności kobiety i/lub przejawiania się kobiecości we współczesnym filmie polskim. Będzie to, po pierwsze, kobieta zmitologizowana, kobieta-legenda, kobieta mocna i „nadobecna” – jak Agnieszka w *Człowieku z marmuru*. Na przeciwnym biegunie sytuuje się kobieta-towar, zmarginalizowana i uprzedmiotowiona „panienka z plakatu”, amerykańska *pin-up girl* – jak Angela z filmu *Pyj*<sup>2</sup>. Trzeci model to obszar mediacji między „niemym obrazem” (Mulvey 1999, 834) tego, co kobiece, i nieobecnością kobiety odesłanej w przestrzeń idei, między zmitologizowaną obecnością kobiety w świecie mężczyzn i nieobecnością w nim kobiety sprowadzonej do kobiecych ról i kobiecego ciała.

### 3.

Krytyka feministyczna mówi o dwóch poziomach analizy obecności i nieobecności kobiet w filmowej rzeczywistości. Pierwszy z nich wiąże się z pytaniem o to, czy film przedstawia „kobietę jako kobietę”, czy respektuje i unaocznia to, co jawi się jako specyficznie kobiece. E. Ann Kaplan filmową reprezentację „kobiety jako kobiety” postrzega w opozycji do reprezentacji kobiety jako przedmiotu męskiego spojrzenia – voyeurystycznego i fetyszyzującego (*gaze*), spojrzenia, które pozostaje ukrytą podstawą kina opartego na mechanizmach nieświadomego patriarchy (Kaplan 2000, 119–120). Elizabeth Cowie z kolei przypomina, że rzeczywistość filmowa nie tylko oddaje mniej lub bardziej wiernie życie realnych kobiet, nie tylko „powiela, odbija lub zniekształca” ich kobiecość, ale jest też przestrzenią, w której kategorie takie, jak „kobieta” i „kobiecość” są kształtowane lub na nowo definiowane. Film bowiem – pisze Cowie – nie tylko odzwierciedla rzeczy-

---

<sup>2</sup> Terminem *pin-up girl* w filmoznawstwie angielskiego obszaru językowego określa się rysunek lub zdjęcie roznegliżowanej dziewczyny.

wistość, nie tylko poddaje się obowiązującemu obrazowi świata, ale też w stopniu dużo większym niż inne sztuki sam tworzy znaczenia i nadaje kształt wyobrażeniom o realnym świecie (Cowie 2000, 48–49). Oznacza to, że pojawiające się w filmowym świecie obrazy rzeczywistości, konstrukty wyobrażeń, reprezentacje ról genderowych – „są rodzajem mediacji osadzonej przez formy artystyczne w dominującej ideologii” (Kaplan 2000, 119)<sup>3</sup>. Wymienione wyżej filmy trzech polskich reżyserów są czytelną egzemplifikacją obu tych zjawisk. Zestawienie ich pozwala obserwować, jak dyskurs dominujący przenika na ekran i w jaki sposób jest jednocześnie przez film generowany.

## 4.

Ewa Mazierska – w szkicu otwierającym tom *Women in Polish Cinema* (Mazierska 2006d, 6–7)<sup>4</sup> – stawia tezę, że sposób przedstawiania kobiet w powojennej historii filmu polskiego zdominowany jest przez dyskurs patriarchalny<sup>5</sup>. Nie inaczej rzecz ma się i po upadku komunizmu. Język filmu nie tylko nie stroni od stereotypów kobiecości, ale wiele z nich – zwłaszcza obraz kobiety jako „wiedźmy” i „dziwki” – czyni wręcz dystynktywnym elementem swojej poetyki. Na tym tle zjawiskiem wyjątkowym jest Agnieszka-

---

<sup>3</sup> Od późnych lat 80. feministyczna krytyka filmowa stała się częścią *cultural studies*, w których skład wchodzi m.in. *gender studies*, *queer theory*, badania nad narodowością, etnicznością, rasą i seksualnością. Klasyczne prace teoretyczek feministycznego filmoznawstwa (Mary Ann Doane, Jane Gaines, Annette Kuhn, Kaja Silverman, Teresa de Lauretis i in.) można znaleźć m.in. w przywoływanym zbiorze *Feminism and Film* oraz w tomie *Issues in Feminist Film Criticism*. Do współczesnych teoretyczek, które głównie skupiają się na filmie i zagadnieniach genderowych, a więc częściowo kontynuują tradycje feministycznego filmoznawstwa lat 70. i 80., należą Yvonne Tasker, Linda Williams czy Barbara Klinger.

<sup>4</sup> Ten tom esejów jest jedyną większą pracą na temat kobiet w filmie polskim, a zebrane tam prace dotyczą m.in. mitu matki Polki w filmie, kobiet w „szkole polskiej”, reprezentacji kobiecej „inności”, sylwetek polskich reżyserek.

<sup>5</sup> Spośród nielicznych filmów, które w czasach realnego socjalizmu ukazywały jednak jakiś aspekt świata kobiecego, wymienić wypada przynajmniej *Matkę Joannę od Aniołów* (1961) i *Pociąg* Jerzego Kawalerowicza (1963), *Pasażerkę* Andrzeja Munka (1963), *Bez miłości* Barbary Sas (1980), *Kobietę samotną* Agnieszki Holland (1980/1987), *Przeglądanie* Ryszarda Bugajskiego (1982), *Przez dotyk* Magdaleny Łazarkiewicz (1986), *Bez końca* (1985) i niektóre z ogniw *Dekalogu* Krzysztofa Kieślowskiego (1988). Z wyjątkiem *Dekalogu* nie są to filmy powszechnie znane, nie są też cytowane czy żywo dyskutowane przez nowe pokolenia filmowców. W powszechnej świadomości przetrwały raczej takie obrazy, jak *Miś*, *Rejs* czy *Seksmisja*, a więc produkcje, w których kobiety obecne są jedynie na poziomie stereotypów kobiecości.

ka – wyemancypowana bohaterka filmu *Człowiek z marmuru*, silna, nowoczesna kobieta, której aktywna obecność jest wyjątkowo dobrze widoczna na tle nieobecności tytułowego bohatera. Ta studentka reżyserii – młoda i odważna, realizująca film na zakazany i politycznie niewygodny temat, robiąca karierę w tradycyjnie „męskim” zawodzie – kilka lat później, w drugiej części filmowego cyklu, w *Człowieku z żelaza* (1981), zrezygnuje ze swoich zawodowych aspiracji i wróci pod władanie stereotypu, przedzierzgnie się w „uosobienie mitu matki Polki” (Ostrowska 2006, 45). Jednak zanim to nastąpi, zobaczymy Agnieszkę, która okaże się z naszego punktu widzenia najważniejszą kobietą kreacją polskiego kina powojennego. Bohaterka filmu *Wajdy* z roku 1976 stanie się – jak ujmuje to Elżbieta Ostrowska – ikoną budzącego się feminizmu i symbolem odrzucenia tradycyjnego modelu kobiecości, będzie figurą kobiety odzyskującej głos i miejsce, zyskującej na oczach widzów nową samoświadomość i nową tożsamość (Ostrowska 2006, 37–40). O kreowanej przez siebie postaci Krystyna Janda powie: „Nikt nie wiedział, jaka ma być ta dziewczyna” (Ostrowska 2006, 37). I nic dziwnego. Agnieszka dopiero rodziła się jako nowa postać, jako nowy typ kobiecej obecności – zarówno na ekranie, jak i w życiu; a tym samym formułowała nowy model zachowań dla młodych Polek – jak podkreśla Ewa Mazierska – w skali niespotykanej dla kina po roku 1945 (Mazierska 2006a, 92). Izabela Kalinowska-Blackwood dopowiada, że postaci takie, jak Agnieszka, jak walcząca o niezależność Ewa z filmu Barbary Sass *Bez miłości* (1980), czy niezłomna Tonia z *Przestłuchania* Ryszarda Bugajskiego (1982), kształtowały w czasach „Solidarności” poczucie tożsamości wszystkich widzów – zarówno mężczyzn, jak i kobiet (Kalinowska Blackwood 2004). Tendencja ta rysuje się i później. Jej przejawy widać w takich filmach, jak *Diabły, diabły* (1991) i *Wrony* (1992) Doroty Kędzierzawskiej, *Kruj świata* Marii Zmarz-Koczanowicz (1993), czy w *Pajęczarkach* (1993) i *Pokuszeniu* (1995) Sass. To zestawienie tytułów jest ilustracją siły oddziaływania głównej postaci kobiecej *Człowieka z marmuru*, ale pokazuje też, że Agnieszka zapoczątkowała taki rodzaj obecności ekranowej bohaterki, który podjęły jedynie niszowe produkcje następnej dekady.

## 5.

Janina Falkowska dowodzi, że po roku 1989 w polskim kinie stało się normą „jawnie mizoginiczne przedstawianie kobiet”, a interesujące, niezależne postacie kobiece, które pojawiały się niekiedy w filmach z lat 70. i 80.,



zostały zastąpione przez stereotypowe kreacje instrumentalizujące ekspresję kobiecej podmiotowości i sprowadzające kobietę do roli atrakcyjnego gadżetu (Falkowska 1995, 35). Zdaniem E. Mazierskiej mizoginia dotycząca nie tylko kobiet, ale też samych „modeli kobiecości, które w okresie wcześniejszym były akceptowane, a nawet idealizowane”, to wręcz cecha dystynktywna polskiego kina postkomunistycznego (Mazierska 2006b, 115–117). Jak stwierdza Mariola Jankun-Dopartowa, mówiąc o kinie lat 90., każdy człowiek sprowadzony jest do roli „rekwizytu”, a kobieta do roli „gadżetu popychającego akcję”, najczęściej w kierunku „seksu, przemocy, gwałtu” (Jankun-Dopartowa 1998, 26). W analizie wyvodu Jankun-Dopartowej autorstwa Tadeusza Miczki, czytamy o dwóch sposobach przedstawienia postaci kobiecych w kinie po roku 1989: kobieta jest „pretekstem do dyskursu politycznego” (jako przykład służyć może *Femina* Piotra Szulkina, 1990) lub też psychotyczną, obsesyjną postacią, której działania obracają się głównie w sferze seksu (przywoływanym przykładem jest tu *Szamanka* Andrzeja Żuławskiego, 1996). Miczka dopełnia katalog postaci kobiecych kina lat 90. Jankun-Dopartowej o kilka typów: kobietę zaangażowaną politycznie (*Człowiek* z... Konrada Szolajskiego, 1993), kobietę – „ofiara katolickiej społeczności” (*Urowadzenie Agaty* Radosława Piwowskiego, 1993 czy *Pestka* Krystyny Jandy, 1995), prostytutkę (w filmie „bandyckim”) oraz „strażniczkę domowego ogniska” (*Tato* Macieja Ślesickiego, 1995 i *Szczęśliwego Nowego Jorku* Jerzego Zaorskiego, 1997). Wyjątkowe w tym kontekście, jak pisze Miczka, są złożone, nieschematyczne bohaterki kina Krzysztofa Kiesłowskiego (Miczka 2003, 41).

## 6.

Można by rzec, że w latach 90. pomimo aktywności kobiet reżyserek – w tym wybitnych, jak Agnieszka Holland, Magdalena Łazarkiewicz, Barbara Sass, Dorota Kędzierzawska, Małgorzata Szumowska – kobiety zasadniczo „znikają” z ekranu<sup>6</sup>. Dzieje się tak, ponieważ filmy, w których postaci kobiece odgrywają znaczące role, nie dorównują popularnością nowym filmom akcji podbijającym

---

<sup>6</sup> Tadeusz Miczka opisuje kilkadziesiąt filmów, zrealizowanych przez kobiety w latach 90., jako odrębną „formację twórczą”, a mianowicie „kino kobiece”. Przypomina on jednak, że żaden z tych filmów za wyjątkiem filmu *Prymas* Teresy Kotlarczyk (2000) „nie odniósł sukcesu odbiorczego, ani nie stał się wydarzeniem artystycznym” (Miczka 2003, 38–40). Zob. również Stachówna, red. 1998.

rynek polski po upadku komunizmu. W tych gangsterskich filmach „z amerykańskim akcentem” – jak określił je Marek Haltof (2004, 293) – na pierwszym planie sytuują się mężczyźni. To oni – dobrze widać to zwłaszcza w dylogii Pasikowskiego – tworzą i zawłaszczają filmową rzeczywistość. W męskim świecie kobiety, oczywiście, pojawiają się i odgrywają swoją rolę, ale w istocie są nieobecne. E. Mazierska określa tę nieobecność jako syndrom „mizoginii bez kobiet” i upatruje przyczynę takiego stanu rzeczy w uproszczonej konstrukcji świata przedstawionego (Mazierska 2006c). Kwestia wydaje się jednak bardziej skomplikowana. W takich filmach jak *Psy* i *Psy 2* „nieobecność” kobiet przejawia się w ich pozornie marginalnej „obecności” i na poziomie struktury dzieła jest kluczowa dla zjawiska, które można nazwać etyczno-erotyczną ekonomią gatunku, jakim jest gangsterski film akcji. Mechanizmy tej właśnie ekonomii polscy twórcy filmów gangsterskich z lat 90. wykorzystują do budowania obrazu rzeczywistości postkomunistycznej. Filmowcy ci – okreśłani mianem „Młodych Wilków”<sup>7</sup> – wbrew prognozom krytyków (zob. Skwara 1992) odnieśli ogromny sukces kasowy, a tym samym z powodzeniem wprowadzili do polskiego kina nowy gatunek filmowy, który na polskim gruncie wypróbowywał gdzie indziej sprawdzony i atrakcyjny język filmowej kreacji<sup>8</sup>. Jak zauważył Michael Stevenson, ważną cechą tego gatunku jest rozdział między dwoma porządkami; jeden z nich to sfera publiczna i oficjalna, na drugi składa się to, co nieoficjalne, prywatne, intymne. Rozdział ten przekłada się na mocną dysjunkcję między światem męskim i kobiecym, pociąga też za sobą wyraźną separację i marginalizację kobiet (Stevenson 2000). Bohaterki filmu gangsterskiego są schematyczne, nieme, uprzedmiotowione. Zarazem jednak ich obecność jest konstrukcyjnie nieodzowna dla rozwoju akcji, umożliwia i uzasadnia przenikanie się różnych systemów wartości, otwiera przestrzeń nie tylko dla męskich artykulacji obrazu świata i poczucia rzeczywistości, ale również dla negocjacji samej istoty tego, co jawi się jako męskie<sup>9</sup>.

---

<sup>7</sup> Nazwa grupy zapożyczona została z tytułu filmu Jarosława Żamojdy *Młode wilki* z roku 1996.

<sup>8</sup> Najbardziej znanym reżyserem grupy jest Władysław Pasikowski, który zrealizował filmy takie, jak *Kroll* (1991), *Psy* (1992) i *Psy 2: Ostatnia krew* (1994) oraz *Demony wojny według Goi* (1998). Producentem filmu *Psy* był Juliusz Machulski, który po sukcesie filmów gangsterskich wprowadził do kina polskiego również popularny gatunek komedii gangsterskiej: *Kiler* (1997), *Kiler-ów 2-óch* (1999), *Superprodukcja* (2002). Bogusław Linda zagrał w wielu spośród tych filmów i stał się ikoną nowego gatunku. Inspiracją dla „Młodych Wilków” były filmy reżyserów takich, jak Francis Ford Coppola, Martin Scorsese, jak również Quentin Tarantino, Luc Besson, bracia Coen i John Woo, oraz klasyczny film *noir*.

<sup>9</sup> W tym kontekście warto dodać, że bohater gangsterskiego filmu akcji musiał – by tak rzec – sam uporać się z nową tożsamością filmowego protagonisty, jako że zasadniczo nie

## 7.

W obu częściach *Psów* kobieta funkcjonuje jako trofeum protagonisty. Można ją zdobyć, można też kupić. Przechodzi z rąk do rąk niczym towar lub zabawka. Nie oznacza to wszakże, że kobiety są „pozbawionymi głosu figurami na tle pejzażu całkowicie zdominowanego przez mężczyzn” (Haltof 2004, 303). W rzeczywistości gangsterskiego filmu to właśnie one ożywiają etyczno-erotyczną ekonomię kreowanego świata, są niezmiennie przyczyną kłopotów, komplikują perypetie, w decydującym momencie przechylają szalę, stanowią wstydlive alibi i ostatecznie jawią się jako wątpliwa nagroda zwycięzcy lub zwodnicze trofeum, o które rozbija się porządek zimnej, męskiej kalkulacji. Mówiąc inaczej i wprost, obecność kobiet w takich filmach jak *Psy* jest tylko na pozór marginalna, w istocie sytuuje się w samym centrum konstrukcji. Bez tej milczącej nie/obecności świat, w którym Franz Maurer wypowiada swoje: „Nie chce mi się z tobą gadać”, rozpadłby się jak domek z kart.

## 8.

Kobiety w filmie gangsterskim robią to, czego wymaga konwencja: zdradzają, szantażują, oddają się w milczeniu. Jednym słowem, próbują przeżyć, nie oglądając się na cenę. W jakimś sensie strategia ta oddaje proces dostosowywania się polskiego kina do wymagań wolnego rynku. Mówiąc obrazowo, zarówno *Psy*, jak i pokazane w nich dziewczyny gangsterów, walczą o prawo do życia w nowych warunkach społecznych i ekonomicznych. Krytycy zwracają uwagę na powracające w gangsterskich filmach akcji

---

miał antenatów w kinie PRL-u. Owszem, można wskazać pojedyncze kreacje typu „macho” w filmach historycznych (Kmicic z *Potopu* Jerzego Hoffmana, 1974 czy tytułowy bohater *Janosika* Jerzego Passendorfera, 1974), wojennych (Hans Kloss ze *Stawki większej niż życie* Andrzeja Konica, 1967) czy kryminalnych (porucznik Borewicz z serialu *07 zgłoś się* Krzysztofa Szmagiera, 1976–87), ale wykreowany przez Bogusława Lindę bohater (ikoną gatunku stał się jego Franz Maurer z *Psów*) jest typem tak nowym i wyraziście zarysowanym, że zestawiano go – nie bez racji – z Maćkiem Chelmieckim, bohaterem *Popiołu i diamentu*, grany przez Zbyszka Cybulskiego, gwiazdora lat 50. o sławie równej popularności Lindy cztery dekady później (zob. Haltof 2004, 301; Szulkin 1993, 13). Kwestią obrazu bohatera filmowego kina lat 90. zajmował się Mirosław Przyłipiak, który skonstatował, iż obraz mężczyzny jest równie zły lub nawet gorszy od obrazu kobiet, a przyczyna tego stanu rzeczy leży w braku tożsamości. Stąd filmowa postać męska to człowiek słaby, „hipochondryk, frustrat i historyk”, „krętać, kłamca i mitoman” lub „superman na glinianych nogach” (jak bohater *Psów*) (Przyłipiak 2002, 17).

mizoginiczne przedstawienia seksownie ubranych kobiet, które sprzedają swoje ciało i duszę, aby wspiąć się na szczyt drabiny społecznej (Falkowska 1995, 35).

Podobne opinie formułowane są w odniesieniu do samych twórców:

Młode Wilki odrzucają ideę mówiącą, że kino jest instrumentem walki o lepsze społeczeństwo. W ich przekonaniu kino to czysta rozrywka, a wartość filmów powinno się mierzyć jedynie ilością sprzedanych biletów (Mazierska 2006d).

Ta analogia daje do myślenia.

## 9.

W filmach powstających po roku 2000 kobieta nadal jest – jak w latach 80. – „mieszkańcem marginesów normalności” (Czapliński 2007, 172–173), wciąż wydaje się pozbawiona języka, w którym możliwa byłaby ekspresja podmiotowej kobiecości. Tego stanu rzeczy nie przełamują filmy tak ważne, jak *Część, Tereska* Roberta Glińskiego (2001), *Zmruż oczy* Andrzeja Jakimowskiego (2002) czy *Plac Zbawiciela* Joanny Kos-Krauze i Krzysztofa Krauzego (2006) i na początku XXI wieku kobiecie doświadczenie ciągle czeka na swój filmowy obraz.

## 10.

Pierwszy zarys nowego obrazu kobiety w polskim kinie wolno być może dostrzec w *Jasminum* Jana Jakuba Kolskiego (2006). Ta komedia obyczajowa z elementami realizmu magicznego – pokazująca kobiety, na które pada cień i Agnieszki, i Angeli – buduje model filmu bardzo odległy zarówno od kina moralnego niepokoju, jak i od kina gangsterskiego okresu pokomunistycznego. Proponowany przez Kolskiego nowy typ filmowej obecności kobiet jest układem wielobiegunowym. W filmie Kolskiego mamy do czynienia z czterema kluczowymi figurami kobiecości. Podstawowe napięcie rozciąga się między skrajnie usytuowanymi biegunami. Pierwszy z nich to bezcielesna Anielica – duch kobiety zamieszkującej od stuleci męski klasztor kamedułów. Drugi to kobieta z krwi i kości – świadoma swojego ciała i swojej sek-

sualności fryzjerka Magda. Obok wyraźnie różniących je cech są i mocne podobieństwa. Anielica jest nieszczęśliwą kochanką, która przed laty umarła z miłości. Magda – uzależniona od związków z mężczyznami, infantylnie zakochana w filmowym idolu, którego nota bene gra Bogusław Linda – umiera wewnętrznie uwikłana w toksyczny związek. W taki nawias ujęte zostają dwie inne bohaterki filmu – Natasza, zajmująca się w klasztorze renowacją obrazów, i jej pięcioletnia córka Gienia, której głosem prowadzona jest narracja i która narzuca męskim bohaterom filmu swój infantylny i odrealniający rzeczywistość sposób patrzenia. Natasza jest kobietą samodzielną i spełnioną. Jest szczęśliwą matką, która potrafiła wyzwolić się spod presji społecznych stereotypów. Ale jest też – podobnie jak Anielica – nieszczęśliwą kochanką, która w dniu ślubu porzucona została przez narzeczonego (melodramatyczny schemat zostaje odwrócony na sposób farsowy i narzeczony „ucieka do klasztoru” – wybiera życie zakonne). I właśnie to rozwiązanie fabularne pozwala uczynić z niej postać przypominającą Agnieszkę Wajdy – silną, odważną, idącą pod prąd społecznych oczekiwań, a przy tym świadomą swoich pragnień i wolną w wyborach. To spojrzenie wstecz, w stronę kobiecych kreacji sprzed roku 2000, obejmuje też Magdę, która wykreowana zostaje na jednowymiarową *pin-up girl* – wyzywającą, ostentacyjnie eksponującą swoją kobiecość, ale zarazem całkowicie podporządkowaną męskiemu wyobrażeniom. Seksowna fryzjerka – podobnie jak Angela z *Psów* – jawi się jako przedmiot taksującego spojrzenia (*gaze*), jest pozbawionym znaczenia gadżetem, którego wartość odsłania się dopiero pod dotknięciem męskiego wzroku i właśnie to spojrzenie mężczyzny nadaje sens eksponowanej przez *pin-up girl* kobiecości, czyniąc z niej kluczowy element filmowego widowiska (Mulvey 1999, 837).

## 11.

Na tle sygnalizowanych tu analogii dobrze widać odmienność kreacji Anielicy. Kobieta-widmo wykracza poza oczywiste paralele. Istnieje na dwa sposoby – jako konterfekt na wieku własnej trumny i jako upiór. Została uchwycona w malarskim przedstawieniu, w geście artysty i zarazem pojawia się z siłą budzącego dreszcz widma. Anielica to jednocześnie reprezentacja kobiecości i jej projekcja. W jakimś sensie jest niczym Matka Boska z olejnego obrazu, który restauruje Natasza w klasztornej kościele. Takie współbrzmienie motywów zdaje się pokazywać, że zarówno filmowy męski klasztor kamedułów, jak i zdominowana przez mężczyzn polska kinemato-

grafia, są bardziej zainteresowane ikoną kobiety, jej widmowym i „niemym obrazem”, niż kobietą z krwi i kości, „kobietą jako kobietą”. Nic więc dziwnego, że w obronie prawdziwego wizerunku Maryi z klasztornego malowidła, staje właśnie kobieta – Natasza, która nie tylko odsłania, ale i odnawia kobiecą twarz z obrazu.

## 12.

Ciąglej oscylacji między obecnością i nieobecnością kobiet w polskim filmie towarzyszy stale oddziaływanie dwóch kluczowych figur kobiecości. Pierwsza z nich to kobieta wkraczająca – jak Agnieszka w *Człowieku z marmuru* – w sferę publiczną i dokonująca tym samym transgresji ról genderowych. Druga, niczym Angela z *Psów*, odsłania i przypieczętowała swoim istnieniem – jak powiada Stevenson – „niepewność w sferze gender” (Stevenson 2000, 147). Te dwa modele wciąż obrysowują przestrzeń zbiorowej wyobraźni zakorzenionej w filmowych przedstawieniach. Ale jest i trzecia perspektywa – otwierająca możliwość pojawienia się na ekranie „kobiety jako kobiety”, kobiety wyzwolonej spod władzy „figur ikonicznych” (zob. Szporer 1991, 12–16), wolnej od binarnych wyborów, które były udziałem Agnieszki, i dalekiej od oczywistości, na którą skazana była Angela. Jednak ta możliwość dopiero się rysuje, a polski film wciąż pozostaje „filmem bez kobiet”.

## Literatura

- Cowie E., 2000, *Woman as Sign (1978)*, w: Kaplan E.A., red., *Feminism and Film*, Oxford-Nowy Jork.
- Czapliński P., 2007, *Powrót centrali: literatura w nowej rzeczywistości*, Kraków.
- Erens P., red., 1990, *Issues in Feminist Film Criticism*, Bloomington.
- Falkowska J., 1995, *A case of mixed identities: the representation of women in post-socialist Polish films*, „Canadian Woman Studies”, nr 16 (1).
- Graff A., 2001, *Świat bez kobiet: płęć w polskim życiu publicznym*, Warszawa.
- Haltorf M., 2004, *Kino polskie*, przeł. M. Przyłipiak, Gdańsk.
- Jankun-Dopartowa M., 1998, *Kobieta jako McGuffin*, „Kino”, nr 9; artykuł cyt. przez T. Miczkę w artykule *Epitafia, emfazy, enigmaty, evenementy i epizody. Polski film fabularny po 1989 roku*, „Postscriptum” 2003, nr 1–2 (45–46).
- Kalinowska Blackwood I., 2004, *Alternative Constructions of Femininity in Post-World War II Polish Cinema*, referat na konferencji “American Association for the Advancement of Slavic Studies” (Boston, grudzień 2004).

- Kaplan A.E., 2000, *Is the Gaze Male? (1983)*, w: E.A. Kaplan, red., *Feminism and Film*, Oxford-New York.
- Mazierska E., 2006a, *Agnieszka and Other Solidarity Heroines of Polish Cinema*, w: Mazierska E., Ostrowska E., red., *Women in Polish Cinema*, Nowy Jork-Oxford.
- Mazierska E., 2006b, *Witches, Bitches and Other Victims of the Crisis of Masculinity: Women in Polish Postcommunist Cinema*, w: Mazierska E., Ostrowska E., red., *Women in Polish Cinema*, Nowy Jork-Oxford.
- Mazierska E., 2006c, *Witches, Shamans, Pandoras: Representations of Women in the Polish Postcommunist Cinema*, "Scope: An Online Journal of Film Studies" (June 2002), 11 maja 2006 [http://www.nottingham.ac.uk/film/journal/articles/witches-shamans-pandoras.htm].
- Mazierska E., 2006d, *Wstęp*, w: Mazierska E., Ostrowska E., red., *Women in Polish Cinema*, Nowy Jork-Oxford.
- Miczka T., 2003, *Epitafia, emfazy, enigmaty, evenementy i epizody. Polski film fabularny po 1989 roku*, „Postscriptum”, nr 1–2 (45–46).
- Mulvey L., 1999, *Visual Pleasure and Narrative Cinema (1975)*, w: Braudy L., Cohen M., red., *Film Theory and Criticism: Introductory Readings*, Nowy Jork-Oxford.
- Ostrowska E., 2006, *Krzyszyna Janda: The Contradictions of Polish Stardom*, w: *Poles Apart: Women in Modern Polish Culture*, „Slavica”, Bloomington.
- Przylipek M., 2002, *Polski mężczyzna na ekranie. Kompleks Piszczycyka*, „Kino”, nr 12; artykuł cytowany także w szkicu T. Miczki *Epitafia, emfazy, enigmaty, evenementy i epizody. Polski film fabularny po 1989 roku*, „Postscriptum” 2003, nr 1–2 (45–46).
- Skwara A., 1992, *Film Stars Do Not Shine in the Sky Over Poland: The Absence of Popular Cinema in Poland*, w: Dyer R., Vincendeau G., red., *Popular European Cinema*, Londyn-New York.
- Stachówna G., red., 1998, *Kobieta z kamerą*, Kraków.
- Stevenson M., 2000, *'I Don't Feel Like Talking to You Anymore': Gender Uncertainties in Polish Film since 1989: An Analysis of "Psy" (W. Pasikowski, 1992)*, w: Oleksy E., Ostrowska E., Stevenson M., red., *Gender in Film and the Media: East-West Dialogues*, Frankfurt.
- Szporer M., 1991, *Woman of Marble. An Interview with Krzyszyna Janda*, „Cineaste”, nr 18 (3), s. 12–16; szkic cytowany przez J. Falkowską w artykule *A case of mixed identities: the representation of women in post-socialist Polish films*, „Canadian Woman Studies”, nr 16 (1).
- Szulkin P., 1993, *Psy wieszane non stop*, „Kino”, nr 5.

**Justyna Beinek** wykłada na Wydziale Języków i Literatur Słowiańskich w Indiana University – Bloomington (USA). Jej zainteresowania naukowe obejmują polską i rosyjską literaturę okresu romantyzmu, literaturę porównawczą, kultury postkomunistyczne Rosji i Europy Wschodniej oraz film. Opublikowała artykuły na temat m.in. polskiej tożsamości narodowej i struktury sztambuchów romantycznych. Jej książka pt. *Sztambuch romantyczny: pamięć, naród, autor* jest w druku.





JOLANTA TAMBOR  
Katowice

## Autostereotyp i stereotyp Ślązaka<sup>1</sup>

W artykule chcę spróbować odpowiedzieć na pytanie, jakie cechy są stereotypowe dla Ślązaków, jakie cechy przypisuje się Ślązakom. Z analizy zebranego materiału wynika, że większość cech powtarza się zarówno w autostereotypie, jak i w stereotypie. Od tych wspólnych cech można więc zacząć opis, by na końcu wskazać różnice.

Wedle stereotypu Ślązak to człowiek o silnie wykształconym poczuciu własnej identyfikacji grupowej i niechęci wobec obcych. Jest to zjawisko typowe dla sytuacji mieszania grup o silnej odrębności.

Masowy napływ na Górnym Śląsku ludności heterogenicznej kulturowo – jak pisał Kazimierz Wódcz – doprowadził do typowego w sytuacji zderzenia kultur uwypuklenia i wyostrenia istniejących obiektywnie różnic kulturowych pomiędzy ludnością rodzimą a przybyszami – poczynając od sprawy języka (gwary górnośląskiej), poprzez wzory współżycia rodzinno-sąsiedzkiego, stosunek do pracy (uważany za najbardziej charakterystyczny wyróżnik śląskiego etosu robotniczego), a na wzorach życia religijnego kończąc (podkr. JI) (Wódcz 1993, 26).

Taka identyfikacja rodzi postawy ksenofobiczne, które można obserwować choćby w wypowiedziach na temat małżeństw mieszanych:

Brat z kolei mój dziewczynę miał góralkę ze Sopotni, to niy było mowy. Ojciec powiedział, że po jego trupie, jak ón sie z nióm ożyni, po jego trupie. I było tak, że rzeczywi-

---

<sup>1</sup> Na podstawie Tambor 2006.

ście brat, bo brat skóńczył szkołę wyższą morskóm, i do tego stopnia było, że dziewczyna sie chciała życie odebrać z powodu tego, bo ojciec powiedział: „nie ma mowy”. Jak ón sie jóm weźnie, na jego weselu nie będzie. Nó to było mówię pani, to było tragedia. Nie pobrali sie, no a naprawdę była bardzo ładna dziewczyna, no nie było mowy, nie było o czym gadać, żeby tu mogła być w rodzinie. Jakis gorol, jak to ojciec [mówił], ni ma mowy, to było po trupie, ale absolutnie.

Wykształcenie podstawowe, Ślązaczka, około 50 lat [Teksty, 44]

Dziś już Ślązacy starają się nie ujawniać świadomościowej opozycji: swój-obcy. Można to zaobserwować choćby poprzez leksykalne (użycie wyrażenia metaforycznego „tak zwany”) próby odcięcia się od stereotypowego, tkwiącego w śląskiej kulturze (wcześniejszej?) nazewnictwa dotyczącego grupy osób napływowych:

Praca zawodowa na przykład dobrze robiła, to też ten kóontakt z tak zwanymi gorolami wymuszał, że sie człowiek tak otrząsał.

Mężczyzna z wykształceniem wyższym technicznym, urodzony na Śląsku, od wielu lat mieszka w Zywcu, Ślązak, około 45 lat [Teksty, 14]

W autostereotypie, wynikającym z uzewnętrznianych przez respondentów opinii, Ślązak był i jest osobą gościnną, a przy tym tolerancyjną. Deklarują więc odejście od niechęci do osób napływowych:

No tak, to sie wszędzie, to sie zauważało nawet w pracy, wystarczyło że ktoś był z Zagłębia na przykład to niedaleko, to jest tu blisko niby, a jednak te poglądy sie ścierają nie. Mnie to sie na przykład nie podoba, nigdy, ale to sie słyszało. U Ślązaków tylko jednej rzeczy nie lubie jak piszą na ścianach „precz z gorolami”, czy coś takiego, to mi sie nie podoba, bo se myślę za wsze byliśmy tolerancyjni, bo tak mnie sie wydaje, bo tak to człowiek z domu wyniósł tą tolerancję jednak i teraz skądś to, ale to może nie oni piszą, nie wiadomo, czy to oni piszą.

Ślązaczka z wykształceniem średnim, żona krakowianina, zamieszkała w Katowicach, około 60 lat [Teksty, 27]

Z roboty wiym, to już sóm – w zasadzie jeszcze cuć, że inny akcynt, ale z nami idzie sie dogodać. Tego to już niy ma tego, że ty gorol to... Jakoś to tak już jest, jest łatwi, bo o co chodzi.

Górník, Ślązak, około 40 lat [Teksty, 38]

Trwaniu podziału na swoich i obcych pomimo silnego wymieszania grup ludności miejscowej i napływowej (w bloku), zawierania małżeństw mieszanych i – co też ma ogromny wpływ – restrukturyzacji Śląska służy i

służyła także rozgałęziona sieć nieformalnych związków rodzinno-sąsiedzkich, której nie zdołały zniszczyć fale wyjazdów do Niemiec z lat pięćdziesiątych i siedemdziesiątych. Procesom erozji i wtapiania się Górnoślązaków w heterogeniczną pod względem kulturowym zbiorowość imigrantów zapobiegała utrzymująca się aż do dziś endogamia środowiskowa – o ile bowiem zdarzały się przypadki wżeniania się nie-Ślązaków w zasiedziałe od pokoleń śląskie rodziny, o tyle przykłady odwrotne należały do wyjątków (Wódcz 1993, 29).

Deklaracje tolerancji i poszanowania odrębności przybyszów nie są bezwyjątkowe. W wypowiedziach pojawiają się i wyartykułowane wprost słowa nadal trwającej satysfakcji z zadośćuczynienia aktualnego za dawne krzywdy. Owe nie do końca zabliznione rany odkrywa m.in. wypowiedź Kazimierza Kutza po głosowaniu w Senacie nad *Ustawą o mniejszościach narodowych i etnicznych oraz o języku regionalnym* (wypowiedź z dnia 10 grudnia 2004):

Trzeba też gwoli prawdy powiedzieć, że wszystko, o czym tu mówię, nie jest też dobrym interesem dla władzy lokalnej, wszak wszystkie kluczowe stanowiska na Śląsku piastują ludzie spoza jego śląskiego rdzenia: i wojewoda, i marszałek lokalnego sejmiku, dyrektorzy mediów publicznych i pism lokalnych są albo z Zagłębia, albo skąd Bóg da. (...) Oczywiście, z jakiej strony by nie spojrzeć dziś na Górny Śląsk, jego sprawy społeczne i etniczne są dla Polski i Polaków kłopotliwe. I być muszą coraz bardziej kłopotliwe, bo nie chcą być przyjmowane do wiadomości rzeczy realnie istniejące. Jak powiadam, to jest już jakaś martwica duchowa w absorbowaniu spraw śląskich, prawdy obiektywnie istniejącej. Przemilczana ustawa o mniejszościach narodowych i etnicznych jest tego wymownym przykładem. To prowokuje myślenie o amputacji. I to jest już groźne. Ale z Warszawy zawsze szła wzgarda i kolonialna sztywność. Dawniej, od wieków średnich, Polska odwróciła się plecami do Górnego Śląska, dziś, po 82 latach dobrowolnego przyłączenia się Śląska do reszty kraju, powiedzieć można, że głowę ma odwróconą na stałe, jakby Górny Śląsk był krwawym i cuchnącym karambolem na ruchliwej szosie.

Bardzo często takie ksenofobiczne postawy rodzą się z kompleksów i strachu przed obcym, więc nieznanym. Składową śląskiego kompleksu jest gapowatość, przez Ślązaków raczej nazywana *dupowatością*.

Ja, ja, bo jo kochóm tych Ślázoków, bo jo jest Ślázok, ale, ale to sóm takie dupy stropióne. Óni jak ich sie nie popchnie, to sie malo co zrobi. Jo sie zastanawiom, jo sie zastanawiom, kto te powstania robił, kto to szoł, chyba baby przebrane. Baby przebrane! Ślázoczki to jeszcze!

Ksiądz, Ślázak, około 35 lat [Teksty, 28]

Miałem sie nie wyrażać! Generalnie Ślázaka charakteryzuje tak zwana dupowatość. Przepraszam – proszę ująć w cudzysłów, no tak bym to określił. Może nie będę rozwijał. Generalnie jest trromba, nawykła do roboty, czasem beczelna, ale to tak krańcowo. Generalnie grzecznitka, podległa władzy, zdyscyplinowana, do pewnego momentu, bo potem to już zaczyna być insurgentem. Aa taki sobie spokojny pobożny ludek, który od czasu do czasu usiłuje wzniecić jakąś tam rebelię, ale najczęściej bez dobrych efektów.

Lekarz, Ślázak, około 50 lat [Teksty, 28]

Gapowatość Ślązaków wynika zarówno z gorszego wykształcenia i świadomości tego faktu:

Óni tych Ślázoków poszczegajóm przez té społeczeństwo, kjere właściwie często na wysokości szkoły zawodowej kończyło swoja edukacja

Ksiądz, Ślázak, około 35 lat [Teksty, 15]

jak i z nieumiejętności pełnego przestawienia się na mówienie literackim językiem ogólnopolskim:

ja bo lón jes tako leluja / nidz niy umi powjedzieć bo ón ino godo ja  
// ja godo a jak wlezie do użyndu to zapomni jyndzyka w gymbje bo  
niy wjy jak to po polsku / to woli niy iś / niy iż i niy mjedź załatfjone

Ślázak, wykształcenie zawodowe, 50 lat

Gapowatość zresztą nie jest oceniana całkowicie negatywnie – co zrozumiale, skoro mowa o autosterotypie: każda cecha musi mieć pozytywne uzasadnienie. Śląska gapowatość ma pewne znamiona szlachetności, np. w wyrażanym stosunku do pieniędzy, zapłaty za wykonaną pracę:

Ślązak to jest taki ktoś, kto robi jak gupi, niy pyta sie o pijóndze.

Niepracująca żona górnika, Ślązaczka, około 45 lat [*Teksty*, 16]

a także w utożsamianiu tej cechy z niewątpliwie pozytywnie waloryzowaną skromnością:

Tak że ja myślę, że jako natura to są bardzo dobrzy tylko są czasami za skromni, nie potrafią się upomnieć o swoje, tak. Stąd może u mnie sie to tak wyrobiło, że oni są tak jakby gorzej traktowani, bo my nie potrafili walczyć o nic.

Ślązaczka z wykształceniem średnim, żona krakowianina,  
zamieszkała w Katowicach, około 60 lat [*Teksty*, 20]

Z drugiej zaś strony śląskie kompleksy wynikają z historycznego poczucia etnicznej krzywdy. Śląsk był traktowany jako region niższej kategorii w ramach państw, w których granicach w różnych okresach historii się znajdował:

Mężczyźni – Zagłębiacy, z biało-czerwonymi opaskami na rękawach, byli władczy i butni, jak opowiedział ojciec. Po tych przeżyciach bardzo dojrzałam i poczułam się zmęczona. Po czasie pojęłam, że Ślązacy ponoszą cierpienia od kolejnych panujących na Śląsku. Zrozumiałam, dlaczego ojciec nie przystąpił do żadnej organizacji polskiej czy niemieckiej, przed wojną, w czasie trwania wojny i po „wyzwoleniu”.

*Śląsk*, 104

Te problemy „narodowościowe” z czasem wygasły. W latach 60. wielu moich rówieśników z rodzicami wyjechało do NRD, a w latach 70. do RFN. I tak naprawdę trudno jest mi powiedzieć, czy wyjechali, bo byli lub czuli się Niemcami, czy dlatego, że tam było lepiej. A może czuli się Ślązakami-Polakami gorszej kategorii.

Natalia Neldner: *Moja rozmowa z ojcem*. W: *Historie rodzin*, 68

Oczywiście, w powszechnej śląskiej świadomości najżywiej tkwią krzywdy, jakich doznał region ze strony państwa polskiego. Jest tak dlatego, że to dzieje najnowsze, najświeższe, a poza tym dla wielkiej liczby respondentów (poniżej 60. roku życia) doświadczenia jedyne.

Przywoływane przez rozmówców jest przede wszystkim upośledzenie w sferze finansowej:

I to było tak cały czas. Ślązok powyższy pewnego stopnia niy mógł, niy miol prawa skoczyć. Finansowo to za praca mu płacili, przeciyż cała Polska utrzymywała sie z wyngła. Do trzidziestu procent budżetu robił Śląsk, a na Śląsk sie nic niy dawało i jaki tera prziszedł odzew? Jak tera Śląsk zaczyło sie niszczyć i zaczynajóm zamykać wielkie zakłady? Pytania: jak ratować Śląsk? W Polsce, czy w Rzeszowie, to słychać: „nó niych sie sami ratujóm, kiedyś mieli eldorado, to niych sie tera sami ratujóm”. A my jako tu miyszkali, kiedy my tu mieli eldorado? Po prostu tyle, że ino pracować, pracować i pracować. Ale żeby móc z tego korzystać, to niy ma mowy.

Emerytowany pracownik kopalni, Ślązak, około 60 lat [Teksty, 24]

Ślązak był do roboty, Ślązok to był wól roboczy, a Śląsk to była dojna krowa. Stąd wszystko szło do centrum, tam do Kongresówki, do Warszaawy, dlo nos nie było nic! To, co my już gwałtem musieli dostać, to było, a poza tym to, co mogli, to nom zacierali, a oni byli ci panowie, a my byli ci głupcy.

Emerytka, Ślązaczka, około 70 lat [Teksty, 34]

Ów kompleks, mający zresztą dwa oblicza, charakteryzowała Kazimiera Wódz:

Poczucie upośledzenia, podrzędności i upokorzenia, odczuwane przez ludność rodzimą w kontaktach z przedstawicielami napływowej inteligencji, kadry inżynierijno-technicznej, przedstawicielami wyższych szczebli administracji partyjno-państwowej w przypadku werbowanych masowo do pracy w przemyśle nisko kwalifikowanych robotników ustępowało miejsca pogardzie i przeświadczeniu o własnej wyższości »cywilizacyjnej« (Wódz 1993, 26).

Na drugie oblicze kompleksu – poczucie wyższości – coraz częściej zaczynają zwracać uwagę rozmówcy nie-Ślązacy:

A: tak tak mjałam koleżanke / ktura cały czas tak tferdzi że fszyscy ktuży pszyjechali / ktuży są / s Sosnofca / to są osoby kture / są głupje / aa / a żeby jak najmniej sie narobić / a najwjencej zarobić i zająć jag najlepsze stanowiska

J: czyli na pszykład myślisz sobje że jeżeli Ślązacy uważają że ich taką potstawową cechą to jezd na pszyklat pracowitość to też jezd ich

po prostu wysokie mniemanie o sobie / pszcifstawiane innym tym / niepracowitości innych tych

A: tak / tak / tak / chociaż ja bardzo lubje moich pszyjaciul Ślązakuf (...) ta moja Reńka / ale ona właśnie jes taka antagonistka (...) no / aaa / ona nienawidzi / to znaczy nie to / nienawidzi / ona / uważa wjesz że ona pracuje w użeńdzie celnym / i tam wjenkszoźdź ludzi / jezd właśnie / zza granicy / po co oni / pszeż oni mają gdzie pracowadź dlaczego oni pszyjeżdżają tutaj / zajmują / najwyższe stanowiska / a oni Ślązacy są tylko do roboty czarnej

A: 50-letnia nie-Ślązaczka

Przytoczmy kilka cech z tradycyjnego stereotypu Ślązaka, cech pojawiających się równie często w stereotypie, jak i w autostereotypie – zarówno w przeszłości, jak i dziś.

Wspominanej wcześniej gapowatości bardzo często przeciwstawiana jest niezmierna pracowitość zarówno w wymiarze zawodowym:

B: a powjedz mi jag byś opisał Ślązaka / czy ma / Ślązak ma jakieś cechy charakterystyczne

W: pjrwsze to jez mowa / a drugie to jes pracowitość

B: a / no właśnie / bo ja tak często spotykałam sie s tym że Ślązak jest pracowity nie

W: jes pracowity i odnosi sie to f szczegulności / do gurnictfa

40-letni górnik, Ślązak

Cechy Ślązaka... Praca, no w naszej rodzinie i w drugiej to przede wszystkim była zawsze praca na pierwszym miejscu, nawet była taka sytuacja u nas, że jak mama, obojętnie, czy to godzina dziesiąta wieczór czy to godzina jedenasta, czy mama musi być w pracy osiem godzin, czy mama musi być dwanaście godzin, nie ma żadny różnicy, dzieci sie dostosowujo, i ja uważam, bez problemów. Mąż dzisiaj po południu też szedł do pracy, a jak trzeba iść w niedziele, to również trzeba iść do pracy, to jest praca, to są obowiązki, po to życie, po to sie uczycie, żeby, niestety, ktoś musi na to pracować... Zawsze uważam, uczciwość i praca, uczciwość musi być. (...) Charakterystyczną rzeczą właśnie dla Ślązaków jest to, że my jak pracujemy, nie tylko pracujemy w pracy, tylko my sie znamy, my o tej pracy mówimy, my z tą pracą żyjemy, no dlatego, niestety, na przykład, prawdziwy Ślązak to pracoholik, taki jak ja, żadnej pracy sie nie boi i po prostu pracuje

i pracuje, pracuje, niekiedy nawet niektórzy mówią, a po co, nie szkodzi, no raz przegram, raz wygram, ale wiem, że pracowałam, i moje dzieci też to mająm wszczepione, obie, że niestety bez pracy niczego nie ma, trzeba pracować i pracować, i uczyć się, to jest najważniejsza sprawa. Przekazywała moja babcia, uczcie się i pracujcie, uczcie się i pracujcie, i chyba nam to zostało do mózgu tak wkorzone, że nie chce odejść w żaden sposób...

Ślązaczka z wykształceniem wyższym, około 40 lat

jak i domowym:

na pewno pracowitość // to znaczy teraz to jagby trocha siado / ale zazwyczaj to co jo poznoł Ślónzakuw takich prawdziwych / rdzynnych to była pracowitość i czystość // taka po prostu na bjeżónco / na... w mjyszczaniach

60-letni emerytowany Ślązak

C: tak / sóm bardzo robotne / Ślónzoki

B: to to właśnie powjedział Andżej pszet chfiłą żee / Ślą'zoki są pracowite / to widadź że rodzeństfo

C: 40-letnia Ślązaczka

Z pracowitością w wymiarze domowym łączy się zamilowanie do czystości, które w wypowiedziach bardziej analitycznych łączone jest ze zdecydowaniem większą potrzebą mycia, szorowania i czyszczenia na Śląsku (z powodu choćby zanieczyszczenia):

Szło wszystko do cyntralnego jednego gara i to, że staro babka musi i ała dziesięć razy prać gardiny w ciągu – nie wiem – kwartału, niy obchodziło nikogo.

Emeryt z wykształceniem wyższym, Ślązak, około 70 lat [*Teksty*, 26]

a w wypowiedziach bardziej bezrefleksyjnych staje się cechą mityczną, wynikającą tylko z ducha ludu śląskiego (tak, oczywiście, najczęściej w austostereotypie):

na pewno czystość w domach, te firanki, firaneczki, to mnie to śmieszło kiedyś nawet, bo mówie tyle prania sobie robią. Na Zależu wystarczyło, że sie pojechało, syn tam kiedyś na Zależu mieszkał do tych pań takich starszych, tutej zazdroski te takie, w kuchni takie róż-



ne tam „dzień dobry” czy tam „kto rano wstaje”, takie z takimi napisami, tak że na pewno na pewno czystość, na pewno schludność.

Ślązaczka, żona krakowianina, zamieszkała w Katowicach, około 60 lat [*Teksty*, 13]

Tak na przykład u mojej mamy w klatce mieszka taka pani, która całe życie, no ile ma, siedemdziesiąt prawie osiemdziesiąt lat, całe życie mieszka na Śląsku. Jej mama prawie sto jeden lat miała, jak zmarła, to u niej właśnie też widać te naleciałości takie typowo śląskie takie: wykrochmalone „wyszkrobione”, jak to się mówi po Śląsku firanczki, zasłoneczki takie nad stołem haftowane ręcznie.

Ślązaczka z wykształceniem półwyższym, około 40 lat [*Teksty*, 15]

Można tu przywołać np. model znany mi ze wsi Bojszowy, który zawiera cechy typowe dla całego Śląska: pracowitość, czystość, staranność, porządek, oszczędność, hierarchia w rodzinie, dbałość o otoczenie. W każdą sobotę mieszkańcy sprzątają nie tylko dom i jego obejście, ale porządkują ulice i chodniki, bo wszystko musi lśnić.

*Moc obyczajów*

Brrr, ten brud

Bardziej niż utopca śląskie gospodynie bały się brudu. Brudne było wszystko: kopalnia, hałdy, ulice, powietrze. Mieszkanie, klatka schodowa, podwórko przed familokiem musiały więc lśnić czystością. Nie było mowy o pajęczynie w kącie albo kurzu pod łóżkiem. Wyszorowane drucianą szczotką drewniane podłogi i stoły, okna bez najmniejszej plamki, a w nich śnieżnobiałe franki były wizytówką wzorowej gospodyni. Białe serwety wiszące na ścianach, nad drzwiami albo zasłaniające kuchenne półki czy szafeczki. Koniecznie wykrochmalone, wyszyte w piękne wzory i zdobione koronką. Wypucowane mieszkanie to nie wszystko. Każda żona doglądała męża i pociech przed ich wyjściem z domu. Biała koszula i świeża chusteczka w kieszeni to podstawa. Do tego wypastowane buty, czyste paznokcie i dobrze przystrzyżone włosy. Bo tak wygląda prawdziwy Ślązak, który nie boi się niczego tylko brudu.

*Lęki nasze różomajcie*

Dziś już jednak nawet Ślązacy przyznają się do innej miary czystości:

Zawsze w sobotę to było posprzątane, a w sobotę to już co tydzień, co sobota to były okna myte w domu. Wyobraża pani sobie, co tydzień jakbym ja tu miała myć te okna? Nie, nie ja raz w miesiącu myję, raz w miesiącu. Co dwa tygodnie była pościel przebiezana w domu,

przynajmniej u mnie tak było w domu, co dwa tygodnie mama przebierała pościel.

Ślązaczka, około 50 lat [Teksty, 47]

Kolejną cechą często występującą zarówno w autosterotypie, jak i w stereotypie Ślązaka jest religijność:

No i moja mama, choć nos boło sześć w domu, a lona boła tako religijno, jakby tak boła pielgrzymka do Piekor, zawsze 12 sierpnia, a moja mama 12 sierpnia urodziny miała, lona godo: „to my sie zrobimy 13. urodziny, ale jo musza iść do Piekor, to zawsze juz dzieci, które co byli mocniejsze, to do Piekor, to uciechy, mama nom kupiola różańce, niy, no jak jo juz miała tam sześć, siedym lot, to mogłach iść do Piekor, a jak brat moj modszy, niy, to lon niy mog iść do Piekor, bo musiol iść piechty, z Michalkowic do Piekor to czeba było jednak trocha iść, a my ino: „mamo, kedy zaś do tych Piekor pudymy” (...). My sie ani cinyżaru, ani tego bólu co my, jednak dzieci, bol wrzesień to my ino takie liche pońcochy mieli, my niy culi tego ani, że my po tych klynczkach idymy za tom mamom. A my sie tak radowali, że my sie pomodlyli, my tako wiara mieli, że po prostu, po prostu bydymy sie mieć lepi... (Wódz 1993, 106–107).

Symbolem owej śląskiej religijności są najczęściej Piekary Śląskie, miasto, w którym jest sanktuarium mieszczące cudowny obraz Matki Boskiej. Pielgrzymki do Piekar Śląskich, dziś, oczywiście, odbywające się w o wiele wygodniejszych warunkach, wciąż są bardzo popularne. A same Piekary w oczach Ślązaków są właściwie równe Częstochowie.

O religijności, pobożności Ślązacy mówią wprost:

No i dobrze widziane było, żeby byli ministrantami chłopcy. A w innych rejonach Polski? No tego tak dokładnie nie wiem, to trudno powiedzieć, ale tak sie wydaje, że na Śląsku bardziej.

Emerytowany górnik, Ślązak, około 65 lat [Teksty, 12]

Ślązok to jest robotny i pobożny. To jak ón pojechał – Rysiu, był na harcerskim obozie, najsampjierw szukał kościoła to od razu sie go pytali: tyś chyba ze Śląska, niy, bo chcesz iść do kościoła, no bo tak to jest.

Ślązaczka, około 70 lat [Teksty, 20]

No i z mojej córki jestem bardzo dumna, pomimo że jest jedynaczką uważam, że jest dobrym dzieckiem, bardzo religijnym dzieckiem. (...) Na przykład moja córka ma swoje zdanie, dlaczego ja jej mam po-

wiedzieć, że nie ma racji, kiedy wszystko robi dobrze, na uczelni ma cztery i pół średniej, bardzo dobrze się uczy, do kościoła chodzi, chłopca ma, z którym wszystko jest w porządku... (Wódz 1993, 97).

Ostatnie przykłady wskazują, iż stosunek do religii jest nadal miarą człowieczeństwa, a chodzenie do kościoła jako element niezbędny wpleciony jest między szkolne oceny i poczciwość chłopaka.

Kolejna cecha stereotypowego Ślązaka to rodzinność:

...przypadkowo życie w rodzinie, dbać o ta rodzina, mieć tyn obowiązek że sie mo ta rodzina i trzeba po prostu jóm utrzymywać.

Emerytowany pracownik kopalni, Ślązak, około 60 lat [*Testy*, 11]

...wydaje mi sie, że wnuki są bardzo... wnukowie, wnuczki cenne dla śląskich dziadków. Tak, tak. Tutaj jak przychodzą klienci z wnuczkami czy z wnuczkami, zawsze to jest takie dumne dziadek jest zadowolony z babcią, że sie mogą opiekować tym dzieckiem, że wpajają mu tam jakieś pewne zasady jest to takie bardzo ciepłe i sympatyczne, takie... Tak, myślę, że to jest rodzinność.

Ślązaczka, około 30 lat [*Testy*, 19]

Jeszcze jedna cecha Ślązaków – ukłon w stronę starszych, a starzyk to był ktoś, babcia, dziadek. Były urodziny babci, to wszyscy przyjeżdżali, nie było dnia, żeby sie do babci nie szło w odwiedziny, jeżeli była gdzieś blisko, babcię sie całowało w rękę. Moja babcia była prostą kobietą.

Ślązaczka, około 50 lat [*Testy*, 20]

Stosunek do rodziny znajduje odbicie w strukturach językowych czy też może bardziej w rozumieniu języka. W dialekcie śląskim panuje uproszczone słownictwo dotyczące pokrewieństw rodzinnych. Nie ma w nim i nie było różnicowania na:

- *ciotkę* i *wujka* z jednej strony, a *stryja* i *stryjenkę* z drugiej, są tylko *ciotki* i *wujkowie* (zresztą jeszcze w okresie powojennym faktycznie tylko: *ciotki* i *wujkowie* = *ujki*, słowo *ciocia* na Śląsku nie występowało)<sup>2</sup>; dziś w języku ogólnopolskim wyraz *ciotka* traktowany jest jako zdecydowanie oficjalny, a w dialekcie śląskim zarówno u starszego, jak i średniego pokolenia ma to słowo nadal wydźwięk i neutralny, i familiarny, u młodszego zaś rubaszno-familiarny;

<sup>2</sup> To jest związane z brakiem zdrobnień w gwarze śląskiej.

- *kuzyna i kuzynkę oraz siostry i braci ciotecznych lub siostry i braci stryjecznych*, wszyscy nazywani są *kuzynami*:

u nas nie ma różnicy czy on jest bliżej dalej w drugim czy czy /  
w czecim pokoleniu stopniu pokrewieństwa czy jak tam / kuzyn jest  
kuzyn / ważne że to moja rodzina / moja ciotka z Lipin choć to była  
jakaś dziesionta woda po kisielu była tak samo blisko bo ciotka jak na  
psyklat siostra mojej mamy

40-letnia Ślązaczka z wyższym wykształceniem

Przegląd ten warto zakończyć cechami lżejszego kalibru. Jako pierwszą można wymienić umiłowanie przez Ślązaków krupnioków i piwa. Aby fenomen tego zjawiska przybliżyć, należy wspomnieć o typie kultury śląskiej, a właściwie jej obrazie. Kultura Górnego Śląska odbierana jest jako kultura plebejska (robotnicza), niska. I należy się zgodzić, iż w swym historycznym wymiarze taka przede wszystkim była. Nie należy, oczywiście, zapominać o wielkich osiągnięciach w obiegu ogólnonarodowym, a nawet ogólnoświatowym, jakie stały się udziałem osób urodzonych i wychowanych na Górnym Śląsku (nagrody Nobla dla osób urodzonych na Śląsku, filmowy fenomen Kazimierza Kutza, ogólnopolska i światowa sława absolwentów katowickiej Akademii Muzycznej, naukowy prestiż profesora Jana Miodka, sukcesy aktorów Teatru Śląskiego im. S. Wyspiańskiego, Opery Śląskiej, Operetki, NOSPRiTV pod batutą A. Wita czy wiele innych). Mówiąc o niskości kultury górnośląskiej, mamy na myśli kulturę ludową. Nie stało się udziałem Górnego Śląska wstąpienie na parnas literacki w stopniu równym gwarom podhalańskim<sup>3</sup>. Najbardziej znany pisarz, który wprowadził Śląsk do literatury, Gustaw Morcinek, nie odgrywa w literaturze polskiej roli porównywalnej z Kasprowiczem czy Przerwą-Tetmajerem.

Zjawiskom kultury Górnego Śląska często towarzyszyło piwo:

B: dobra / a powjedz mi / jak Ślązacy na psyklat / czy mają jakiś taki /  
specyficznie zabawy / takie kturę lubją najbardziej / kturę są charakter-  
ystyczne tu na Śląsku / czego nie ma w innych częściach Polski

C: Ślónzoki lubjóm pić piwo

C: 40-letni Ślązak

---

<sup>3</sup> Zob. np.: „Do uzyskania przez nią wysokiego prestiżu przyczynił się w zasadniczy sposób zachwyty, jakim najwybitniejsi polscy artyści darzyli język i kulturę Podhalan. Przejmowali oni różne elementy tej kultury i wprowadzali je do swoich dzieł literackich, plastycznych i muzycznych. Spisywano bajki góralskie, stosowano stylizacje w utworach literackich, starając się wiernie zachować cechy gwarowe” (Reichan 1999, 266).

W: normalnie po chopsku no i nikiedy takie kawalki lecóm tyż nó bo lecóm no / nó i kóniec

B: a to wjadómo nie

W: no / czym wyjnecyj piwa tym lepsze kawalki lecóm

W: 40-letni Ślązak, górnik

Źródła umiłowania piwa być może należy upatrywać w bliskości kulturalnej z Niemcami. W granicach państwa niemieckiego Górny Śląsk funkcjonował wiele lat. Z tego powodu wielu, wypowiadając się o współczesnym obrazie kultury, piwo ocenia negatywnie, pragnąc je wymieść z mapy zjawisk kulturowych Górnego Śląska. Gorącym orędownikiem wzniesienia się ponad „krupnioki i piwo” był zawsze Michał Smolorz w swoich felietonach w „Dzienniku Zachodnim”. Taką potępiającą wymowę ma też pytanie Marka Bastera, prowadzącego rozmowę z ks. Jerzym Szymikiem:

Oprócz tego, co podaje na tacy kultura masowa – krupnioków, piwa i rubasznego humoru – jakie wartości śląskie mogą być w Polsce atrakcyjne?

*Akropol śląski*

Zadziwiające jest potępienie, w oczach wielu wypowiadających się na temat Śląska, właśnie piwa i krupnioków. Niechęć do piwa łatwiej jest wytłumaczalna. Polska nie należy do państw z rozwiniętą kulturą picia piwa. Wcześniej kwalifikowana do krajów z popularnymi napojami wysokoprocentowymi, dziś – poprzez swoje elity – skłania się raczej ku kulturze winnej, choć, oczywiście, zwolennicy picia piwa nie stanowią małej grupy. Nie dziwi ten niechętny stosunek, wypływający najprawdopodobniej z czasów minionych, gdzie picie piwa utożsamiane często było z najniższymi warstwami i przysłowiową „budką z piwem”. „Budka z piwem” stała się synonimem najniższych instynktów i najgorszych zachowań. Jako rodem „spod budki z piwem” określano czyjeś wulgarne, nieprzyzwoite zachowania i słowa.

Natomiast krupnioki są jedną z tradycyjnych potraw śląskich, nieznaną w innych regionach. Wiele osób jest zwolennikami wprowadzenia do kuchni europejskiej opatentowanych oscypków (traktowanych jako symbol kulinarny Podhala), można by więc oczekiwać podobnego potraktowania śląskich krupnioków. Najlepiej smakują one z piwem, są łatwe w przyrządzaniu, dlatego też stały się kulinarnym ośrodkiem śląskich imprez masowych (autentycznych, półautentycznych i stylizowanych). Stanowią nieodłączny element kulinarnej części śląskiego folkloru:

Czy ten pachnący piwem i krupniokiem, zarazem wiejski i wielko-przemysłowy świeatek mógł się podobać mojemu ojcu i jego galicyjsko-urzędniczo-poszlacheckiej rodzinie? Owszem mógł, ale tak jak podoba się folklor, oglądany laskawie i pobłażliwie – bo z góry (Nawarecki 1997, 25).

Krupniok jako wyraz i jako desygnat tegoż wyrazu stał się śląskim wkładem w polszczyznę i w polską kuchnię (regionalną)<sup>4</sup>.

Stereotypowy Ślązak lubi *gadać wice* i *uchać wiców*.

Są one związane ze wskazanym w wyżej cytowanej wypowiedzi „rubasznym humorem”. I tu znów większość jest skłonna cenić i doceniać dowcipy góralskie i góralski typ humoru, ocena taka często nie dotyczy jednak Śląska. Część osób na Śląsku utyskuje nad obrazem regionu, wytworzonym w odbiorcach właśnie poprzez śląski dowcip. Śląski dowcip jest rubaszny, bo rubasznym można nazwać każdy w zasadzie typ dowcipu ludowego. W przypadku śląskich „wiców” pewnie dodatkowym czynnikiem powodującym odbiór ich jako bardziej grubiańskich jest odczucie samej gwary jako bardziej grubiańskiej:

Jesteśmy bardziej mrukliwi, mniej wykształceni, nasz dialekt jest brzmieniowo bardziej toporny.

*Śląsk a sprawa górola*

Jeśli wszak wziąć pod uwagę słownictwo i jego znaczenia, należy stwierdzić, że śląski dowcip – owszem – można nazwać rubasznym (co zresztą z dawien dawna jest cechą polskiego dowcipu), ale nie ma w nim wulgarności czy drastycznej obsceniczności. I to nie tylko dlatego, że jak mówi Kazimierz Kutz:

rzeczy obsceniczne mówione gwarą są delikatniejsze, bardziej metaforyczne, mniej wulgarne i dosłowne. Różewicz, który spędził na Śląsku pół życia i ma znakomity słuch językowy, posługuje się gwarą, by dosłowność wziąć w cudzysłów

*Cały jestem z gwary*

Gwara Górnego Śląska nie zawiera właściwie rodzimych przekleństw. Rubasznosci nie można zatem utożsamiać z grubiaństwem, wulgarnością, obscenicznością. Dowcipy góralskie cenione są wysoko, choć cielesności

<sup>4</sup> Zob. np. Hanna Szymanderska: *Kuchnia polska. Potrawy regionalne*. Warszawa 2004.

i erotyczności w nich co najmniej tyle samo, co w śląskich *wicach*. Dlatego ów po raz kolejny ujawniający się śląski kompleks (który dochodzi do głosu także w obawach przed zbytnim kojarzeniem kultury śląskiej z krupniokami i piwem) należy próbować przezwyciężyć. Takich prób jest coraz więcej, pojawiają się stanowiska akceptujące promocyjną rolę dowcipów-wiców opowiadanych po śląsku (których pierwszymi dobrze znanymi propagatorami byli występujący w radiu członkowie Klubu Masztalskich):

Nie mam większych zastrzeżeń do obrazków typu Ecik i krupnioki – pewna ludyczność jest cechą naszej kultury. No i dobrze.

*Akropol Śląski*

– I znów w całej Polsce nasz region będzie się kojarzył tylko ze śląskimi dowcipami.

– Nie wiem, jak Pan, ale ja lepszych dowcipów niż śląskie nie znam.

*Ze śląskim bez przesady*

*Śląska gwara. Język szacowny i dowcipny.*

tytuł artykułu Jolanty Tambor, „Śląsk” 1996, nr 5, s. 54–55

i w pewnym momencie tam fszed i tam byli właśnie Masztalskich nadali i mjyllandy sobóm takie typowo Ecik i tam to i ón mi powjedziol Hyniek jak ci sie to podoba ta godka // jo godóm normalnie jak na Ślónsku // ale to niy pasuje do radia // jo godóm to suchej wyciep go i kup sie polski radio // może bydzie tam inaczy godać / ale mje to odpowjado // bo to jes wesolo / bez polityki / kawaly lecóm

60-letni emerytowany pracownik kopalni, Ślązak

Podsumowując, trzeba stwierdzić, że stereotypy nie stanowią stałego i niezmiennego zestawu cech (zob. np. Niewiara 2000). Zależą od wielu czynników: odległości przestrzennej, typu grupy, różnych warunków zewnętrznych. Zmieniają się w czasie. Przemianom ulegają też autostereotypy. Stereotypy wykazują zależność od potrzeb i celów grupy, która je wytwarza.

Nie są to jednak zmiany skokowe, nie następują szybko. Stereotyp zawiera utrwalone sądy. Można je więc podzielić na bardziej i mniej trwale, czy – inaczej –

na statyczne, konserwatywne, czyli takie, które trwają w świadomości społecznej od dłuższego czasu, nawet zmieniając siłę przekonania, oraz na dynamiczne, pojawiające się i zanikające w krótkich okre-

sach czasu niezależnie od zasięgu ich rozpowszechnienia (Awdziejew 1998, 56).

Przeгляд sądów stereotypowych na Górnym Śląsku prowadzi do wniosku, że do dynamicznych stereotypów zaliczyć można by związki z niemieckością z jednej strony (sądy takie nie pojawiły się w ogóle w grupie osób poniżej 50 roku życia, a u 20-, 30-latków wywołują zdziwienie), a pyszałkowatość i zarozumialstwo (przejawiające się w stosunku do obcych, w podkreślaniu pozytywnych cech przysługujących jakoby tylko Ślązakom i podnoszeniu swych zdolności językowych) z drugiej. Tej cechy nie spotykało się jeszcze 30 lat temu (Lubaś 1978, 1980). W stereotypie dynamicznym znalazły się więc cechy wartościowane negatywnie. W statycznym z kolei są cechy pozytywne: pracowitość, czystość, religijność, rodzinność, gościnność.

Można tu zaryzykować twierdzenie, że i stereotyp statyczny, i dynamiczny (w wersji stereotypowej i autostereotypowej) wynika ze śląskiego kompleksu. Z kompleksu, który kompensowany jest pewnym przewartościowaniem, zbyt częstym powtarzaniem stereotypowych sądów dodatnich. One mają wzmocnić poczucie własnej wartości nadszarpięte przez lata krzywdy: często realnej, czasem urojonej. Konkludując: to poczucie śląskiej krzywdy, pamięć niezabliźnionych ran, peryferyjność w ramach każdego kolejnego państwa-właściciela Śląska jest centrum kształtowania się (auto)stereotypu.

Stereotypy znajdują swe odzwierciedlenie w języku. W przypadku Górnego Śląska jest to obraz dwojaki. Z jednej strony poprzez sam fakt używania odmiany językowej nieogólnej (a piętnowanej do lat 80. ubiegłego wieku) wzmocniło się wiele autostereotypów: poczucie śląskiej krzywdy, gapowatość itp. Z drugiej, stereotypy, a właściwie negatywne składniki stereotypów, szczególnie obrazujące opozycję swój-obcy, opatrzone są często operatorem metatekstowym: *tak zwany* itp. lub komentarzem słownym, w którym wypowiadający odcina się od przytaczanego sądu.

Stereotyp Ślązaka nie doczekał się usankcjonowania w powiedzeniach czy przysłowiach. Nie mówi się: „...jak Ślązak”, a jednak nazwa mieszkańca Śląska natychmiast jest kojarzona przez większość rozmówców ze śląskim dialektem (gwarą, językiem, mową), zawodem górniczym oraz pracowitością, czystością, religijnością czy rodzinnością. Możliwość wyodrębnienia cech stereotypowych z wypowiedzi, nawet gdy nie mają one charakteru utartych formuł, jest wystarczającym powodem, by uznać owe cechy za stereotypy kulturowo-językowe. I wreszcie należy wskazać na wysoką pozy-



cję, jaką odmienną mowie Ślązaków przypisują oni sami i nie-Ślązacy w hierarchii cech stereotypowych.

### Literatura

- Akropol Śląski*. Z ks. prof. Jerzym Szymikiem rozmawia Marek Baster. „Gazeta Wyborcza. Magazynek Śląski” 25 V 2001.
- Awdziejew A., 1998, *Standardy semantyczne a znaczenia leksykalne*, w: Anusiewicz J., Bartmiński J., red., *Język a Kultura*, t. 12, *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne*, Wrocław, s. 53–62.
- Cały jestem z gwary*. Z Kazimierzem Kutzem rozmawia Aleksandra Klich. „Gazeta Wyborcza. Magazynek Śląski” 2 II 2001.
- Historie rodzin na Górnym Śląsku* (publikacja zawiera wyróżnione prace nadesłane na konkurs „Historie rodzin na Górnym Śląsku”, zorganizowany przez Dom Współpracy Polsko-Niemieckiej, Fundację Roberta Boscha i Fundację Współpracy Polsko-Niemieckiej), 2001, Gliwice.
- Łęki nasze rozstomajcie. Czego się baliśmy w XX wieku*. „Dziennik Zachodni” 30 XII 2000.
- Lubaś W., red., 1978, 1980, *Teksty języka mówionego mieszkańców miast Górnego Śląska i Zagłębia*, t. 1–2, Katowice.
- Nawarecki A., 1997, *Pod kłopsztańgą*, w: Głogowski T., Kisiel M., red., *Śląsk inaczej*, Katowice, s. 19–27.
- Niewiara A., 2000, *Wyobrażenia o narodach w pamiętnikach i dziennikach z XV–XIX wieku*, Katowice.
- Reichan J., 1999, *Gwary polskie w końcu XX w.*, w: Pisarek W., red., *Polszczyzna 2000. Orodzie o stanie języka na przełomie tysiącleci*, Kraków.
- Śląsk – Łabaj M.S., b.r., *Śląsk – świadectwo czasu*, Chorzów.
- Śląsk a sprawa gorola*. Z ks. prof. Jerzym Szymikiem rozmawia Przemysław Kucharczyk. „Gazeta Wyborcza. Gazeta w Katowicach” 21 XI 1997.
- Teksty – Tambor J., red., 2002, *Gwara śląska – świadectwo kultury, narzędzie komunikacji. Teksty*, Katowice.
- Wódcz K., red., 1993, *„Swoi” i „obyj” na Górnym Śląsku. Z problematyki stosunków etnicznych*. Katowice.
- Ze śląskim bez przesady*. Z Piotrem Uszokiem rozmawia Bartosz T. Wieliński. „Gazeta Wyborcza. Magazynek Śląski” 9 III 2001.



# Polacy w oczach innych



KRIS VAN HEUCKELOM  
Leuven

## Złodzieje i złote rączki. Polskie stereotypy w Niderlandach

Jak wynika z bardzo niewielu prac poświęconych kontaktom polsko-belgijskim i polsko-holenderskim, tradycja tych kontaktów sięga dawnych wieków<sup>1</sup>. Długowieczny charakter związków między terenami obecnej Belgii i Holandii a Polską nie oznacza jednak, że kontakty te zawsze były przyjazne i przelożyły się na skryształizowany i jednoznaczny wizerunek Polaków<sup>2</sup>. Wielce znamienny jest fakt, że Polska jako kraj przez bardzo długi czas pozostawała wielką niewiadomą dla wielu mieszkańców Belgii i Holandii<sup>3</sup>. Ten deficyt gruntownej i zrównoważonej wiedzy o Polsce i jej mieszkańcach znajduje swoje odzwierciedlenie w różnych (przeważnie negatywnych) stereotypach, którymi posilkują się mieszkańcy Belgii i Holandii w stosunku do

---

<sup>1</sup> Nieliczne dotychczasowe badania źródłowe przeprowadzone w tym zakresie ukazują, że związki historyczne między Niderlandami (czyli Belgią i Holandią) a Polską datują się od czasów średniowiecznych i że miały one wymiar zarówno handlowy i gospodarczy, jak i naukowy i kulturowy. Zob. na ten temat Styk 1999; Thijssen 2003; Leska-Ślęzak 2003.

<sup>2</sup> W artykule tym, toponim „Niderlandy” odnosi się do historycznego regionu, który składa się z terenów obecnej Belgii, Holandii i Luksemburga. Ziemie te zostały połączone ze sobą w późnym średniowieczu i zostały podzielone pod koniec XVI w., kiedy północne Niderlandy uzyskały niepodległość, a południowa część pozostała przy Hiszpanii. Po ponownym połączeniu na początku XIX w. Królestwo Zjednoczonych Niderlandów znowu rozpadło w r. 1830, wskutek rewolucji belgijskiej. Północne Niderlandy przyjęły wówczas kształt obecnej Holandii, podczas gdy południowa część przekształciła się w Królestwo Belgii.

<sup>3</sup> J. Koch zauważył w związku z tym, że „mimo istnienia intensywnych związków handlowych, peregrynacji artystycznych i naukowych oraz fal osiedleńczych, kontakty polsko-niderlandzkie cechował wysoki stopień obopólnej niewrażliwości na swoistość narodową kultury i literatury” (Koch 2000, 35).

swoich środkowo-europejskich sąsiadów<sup>4</sup>. Celem niniejszego artykułu jest zatem ukazanie kilku zasadniczych elementów, jakie charakteryzują historyczny rozwój wizerunku Polski i Polaków w Niderlandach.

Ogólnie mówiąc, funkcjonowanie stereotypów narodowych w danym społeczeństwie da się zbadać z dwóch perspektyw metodologicznych. Z jednej strony, można przeprowadzić badania o charakterze statystycznym (np. na podstawie badań ankietowych), które pozwalają określić w miarę „obiektywnie”, jak dana narodowość postrzega przedstawiciele innych narodowości<sup>5</sup>. Z drugiej strony, stereotypy i uprzedzenia narodowe można sprawdzić w badaniach tzw. „imagologicznych”, które skupiają się na różnorodnym zbiorze źródeł (zarówno materiałów artystycznych, jak i nieartystycznych) jako odzwierciedleniu różnych stereotypów narodowych funkcjonujących w świadomości społecznej (zob. na ten temat Beller, Leerssen, ed. 2007). Ze względu na brak szczegółowych i systematycznych badań statystycznych dotyczących stereotypów polskich w Niderlandach, niniejszy artykuł nawiązuje raczej do drugiego (imagologicznego) typu badań, opierając się na różnorodnej dokumentacji literackiej i medialnej.

Słownikowa definicja pojęcia „stereotyp” mówi, iż jest to

funkcjonujący w świadomości społecznej skrótowy, uproszczony i zabarwiony wartościująco obraz rzeczywistości odnoszący się do rzeczy, osób, grup społecznych, instytucji itp., często oparty na niepełnej lub fałszywej wiedzy o świecie, utrwalony jednak przez tradycję i z trudem ulegający zmianom (USJP).

Pisząc o tzw. stereotypach narodowych, trzeba wziąć pod uwagę fakt, że żadna społeczność, w gruncie rzeczy, nie może obyć się bez uprzedzeń dotyczących innych narodowości czy też innych grup etnicznych. Z jednej strony, owa tendencja do stereotypizacji wiąże się z ludzką skłonnością do uogólnienia i uproszczenia wiedzy o otaczającej rzeczywistości (zob. Lippmann 1922). Z drugiej strony, mechanizmy (auto)stereotypizacji odgrywają kluczową rolę w procesie ukształtowania się tożsamości ludzkiej jednostki oraz poszczególnych grup społecznych (zob. Gerrits, Adler, ed. 1995).

---

<sup>4</sup> Jak się zdaje, Niderlandy nie odbiegają pod tym względem od innych krajów europejskich. Zob. na ten temat Wandycz 1995, 5–23. Obszerną bibliografię dotyczącą polskich (auto)stereotypów podają A. Gerrits i J. Leerssen pod hasłem „Poles” (Gerrits, Leerssen 2007).

<sup>5</sup> Zob. Klineberg 1951. Skromnym (polonistycznym) przykładem takiego podejścia kwantytatywnego jest artykuł poświęcony wizerunkowi Polski wśród szwedzkich studentów. Zob. Liselning-Nilsson 2003.

Nie oznacza to jednak, że takie skrótowe wyobrażenia o przedstawicielach innych narodów mają charakter sztywny i niezmienny. Ulegają one zróżnicowaniu zarówno pod względem synchronicznym, jak i diachronicznym. Tak na przykład aktualny obraz publiczny Polski i Polaków na terenie Niderlandów niewątpliwie przedstawia się inaczej w zależności od warstwy społecznej, kategorii wiekowej, środowiska zawodowego i miejsca zamieszkania sondowanych osób. Z jednej strony, mamy zatem do czynienia ze stereotypami o zasięgu ogólnokrajowym (a więc stereotypami, które są najbardziej „prototypowe”), z drugiej zaś strony, zdarzają się stereotypy o charakterze bardziej lokalnym i środowiskowym. Jeszcze bardziej komplikuje się sprawa, kiedy doda się do tych różnych wariacji „przestrzennych” (geograficznych i socjologicznych) wymiar diachroniczny, jakiemu podlega proces stereotypizacji.

Badając wizerunek Polski w Niderlandach z diachronicznego punktu widzenia, trzeba najpierw wziąć pod uwagę fakt, że najstarsze materiały, jakie posiadamy w tym zakresie, wyrażają raczej punkt widzenia tzw. elit, to znaczy władców i dyplomatów, uczonych, artystów oraz innych twórców kultury i nauki. Mało jest natomiast świadectw i relacji, które mówią o obrazie publicznym Polski i jej mieszkańców wśród (bardziej) „prostych” ludzi<sup>6</sup>. Tak na przykład znana wypowiedź „Polonia mea est” („Polska jest moja”), w której słynny humanista Erazm z Rotterdamu deklarował swoją sympatię i szacunek dla swoich polskich przyjaciół i wielbicieli, świadczy wyłącznie o wizerunku Polski, jaki cechował wyższe warstwy społeczeństwa<sup>7</sup>. W nieco późniejszych czasach podobne życliwe „echa polskie” znajdujemy także w twórczości północnoniderlandzkiego poety i dramaturga Joosta van den Vondela (który był świadkiem jednej z europejskich podróży polskiego króla Władysława IV). Z badań dotyczących tematyki polskiej w literaturze niderlandzkójzycznej jednocześnie wynika, że w XVII i XVIII wieku w północnoniderlandzkich repertuarach teatralnych popularne były sztuki, których akcja rozgrywała się w takich mniej lub bardziej egzotycznych miejscach jak Polska (zob. Vriesema 1988). Jako przykład mogą służyć regularnie inscenizowane dramaty, takie jak *Sigismundus, prince van Polen* (*Zygmunt, książę Polski*) i *Wenseslaus, koning van Polen* (*Wacław, król Polski*). Fakt, że sztuki te nie opie-

---

<sup>6</sup> Lukę tę do pewnego stopnia wypełniają nieliczne siedemnastowieczne i osiemnastowieczne dzienniki podróży opisujące wrażenia i przygody Niderlandczyków w czasie podróży po Polsce. Zob. na ten temat Devinck 2006.

<sup>7</sup> O kontaktach kulturowych polsko-niderlandzkich w dobie renesansu i baroku obszernie pisał Andrzej Borowski (zob. np. Borowski 1977; Borowski 1999).

rają się na faktach historycznych, sugeruje, że toponim „Polska” funkcjonował wtedy raczej jako puste pojęcie, które można było wypełniać dowolnymi treściami.

W sytuacji tej niezmiernie cennych informacji o stereotypach w dawnych czasach dostarczają przedstawienia stereotypowe, które utrwaliły się w języku. Ciekawy jest na przykład fakt, że – tak jak podaje wielki słownik języka niderlandzkiego Van Dale – niderlandzki przymiotnik „Pools” („polski”) ma bardzo szczególne znaczenie. Oznacza on nie tylko „dotyczący Polski lub Polaków, pochodzący z Polski, taki jak w Polsce”, ale także „dziwny, chaotyczny”. Z tym specyficznym znaczeniem wiążą się takie znamienne zlekasykalizowane stereotypy jak: „het ging er Pools toe” („rzeczy się potoczyły tam w sposób polski”, tzn. w sposób chaotyczny) i „een Poolse landdag” („polski parlament”, w znaczeniu ‘hałaśliwego i chaotycznego zebrania’)<sup>8</sup>. Trudno jest dochodzić, w którym wieku przysłowia te weszły w użycie, ale nie ulega wątpliwości, że ich treść została zainspirowana przez kryzysową sytuację, w której znajdowała się Polska w XVII i XVIII wieku. Umocniły one obraz Polski jako kraju nieustannych kłótni i konfliktów<sup>9</sup>. Stereotyp ten potwierdza się w jednej z niewielu wypowiedzi na temat Polski znalezionych w XVIII-wiecznych czasopiśmie niderlandzkich, mianowicie w redagowanym przez Jakoba Campo Weyermana czasopiśmie satyrycznym „Den Ontleeder der Gebreeken” („Wykrywacz wad”)<sup>10</sup>. W maju 1724 r. Weyerman przytoczył dosyć obszerny komentarz na temat Polski i Polaków. Twierdził m.in., że na posiedzeniu polskiego sejmu „zużywa się więcej pistoletów, szabl, rąk i nóg niż zjada się słodkich ciasteczek na jarmarku w Bredzie”. Do tego jeszcze dodał znamieny komentarz na temat religijności Polaków: „Poza tym, Polak jest przywiązany do swojej religii, pości on często w środy, piątki oraz soboty, ale jednocześnie, w te same dni, bawi się szablą, w pełni pijany i uchłany”. Utrzymane w tym samym duchu są wypowiedzi Weyermana na temat polskich chłopów i dam. Widać więc, że już w tamtych czasach słowa „Polska” i „Polak” wywoływały wyraźne (raczej negatywne)

---

<sup>8</sup> Język niderlandzki nie jest w tym odosobniony, skoro podobne zwroty występują również w innych językach europejskich (np. „polsk riksdag” w języku szwedzkim).

<sup>9</sup> W późniejszych czasach, już po rozbiorach, do wyżej wspomnianych polskich przysłów doszło jeszcze powiedzenie „Nog is Polen niet verloren” („Jeszcze Polska nie zginęła”), które miało oznaczać, że „wciąż jest nadzieja”. Trzeba jednak zaznaczyć, że wymienione zwroty obecnie są bardzo rzadko używane i należą raczej do tzw. martwych frazeologizmów, aczkolwiek wciąż znajdują się w słownikach.

<sup>10</sup> Zob. „Den Ontleeder der Gebreeken”. Amsterdam 1724–1726, s. 257–260.



skojarzenia, zarówno o charakterze obyczajowym, jak i o charakterze religijnym.

Nie ulega wątpliwości, że na początku XIX w. w Europie nastąpiła nowa era wiedzy o Polsce<sup>11</sup>. Był to – nie tylko zresztą w Niderlandach – okres rosnącego zainteresowania tragicznymi losami Polski oraz jej mieszkańców. Doprowadziła do tego nie tylko kwestia polskich rozbiorów, ale także zacięta walka o niepodległość, która – szczególnie w okresie powstań i następujących po nich fal emigracyjnych – wywoływała wiele rozmaitych reakcji i dyskusji na kontynencie europejskim. To wówczas stereotyp Polaka – wiecznego klótnika ustąpił miejsca obrazowi Polaka powstańca i wygnańca. Świadczą o tym na przykład takie propolskie zjawiska jak *Polenfreundschaft* i *Polenfreundevereine* zainicjowane przez Niemców z okazji powstania listopadowego i jego stłumienia (zob. Barańska, Matwiejczak, Ziólek, red. 2001). Podobne inicjatywy powstały również we Francji i – w mniejszym stopniu – w Anglii. Jak wynika z badań historycznych, Niderlandy były podzielone wobec zmagania wolnościowych Polaków. W stosunku Belgów do „sprawy polskiej” dominowała raczej sympatia ze względu na to, że Belgowie sami walczyli o niepodległość (z królem holenderskim) i postrzegali Polaków jako sojuszników (zob. Vandersteene 2000). Holendrzy natomiast skłonni byli poprzeć rosyjską politykę wobec Polski nie tylko ze względu na szczególnie paralele z sytuacją polityczną w Niderlandach, ale także ze względu na ścisłe związki rodzinne między dynastią holenderską a dynastią Romanowów. Doprowadziło to wśród Holendrów do swojego rodzaju „polonofobii”, szczególnie w wypowiedziach politycznych i komentarzach prasowych (zob. Godderis 2007). Poza tym, negatywne uczucia do polskich dążeń wolnościowych do pewnego stopnia znalazły także wyraz w niektórych XIX-wiecznych niderlandzkich utworach literackich. W okresie 1830–1845, czyli w pierwszej dekadzie po powstaniu listopadowym, ukazała się w północnych Niderlandach niejedna powieść, której akcja rozgrywała się w Polsce. W większości przypadków bohaterowie tych utworów nie są przedstawieni w sposób całkiem negatywny (zasługują na sympatię czytelników, skoro są uwikłani w tragiczne losy swojego kraju), ale znamienne jest to, że niemal wszystkie te historie rozgrywają się na tle nieustannych wojen i konfliktów (Godderis 2007). Przeważa więc w nich obraz Polski jako miejsca klęsk i nieszczęść.

---

<sup>11</sup> To właśnie w tym okresie zaczęły się ukazywać pierwsze przekłady literatury polskiej w języku niderlandzkim. Zob. na ten temat Van Heuckelom 2003.

W drugiej połowie XIX w. Polska nie przestała inspirować i poruszać wyobraźni pisarzy niderlandzkojęzycznych. Stopniowo jednak północnoniderlandzka „polonofobia” dezaktualizowała się, także na płaszczyźnie literackiej. Kilka lat po powstaniu styczniowym ukazała się historyczna powieść dla młodzieży *De Poolse ballingen (Polscy wygnañcy)* napisana przez D.H. Meijera. Jej autor nie tylko oskarżył kraje europejskie o brak zainteresowania losami Polski, ale także z wielką empatią przedstawił ciężkie życie polskich bohaterów, którzy wyróżniają się męstwem i szlachetnością (Godderis 2007). Równie ciekawe jest to, że dziewiętnastowieczna tematyka polska powraca także w utworach literackich napisanych przez niderlandzkojęzycznych Belgów. Początkowo Polska funkcjonowała tu jako sojusznik w walce Belgów przeciwko Holendrom, ale po uzyskaniu niepodległości stała się także ważnym punktem odniesienia dla tych (niderlandzkojęzycznych) Belgów, którzy walczyli o równouprawnienie w zdominowanym przez frankofonów państwie belgijskim. Świadczy o tym m.in. flamandzki dramat Albrechta Rodenbacha *De studenten van Warschau (Studenci Warszawy)*. Przedstawieni w nich warszawscy studenci są zmuszani do posługiwania się językiem rosyjskiego okupanta, a więc sytuacja w rosyjskim zaborze stanowi alegorię sytuacji flamandzkich studentów przymuszanych przez państwo belgijskie do nauki w języku francuskim.

W późniejszych czasach, czyli już po odzyskaniu niepodległości przez Polaków, znaczny wpływ na wizerunek Polski w Niderlandach zaczęła wywierać również obecność polskich emigrantów na terenach Belgii i Holandii. Najbardziej znany przykład tematyki polskiej w literaturze międzywojennej i wojennej to książki czołowego flamandzkiego pisarza Willema Elsschota, mianowicie jego autobiograficzny dyptyk powieściowy *Tsjip* (1933) i *De leeuventemmer (Poskramiacz lwów, 1939)*<sup>12</sup>. Książki te opisują m.in. ślub (i potem rozwód) córki pisarza z Polakiem, który ukończył studia w Antwerpii, oraz podróż bohaterki do Polski tuż przed wybuchem drugiej wojny światowej, w celu odzyskania syna (pierwszego wnuka pisarza) porwanego przez byłego męża. Wnuk ten, który w rzeczywistości nazywał się Jan Maniewski, odgrywa kluczową rolę w obu nowelach. Znamienne jest to, że w opisie okoliczności porwania swojego wnuka Elsschot nawiązuje do tradycyjnego wizerunku Polski jako kraju katolickiego: ojciec zabiera swoje dziecko, ponieważ chce mu zapewnić dobre katolickie wychowanie (co by było niemożliwe gdyby zostawił dziecko w Belgii u niewierzących teściów!).

---

<sup>12</sup> Obie książki zostały przetłumaczone na język polski. Zob. Elsschot 2007.

Nie powinien chyba dziwić fakt, że stereotyp Polski jako niebezpiecznego miejsca trawionego przez konflikty i klęski powraca także w powojennej literaturze niderlandzkiej, aczkolwiek ze względu na doświadczenie holokautu negatywy te nabierają nieco innego wymiaru. Sam fakt, że w ciągu kilku powojennych dekad ukazało się po niderlandzku kilka książek i powieści, które już w tytule nawiązują do Polski, wskazuje na to, że tematyka polska zyskała jeszcze na znaczeniu w powojennej literaturze niderlandzkiej<sup>13</sup>. Nie jest chyba też przypadkiem, że znaczną część tych „polskich” książek wydano w latach osiemdziesiątych. To właśnie wtedy w stosunkach polsko-niderlandzkich nastąpiła nowa faza. Wprowadzenie stanu wojennego spowodowało szeroką społeczną mobilizację solidarności z Polakami. Wielu Belgów i Holendrów zaangażowało się wtedy w „sprawę polską”, organizując konwoje pomocy humanitarnej oraz wysyłając paczki adresowane do Polski. Najbardziej znanymi wśród Belgów i Holendrów reprezentantami polskiego narodu byli wówczas Lech Wałęsa i Jan Paweł II. Równocześnie jednak należy zwrócić szczególną uwagę na fakt, że w tym samym okresie coraz bardziej się pogłębiał dystans (nie tyle fizyczny, ile mentalny) w kontaktach polsko-niderlandzkich. Z biegiem czasu, wskutek powojennej sowietyzacji Polski, przestała ona być postrzegana jako kraj, który ma wspólne dziedzictwo z Europą Zachodnią, i zaczęła być odbierana jako nierozłączna część tzw. bloku wschodniego. Aczkolwiek przedstawienie Polski jako ponurego państwa komunistycznego, leżącego gdzieś na peryferiach Europy, jest teraz, co prawda, jedynie reliktem zimnej wojny, wizerunek ten jest, jak zobaczymy dalej, wciąż bardzo trudny do przezwyciężenia.

Po upadku komunizmu zarysowują się dwie tendencje co do wizerunku Polski i Polaków w Belgii i w Holandii. Z jednej strony, utrzymują się te stereotypy, które gościły w niderlandzkim imaginariu od dłuższego czasu, takie jak wcześniej wspomniane skojarzenia alkoholowe i religijne. Z drugiej zaś strony, do tych klasycznych stereotypów dochodzą różne nowe wyobrażenia, które wiążą się z różnymi procesami socjologicznymi, gospodarczymi i politycznymi zaistniałymi po zniesieniu żelaznej kurtyny. Jedno z najważniejszych zjawisk to niewątpliwie masowy napływ polskiej siły roboczej do Belgii i Holandii w ostatnich dwóch dekadach. Polska emigracja zarobkowa nie jest, rzecz jasna, nowym fenomenem ani w Belgii, ani w Ho-

---

<sup>13</sup> Chodzi o takie książki jak: J. Vandeloo, *Een mannetje uit Polen (Człowieczek z Polski, 1965)*; J.W. Schulte, *Pools dagboek (Polski dziennik, 1967)*; J. Ritzerfeld, *De Poolse vlecht (Polski markoczyk, 1982)*; *De Poolse weg (Polska droga, Noud Bles, 1990)*; F. Auwera, *De katten van Krakau (Koty Krakowa, 1997)*.

landii, ponieważ poprzedziło ją wiele fal emigracyjnych, zarówno politycznych, jak i ekonomicznych (tak na przykład w okresie międzywojennym wielu górników polskich osiedliło się w Limburgii, przy granicy belgijsko-holenderskiej). Najnowsze fale emigracyjne są jednak o wiele większe i bardziej rzucają się w oczy niż poprzednie. Tak na przykład w Belgii według źródeł oficjalnych w tej chwili przebywa ok. 30 tysięcy Polaków, ale ze względu na fakt, że wielu Polaków przebywa tu nieoficjalnie, szacuje się, że ta liczba jest w rzeczywistości trzy razy większa.

Wiele wskazuje na to, że to szczególnie w ostatnich latach wizerunek Polaków w dużej mierze kształtował się przez nieustający napływ siły roboczej<sup>14</sup>. Jest to najbardziej widoczne w mediach, w których często zdarzają się (zwykle mocno stereotypowe) odniesienia do Polaków jako budowlańców i sprzątaczek<sup>15</sup>. Z jednej strony, fenomen ten jest odbierany negatywnie, skoro ludzie mają wrażenie, że Polacy zalewają nasz rynek pracy i odbierają pracę miejscowym ludziom (tym bardziej, że pracują za niższe stawki i często na czarno). Z drugiej zaś strony, trudno zaprzeczyć, że to sami Belgowie i Holendrzy zatrudniający Polaków ponoszą odpowiedzialność za ten stan rzeczy. Poza tym, trzeba zaznaczyć, że polscy robotnicy są na ogół bardzo cenieni ze względu na swoje dobre kwalifikacje i wydajność pracy<sup>16</sup>.

---

<sup>14</sup> Jest to fenomen, który chyba dotyczy nie tylko Niderlandów. Znamienne jest to, że w ciągu ostatnich dekad w wielu krajach europejskich nakręcono filmy fabularne, w których polska emigracja zarobkowa odgrywa ważną rolę. Chodzi o takie filmy jak *Moonlighting* (J. Skolimowski, Wielka Brytania 1982), *Überall ist es besser, wo wir nicht sind* (M. Klier, Niemcy 1989), *La Ballata dei Lavavetri* (P. Del Monte, Włochy 1998), *De Poolse bruid* (K. Traïdia, Holandia 1998), *Fyra Væckor i Juni* (H. Meyer, Szwecja 2004) oraz *It's a Free World* (K. Loach, Wielka Brytania 2007).

<sup>15</sup> Zob. na ten temat Van Heuckelom 2008. W Holandii najbardziej znany przykład tego zjawiska to piosenka *Een bussie vol met Polen* (*Busik pełny Polaków*) w wykonaniu Johana Vlemmixa en Nola Roosa. Piosenka ta była jednym z największych karnawałowych przebojów w r. 2008. Wykonawcy eksponują, zarówno w tekście, jak i w teledysku, różne stereotypy dotyczące Polski i Polaków. Tekst piosenki brzmi następująco w polskim tłumaczeniu: „Busik, busik / Busik pelen Polaków. / Busik, busik. / Go! Go! Go! / Rano, po południu, późnym wieczorem / Przejżdża po naszej ulicy busik pelen Polaków. / Popatrz jak jadą, skąd przybywają / Gdzie się chowają. / Na roli lub na budowie / Jest im raczej obojętne. / Przyjeżdżają wszyscy po parę groszy i puszkę piwa. / Przyjeżdżają pomagać, po to tutaj są. / Tak, widzisz ich wszędzie, to jest przypadek graniczny. / Są moimi idolami. / Gdziekolwiek stoję lub idę, mogę do nich pomachać. / Taki busik pelen Polaków. / Znowu wynajęli jeden z okolicznych domów. / Wszystkim bardzo miło. / A wieczorem praca skończona / I polkę grają piekielnie głośno”.

<sup>16</sup> Wracając do wspomnianej kwestii stereotypów utrwalonych w języku, warto zauważyć, że mimo braku nowych zleksykalizowanych stereotypów dotyczących Polaków o charakterze

Inny fenomen socjologiczny, który wiąże się z procesem poszerzenia Unii Europejskiej i zniesieniem granic, to wzrost przestępczości spowodowany przez napływ zagranicznych kryminalistów i gangsterów. Nie tylko z doniesień w prasie, ale także z różnych innych źródeł można wnioskować, że jeden z nowych elementów jednoznacznie kojarzonych z polskimi emigrantami to właśnie związki ze światem przestępczym. Trudno nie zauważyć, że w ostatnich latach w niderlandskojęzycznych książkach i serialach kryminalnych coraz częściej występują polscy bandyci<sup>17</sup>. Do tego obrazu często też nawiązują autorzy karykatur rysunkowych publikowanych w prasie. Niewątpliwie kluczowym wydarzeniem była tu głośna sprawa dwóch niepełnoletnich emigrantów z Polski oskarżonych o zabójstwo nastoletniego Belga Joe van Holsbeecka w kwietniu 2006 na dworcu brukselskim (za to, że nie chciał im oddać odtwarzacza plików MP3).

Ciekawe, że ten negatywny wizerunek wylania się nie tylko z programów i seriali telewizyjnych, ale także z czołowych gazet niderlandskojęzycznych. Obszerne badania, których rezultaty zostały przedstawione na międzynarodowej konferencji w Leuven w lutym 2008, ukazują, że w niektórych flamandzkich gazetach roi się od negatywów dotyczących Polski i Polaków<sup>18</sup>. Jak się okazuje, hasła „Pools” i „Polen” występują w tych dziennikach przede wszystkim w dwóch kontekstach, to znaczy w związku z gospodarką i z przestępczością. W obu wypadkach skojarzenia są przeważnie negatywne (tak na przykład przymiotnik „nielegalny” używany jest w stosunku do Polaków pięć razy częściej niż przymiotnik „legalny”). Z tych samych badań także wynika, że nasze media informacyjne mało dbają o dokładność w stosowaniu terminów geograficznych na określenie nowych państw członkowskich Unii Europejskiej i często posługują się terminologią wziętą

---

ogólnokrajowym w niektórych środowiskach można napotykać różnego rodzaju „polskie” zwroty, które wiążą się z fenomenem polskiej emigracji zarobkowej. Ciekawe jest na przykład to, że w określonych sytuacjach słowo „Polak” nie tyle odnosi się do przynależności narodowej, ile do kompetencji technicznych i zawodowych danej osoby: to swojego rodzaju złota rączka, ktoś, kto zna się na wszystkim.

<sup>17</sup> Najbardziej znanym przykładem jest książka *Verminkt (Kaleczony)*, 2004) Patricka De Bruyna, w której dwaj polscy gangsterzy terroryzują belgijską rodzinę. Także w takich popularnych serialach telewizyjnych jak *Flikken (Gliny)* nieraz występują kryminaliści z Polski.

<sup>18</sup> Projekt ten, który nosił tytuł „Gluren bij de nieuwe buren. Een onderzoek naar Poolse immigratie en haar beeld in de Vlaamse dagbladders”, został przeprowadzony przez kilku naukowców i dziennikarzy związanych z Arteveldehogeschool w Gandawie (M. Wolny, T. Vanhove, M. Peirs i P. De Roo). Zob. na ten temat: <http://www.fondspascaldecroos.org/uploads/documentenbank/91e2c6edd9b0dbe323e7d2f14118f327.doc>.

jeszcze z okresu zimnej wojny. Tak na przykład w wielu sytuacjach wciąż jeszcze się pisze o Polsce i jej krajach sąsiednich jako o „bloku wschodnim” (pod tą nazwą znany był tutaj Układ Warszawski). Wśród skojarzeń odnoszących się aktualnie do Polaków są więc także rozmaite wyobrażenia, jakie wywołuje politycznie nacechowany termin „blok wschodni”.

Ogólnie mówiąc, przeważa mniemanie, że są to kraje zacofane i mało cywilizowane (których jest tak dużo, że nawet nie sposób ich rozróżnić!), położone gdzieś na wschodnich peryferiach Europy, gdzie żyje się w dużo gorszych warunkach i gdzie mówi się jakimś dziwnym i niezrozumiałym językiem<sup>19</sup>. Nawiązując do koncepcji Edwarda Saïda i takich studiów, jak *Inventing Eastern Europe* (L. Wolff), *Nesting Orientalisms* (M. Bakić-Hayden), *Imagining the Balkans* (M. Todorova) i *Inventing Ruritania* (V. Goldsworthy), można by zdefiniować ten proces stereotypizacji jako pewnego rodzaju „euro-orientalizm”: Europa Zachodnia kreuje się na jedynego i prawdziwego twórcę europejskiej cywilizacji, w przeciwieństwie do krajów tzw. „dzikiego europejskiego wschodu” (zob. Wolff 1994; Bakić-Hayden 1995; Todorova 1997; Goldsworthy 1998). Poza tym, czytając prasę belgijską, ma się wrażenie, że te kraje „wschodnie” nie są jeszcze traktowane jako pełnowartościowi partnerzy na europejskiej scenie politycznej. Często odmawia się im prawa do odmiennego poglądu, co w wypadku Polski uwidocznia się na przykład w surowej krytyce wobec proamerykańskiej linii wielu polskich polityków oraz twardej postawy polskich negocjatorów na szczytach Unii Europejskiej.

Poza tym, w przekonaniu wielu Belgów i Holendrów Polska pozostaje krajem ultrakatolickim zamieszkanym głównie przez ludzi o konserwatywnych i prawicowych poglądach<sup>20</sup>. Jak wiadomo, Belgia i Holandia są mocno

---

<sup>19</sup> Ciekawe jest to, że owa retoryka zimnowojenna stosowana jest nie tylko wobec problemów w zakresie gospodarki i przestępczości, ale także w obszarze kultury popularnej. Dobrym przykładem są dyskusje, które w ostatnich latach toczyły się wokół Eurowizji. W popularnych mediach i wśród artystów estradowych często słyzy się krytykę, że w ciągu kilkunastu lat festiwal ten stał się imprezą dominowaną przez kraje byłego bloku wschodniego (do takiego stopnia, że nieraz bywa nazywany przez zachodnich estradowców „Festiwałem Bloku Wschodniego”). Ogólnie mówiąc, zarzuca się tym krajom, że zawsze popierają swoich „wschodnioeuropejskich” sąsiadów i przykładają swój styl muzyki do uczestników zachodnich. Spory te pokazują, że wciąż obowiązuje pewna politycznie nacechowana „eurowizja” (w znaczeniu: „wizja Europy”), która ma swoje źródła w czasach zimnowojennych i która dzieli kontynent europejskich na „lepszych” i „gorszych” Europejczyków.

<sup>20</sup> Nie ulega wątpliwości, że do tego wizerunku przyczyniła się także postać Jana Pawła II, którego poglądy w niektórych środowiskach były bardzo negatywnie odbierane, szczególnie w ostatnich latach jego życia.

zlaicyzowanymi krajami, które raczej nie ograniczają swobody wyborów etycznych i które mają dosyć liberalny stosunek do takich spraw jak aborcja, eutanazja, małżeństwa gejowskie i używanie lekkich narkotyków. W kontekście tym dosyć rozpowszechniony jest obraz Polski jako absolutnego zaprzeczenia tych wszystkich „progresywnych” wartości. Polska postrzegana jest jako bastion patriarchalnej tradycji, w którym dużą rolę odgrywa Kościół katolicki i w którym nie przestrzega się swobód obywatelskich i praw mniejszości.

Wskazane uprzedzenia można napotykać nie tylko w materiałach prasowych i medialnych, ale także w beletrystyce i w różnych wytworach kultury popularnej. Jedną z najbardziej głośnych flamandzkich książek ostatniego dziesięciolecia, mianowicie *Het Goddelijke Monster (Boski potwór)* T. Lanoye, jest wnikliwym opisem klimatu politycznego i społecznego, jaki ogarnął Belgię w latach dziewięćdziesiątych<sup>21</sup>. Na samym początku powieści występuje polska sprzątaczką (Zofia), która jest przedstawiana jako intrygantka, która ciągle prosi swoich pracodawców o jałmużny (rzekomo na rzecz swoich biednych rodaków) i która w dodatku uwodzi pana domu<sup>22</sup>. Znamienne jest także to, że w ostatnich latach Polacy (czy raczej „polskie charaktery”) coraz częściej występują w programach telewizyjnych (zob. Van Heuckelom 2008). Tak na przykład w najbardziej znanej flamandzkiej operze mydlanej (emitowanej w telewizji publicznej) od kilku lat występuje polski hydraulik (Waldek Kosiński). Aczkolwiek postaci te nie są wyłącznie negatywne, uderzający jest jednak fakt, że w większości tych programów przeważają negatywne skojarzenia. Najbardziej znamieny przykład to jeden z odcinków flamandzkiego serialu humorystycznego *Willy's & Marjetten*, który był w całości poświęcony małej grupie polskich emigrantów przybyłych do Belgii. Jak się zdaje, pomysłodawcy programu zostali zainspirowani przez różne wątki i mechanizmy stereotypizacji, jakie wykorzystał i wyeksponował Sacha Baron Cohen w swoim głośnym filmie *Borat. Cultural Learnings of America for Make Benefit Glorious Nation of Kazakhstan*. Jedyną różnicą polega

---

<sup>21</sup> Książka jest pierwszą częścią tryptyku powieściowego, który znany jest pod ogólną nazwą *De Monstertrilogie (Trylogia potworna, 1997–2002)*.

<sup>22</sup> Trzeba jednak dodać, że bywają także książki, których podstawowym celem jest przełamanie takich stereotypowych wyobrażeń. Do tej kategorii należy m.in. dorobek literacki flamandzkiego slawisty J. De Boose'a, który od kilkunastu lat występuje w roli pośrednika między Polską a Niderlandami i który stara się przybliżyć Flamandom i Holendrom polską kulturę w jej złożoności i różnorodności, np. w książce *Alle dromen van de wereld. Een sentimentele reis naar Polen (Wszystkie marzenia świata. Sentymentalna podróż do Polski)*.

na tym, że tutaj Polacy (a nie Kazachowie) występują w roli niecywilizowanych przybyszów ze wschodu<sup>23</sup>.

Podsumowując, musimy stwierdzić, że nie ulega wątpliwości, iż w belgijskim i holenderskim obrazie Polski wciąż jest dużo negatywów. Nie wolno jednak zapominać, że przedstawione stereotypy nie wyczerpują tematu i mogą zostać uzupełnione elementami o bardziej lokalnym lub środowiskowym charakterze. Nieco inaczej na pewno przedstawiają się wyobrażenia o Polakach w tych miejscowościach, gdzie na przestrzeni lat osiedliło się wielu polskich emigrantów i gdzie tradycyjnie zawiązywało się wiele mieszanych małżeństw<sup>24</sup>. Poza tym, trzeba pamiętać, że na portret zbiorowy Polaków do pewnego stopnia także wpływają znani Polacy i wybitni przedstawiciele polskiej kultury. Dla osób należących do starszego pokolenia to właśnie takie postacie, jak Jan Paweł II, Lech Wałęsa i Wojciech Jaruzelski przez wiele lat określały ich wyobrażenie o Polsce i Polakach. Melomani i miłośnicy teatru, filmu lub literatury na pewno doceniają dokonania polskich twórców we wszystkich tych dziedzinach. Jeszcze inne zapewne są skojarzenia Belgów i Holendrów, którzy interesują się sportem i którzy znają i doceniają Polaków występujących w ligach zagranicznych. Konkluzja naszych rozważań może być taka, że chyba najmniej podatne na różne stereotypy i uprzedzenia narodowe będą te osoby, które znają Polskę i Polaków z osobistych kontaktów i doświadczeń. To właśnie w ramach takich osobistych kontak-

---

<sup>23</sup> Bywają jednak także inne, bardziej pozytywne podejścia. Najbardziej „nowatorski” pod tym względem jest niewątpliwie flamandzki serial telewizyjny *Katarakt*, którego akcja rozgrywa się w rodzinie limburgskich sadowników. Właściciele firmy chcą podbić polski rynek i w tym celu nawiązują kontakt z polskimi partnerami. Z jednej strony, serial ten potwierdza do pewnego stopnia stereotyp Polaka złodzieja (polscy biznesmeni oszukują swoich belgijskich partnerów), ale z drugiej strony, zrywa z retoryką zimnowojenną w tym sensie, że współpraca, która powstaje między Flamandami a rodziną polskich sadowników, oparta jest na wizji zjednoczonej Europy, składającej się z równych i pełnowartościowych partnerów.

<sup>24</sup> W wypadku Niderlandów są to na przykład te regiony, które pod koniec II wojny światowej zostały oswobodzone przez dywizję pancerną generała Maczka. To właśnie w tych regionach powstało wiele małżeństw mieszanych. Historycznie, jedno z największych skupisk Polaków w Belgii i Holandii to Limburgia, niegdyś centrum krajowego górnictwa. Jak się zdaje, w tym regionie krążą różne (raczej negatywne) dowcipy językowe na temat Polaków. Jeden z tych dowcipów dotyczy polskiego słowa „dobrze”. Wśród miejscowych ludzi jest ono odbierane i rozumiane jako „dop je?”, co oznacza po niderlandzku „Czy jesteś na zasiłku dla bezrobotnych?” Standardowa odpowiedź w tym żarcie językowym brzmi zatem: „Nee, ik werk” („Nie, ja pracuję”). Inne lokalne powiedzenie mówi, że „De enige goeie Pool is een weipaal” („Jedyny dobry Polak, to pał stojący na łące”). Wykorzystywane jest tu podobne brzmienie (przynajmniej w dialekcie limburgskim) wyrazów „Pool” (Polak) i „paal” (pał).



tów można się upewnić, że nie każde spotkanie z Polakiem jest zakrapiane mocną wódką i kończy się na bijatyce.

### Literatura

- Bakić-Hayden M., 1995, *Nesting Orientalisms. The Case of Former Yugoslavia*. „Slavic Review”, nr 4.
- Barańska A., Matwiejczak W., Ziółek J., red., 2001, *Polskie powstania narodowe na tle przemian europejskich w XIX wieku*, Lublin.
- Beller M., Leerssen J., ed., 2007, *Imagology. The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters*, Amsterdam.
- Borowski A., 1977, *Polska a Niderlandy. Związki i analogie kulturalne i literackie w dobie humanizmu, renesansu oraz baroku*, w: Michałowska T., Ślaski J., red., *Literatura staropolska w kontekście europejskim*, Wrocław, s. 233–252.
- Borowski A., 1999, *Powrót Europy*. Kraków.
- Devincq R., 2006, *Geen edeler passie dan reizen. Beeldvorming van Polen in 17<sup>de</sup> – en 18<sup>de</sup>-eeuwse reisverhalen*. Leuven (nieopublikowana praca magisterska).
- Elsschot W., 2007, *Poskramiacz Lwów*, tłum. Z. Klimaszewska, Warszawa.
- Gerrits A., Adler N., ed., 1995, *Vampires Unstaked. National Images, Stereotypes and Myths in East Central Europe*, Amsterdam-Oxford-New York-Tokyo.
- Gerrits A., Leerssen J., 2007, *Poles*, w: *Imagology. The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters*, ed. by M. Beller & J. Leerssen. Amsterdam, p. 216–219.
- Goddeeris I., 2007, *Dutch Reactions to the Polish National Insurrections (1830–70)*. „Acta Poloniae Historica”, nr 2, s. 139–169.
- Goldworthy V., 1998, *Inventing Ruritania. The Imperialism of the Imagination*. New Haven.
- Leska-Ślęzak J., 2003, *Polacy w Holandii. Przeszłość i teraźniejszość*. Toruń.
- Liseling-Nilsson S., 2003, *Stereotyp Polaka w Szwecji (na podstawie badań ankietowych przeprowadzonych wśród studentów)*, „Język Polski”, nr 1, s. 38–45.
- Klineberg O., 1951, *The Scientific Study of National Stereotypes*. „UNESCO International Science Bulletin”, nr 3, s. 147–167.
- Koch J., 2000, *Multatuli (1820–1887) w Polsce: Próba historycznoliterackiej analizy przebiegu recepcji na przełomie XIX i XX wieku*, „Neerlandica Wratislaviensia”, R. 11, Wrocław.
- Lippmann W., 1922, *Public Opinion*, New York.
- Styk M.B., 1999, *Belgia w relacjach Polaków. Antologia (XV–XX w.)*, Lublin.
- Thijssen L., 2003, *Polska i Niderlandy. 1000 lat kontaktów*, Zutphen.
- Todorova M., 1997, *Imagining the Balkans*, New York.
- USJP – Dubisz S., red., 2003, *Uniwersalny słownik języka polskiego*, Warszawa.
- Van Heuckelom K., 2008, *Meiden from Polen, van 'Flikken' tot 'Katarakt'*. „De Morgen” 15 III.
- Van Heuckelom K., 2003, *Nieśmiertelny podróżny. Historia Ignacego Krasickiego w „dolnomieckiej szacie”*, „Prace Historycznoliterackie. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego”, nr 97–98, s. 23–42.
- Vandersteene L., 2000, *Polonofilie, nationalisme en nationale identiteit: Belgische reacties op de eerste Poolse vluchtelingen van de 'Grote Emigratie. (1831–1832)*. „Belgisch Tijdschrift voor Nieuwste Geschiedenis”, nr 1–2, s. 49–130.

- Vriesema P., 1988, *Polen in de Nederlandse en Vlaamse literatuur. Een overzicht. Deel I & II*. „Biuletyn PNKV”, nr 1, s. 1–5; nr 2, s. 3–7.
- Wandycz P., 1995, *Western Images and Stereotypes of Central and Eastern Europe*, w: *Vampires Unstaked. National Images, Stereotypes and Myths in East Central Europe*, ed. by A. Gerrits & N. Adler. Amsterdam-Oxford-New York-Tokyo.
- Wolff L., 1994, *Inventing Eastern Europe. The Map of Civilization on the Mind of the Enlightenment*. Stanford.

**Kris Van Heuckelom** wykłada język i literaturę polską na Katolickim Uniwersytecie w Lowanium (Leuven, Belgia). Interesuje się modernizmem, kulturą wizualną i translatologią. Jest autorem m.in.: „*Patrzeć w promień od ziemi odbity*”. *Wizualność w poezji Czesława Miłosza* (Warszawa 2004), *Artistic Crossover in Polish Modernism. The Case of Bruno Schulz's Xigga Balwochmalczka (The Idolatrous Booke)*, w: „Image [&] Narrative”, nr 15, 2006.

BARBARA MORCINEK  
Katowice, Tokio

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Bez wątpienia największy wpływ opiniotwórczy ma w obecnych czasach telewizja. To przedstawione w niej informacje i relacje ukierunkowują odbiór świata, wydarzeń, tworzą obraz rzeczywistości (żeby nie użyć określenia: manipulują nim). By dowiedzieć się, jak telewizja japońska przedstawia Polskę i sprawy z nią związane, poprosiłam o opinię Polki mieszkającej w Japonii (od 5 do 30 lat), mówiącej po japońsku i utrzymującej stałe kontakty zarówno z japońską, jak i polską kulturą, interesującej się polityką, zagadnieniami społecznymi i sytuacją w kraju, czyli osoby mogącej kompetentnie stwierdzić, jaki wizerunek Polski pojawia się (jeśli w ogóle się pojawia) w japońskiej telewizji. Opinie te pozwolą spojrzeć na kwestię stereotypu Polaka w Japonii z ciekawej perspektywy, ułatwią odpowiedź na pytanie, czy współczesny Japończyk ma szansę wytworzyć sobie stereotyp Polaka? Czy w ogóle taki istnieje lub istniał? Pozwolę sobie zacytować opinie koleżanek w kolejności od najkrócej przebywającej w Japonii, do tych, które większość życia spędziły w tym kraju<sup>1</sup>.

---

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

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

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

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

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

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

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

Dla młodych to totalna egzotyka, chyba gdzieś w Europie, gdzie mówią po angielsku, nie ma morza i gór. Nie umieją umiejscowić na mapie. Kojarzy się im jako jedna z byłych republik ZSRR<sup>2</sup>.

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

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

---

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

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

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

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

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

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



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

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

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

kańcach. Coś takiego jak stereotyp Polaka w Japonii po prostu nie istnieje. Czy istnieją więc jakiegokolwiek wyobrażenia, czy też obraz Polaków w świadomości Japończyków<sup>3</sup>?

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

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

Dla osób, które w Polsce nie były<sup>4</sup>, Polacy przede wszystkim są... wysocy<sup>5</sup> (na tę cechę wskazuje większość respondentów – zob. tabela 1). Takie postrzeżenie wynika zapewne z autoświadomości niskiego wzrostu większości Japończyków, wysoki wzrost stanowi też element mile widziany<sup>6</sup> przez stu-

---

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

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

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

<sup>6</sup> Żeby nie powiedzieć: pożądany.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Nie przypadł im do gustu – podobnie jak poprzednikom – brak punktualności Polaków<sup>7</sup>. Jako wady widzą kilka spraw związanych z piciem alkoholu. Począwszy od tego, że uważają, iż ogólnie Polacy piją za dużo, poprzez to, że na ulicach można zobaczyć wielu pijaków, aż po fakt, że dolewają alko-

---

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

Tabela 1. Cechy Polaków. Studenci, którzy nie byli dotąd w Polsce. Liczba ankietowanych: 13 osób, w tym 6 kobiet, 7 mężczyzn. Czas nauki języka polskiego: 12 osób – 1. rok studiów, 1 osoba – 4. rok studiów<sup>8</sup>.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### Literatura

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

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

JURIJ SILECKI  
L w ó w

## Stereotyp Polaka w tradycyjnym światopoglądzie Ukraińców

Stosunki międzyetniczne należą do priorytetowych problemów etnologii. Ich badanie ma ważne znaczenie zarówno poznawcze, jak i praktyczne. Ponieważ uzyskane wyniki można wykorzystać w celu harmonizacji tychże międzyetnicznych relacji.

Polacy są etnosem sąsiadującym z Ukraińcami. W ciągu kilkuset lat byli, jeżeli nie najliczniejszą, to przynajmniej jedną z najbardziej wpływowych mniejszości narodowych<sup>1</sup> na ziemiach ukraińskich, występując w charakterze jej gospodarza, właściciela. To spowodowało ukształtowanie w świadomości chłopu ukraińskiego stałego, skończonego obrazu Polaka. Długo stereotyp ten był jednym z istotnych czynników wpływających na stosunek Ukraińców do Polaków.

W świetle tezy o przeważnie skomplikowanych stosunkach między sąsiadującymi narodami, ukraińsko-polskie stosunki nie są wyjątkiem, raczej są jej potwierdzeniem. Badanie stereotypów narodowych jest jednym z najważniejszych kluczy do zrozumienia charakteru stosunków międzyetnicznych, w tym przypadku relacji ukraińsko-polskich, ponieważ, naszym zdaniem, stereotypy właśnie odgrywają rolę decydującego czynnika w kształtowaniu wzajemnego obrazu Ukraińców i Polaków.

---

<sup>1</sup> Według danych austriackiej statystyki w Galicji Wschodniej na rok 1900 „rzymskokatolicy” (= Polacy) stanowili 21,1% całej ludności (879,4 tys. osób) (zob. Eberhardt 1994, 44–45, tabl. 7). Zgodnie z wynikami spisu ludności na terenie Cesarstwa Rosyjskiego w roku 1897 tylko na ziemiach ukraińskich polska mniejszość narodowa liczyła 2 mln osób, stanowiąc 4,5% ludności całego kraju. Odpowiednio zgodnie z wynikami ostatniego spisu ludności przeprowadzonego w roku 2001 na Ukrainie znajduje się tylko 144 130 Polaków (zob. *Етнонаціональна структура...* 2004, 136–143).

Wielką grupę źródeł do badań stanowią ukraińskie legendy i podania o powstaniu świata oraz o stworzeniu różnych narodów. Wykorzystane są również ukraińskie ludowe przysłowia i porzekadła, anegdota, inne źródła folklorystyczne i etnograficzne odzwierciedlające wyobrażenia Ukraińców o Polakach oraz stosunek do nich. Wymienione teksty folkloru są niezawodnym źródłem w badaniu stereotypów etnicznych Ukraińców, ponieważ właśnie one odzwierciedlają sposób myślenia chłopu ukraińskiego oraz interpretację niektórych faktów lub wydarzeń przez niego przeżytych, czyli jego doświadczenie historyczne.

Specyfika stosunków ukraińsko-polskich jest spowodowana tym, że w ciągu długotrwałego istnienia obu narodów ich relacje najczęściej są rozpatrywane przez pryzmat relacji pana i jego poddanego – chłopu pańszczyźnianego, wielkiego ziemianina i zwykłego wieśniaka. Z reguły są więc one pojmowane w następujący sposób: Polak – wykształcony, pan-szlachcic, ziemianin, urzędnik; Ukrainiec – często analfabeta, biedny chłop pańszczyźniany, wieśniak. Maria Zubrycka uważa, że przyczyną istnienia przeważnie negatywnego stereotypu Polaka w świadomości Ukraińców jest nienormalność relacji politycznych między Ukrainą a Polską, jak również dążenie Polaków do asymilacji Ukraińców (Zubrycka 1995). Tezę tę między innymi potwierdza znany francuski badacz stosunków ukraińsko-polskich Daniel Beauvois, podkreślając, że „...stosunki między Polakami a Ukraińcami to najczęściej stosunki między panami i chłopami pańszczyźnianymi” (Бовья 1996: 68).

Wymienione czynniki w znacznym stopniu spowodowały nakładanie się czynnika społecznego na czynnik narodowy. Ukraińcy zatem uważali każdego Polaka za pana i mieli do niego odpowiedni stosunek. Zauważył to jeszcze w wieku XIX Mikołaj Kostomarow, który w swojej pracy *O historycznym znaczeniu ruskiej poezji ludowej* zaznaczał: „Małorusini nienawidzili w Lachu nie Polaka, lecz tylko »pana«. Stąd wciąż pojawiający się epitet Lacha – »Laszek-Panek« lub »Panowie-Lachy«” (Костомаров 1994, 179). Potwierdzeniem tych słów mogą być polowe notatki autora w obwodzie lwowskim oraz tarnopolskim. Między innymi we wsi Werblany w rejonie jaworowskim obwodu lwowskiego istniała niewielka polska kolonia, gdzie według naocznych świadków, chłop polski i chłop ukraiński współmieszkali z sobą całkiem przyjaźnie, więcej – w kontaktach z Ukraińcami nawet przechodzili na język ukraiński<sup>2</sup>. Jednocześnie stosunki z polskimi panami wyglądały całkiem ina-

---

<sup>2</sup> Записано 06. 07. 2006 р. в с. Вербляни Яворівського р-ну Львівської обл. від Борвого Івана Івановича 1935 р. н.



czej: „Polacy (panowie – J.S.) mówili [Ukraińcom]: »Ty, kabanie!« Kaban to znaczy świnia. A Polacy mieli za nic naszych ludzi”<sup>3</sup>.

Poza różnicami narodowymi oraz społecznymi wielką rolę odgrywał czynnik religijny. Ukraińcy przeważnie byli chrześcijanami obrządku wschodniego, czyli prawosławnymi lub grekokatolikami, Polacy natomiast – rzymskokatolikami, co spowodowało swoisty podział na gruncie konfesyjnym. Poza tym, przynależność do Kościoła rzymskokatolickiego automatycznie była świadectwem przynależności do grupy panującej, do polskich panów. Z tezą tą zgadza się również polski badacz Grzegorz Babiński: „Na Ukrainie Kościół rzymskokatolicki pojmowany był jako polski” (Babiński 1997, 124–125). Często więc „katolik” był synonimem „Polaka”. Ponieważ ziemie ukraińskie wchodziły w skład Rzeczypospolitej, gdzie Kościół katolicki faktycznie uznawany był za religię państwową, Ukraińskiej Cerkwi Prawosławnej wyznaczono rolę marginalnego zjednoczenia religijnego (nawet nie patrząc na to, że ona przeważała na ziemiach ukraińskich). Czynniki te spowodowały ukształtowanie swoistego stereotypu Polaka-„niedowiarka”: „jest to człowiek nie niewierzący, nie muzułmanin, ale taki człowiek, którego wiara jest nie taka, jaka ma być” (Кочмаров 1994, 177).

Niemalą rolę w stosunkach polsko-ukraińskich odegrał też czynnik szerzenia kultury polskiej na wschód. Badacz kontaktów polsko-rosyjskich wieku XIX Antoni Giza pisał:

Polacy byli katolikami i – co ważne – wzniosłymi katolikami, takimi, którzy chcieli rozszerzyć swoją wiarę rzymskokatolicką na inne kraje, a mianowicie na ziemie rosyjskie oraz ruskie (później ukraińskie i białoruskie). (...) Nie mogło to wzbudzać sympatii do nich ze strony Rosjan, uważających ziemie ukraińskie oraz białoruskie za swoje (czyli prawosławne) (Giza 1993, 10).

Kontynuując myśl autora, pozwolimy sobie na wzmiankę, iż takie postawienie sprawy zarówno ze strony Polaków, jak też Rosjan nie mogło pozytywnie wpłynąć na kształtowanie stosunku Ukraińców oraz Białorusinów do wymienionych narodów. Możemy więc twierdzić, że wzajemny obraz Ukraińców i Polaków kształtował się w kontekście stałego wzajemnego zwalczania, a wiadomo, że konfrontacja zawsze skutkuje pojawieniem się negatywnych stereotypów etnicznych (Leyens 1994: 45–46).

---

<sup>3</sup> Записано 08. 07. 2006 р. в с. Вербляни Яворівського р-ну Львівської обл. від Писоцької Парасковії Федорівни 1920 р. н.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że przynajmniej do połowy wieku XIX w literaturze polskiej przeważała teza o kulturowej zależności Ukrainy od Polski oraz o tym, jak dużo Ukraińcy zawdzięczają Polakom (Sosnowska 1995, 126). Ukraiński badacz w diasporze Mirosław Truchan uważa, że lekceważąco-wyniosły stosunek wobec Ukraińców ze strony Polaków po przyłączeniu ziem zachodnioukraińskich do Polski w pierwszej połowie XX wieku przekształcił się w nienawiść (Трухан 1992, 8). Transformacja taka jest spowodowana charakterem stosunków polsko-ukraińskich w poprzednich stuleciach: Polak – człowiek wykształcony (pan), Ukrainiec – niewykształcony chłop, który pracuje na pana i stara się o jego łaskę. A ponieważ stereotyp „poważnego Rusina” („...którego duchowe potrzeby ograniczone były do modlitwy w języku ojczystym i pieśni ojczyste” – Трухан 1992, 6) nie zawierał jego dążenia do uzyskania własnej wolności państwowej, taki obrót wydarzeń nie był przewidziany przez Polaków. Zaczynając już od drugiej połowy w. XX, sytuacja się zmienia. Aktywnie rozwija się ukraiński ruch narodowo-wyzwoleńczy, którego podstawowym hasłem było uzyskanie przez Ukrainę niepodległości, powstają pierwsze partie ukraińskie, publikuje się coraz więcej nowych książek i wydawnictw periodycznych w języku ukraińskim. „Pierwszą jaskółką” owych zmian w świadomości masowej Ukraińców była „wiosna ludów” w roku 1848. W ciągu drugiej połowy w. XIX oraz pierwszej połowy w. XX ukraiński ruch narodowo-wyzwoleńczy wzmacniał się, co spowodowało powstanie negatywnego stereotypu Ukraińca, jako osoby mającej nieuzasadnione pretensje do rdzennych ziem polskich. Powstanie ZUNR (Zachodnioukraińska Republika Ludowa) oraz bitwa o Lwów „spowodowały nasilenie wyobrażenia Ukraińca, który chciał zawładnąć dawnym polskim miastem, w ciemnych barwach” (Томaszewski 1991, 264).

Na Ukrainie Naddnieprzańskiej po rozbiorach Rzeczypospolitej Polskiej w latach 1772, 1793 i 1795, kiedy ziemie polskie zostały podzielone między Rosję, Austrię i Prusy, ziemianie polscy w obszarze Cesarstwa Rosyjskiego znaleźli się w roli mniejszości narodowej, lecz potrafili zachować swoje wpływy gospodarcze i polityczne. Między innymi polska szlachta posiadała 9/10 ziem całego regionu (Гаврилюк 2002, 53–54). Nie było to na rękę władzy rosyjskiej, której wymykały się spod kontroli instrumenty wpływu na społeczeństwo. Z tego powodu przedstawiciele władzy rosyjskiej na ziemiach ukraińskich, wykorzystując liczne sprzeczności etniczne i społeczne pomiędzy Ukraińcami a Polakami, starali się pogłębić przepaść między ludnością rdzenną a mniejszością narodową. Kwestię tę dość szczegółowo rozpatruje francuski badacz Daniel Beauvois w rozdziale swej pracy, po-

święconym polsko-ukraińskiemu antagonizmowi dotyczącemu ziemi (Бовья 1998, 82–140).

Zresztą nawet na początku XXI w. stereotyp Ukraińca zachował swoje negatywne cechy. Według sondażu przeprowadzonego przez Sopocką Pracownię Badań Społecznych w roku 2001 podstawowymi cechami stereotypu Ukraińca w świadomości Polaków były brak toleracyjności, zacofanie, brak wykształcenia oraz dyscypliny i in. Warto przy tym zaznaczyć, że niektórzy respondenci podkreślali nieliczne pozytywne cechy charakteru Ukraińców, a mianowicie gościnność oraz religijność (Конечна 2001, 31–33). Taki obraz, naszym zdaniem, jest jednak bardzo zbliżony do tego, jaki był rozpowszechniony w w. XIX i na początku w. XX i polegał na polskich wyobrażeniach o dobrym, gościnnym, lecz niezdolnym do samodzielnego myślenia Ukraińcu.

Warto zaznaczyć, że liczba ludności polskiej zamieszkałej na Ukrainie Prawobrzeżnej w porównaniu z liczbą ludności ukraińskiej była bardzo mała, np. proporcje pomiędzy Polakami a Ukraińcami w guberniach wołyńskiej, podolskiej oraz kijowskiej według spisu ludności Cesarstwa Rosyjskiego w roku 1834 wynosiły 1 do 10 (410 212 Polaków i 4 282 438 Ukraińców) (Бовья 1996, 68). Rzecz jasna, nie wszyscy przedstawiciele polskiej wspólnoty etnicznej byli bogatymi szlachcicami. Wielka liczba Polaków należała do ubogiej szlachty bezrolnej. Jednak chłopci równie mocno nienawidzili też szlachtę bezrolną, ponieważ ona najczęściej była na służbie u wielkich ziemian; bezrolni szlachcice pracowali jako zarządcy oraz ekonomowie majątków (Бовья, 1996: 70).

Stereotypy etniczne można podzielić na takie, które powstały pod wpływem mitologicznego światopoglądu narodu oraz takie, które ukształtowały się wskutek konkretnego doświadczenia historycznego.

Zacznijmy od tzw. warstwy „mitologicznej” dotyczącej wyobrażeń Ukraińców o Polakach. Fabułą jednej z rozpowszechnionych legend, podanej w pracy Georgia Bułaszewa, poświęconej analizie światopoglądu Ukraińców, jest żartobliwa opowieść o tym, skąd się wzięli Polacy i jak się pojawiły charakterystyczne nazwiska szlacheckie:

Kiedy Bóg tworzył różne narody, to zrobił z gliny Moskali, Francuzów, Tatarów, Nogajców. Trzeba było też zrobić Polaka. Bóg się rozjeździł, a gliny nie było. Ulepił Polaka z ciasta i postawił wszystkich obok, żeby wyschli. Sam Bóg poszedł sobie. Nagle przybiegł pies. Powąchał jednego – glina, drugiego – glina, wacha Polaka – chleb.

I pies go zjadł. Bóg wrócił. Dmuchnął – poszedł Moskał, dmuchnął – poszedł Francuz... Tym sposobem wszystkie narody poszły, tylko Polaka nie ma! Gdzie jest Polak? Pies go zjadł! Poszedł Bóg i na moście dogonił go... Jak chwycił go za uszy, jak rzucił go na most – wyskoczył pan Mostowicki; jak uderzył o ziemię – pan Ziemniacki, jak przyłożył po brzuchu – pan Brzuchowiecki (Булашев 1992, 156).

Jak widzimy, w przytoczonej legendzie w tonacji humorystyczno-ironicznej wyjaśnia się nie tylko pochodzenie polskich panów, którzy w światopoglądzie ukraińskiego chłopca często reprezentowali wszystkich Polaków, ale i ich nazwisk. Oprócz wyjaśnienia pochodzenia polskich nazwisk, właściwych tylko dla stanu szlacheckiego, legenda kolejny raz świadczy o tym, że Ukraińcy kontaktowali się przeważnie z przedstawicielami polskiej szlachty. Podobna legenda, która potwierdza wysunięte przypuszczenie, została swego czasu zapisana przez Włodzimiera Hnatiuka w Galicji. Istota jej tkwi w tym, że kiedyś panowie nie mieli imion i po to, żeby jakoś rozróżnić się, nakarmili swoje psy i zaczęli śledzić, dokąd każdy pójdzie odpoczywać. Psy położyły się w cieniu różnych drzew i od tej pory ich gospodarze otrzymali odpowiednie nazwiska: Dębicki, Jaworski, Leszczyński etc. (Гнатюк 1899, 172). Podobne legendy były rozpowszechnione na całej Ukrainie, a także na Polesiu Rzeczyckim (Белова 2005, 22–23). W nich wyraźnie ujawnia się humorystyczno-ironiczny stosunek ukraińskiego chłopca do licznej drobnej i podupadłej, ale jednocześnie ambitnej i zarozumiałej, polskiej szlachty, która nierzadko przebywała na służbie u dużych właścicieli ziemskich.

Często zdarzają się legendy i podania związane z wyjaśnieniem niektórych cech charakteru czy zajęć różnych narodów. W szczególności w jednej z nich chodzi o wojowniczość Polaków (oczywiście – polskiej szlachty, jednym z głównych obowiązków której była służba w wojsku): kiedy Jezus Chrystus został pojmany w ogrodzie Getsemani, to „Lachy” zapragnęli odebrać go „Żydom”, za co Wybawca kazał im przez całe życie być wojakami: „I tak naprawdę – co Lach, to wojak” (Булашев 1992: 155). Naszym zdaniem, wspomniany stereotyp formował się pod wpływem tego, że Ukraińcy kontaktowali się przeważnie z przedstawicielami polskiej szlachty, którzy w przeszłości mieli prawo do posiadania broni. Poza tym, kolejnym z możliwych źródeł kształtowania się takiej opinii jest fakt, że obrońcami porządku prawnego – żandarmami, policjantami – często byli Polacy, którzy też posiadali broń. Świadczy o tym materiał ukraińskich szopek, w których często

pojawiał się „żandarm”. Bohater ów był ubrany w uniform polskiej żandarmerii i nosił przy sobie jakąś broń (strzelbę, nóż) (Волницька 1992, 131).

Wśród Ukraińców dość rozpowszechnione były opowiadania, według których „inorodźcy” rodzili się z defektami wzroku. Znanie jest szczególnie takie powiedzonko: „Lach – dewjatydennyk”. Wyjaśniając je, Iwan Franko pisze: „Mówią, że Lachy rodzili się ślepi jak kociaki i dopiero dziewiątego dnia zaczynają widzieć” (Франко 1908, 369). Badacz – sławista Bohdan Strumiński, charakteryzując to powiedzonko, zaznacza, że ma ogólnoludzki charakter (Strumiński 1995, 139). Dla przykładu przytoczymy powiedzonko o Ukraińcach, które istniało już wśród Polaków, a które ujawniło się np. w takim żartobliwym opowiadaniu:

Mazur<sup>4</sup> śmieje się z Rusina.

– A czy to prawda? – pytał raz Mazur Rusina – że się Rusinek ślepy rodzi?

– Ta prawda – odpowiedział Rusin.

– No, i cóż wtedy robicie?

– Ta najmujemy Mazura, żeby jemu przez trzy dni w d... dmuchał, aż przejrzy” (Франко 1898, 201).

W ukraińskiej prozie folklorystycznej dosyć często zdarza się fabuła, według której prosty ukraiński chłop, dzięki swojej pomysłowości, znajduje wyjście z trudnej sytuacji i wygrywa w sprzeczce z przedstawicielem jakiejś innej społeczności etnicznej<sup>5</sup>. Według jednej z legend Rusin i Mazur znaleźli na drodze wór jęczmienia. Zaczęli sprzeczkę, do kogo należy ten wór. Rusin zaproponował, że dostanie go ten, kto potrafi wymówić *jęczmień* i *wór* w jednym słowie. Mazur męczył się, starając się wymyślić nowe słowo. Rusin zaś powiedział: „Widzisz, a po naszymu to *jaeczmych* i zabrał jęczmień dla siebie” (Франко 1898, 201).

W ukraińskim folklorze ujawnił się również brak zaufania Ukraińców do Polaków. W szczególności świadczą o tym takie, pełne uprzedzeń wyraże-

---

<sup>4</sup> Na podstawie źródeł, które posiadamy, możemy wnioskować, iż Ukraińcy nazywali Polaków „Lachami” albo „Mazurami”. Wyraz „Lach” przeważnie był używany na określenie pana, natomiast „Mazurami” nazywano polskich kolonistów, którzy byli – podobnie jak Ukraińcy – zwykłymi chłopami. Możemy więc twierdzić, że istnieją dwa różne stereotypy Polaka: stereotyp Polaka pana, który gnębił Ukraińców i był ich ciemieżką oraz stereotyp Polaka chłopą („Mazura”), będącego przeważnie w takiej samej sytuacji, co chłopci ukraińscy.

<sup>5</sup> Legendy, w których podkreśla się pomysłowość przedstawicieli swego narodu, dzięki której oni zawsze wygrywają z „obcym”, są charakterystyczne dla wielu sąsiednich ukraińskiemu etnosów.

nia: *Nie bierz Lacha na wóz* (I.F.: *Bo on jeszcze ciebie zepchnie z twego woza*) (Франко 1908, 370), czy *Z Lachem rozmawiaj, a kamień za pazuchą trzymaj* (I.F.: *On jest zdracliny i gotów nagle napaść*) (Франко 1908, 369).

Trzeba jednak podkreślić, że taki negatywny stereotyp Polaka u Ukraińców formował się w zasadzie na skutek różnic stanowych. A stosunek biednego do bogatego przeważnie jest negatywny, zwłaszcza, jeśli ostatni bogaci się kosztem pierwszego i ma prawie nieograniczoną władzę nad nim. O prawdziwości tego twierdzenia świadczy ludowa mądrość: *A od Lwowa do Krakowa – wszędzie bieda jednakowa* (Золота Вежа... 1983, 196). Pokazuje ona, że Ukraińcy uświadamiali sobie fakt, że nie wszyscy Polacy są jednakowo źli i że życie chłopów na polskich ziemiach etnicznych (odpowiednio – Polaków-wieśnaków) również nie było łatwe. Na potwierdzenie przytoczmy fragment wspomnień:

Jak nasze święto w tygodniu wypadło, to Stasik Szpytalewski drogą obok cerkwi (innej nie było), koniecznie musiał gnój na Zabłocie wywozić właśnie w tym czasie, kiedy w cerkwi była msza. Ale grzech byłoby nazwać wszystkich złośliwymi (Сивіцький 2000, 75).

Autor dla przykładu wspomina Polaka z tej samej wsi, który stale demonstrował swoje lekceważenie wobec Ukraińców, ale równocześnie zaznacza, że nie wszyscy byli podobni do niego.

Poza tym – zaznaczmy – stosunki między ukraińskimi i polskimi chłopami (podkreślmy: właśnie chłopami) były, z reguły, stosunkami dobrosąsiedzkiemi. Świadczą o tym wspomnienia świadków i uczestników polsko-ukraińskiego konfliktu na Wołyniu w latach II wojny światowej. W pamiętnikach Polaków Ukraińcy wspomniani są prawie wyłącznie w świetle negatywnym. Jednak wyraźnie widać, że negatywnie określa się przeważnie uogólnioną postać Ukraińca – bandyty, zabójcy. Kiedy któryś ze świadków – Polaków mówi o swoim sąsiedzie-Ukraińcu albo krewnym, to z reguły pozytywnie. Większość polskich chłopów doskonale mówiła po ukraińsku, co również świadczy o przeważnie pokojowym charakterze ich stosunków na początku konfliktu (Спогади поляків... 2003).

Ukraińcy również starali się wyjaśnić przyczyny panowania Polaków nad nimi. Z reguły istniejący stan rzeczy objaśniano tym, że chłopci znaleźli się w owej trudnej sytuacji na skutek dawnych grzechów, popełnionych przez ich przodków i nich samych: *Biją nie Lachy, a nasze grzechy* czy *Za nasze grzechy nadebdują Lachy* (Гоміс 2004, 79).

Ukraińcy zauważali również poczucie bezpieczeństwa i beztróskę Polaków, która często obracała się przeciw nim i przynosiła im duże straty: *Mądry Lach po krzywdzie* (Прислів'я та приказки... 1990, 329), *Mudryj Polak po szkodzi* (Kolberg 1963, 186), czy *Mądry Lach po krzywdzie, jak konia ukradli, to on wtedy stajnię zamknął* (Номис 2004, 307). Zresztą, wiele jest podobnych powiedzonek, w których to Ukraińiec występuje w roli oszukanego i okradzionego, a to jeszcze raz jaskrawie świadczy o subiektywizmie etnicznego stereotypu. Oprócz przytoczonych cech charakteru Polakowi przypisywano jeszcze tchórzostwo, które nierazdo łączyło się z chępliwością. W szczególności wyrażenie: *Taki żołnierz, jak każdy Polak*, wg komentarza I. Franki, było używane pod adresem „chępłego, a nie bardzo dziarskiego mężczyzny, który szuka wybiegów, spodziewając się tchórzostwa przeciwnika, ale czując opór – wycofuje się” (Франко 2006, 393). Inny przykład: *Polak i zając to – to samo* (Франко 2006, 568) itp.

Poza tym Ukraińcy odnotowywali porywczosć Polaków, ich niechęć do pokojowego rozwiązywania problemów. I. Franko w *Podaniach ludowych na Pidgirji* podaje, jego zdaniem, charakterystyczną historię, której jednym z bohaterów był Mazur:

Mazur jest szybki do bijatyki, nie lubi długiej kłótni. Pewnego razu siedzi Mazur w karczmie, aż przyszli (Ukraińcy – J.S.) i zaczęli sprzezczać się między sobą. Kłóca się, gadają. Mazurowi nie starczyło cierpliwości, skoczył, przywalił w mordę jednemu i drugiemu i krzyknął: *Ta bijcie się już raz szelmy! Szkoda geby!* (Франко 1898, 204).

Jednak błędem byłoby twierdzenie o istnieniu wśród Ukraińców tylko negatywnego stereotypu Polaka. Ukraińcy obdarzali Polaków również szeregiem pozytywnych cech charakteru. Zauważano zasadniczość i nieustępliwość Polaków w sytuacjach, które naruszały ich godność czy interesy: *Lach na spodzie, taj „zabije!” krzyczy* (I.F: *Nie wydawał ducha nigdy*) (Франко 1908, 369), *Niewesoły Lach, że po uchu chlap, a on chce i do drugiego* (Номис 2004, 79). Ukraińcy pozytywnie oceniali dumę i honor Polaków, co było właściwe zwłaszcza przedstawicielom wyższych warstw społeczeństwa – szlachcie (która nie zawsze była zamożna): *Goły jak butelka, a honor – jak u pana-laszka* (Прислів'я та приказки..., 528), *Z kozy bydła, a z Lacha postugacza nigdy nie będzie* (Номис 2004, 364). W przytoczonych powyżej powiedzeniach możemy śledzić stosunek Ukraińców do podupadłej drobnej szlachty, która bardzo często dysponowała tylko szlacheckim tytułem, a żyła w takich samych żebraczych warunkach, jak prości chłopci.

Trzeba również zwrócić uwagę na stereotypy, które formowały się wskutek długotrwałego współistnienia Kościoła rzymskokatolickiego oraz Cerkwi prawosławnej i grekokatolickiej. Większość Ukraińców, jak już wspominaliśmy, należała do prawosławnego albo grekokatolickiego wyznania, a zdecydowana większość Polaków do rzymskokatolickiego.

Katolicki kler Rzeczypospolitej, przedstawiając państwową religię, starał się dokonywać ekspansji rzymskiego kościoła na wschód, na ziemię ukraińskie, gdzie przeważająca część ludności była prawosławna. To zrodziło przeciwstawianie się dwóch chrześcijańskich obrządków, co z kolei przyczyniło się do kształtowania szeregu negatywnych stereotypów w stosunku do katolików ze strony prawosławnych chrześcijan, a z czasem też unitów. Kościół katolicki na ziemiach ukraińskich odbierano jako etnicznie polski, więc stereotyp katolika automatycznie przenoszono na Polaka.

Jednym z jaskrawych przykładów rywalizacji, przeciwstawiania się dwóch chrześcijańskich obrządków jest następujące żartobliwe wyrażenie: *Boże ruski, wydłub polskiemu oczy!* (Франко 1908, 118). Równie drastyczne jest przeświadczenie: *Książ, Żyd i pies – wiara jednakowa* (Homич 2004, 263). To świadczy o wyraźnie nieprzyjacielskich stosunkach Ukraińców do katolików, które naszym zdaniem, są wynikiem faktu, że Cerkiew prawosławna była na ukraińskich ziemiach należących do Rzeczypospolitej długo zakazana, a księża prawosławni byli prześladowani przez katolików jako przedstawiciele religii państwowej. Wreszcie część Ukraińców, z reguły ze środowiska wielkiej i średniej szlachty, polaszczywszy się na przewagi przynależności do Kościoła katolickiego, przyjmowała katolicyzm – to również odbijało się w ukraińskiej ustnej twórczości ludowej: *Przeszła jak Ulana na laszką wiarę* (Юрченко, Івченко 1993, 26). Różnica w wyznawaniu wiary przejawiała się również i w tym, że największe święta chrześcijańskie w cerkwiach/kościółach zachodniego i wschodniego obrządku rzadko kiedy miały miejsce w tym samym czasie. Z powodu różnicy w datach świąt Ukraińcy odbierali Polaków jak amatorów odkładania swoich świąt: *Odkłada sprawę, jak Lach święto* (Франко 1908, 369), *Odkłada, jak Lach święto* (Юрченко, Івченко 1993, 86). Te i podobne przysłowia były używane w stosunku do człowieka, który stale zwlekał z wykonaniem jakiejś sprawy, odkładał ją.

Ukraińcy i Polacy mają długą i bogatą wspólną historię. To uwarunkowało stworzenie trwałych etnicznych stereotypów, które w ciągu kilku wieków aktywnie kształtowały stosunki ukraińsko-polskie. Ich specyfiką jest to, że kształtowały się w dużej mierze dzięki czynnikom społecznym. To spowodowało ich wyraźne społeczne ukierunkowanie i powstanie w świadomości



Ukraińców synonimicznej pary pojęć: „Polak” = „pan”. Podsumowując, możemy stwierdzić, że ukraińsko-polskie stereotypy etniczne formowały się w dużej mierze pod wpływem drastycznej konfrontacji dwóch etnosów na glebie społecznej nierówności.

### Literatura

- Babiński G., 1997, *Pogranicze polsko-ukraińskie: etniczność, zróżnicowanie religijne, tożsamość*, Kraków.
- Eberhardt P., 1994, *Przemiany narodowościowe na Ukrainie XX wieku*, Warszawa.
- Giza A., 1993, *Polaczkowie i Moskale. Wzajemny ogląd w krzywym zwierciadle (1800–1917)*, Szczecin.
- Kolberg O., 1963, *Dzieła wszystkie*, Wrocław–Poznań, t. 31, Pokucie.
- Leyens J.-P., 1994, *Stereotypes and social cognition*, London.
- Sosnowska D., 1995, *Stereotyp Ukrainy i Ukraińca w literaturze polskiej*, w: *Narody i stereotypy*, Kraków.
- Strumiński B., 1995, *Stereotyp Polaka w przysłowiach ukraińskich*, w: *Narody i stereotypy*, Kraków.
- Tomaszewski J., 1991, *Stereotyp mniejszości narodowych w II Rzeczypospolitej*, w: Tazbir J., red., *Mity i stereotypy w dziejach Polski*, Warszawa.
- Zubrycka M., 1995, *Stereotyp Polaka w literaturze ukraińskiej*, w: *Narody i stereotypy*, Kraków.
- Белова О.В., 2005, *Этнокультурные стереотипы в славянской народной традиции*, Москва.
- Бовуа Д., 1996, *Кріпак, шляхтич і ревізор. Польська шляхта між царизмом і українськими масами (1831–1863)*, Кіїв.
- Бовуа Д., 1998, *Битва за землю в Україні 1863–1914. Поляки в соціо-етнічних конфліктах*, Кіїв.
- Булашев Г., 1992, *Український народ у своїх легендах, релігійних поглядах і віруваннях: космогонічні українські народні погляди та вірування*, Кіїв.
- Волишська І.В., 1992, *Театральні елементи в традиційній обрядовості українців Карпат кінця XIX–поч. XX ст.*, Кіїв.
- Гаврилюк С., 2002, *Культурний аспект у формуванні і подоланні українсько-польських стереотипів*, w: Bonusiak W., red., *Stereotypy narodowościowe na pograniczu*, Rzeszów.
- Гнатюк В., 1899, *Галицько-руські анекдоти*. Ч. 2, w: *Етнографічний збірник*, Т. 6, Львів.
- Золота Вежа. Українські народні казки, легенди, притчі, перекази, загадки та приповідки*, 1983, передм., упоряд. та підгот. текстів, словник С.Г. Пушника, Ужгород.
- Конечна Й., 2001, *Польща – Україна. Взаємний образ*. Варшава.
- Костомаров М.И., 1994, *Об историческом значении русской народной поэзии*, w: Костомаров М.И., *Слов'янська міфологія*, Кіїв.
- Номіс М., 2004, *Українські приказки, прислів'я і таке інше*.
- Прислів'я та приказки: Людина. Родинне життя. Риси характеру*, 1990, Упор. М.М. Пазяк, Кіїв.
- Свівцький М., 2000, *Записки сірого волинця*, Кіїв.
- Спогади поляків про польсько-український конфлікт на Волині*, 2003, „І. Незалежний культурологічний часопис”, Львів, № 28. „Волинь 1943. Боротьба за землю”.

- Трухан М., 1992, *Негативний стереотип українця в польській післявоєнній літературі*, Львів.  
*Етніонаціональна структура українського суспільства*, 2004, Київ.
- Франко І., 1898, *Людові вірування на Підгір'ю*, в: *Етнографічний збірник*, т. 5, Львів.
- Франко І., 1908, *Галицько-руські народні приповідки. Т. 2. Вип. 2 (Кравець-П'ять)*, в: *Етнографічний збірник*, Т. 24, Львів.
- Юрченко О. С., Івченко А. О., 1993, *Словник стійких народних порівнянь*, Харків.

**Jurij Sileckij** studia doktoranckie ukończył w Katedrze Etnologii Narodowego Uniwersytetu Lwowskiego im. Iwana Franki. Napisał pracę doktorską pod tytułem *Heterostereotypy etniczne w tradycyjnym światopoglądzie Ukraińców. Za- interesowania: etniczna historia Ukraińców, stereotypy etniczne, historia stosunków międzyetnicznych*. Najważniejsze publikacje: *Галицько-руські народні приповідки івана Франка як джерело дослідження етнічних стереотипів українців кін. ХІХ-поч ХХ ст.* „Народознавчі зошити“ (Львів) 2005, №5-6; *Росіяни в етнічних стереотипах українців (на матеріалах українського традиційного світогляду)* „Науковий часопис НПУ ім. М. Драгоманова“ (Київ) 2008, Вип. 6.

AŁŁA KRAWCZUK  
L w ó w

## Nowe profile ukraińskiego stereotypu Polaka (na podstawie ankietowania studentów lwowskich)

Badania nad stereotypami narodowościowymi, aktywnie prowadzone w ostatnich latach, ukazują zmiany w postrzeganiu przez poszczególne narody swoich sąsiadów – bliższych oraz dalszych. Analiza auto- i heterostereotypów różnych narodowości wydaje się bardzo interesująca obecnie, gdy na europejskiej mapie geopolitycznej (a w związku z tym także mentalnej) zachodzą istotne zmiany. Zmiany w postrzeganiu siebie oraz sąsiadów szczególnie widoczne są u mieszkańców krajów obszaru postsowieckiego, zwłaszcza tych, którzy dążą do zbliżenia z jednoczącą się Europą. W nowych warunkach gospodarczych, politycznych i kulturowych ulegają przekształceniom stare, uwarunkowane historycznie, stereotypy sąsiednich narodowości i pojawiają się nowe. Szczególnie dobrze widać te procesy w relacjach polsko-ukraińskich. Na lepsze zmienił się na przykład stereotyp Ukraińca w oczach Polaka (głównie młodego), o czym pisze Jerzy Bartmiński<sup>1</sup>. Inaczej niż wcześniej jest również widziana Polska przez Ukraińców.

Właśnie ukraińskim stereotypom Polaka jest poświęcony niniejszy artykuł. Zostały w nim przedstawione wyniki przeprowadzonych wśród ukraińskich

---

<sup>1</sup> W ciągu jedynie dziesięciu lat (1990–2000) wizja Ukraińca-nacjonalisty (wartościowanego negatywnie) zmieniła się w wizję Ukraińca-patrioty, wartościowanego pozytywnie; przesunięta na margines została wizja Ukraińca-„rezuna”, uwarunkowana historycznie. W ogóle w stereotypizacji Ukraińców zaczęło dominować podejście opisowe i poznawcze nad wartościującym. Na przelomie XX–XXI w. pojawił się jednak „nowy syndrom Ukraińca – bazarowego handlarza”, który „w dużym stopniu odbudował negatywne charakterystyki” (Bartmiński 2006). Można także założyć pojawienie się nowszych cech stereotypowych związanych z wizją Ukraińca-zarobkowicza, przyjeżdżającego do Polski do pracy.

sudentów ankiet. Najważniejszym zadaniem artykułu jest przyjrzenie się kształtowaniu nowych profili<sup>2</sup> Polaka z perspektywy młodych Ukraińców reprezentujących środowisko uniwersyteckie.

Ujawnienie nowych cech ukraińskiego stereotypu Polaka wymaga odwołania się do kontekstu historycznego i, co najmniej szkicowego, przedstawienia „tła” dawnych stereotypów Polaka – tych, które są (były) utrwalone w świadomości przedstawicieli średniego i straszego pokolenia Ukraińców.

W perspektywie historycznej kształtowanie się ukraińskiego stereotypu Polaka uwarunkowane było szeregiem czynników natury politycznej. Powikłane oraz często dramatyczne doświadczenia wspólnej historii dały w rezultacie sporą dawkę wzajemnej wrogości oraz niezrozumienia. Sprzeczności polsko-ukraińskie dość często były wykorzystywane przez różne siły polityczne, które sprzyjały kształtowaniu się w społeczeństwie określonej wizji narodu. Ważnym elementem tego procesu była szczególna rola, jaką odgrywali Polacy w kształtowaniu się ukraińskiej świadomości narodowej. W drugiej połowie XIX i na początku XX wieku jednym z głównych ośrodków krystalizacji świadomości narodowej Ukraińców była Galicja Wschodnia, gdzie Polacy i Ukraińcy mieszkali obok siebie. Szereg ukraińskich badaczy, m.in. Iwan Łysiak-Rudnycki (Лисяк-Рудницький 1994), John Paul Himka (1978), Roman Szporluk (1995), Andrij Portnow (Портнов 2003), podkreśla, że Polska razem z Rosją odgrywała dla ukraińskiego ruchu narodowego rolę swoistych antypodów – modelu, wobec którego należało się zdystansować. Jednocześnie Ukraińcy naśladowali niektóre sposoby i metody działania polskich działaczy politycznych, społecznych oraz kulturowych. Skutkiem tego wykształciła się ambiwalencja ukraińskiego nastawienia do Polaków. Z jednej strony za negatywne cechy Polaków uważano na przykład butę, skłonność do przechwalania się, bezczelność, niechęć do ciężkiej pracy, z drugiej zaś odnotowywano ich pozytywne cechy – patriotyzm, odwagę, szlachetność wobec kobiet oraz inne, które oceniano jako godne naśladowania. Warto podkreślić, że część cech składających się na stereotyp Polaka powstała jako odzwierciedlenie autostereotypów ukraińskich. Zbiorowa samoidentyfikacja Ukraińców definiowała „swoje” poprzez przeciwstawianie się „obcemu”. Proces wzmacniania się pozytywnego autostereotypu najczęściej odbywa się kosztem marginalizacji

---

<sup>2</sup> Termin *profil* rozumiem, za J. Bartmińskim, jako „subiektywny wariant bazowego stereotypu powoływany do życia i podtrzymywany w obiegu przez określony podmiot indywidualny lub zbiorowy, dokonujący konceptualizacji i podporządkowany jakiejś dominancie” (Bartmiński 2007, 309). W danym wypadku takim podmiotem jest uniwersytecka młodzież Ukrainy Zachodniej (Lwowa).

czy nawet demonizacji „innego”, „obcego”. Prawie wyłącznie negatywny obraz Polaka, oparty na doświadczeniach historycznych, wylania się na przykład z analizy ukraińskich przysłów (zob. np. Strumiński 1995) i w ogóle ukraińskiej tradycyjnej kultury ludowej (zob. np. Silecki w tym numerze PS), a także literatury – przeważnie powieści historycznych i poezji (zwłaszcza tych napisanych przed końcem XIX wieku) (zob. np. Zubrycka 1995).

Część ukraińskich stereotypów Polaka była pozostałością okresu rządów komunistycznych na Ukrainie. W czasach ZSRR propaganda oficjalna oraz programy dydaktyki szkolnej były wyraźnie skierowane na piętnowanie „polskich panów” okresu I i II Rzeczypospolitej, to znaczy czasów, kiedy ziemie ukraińskie w większym lub mniejszym stopniu znajdowały się pod kontrolą Polski. Mimo podkreślania, że chodzi tylko o część Polaków, a mianowicie o szlachtę i księży, rezultatem takiej polityki stała się wizja Polaków, eksponujących swoją wyższość oraz pragnących dominacji nad Ukraińcami<sup>3</sup>. Jednocześnie praktyczne doświadczenia codzienności demonstrowały względnie wyższy stopień życia oraz większy liberalizm polityczny w Polsce niż na Ukrainie. W latach 1980–1990 Polak już kojarzył się z zaradnością, ale jednocześnie ze skąpstwem i – częściowo – skłonnością do łatwizny, niechęcią do ciężkiej (w rozumieniu niektórych – uczciwej) pracy.

Ukraiński stereotyp Polaka zaczął ulegać zmianom w okresie istnienia niepodległej Ukrainy. Sprzyjało temu nawiązywanie i podtrzymywanie kontaktów międzypaństwowych, a w jeszcze większym stopniu – osobiste doświadczenia Ukraińców odwiedzających Polskę. Jak zaznacza polski badacz stosunków polsko-ukraińskich, Henryk Pietrzak:

trzeba przyznać, że w latach dziewięćdziesiątych pojawiły się oznaki zainteresowania (ze strony ukraińskiej) sprawami polskimi i ogólny wzrost sympatii do Polski i Polaków. Przepuszczalnie wiąże się to z ogólnym zwrotem polityki ukraińskiej i świadomością, że droga do Europy wiedzie przez Polskę (Pietrzak 2000, 198).

Dzisiejsze obserwacje zachowań młodego pokolenia Ukraińców (zwłaszcza młodzieży akademickiej) i analiza wypowiedzianych przez młode osoby sądów o świecie pozwalają na postawienie tezy o zachodzeniu istotnych zmian w ukraińskim stereotypie Polaka. Coraz mniej miejsca zajmują w nim negatywy

---

<sup>3</sup> W pierwszym dziesięcioleciu istnienia niepodległej Ukrainy większość ukraińskich szkolnych podręczników do historii ciągle demonstrowała „mniejszą sympatię do Polaków i większą do Rosjan” i była napisana z perspektywy wschodnioukraińskiej (zob. np. Мудрий 2000).

związane z polsko-ukraińskimi konfliktami XX w., natomiast w grę wchodziły pozytywne wrażenia ze spotkań z rówieśnikami z Polski, z wyjazdów do Polski, ze śledzenia europejskiej polityki sąsiedniego państwa itp. Tak więc z perspektywy ukraińskiego studenta odkrywa się nowe profile Polaka.

Zgodnie z metodyką badań nad stereotypami, danych o stereotypie jakiejś rzeczy, jakiegoś zjawiska czy też jakichś grup ludzi należy szukać przede wszystkim w samej strukturze języka – w znaczeniu i etymologii wyrazu, nazywającego ową rzecz, zjawisko lub ludzi, w analizie jego derywatów słowotwórczych oraz neosemantyzmów, we frazeologizmach zawierających ten wyraz, w strukturze semantycznej zdań. Stereotypowe cechy są „ujęzykowane” również w przysłowiach (ale są one materiałem do badań jedynie nad dawnymi stereotypami). Oprócz tego, uzyskaniu danych o stereotypie jakiegoś przedmiotu (rozumianego szeroko) mogą służyć teksty – przy czym nie tylko teksty kliszowane (jak na przykład dowcipy i in.), lecz także teksty wypowiedziane spontanicznie, w których może się powtarzać przypisywanie pewnej charakterystyki przedmiotowi. Dane do stereotypu szuka się także w tekstach folklorystycznych, literackich, publicystycznych i in.

Identyfikacji stereotypów służą również dane uzyskane eksperymentalnie (ankiety), zwłaszcza, jeżeli chodzi o konieczność zbadania nowego stereotypu w pewnym środowisku. Różne typy pytań ankietowych są skierowane na ujawnienie tych cech danego przedmiotu, które są utrwalone już nie tylko językowo (tzn. w samej strukturze danego języka), lecz społecznie.

Studentom Narodowego Uniwersytetu Lwowskiego im. Iwana Franki została zaproponowana ankieta o następującej treści<sup>4</sup>:

1. Kto to jest Polak?
2. Proszę podać wyrazy, których Pan(i) (albo ktoś inny) używa zamiast słowa *Polak*.
3. Proszę podać cechy, które, Pani/Pana zdaniem, najlepiej charakteryzują typowego Polaka (takiego, jaki on jest).
4. Proszę podać cechy, które, Pani/Pana zdaniem, najlepiej charakteryzują prawdziwego, wzorcowego Polaka (takiego, jaki on powinien być).
5. Proszę dokończyć zdanie (można podać kilka wersji): *On jest Polakiem, ale...*

---

<sup>4</sup> Ankieta została ułożona na podstawie ankiet zastosowanych do badania stereotypów różnych narodowości przez zespół pod kierunkiem profesora Jerzego Bartmińskiego (zob. np. Bartmiński, Lappo, Majer-Baranowska 2002).

6. Jakie przedmioty są charakterystyczne dla Polaka?
7. Proszę dopisać rzeczowniki, które łączą się z wyrazami: *polski* (*polska, polskie*).
8. Proszę dopisać czasowniki do wyrażen *jak Polak, po polsku* i wyjaśnić znaczenie powstałych (razem z czasownikami) zwrotów.
9. Proszę podać znane Pani/Panu przysłowia, porzekadła, stałe połączenia wyrazowe, frazeologizmy o Polakach.
10. Proszę napisać znane Pani/Panu dowcipy o Polakach.

W badaniu wzięli udział studenci: II i V roku polonistyki Wydziału Filologicznego, II i III roku Wydziału Stosunków Międzynarodowych oraz IV roku Wydziału Historii. Ankieta została sformułowana w języku ukraińskim, studenci byli proszeni o udzielanie odpowiedzi również w języku ukraińskim (czyli w ich języku ojczystym). Na potrzeby artykułu przeanalizowano 52 ankiety: 17 ankiet wypełnionych przez studentów polonistów (p), 25 – przez studentów stosunków międzynarodowych (m) oraz 10 – przez studentów historyków (h). Spośród studentów Wydziału Stosunków Międzynarodowych do wypełnienia ankiet zostali zaproszeni ci, którzy uczą się języka polskiego jako obcego. Wybór trzech różnych kategorii studentów – według kierunku studiów – był motywowany dążeniem do uzyskania w miarę różnorodnych danych, gdyż można założyć, że ankietowanie studentów jednego tylko kierunku znacznie zawęziłoby spektrum odpowiedzi (co jest związane ze specyfiką studiów na tym właśnie kierunku).

Rzeczą oczywistą jest to, że same tylko dane ankietowe nie mogą być materialem wystarczającym do przedstawienia współczesnego stereotypu Polaka. Poza tym obiektywizacji danych służyłoby włączenie do analizy o wiele większej liczby odpowiedzi ankietowych niż ta, która tu została opracowana. Mimo wszystko to wstępne badanie umożliwiło przyjrzenie się problemowi oraz ujawnienie pewnych zarysowujących się tendencji w zmianach ukraińskiego stereotypu Polaka.

W dalszej części artykułu zostaną przeanalizowane odpowiedzi studentów na poszczególne pytania przytoczonej wyżej ankiety i dokonane pewne uogólnienia.

### 1. Kto to jest Polak?

Pytanie o definicję ma służyć ujawnieniu tego, jak Ukraińcy rozumieją nazwę *Polak* i jak ją kategoryzują. W ukraińskich definicjach słownikowych

Polak to „naród, który stanowi podstawową część ludności Polski” (Byceλ, ρεα., 2007; Βίλοδία, ρεα., 1970–1980). A zatem występuje w nich przede wszystkim kategoryzacja geograficzna (mieszkaniec pewnego kraju)<sup>5</sup>.

W definicjach ankietowych również najczęściej pojawia się kategoryzacja **geograficzna**: Polak najczęściej (26 razy) jest określany przez ukraińskich studentów jako mieszkaniec pewnego kraju. Oprócz tego w odpowiedziach respondentów dość często mamy do czynienia z kategoryzacją **polityczną i narodowościową**. A więc Polak to także obywatel pewnego państwa (20) i człowiek narodowości polskiej, mający polskie pochodzenie (18)<sup>6</sup>.

Oprócz tych trzech podstawowych kategoryzacji spotykamy inne – na przykład **językową**: Polak to osoba mówiąca w języku polskim (6). Dość często pojawia się określenie Polaka jako **sąsiada Ukrainy**, „naszego (zachodniego) sąsiada” (9). Jeszcze jedna kategoryzacja Polaka – **tożsamościowa**: Polak jest określany jako ten, kto czuje się Polakiem, uważa się za Polaka (6), por. np.: „Polak to człowiek, który najczęściej mieszka na terytorium Polski albo – w pewnych okolicznościach – poza jej terenami. Ale najważniejsze jest to, żeby ten człowiek sam uświadamiał sobie siebie jako Polaka (p); „Polak to człowiek, który uważa siebie za Polaka, nie jest konieczne mieć w dowodzie wpisane *Polak*, czy też urodzić się na terenie Polski” (p).

Sporadycznie pojawiają się określenia **wartościujące**, jak np.: Polak to „przyjaciel Ukrainy” (co zazwyczaj studenci piszą obok określenia „sąsiad”), czy też określenia ogólne typu „to przede wszystkim człowiek”, „to człowiek, który pochodzi od Boga (jak i my wszyscy)”, w tym ujęte psychologicznie – „to osobistość”.

W definicjach pojawia się także charakterystyka Polaka jako osoby przywiązanej do polskiej symboliki narodowej<sup>7</sup>: Polak to „człowiek, który czci białego orła, zna i śpiewa *Mazurek Dąbrowskiego*” (p); „zna i umie rozpoznać swoje symbole państwowe” (p). Polak, według definicji studenckich, to także osoba, przywiązana do zwyczajów i tradycji polskich, por.: „Odróżnia się

---

<sup>5</sup> Ale por. w polskim słowniku: *Polak to ktoś, kto pochodzi z Polski* (Bańko, red. 2000) – kategoryzacja narodowościowa.

<sup>6</sup> Por. na przykład: „Polak to mieszkaniec Polski, ale tylko ten, który ma polskie korzenie, dlatego że przemieszczonych nie można uważać za Polaków (raczej tylko oficjalnie)” (p); „Polakiem może być również mieszkaniec innego państwa, ale ten, który ma polskie korzenie” (p); „Prawdziwym Polakiem jest tylko ta osoba, która ma polskie korzenie” (p).

<sup>7</sup> Odnotowano tylko u polonistów, co może być rezultatem specjalnej edukacji uniwersyteckiej.



(...) zwyczajami, kuchnią (...) od innych narodów” (p); „Polacy to ludzie, którzy bardzo lubią, szanują swoją kulturę, język i ziemię”, a nawet „zamiast wszystkich nazw ogólnie przyjętych wymyślają własne wyrazy – zamiast *basketball* – *koszykówka*” (m).

Jak wynika z udzielonych przez studentów odpowiedzi na pytanie o definicję Polaka, jest on człowiekiem religijnym. Jest też osobą, która mieszka w kraju bogatszym niż Ukraina. Jest dość bogaty, ale też oszczędny (trwonić pieniędzy nie lubi). Co ciekawe i nieco zaskakujące, Polak „nie jest przyzwyczajony do pracy na ziemi, Polaka na pewno nie można nazwać *chleborobem* (ukr. *хлібороб*)” (p)<sup>8</sup>. Lubi podróżować po świecie. To Europejczyk. Wspiera także swoich rodaków i współczuje im. To człowiek zadbany, akuratny, ubrany prosto i przyzwoicie. Jest pogodny, przyjazny i spokojny, a także wesoły, radosny, dowcipny. Polak lubi żartować i potrafi fajnie się zabawić. Można z nim wesoło porozmawiać i pójść na piwo<sup>9</sup>.

2. Proszę podać wyrazy, których Pan(i) (albo ktoś inny) używa zamiast słowa *Polak*.

Jest to pytanie o synonimy wyrazu *Polak*, które powinny uzupełnić obraz Polaka, który już wylonil się na podstawie definicji.

W tym punkcie ankiety częściowo powtarzają się cechy już zasygnalizowane we wcześniejszych definicjach (na przykład kategoryzacja polityczna: *obywatel Polski, obywatel państwa polskiego*, kategoryzacja geograficzna: *mieszkaniec Polski*, stosunek geograficzny wobec Ukrainy: *sąsiad, sąsiad zachodni, nasz sąsiad, nasz bliski sąsiad*, kategoryzacja narodowościowa: *osoba polskiej narodowości*).

Znowu pojawił się (teraz już trzykrotnie) *Europejczyk*, jeden raz – *mieszkaniec Europy Środkowo-Wschodniej* (ze wskazówką, że nazwa ta obejmuje przedstawicieli kilku krajów), trzy razy pojawił się *obcokrajowiec*.

Stosunek emocjonalny Ukraińców do Polaków eksplikuje przytoczone w tej rubryce wyrażenie: *nasz brat*.

Najczęstszym synonimem wyrazu *Polak* jest, według ankiet, wyraz *Lach* (14). Ukraińscy studenci jednak zdają sobie sprawę albo z tego, że wyrazu

<sup>8</sup> Wizja taka jest chyba skutkiem porównania Polaka-szlachcica z Ukraińcem-chłopem (zob. też tekst J. Sileckiego w tym tomie). Autostereotyp Ukraińca jako rolnika uprawiającego zboże i dającego życiodajny chleb jest tradycyjny dla ukraińskiej kultury i nadal bardzo trwały.

<sup>9</sup> Podobne cechy pojawiają się później w odpowiedziach na następne pytania – głównie te, które dotyczą cech typowego i prawdziwego Polaka.

tego teraz się nie używa, por. na przykład: „Oprócz anachronizmu Lach, nie znam innych” (h); „W literaturze spotkałam wyraz *Lachy*, chociaż nie słyszałam go od innych” (p), albo z tego, że jest on obraźliwy i nie wypada go używać: „Lachy (ale ja ich tak nie nazywam)” (p); „Na określenie Polaka nie używam żadnych innych wyrazów, zwłaszcza obraźliwych. Nie zaprzeczam jednak, że jest używany, utarty w języku ukraińskim, wyraz *Lach* na określenie Polaka” (p). Dla młodego pokolenia, nieobeznanego z historią i z literaturą, słowo *Lach* nie jest znane. Na przykład studenci historycy podają je dużo częściej niż inni. Studentka polonistka z pewnością coś takiego słyszała, ale dokładnie tego wyrazu nie zna, gdyż napisała: *Alach*.

Nieoczekiwanie często – bo aż 7 razy – pojawił się przezwiskowy synonim *Przeki* (w oryginale: *Пшеки* lub *Пшеку*). Przewisko to pojawiło się wskutek tego, że Ukraińcom język Polaków wydaje się zbyt szeleszczący, bardzo często występuje w nim połączenie dźwięków [pš]. Nieczytelną etymologię mają przezwiskowe rymowanki zawierające wyraz *Przeki*: *Пшеки лелеки*, *Пшеки лелеки* (dosłownie: „Przeki bociany”). Ciekawe, że żaden polonista takiego przezwiska nie użył.

Jako wyraz, którego można użyć zamiast wyrazu *Polak*, studenci przytoczyli: *Mazur* (3 razy) oraz zdrobnienie *Mazurek* (w oryginale: *Мазурек*) (1 raz). Jeden student polonista przytoczył jako synonim wyrazu *Polak* słowo *pan*. Warto zaznaczyć, że nie wszyscy studenci wypełnili tę rubrykę (14 nie wypełniło), kilku napisało: *Tylko Polak*.

A zatem analiza tej części ankiety ujawniła, że stereotyp Polaka, jako stereotyp bliskiego sąsiada, tradycyjnie ma cechy negatywne. W języku ukraińskim istnieją bowiem przezwiskowe nazwy Polaków, które mają raczej konotacje negatywne niż pobłażliwo-pozytywne. Jednak komentarze studentów albo sposób, w jaki wprowadzają oni owe „inne” nazwy Polaka, przemawiają za tym, że młode pokolenie zdaje sobie sprawę z tego, że nazwy te są „nieładne” i że używać ich nie wypada. Niektórzy Ukraińcy uważają, że wartościujący negatywnie może być sam etnonim *Polak*, ale z akcentem na pierwszej sylabie (w języku ukraińskim wyraz ten jest akcentowany na drugiej sylabie) – takie zdanie pojawiło się w jednej z odpowiedzi ankietowych. Wydaje się, że nazwą o lekkim nacechowaniu wartościującym (może nieco żartobliwym, ale raczej nie negatywnym) jest ukraiński wyraz *поляци* (*Polacy*) zamiast normatywnego *поляки* (*Polakzy*). Zauważmy, że ten wyraz w ankietach się nie pojawił. Wielu studentów, jak wynika z ankiet, po prostu nie zna innych określeń Polaka – może to też znaczyć, że nie mają oni uprzedzeń wobec Polaków, związanych na przykład ze wspólną przeszłością historycz-

na<sup>10</sup>. Nowa wizja Polaka w świetle ankiet studenckich związana jest z jego europejskością oraz tym, że Polacy są europejskimi sąsiadami Ukraińców i że Polak to „nasz brat”.

3. Proszę podać cechy, które, Pani/Pana zdaniem, najlepiej charakteryzują typowego Polaka (takiego, jaki on jest).

Pytanie to przewidywało ujawnienie cech, które Ukraińcy przypisują Polakom – na podstawie tego, jak ich widzą (w odróżnieniu od następnego pytania o prawdziwego Polaka, które zakładało ujawnienie tego, jak Ukraińcy wyobrażają sobie zestaw cech idealnego Polaka). Zaznaczyć warto, że niektórzy respondenci niezbyt wnikliwie przeczytali polecenia 3. i 4., nie przywiązując wagi do różnicy między określeniami *typowy* i *prawdziwy*. Oba te punkty w niektórych ankietach są po prostu wzajemnym uzupełnieniem cech przypisywanych Polakom. Na przykład w odpowiedzi na pytanie 4. o prawdziwego Polaka pojawiała się odesłanie do poprzedniego punktu dotyczącego cech typowego Polaka: „Nie wiem. Zob. pytanie 3” (h), „Zob. wyżej” (m), czy też po prostu: „Nie mogę odpowiedzieć” (m). W niektórych wypadkach formy odpowiedzi na pytanie o prawdziwego Polaka przemawiały za tym, że respondent ma na myśli cechy typowego Polaka, na przykład: „Polacy to ludzie, którzy z reguły są religijni. To patrioci swojego państwa (oczywiście, nie wszyscy). Pierwsze zdanie, które pada z ust polskiego Niemowlęcia: *Jestem Polakiem*” (m).

W odpowiedziach dotyczących cech typowego i prawdziwego Polaka ujawnił się fakt, że ukraińscy studenci w *prawdziwym* Polaku chcieliby widzieć takie cechy, które oznaczają jego przychylnie nastawienie do Ukrainy i Ukraińców (a w *typowym* Polaku takich cech brak). Na przykład: „Prawdziwy Polak powinien (...) być uprzejmy w stosunku do swoich sąsiadów

---

<sup>10</sup> Historycznie zaś rzecz biorąc, w obiegu ukraińskojęzycznym funkcjonowały, obok wyrazu *Lach*, jeszcze co najmniej dwa synonimny Polaka o postaci zdrobnialej – *поляченко* i *полячок* (które w żadnej ankiecie nie zostały przytoczone). Wyrazów tych brak już w jedena-stotomowym słowniku języka ukraińskiego z lat 1970–1980 (Білодід, ред., 1970–1980), ale występują jeszcze w słowniku języka ukraińskiego z lat 1907–1909, w którym wyraz *поляченко*, niemający żadnych kwalifikatorów stylistycznych, jest zilustrowany cytatem z pieśni ukraińskiej: *Хвалилися поляченки, що вони звозовали*, a wyraz *полячок*, poprzedzony kwalifikatorem „niewielki”, zilustrowany jest kontekstem wartościującym (wyraz występuje obok pogardliwego zdrobnienia *панок* (od ukraińskiego *пан* (*pan*) w znaczeniu „wyzyskiwacz” i może być odbierany jako synonim tego właśnie rzeczownika): *Зріклимся... і тих панків, тих полячків, котрі з нас жили* (Грінченко, упор., 1996–1997).

(Ukraińców)” (h). Czasem Ukraina jest zawoalowana – dopatrywać się jej trzeba wśród „innych”, jak na przykład: „Prawdziwy Polak powinien z szacunkiem odnosić się do innych etnosów” (h). Natomiast typowi Polacy „bardzo wysoko się noszą, uważają, że są lepsi (wyżsi) od Ukraińców (...)” (p). Por. także: *typowy Polak*: „Czasami jest wyniosły, jeśli chodzi o stosunek do Ukraińców, zawsze jest wściekły z powodu ukraińskich dróg” – *prawdziwy Polak*: „Jest gościnnie wobec Ukraińców” (p). A zatem pytania o typowego i prawdziwego Polaka w znacznym stopniu ujawniły ważny element autostereotypu samego Ukraińca, który czuje się lekceważony, pogardzany ze strony Polaka i ma w związku z tym pewne kompleksy.

„Typowy” Polak w oczach ukraińskich studentów ma cechy zarówno pozytywne, jak i negatywne, przy czym te drugie nie przeważają nad pierwszymi.

Cechy te zostały podzielone według faset, zaproponowanych w artykule J. Bartmińskiego, I. Lappo i U. Majer-Baranowskiej (2002) (w naszym materiale nie wyróżniono jedynie aspektu ideologicznego, gdyż w ankietach nie pojawiły się odpowiednie cechy). Najliczniej przedstawione zostały cechy w tzw. aspekcie społecznym, ujawniającym to, jak Ukraińcy widzą Polaków w świetle ich stosunków z ludźmi, oraz w aspekcie psychicznym<sup>11</sup>. Następnie co do liczebności cech są aspekty: kulturowy i polityczny, potem fizyczny, najmniej cech dotyczy aspektu bytowego<sup>12</sup>:

*Aspekt społeczny*: przyjemny („sympatyczny”, „pogodny”, „miły”) (7), koleżeński (7), towarzyski (4), komunikatywny (6), zarozumiały (2), ważny (w znaczeniu „zarozumiały”), wyniosły (1), traktuje innych z lekceważeniem (2), pyszny (1), ma wysoką samoocenę (2), ma pewną „mianię wyższości” (1), uważa, że zawsze ma rację (1), zacięty (1), pewny siebie (1), dumny (5), bez kompleksów (2), głośno (i emocjonalnie) rozmawia (1), krzykliwy (1), hałaśliwy (1), gadatliwy (3), dużo mówi (1), szybko mówi (2), lubi poplotkować (1), trochę kłótlivy (1), rozrywkowy (1), lubi bawić się, imprezować (1), potrafi organizować naprawdę wesołą zabawę (1), ma poczucie humoru (1),

<sup>11</sup> Cechy psychiczne czasem trudno jest odróżnić od tzw. cech społecznych, gdyż bardzo często cechy psychiczne (na przykład *upartyy, zucietyy, honororny, oturtyy, szczyryy*) najwyraźniej się przejawiają właśnie w kontaktach z innymi ludźmi. Dlatego podział na cechy psychiczne i społeczne nie jest w niniejszym opracowaniu bardzo precyzyjny, zdajemy sobie sprawę z tego, że wiele cech, określonych jako społeczne, mogło też znaleźć się w grupie cech psychicznych. Bardziej fortunne byłoby może w tej sytuacji użycie terminu *cechy psychospołeczne*. W każdym razie przy dokonywaniu uogólnień na temat stereotypowych cech Polaka cechy, zwane tu psychicznymi i społecznymi, są analizowane łącznie.

<sup>12</sup> W nawiasach liczny przytoczeń.

(bardzo) gościnnie (4), skąpy (5), zbyt oszczędny (1), dobry (5), hojny (1), szczerzy (1), bezpośredni (w znaczeniu „spontaniczny”), otwarty (2), uczciwy (3), szlachetny (1), chytry (6), sprytny (1), (bardzo) interesowny (3), (trochę) naiwny (2), uczynny (1), wspaniałomyślny (1), wybredny (1), nie wstydy się swoich czynów, swojego zachowania (2) pragmatyczny (2), zamknięty w sobie (1), trochę zamknięty w sobie – nie jest zbyt otwarty w swoich wypowiedziach (1), snob (1), ciekawy (w znaczeniu „interesujący się”), doświadczony (1), niemający wygórowanych wymagań wobec otoczenia (1).

*Aspekt psychiczny*: wesoly (11), pełen radości życia (2), inteligentny (6), spokojny (3), zrównoważony (2), umiarkowany (1), (bardzo) uczuciowy, emocjonalny (4), szybki (1); dociekliwy (3), dążący do celu (1), poważny (1), skromny (1), śmiały (1), (trochę) beztroski (3), trochę dziwny (1), głośno i emocjonalnie mówi (1), roztargniony (1), o Polce: lubi flirt (1).

*Aspekt kulturowy*: o rozwiniętej sferze duchowej (lub duchownej) (2), wierzący (1), katolik (2), wykształcony (1), erudyta (2), człowiek wolny i interesujący się historią (1), interesujący się wszystkim (1), używa wulgaryzmów (3), dużo przeklina (2), trochę wulgarny (1), niezbyt wychowany (1), kulturalny (1), taktowny (1), dobrze wychowany (3), uprzejmy (2), wykazuje się dobrymi manierami prowadzenia rozmowy (1), lubi podróżować (3), ma zainteresowany wyraz twarzy – tak jak gdyby chciał wszystko wiedzieć i wszystko wie, ale tak naprawdę to może niczego nie rozumieć (1).

*Aspekt polityczny*: patriota (7), kocha swoją ojczyznę (1), jest oddany swojej ojczyźnie (1), opowiada się za Rzeczpospolitą (1), ma bardzo wysokie mniemanie o własnym państwie (1), ceni (nie zapomina, czci) własną historię i jest dumny z tego, że jest Polakiem (1), bardzo ceni wszystko swoje i preferuje rzeczy narodowe (1), jest wyniosły w stosunku do Ukrainy i państw wschodnioeuropejskich (1), Ukraińców traktują z rezerwą, zwłaszcza jeżeli Ukraińcy są ich gośćmi (1), czasami są wyniosli w stosunku do Ukraińców (1), o Polce: Ukraińców się nie boi (1).

*Aspekt fizyczny (wygląd)*: niskiego wzrostu (2), (zawsze) uśmiechnięty (4), niechudy (1), trochę otyły (1), często z „piwnym brzuszkiem” (1), niechlujny (3), śmieszny (2), ma wąsy (1), dba o swoją kondycję (1), dziewczyny ubierają się po europejsku, czyli nie bardzo wyraziście (1), wygodne sportowe ubranie (1), okulary (1), plecak albo torba o długich uchach (1), aparat fotograficzny (1), o Polce: ma ładną powierzchowność (1).

*Aspekt bytowy*: lubi wypić (1), pije dużo wódki (1), żyje w dostatku (1), oszczędny (1), ma domek w okolicach miasteczka, w którym mieszka z żo-

na, dwojgiem dzieci, psem i kotem (1), pije coca-colę (1), zawsze jest wściekły z powodu ukraińskich dróg (1), leniwy (1).

A zatem typowy Polak, zdaniem ukraińskich studentów, jest przede wszystkim wesoly i pelen radości życia (13 przytoczeń). W tym polu znaczeniowym znajduje się też cecha: uśmiechnięty (4). Bliskie znaczeniowo są wielokrotnie przytaczane cechy: gadatliwy i hałaśliwy (12) oraz ten, kto umie się bawić (3), jest koleżeński i towarzyski (11). Wydaje się, że na peryferiach utworzonego pola „wesole, radosne nastawienie do życia” można także usytuować komunikatywność (6). A zatem łącznie mamy 49 przytoczeń cech należących do wspomnianego pola.

Wysokie notowania ma tradycyjna polska cecha bycia patriotą (13).

Jednocześnie typowy Polak, co zgadza się z tradycyjnymi wyobrażeniami Ukraińców o Polakach, jest zarozumiały i ma wysokie mniemanie o sobie (12). W dodatku pięciokrotnie studenci wymienili dumę, którą można potraktować ambiwalentnie: po ukraińsku odpowiednik wyrazu *dumny – зордоу* – może mieć również konotację ‘wyniosły’. W związku z tym liczbę przytoczeń znajdujących się w polu „zarozumiałość i wysokie mniemanie o sobie” można by maksymalnie powiększyć o 5, co w sumie dałoby 17.

Dość wysokie notowania ma polska grzeczność (uprzejmy, grzeczny, kulturalny – 8), z którą można połączyć cechy: przyjemny, sympatyczny, miły (7), co w sumie daje liczbę 15.

Typowy Polak jest inteligentny (6) i wykształcony (4). Pole „inteligencji” tworzą również peryferyjne w nim cechy: ciekawy i dociekliwy (6), a zatem w sumie mamy w tym polu 16 przytoczeń.

Kolejne cechy mają stosunkowo mniejszą częstotliwość występowania w ankietach: chytry (6); skąpy (6); przeklina (6); spokojny i zrównoważony (5); dobry (5); gościnnie (4); emocjonalny (4); wierzący (3) (w ostatnim wypadku dodalibyśmy jeszcze dwa przytoczenia, ponieważ cecha zaznaczona dwukrotnie jako *розвинена духовна сфера* może po polsku oznaczać albo rozwiniętą sferę duchową, albo duchowną (łącznie – 5).

A zatem wśród najbardziej „przewidywalnych” stereotypowych cech Polaka znalazły się: patriotyzm, zarozumiałość, grzeczność (którą jednak, niestety, nieco równoważy wulgarność), gościnność, religijność. Natomiast nieoczekiwane częste w ankietach okazało się przytoczenie cech tworzących pole „witalności”, co zresztą zgadza się z wiekiem respondentów, ale co także świadczy chyba o tym, że młodzi Ukraińcy mają z reguły pozytywne wrażenia z komunikacji z polskimi rówieśnikami.

4. Proszę podać cechy, które, Pani/Pana zdaniem, najlepiej charakteryzują prawdziwego, wzorcowego Polaka (takiego, jaki on powinien być).

Cechy prawdziwego Polaka niemal wyłącznie są albo pozytywne, albo neutralne. W odróżnieniu od wyraźnej dominacji w „typowym” Polaku cech psychospołecznych, w „prawdziwym” Polaku na tym samym poziomie, co cechy psychospołeczne, występują cechy kulturowe i polityczne.

*Aspekt społeczny (stosunek wobec ludzi):* przyjemny (9), życzliwy (2), dobry (7), dobroduszny (2), szczerzy (9), otwarty (5), można na nim polegać (3), ma poczucie humoru (2), spontaniczny (1), koleżeński (1), gościnnie (1), hojny (1), niewyniosły (1), uczynny (1), podobny do Ukraińca, ale nie skąpy (1), opanowany (1), odpowiedzialny (1), szlachetny (2), przyzwoity (3), sprawiedliwy (1), srogi (1).

*Aspekt psychiczny:* wesoly (8), pełen radości życia (1), żwawy (1), inteligentny (5), rozsądny (1), rozważny (1), skromny (2), sumienny (1), dążący do celu (1), wrażliwy (1), poważny (1), spokojny (1), umiarkowany (1).

*Aspekt kulturowy:* dobrze wychowany (14), (bardzo) kulturalny (2), uprzejmy (2), taktowny (1), umiejący odczuwać i wyrażać szacunek (1), wykształcony (8), dociekliwy (2), religijny (5), prawdziwy katolik (1), praktykujący katolik (1), (bardzo) przywiązujący wagę do życia duchowego (2), obchodzi wszystkie święta i szanuje tradycje (1), dużo podróżuje (1), w starszym wieku dużo podróżują, co oznacza, że interesują się historią i życiem ludzi w różnych krajach (1), dobrze rozumie i zna historię – swoją oraz naszą (1), erudyta (1), odczytany (1), ciekawy rozmówca (1), inteligentny, wiele wie o swoich sąsiadach Ukraińcach i utrzymuje z nimi stałe kontakty (1).

*Aspekt polityczny:* patriota (8), powinien kochać ziemię ojczystą (1), powinien cenić i czcić swój język, zwyczaje i być z nich dumny, powinien należeć do elity, pracującej w imię dobra swojego państwa (1), obywatel swojego państwa i jest z tego dumny (1), godnie reprezentuje swój kraj na arenie międzynarodowej (1), europejskość w poglądach (1), uprzejmy stosunek do swoich sąsiadów (do Ukrainy), bo mają już dużo wspólnego (1), zawsze jest gościnnie wobec Ukraińców (1), szacunek wobec innych etnosów, konieczność uczenia się ich języków (1), zawsze krytykuje Rosjan, Niemców, Białorusinów, Ukraińców (1).

*Aspekt fizyczny (wygląd):* uśmiechnięty (2), ma okulary (1), wygląda reprezentacyjnie (1), nieszczupły (1).

*Aspekt bytowy:* żyją w dostatku, dlatego w wieku podeszłym dużo podróżują (2), mają schludne i ładne mieszkania (1), rodzinny (1), pracowity (1).

Wśród cech prawdziwego Polaka najwyższą pozycję zajął zespół cech mieszczących się w polu „dobrze wychowany i kulturalny”: dobrze wychowany (14), (bardzo) kulturalny (2), uprzejmy (2), taktowny (1), umiejący odczuwać i wyrażać szacunek (1) – łącznie 20. Jeżeli dodamy tu jako peryferyjną cechę przyjemny (9), otrzymamy 29 przytoczeń. A więc prawdziwego Polaka Ukraińcy wyobrażają sobie przede wszystkim jako osobę grzeczną i miłą.

Wysokie notowania ma patriotyzm (12).

Dość wysoko stoi religijność: religijny (5), prawdziwy katolik (1), praktykujący katolik (1), (bardzo) duchowny (2); tu peryferycznie dolożyć możemy także cechę: obchodzi wszystkie święta i szanuje tradycje (1), ponieważ większość świąt to święta religijne – łącznie 10.

Tak jak w „typowym” Polaku, występuje tu wesole i radosne nastawienie do życia: wesoly (8), pełen radości życia (1), żwawy (1) – łącznie 10.

Prawdziwy Polak jest inteligentny (5) i wykształcony (8) – 13.

Jest również dobry (7) i dobroduszny (2) – 9.

Po zsumowaniu cech, które powtarzają się przy „typowym” i „prawdziwym” Polaku, otrzymamy zestaw cech o największej frekwencji:

- wesole, radosne nastawienie do życia (59);
- greczność i kulturalność (44);
- inteligencja i wykształcenie (29);
- patriotyzm (25);
- zarozumiałość (17);
- religijność (15);
- dobroć (14).

5. Proszę dokończyć zdanie (można podać kilka wersji): *On jest Polakiem, ale...*

Jednym ze sposobów ujawnienia cech stereotypowych jest tzw. *but test* – metoda uzupełniania zdań przeciwstawnych typu „X jest Z, ale ma cechę W” (zakłada się, że „normalny” X ma cechę przeciwstawną lub sprzeczną z cechą Z). A zatem, jeżeli respondent podaje zdanie: *On jest Polakiem, ale nie mieszka w Polsce*, znaczy to, że „normalny”, stereotypowy Polak mieszka w Polsce.

W wyniku tego testu uzyskano 21 cech Polaka:

*On jest Polakiem...:*

- ale nie mieszka w Polsce (h).



- ale mieszka poza granicami Polski (m).
- ale mieszka za granicą (m).
- ale mieszka w Niemczech (m).
- ale mieszka we Francji (p).
- ale mieszka na Ukrainie – (2m).
- ale od razu widać, że mieszka w Ameryce – zdradza go jego zachowanie (m).

A zatem typowy Polak MIESZKA W POLSCE.

- ale nie przyznaje się do Polski i nią gardzi (p).
- ale nie interesuje się życiem w Polsce (p).
- ale gdyby miał wybór, wybrałby inną ojczyznę (p).
- ale w jego żyłach płynie ukraińska krew (m).
- ale nie chce mieszkać w Polsce (tak jest naprawdę, młodzież często opuszcza swój kraj w poszukiwaniu lepszego życia) (m).
- ale nie chce mieszkać w Polsce (p).

JEST PATRIOTĄ, CHCE MIESZKAĆ W POLSCE.

- ale przede wszystkim jest człowiekiem (h).
- ale jest takim samym człowiekiem, jak my (2m).
- ale jest podobny do wszystkich innych ludzi (p).
- ale wiele rzeczy kopiuje od Amerykanów (p).
- ale zachowuje się w danym momencie nie jak Polak (p).
- ale kiedy wchodzi do domu – zdejmuje obuwie (znaczy, że już się ukrainizował) (m).

SWOIŚCIE SIĘ ZACHOWUJE, MA SWOISTĄ KULTURĘ.

- ale nie mówi czystą polszczyzną (m).
- ale mówi z wyraźnym akcentem francuskim (m).
- ale nie zna języka polskiego (p).
- ale ja znam polski lepiej od niego (p).
- ale źle mówi po polsku (p).

DOBRZE MÓWI PO POLSKU.

- ale jak zawsze, nie rozumie języka ukraińskiego (m).
- ale nie zna i nie rozumie języka ukraińskiego (m).

ROZUMIE JĘZYK UKRAIŃSKI.

- ale zna język ukraiński (m).
  - ale dobrze włada językiem ukraińskim (p).
- NIE ZNA JEZYKA UKRAIŃSKIEGO.

- ale ma biznes za granicą (m).
  - ale prowadzi swój biznes na Ukrainie (m).
- MA BIZNES W KRAJU.

- ale studiuje w innym kraju (m).
  - ale uczy swoje dzieci na Ukrainie (m).
- STUDIUJE W KRAJU ON SAM I JEGO DZIECI STUDIUJĄ W KRAJU.

- ale jego rodzice pochodzą z Ukrainy (m).
- MA RODZICÓW POLSKIEGO POCHODZENIA, POLSKIEJ NARODOWOŚCI.

- ale związał swoje życie z osobą z innego kraju, innej narodowości (m).
- WIĄŻE SWOJE ŻYCIE Z OSOBĄ ZE SWOJEGO KRAJU I SWOJEJ NARODOWOŚCI.

- ale to nie wpływa na jego zainteresowania (p).
- MA SWOJE OSOBLIWE ZAINTERESOWANIA.

- ale współczesna europejska młodzież należy do jednej kultury, dlatego po odzieży i wyglądzie zewnętrznym nie da się go wyróżnić z grupy młodych Europejczyków (m).
- ZEWNĘTRZNIE WYRÓŻNIA SIĘ NA TLE INNYCH NARODOWOŚCI.

- ale nie zawsze jest dobrze nastawiony do Ukraińców (h).
- JEST DOBRZE NASTAWIONY DO UKRAIŃCÓW.

- ale lubi Niemców (p).
- NIE LUBI NIEMCÓW.

- ale respektuje także kulturę innych narodów (p).
- JEST NIETOLERANCYJNY WOBEC INNYCH KULTUR.

– ale niestety, wcale nie jest życzliwy (m).

JEST ŻYCZLIWY.

– ale nie pije (m).

PIJE.

– ale zachowuje się spokojnie (p).

ZACHOWUJE SIĘ NIESPOKOJNIE.

– ale nie jada bigosu (p).

JADA BIGOS.

– ale jest wrogo nastawiony, gdy nazywa się go Lachem (h).

NIE LUBI, GDY NAZYWA SIĘ GO LACHEM.

– ale lubi jeździć ukraińskimi drogami (p).

NIE LUBI UKRAIŃSKICH DRÓG.

Jak widać, cztery cechy pojawiły się po pięć i więcej razy. Według tego testu, jądro ukraińskiego stereotypu Polaka stanowią więc cechy: mieszka w Polsce i chce tu mieszkać, mówi po polsku, jest patriotą swojego kraju, swoiście się zachowuje (ma swoistą kulturę). Wszystkie te cechy mają wymiar polityczny i kulturowy. Jest interesujące, że w wielu wypadkach studenci wstawiają do opisu cech Polaka jego stosunek do ukraińskości: typowy Polak nie zna języka ukraińskiego, ale go rozumie, jest dobrze nastawiony do Ukraińców, ale nie lubi, kiedy oni nazywają go Lachem, nienawidzi ukraińskich dróg; nietypowy Polak też jest przywiązany do Ukrainy – ma tu swój biznes, uczy tu swoje dzieci, jego rodzice mają ukraińskie pochodzenie.

#### 6. Jakie przedmioty są charakterystyczne dla Polaka?

Pytanie o typowe przedmioty łączone z Polakiem dopełniają obrazu, który się wyłonił na podstawie pytań o cechy prawdziwego i typowego Polaka. Już w odpowiedziach na te pytania czasami pojawiały się przedmioty (jak na przykład: okulary, plecak, ubranie, dom i inne).

Najwyraźniej zarysowaną grupę znaczeniową tworzą nazwy ubrań i akcesoriów: charakterystyczne ubranie; wygodne ubranie; proste, ale jakości-

we ubranie; proste wygodne obuwie i ubranie; dla młodzieży – sportowy styl w ubraniu; dżinsy; szorty przed kolana; szalik ulubionej reprezentacji piłkarskiej; dla wykładowcy – konieczne garnitur i drogi zegarek; różne szaliki i apaszki; sztuczna biżuteria; bransoletki z paciorków, korale. Styl ubrania polskiej młodzieży – prosty, sportowy, a polskie kobiety lubią różne akcesoria.

Wśród przedmiotów charakterystycznych dla Polaka studenci kilkakrotnie wymienili plecak, aparat fotograficzny, okulary (przeciwsłoneczne). Tak najprawdopodobniej lwowscy studenci widzą w swoim mieście turystów z Polski.

Pojawiły się przedmioty, mówiące o religijności Polaków: różaniec, łańcuszek z krzyżykiem, modlitewnik, *Pismo święte*, portret Jana Pawła II.

Za patriotyzmem Polaków przemawiają nazwy różnych symboli narodowych: godło, flaga, biało-czerwona flaga, orzeł, *Mazurek*.

Znakami wartości konsumpcyjnych są:

- samochody: samochód, polski samochód, maluch, maluch (Fiat), małe samochody, ekonomiczne małe samochody; maluch jest jednym z liderów na liście typowych przedmiotów łączonych z Polakami (pojawia się 8 razy), a więc samochód ten Ukraińcy uznają za typowy znak polskiej kultury;
- sprzęty: komórka, walkman, telewizor, laptop;
- towary, sklepy: Tesco, hipermarkety, polskie towary – tańsze niż u nas, ale jakościowo takie same.

Stosunkowo liczna jest lista przedstawiająca jedzenie i używki: bigos, „potrawy – bigos”, golonka, żurek, parówki, guma do żucia, cukierki (słodyczne), kawa w kawiarni; piwo, puszka ich piwa, kufel piwa, bardzo dobre piwo Żywiec, piwo Żubr, żubrówka, papierosy, cygaro. W tej grupie przedmiotów znalazł się lider – piwo (14 przytoczeń), 6 razy pojawiły się papierosy.

Mало reprezentatywne grupy przedmiotów są związane: ze sferą intelektualną – książka, gazeta; z kulturą – uliczne przedstawienia; z oświatą – polska matura; ze sferą bytową – domek / dacha za miastem, bidet w łazience; z pieniędzmi – polskie złote, złoty, grosz.

Tutaj znowu, jak i w niektórych poprzednio przytoczonych odpowiedziach ankiety, studenci „przemycają” cechy do autostereotypu Ukraińca. I tak, w części ankiety, dotyczącej przedmiotów kojarzonych z Polakami, pojawiają się wyrazy związane z pracą Ukraińców w Polsce albo z polskimi towarami, sprzedawanymi na Ukrainie, na przykład: droga; truskawki, jabłka, czereśnie, maliny.

7. Proszę dopisać rzeczowniki, które łączą się z wyrazami: *polski (polska, polskie)*.

Polecenie to zakłada ujawnienie tego, co w pierwszej kolejności kojarzy się ukraińskim studentom z Polską, Polakami i polsnością albo z czym z owej polsności Ukraińcy mają do czynienia. Najczęściej dopisywanym wyrazem był wyraz *język* – pojawił się aż 22 razy. Zdarzyły się czterokrotne powtórzenia – *kultura, miasta, towary, produkty, samochód*; trzy razy wystąpiły: *książka, literatura, granica, ambasada, obywatelstwo, złoty, samochód, piwo*; kilka wyrazów zostało wymienionych po dwa razy: *pani, mentalność, państwo, naród, obywatele, Kraków, urząd celny, wiza, drogi, słownik, historia, muzyka, radio, odzież, mięso, orzeszki*. Metoda dopisywania nasuwających się rzeczowników do przymiotnikowych nazw etnicznych pozwala także, zdaniem etnolingwistów, odtworzyć zasób potocznej wiedzy, budowanej z pozycji obserwatora z zewnątrz, o danym etnosie i osobliwościach jego życia (Bartmiński, Lappo, Majer-Baranowska 2002, 120). Oprócz tego respondenci mogą tu po prostu przytaczać utarte połączenia językowe z wyrazami *polski (polska, polskie)*, nie odwołując się do swojej wiedzy o Polsce, lecz cytując skojarzenia czysto językowe.

Grupując wymienione w ankiecie wyrazy w większe zespoły o pewnym znaczeniu nadrzędnym, ujawniamy m.in. to, w jakim aspekcie Ukraińcy najczęściej widzą Polaków i Polskę.

*Aspekt mentalny i polityczny*: polska mentalność, polski honor, polska świadomość, polska pani, polski pan, polski patriotyzm, polska solidarność, sprawa polska, polski wpływ, powstanie polskie, państwo polskie, polski naród, narodowość polska, polscy obywatele, polski obywatel, polska obywatelka, obywatelstwo polskie, polskie godło, polski prezydent, polski minister, polska konstytucja.

*Aspekt edukacyjny i kulturowy*: język polski, ortografia polska, gramatyka polska, polska nauczycielka, polski nauczyciel, polska nauka, polski akcent, polska książka, polski słownik, polskie czasopismo, literatura polska, poeta polski, polskie kino, polski film, polskie radio, telewizja polska, polska piosenka, polska muzyka, polska kultura, polska architektura, polska historia, polska samodzielność, polska sztuka, polskie miasta, Kraków, góry Tatry, smok, polskie święta, polski zwyczaj, polska tradycja, dania polskie, polski barszcz, polska polka (prawdopodobnie chodzi o taniec), polski taniec, polski kościół, polscy turyści, polska kawiarnia, filiżanka.

*Aspekt konsumpcyjny (jedzenie, towary)*: polskie mięso, polska kielbasa, polskie ziemniaki, polski owoc, polskie warzywa, polska żubrówka, polskie słodycze, wafle polskie, polski cukier, polskie chipsy, polskie orzeszki, polskie

pistacje, musztarda, polska margaryna, polskie przyprawy do dań, polskie piwo, polski ser, polskie produkty żywnościowe, polski(e) produkt(y), polskie towary, polskie towary (śnieżka i in. materiały budowlane), polska odzież, polskie obuwie, polskie suknie, polska hurtownia, polski samochód.

Osobną grupę stanowią wyrazy związane z procedurą *wyrobienia polskiej wizy i przekroczenia polskiej granicy* (ponieważ ankiety przeprowadzono niedługo po wejściu Polski do strefy Schengen, dodatkowe komplikacje, związane z wyrobieniem wizy, stały się przyczyną bardzo częstych użyczeń w ankietach słownictwa z tego zakresu: polska granica, urząd celny, polscy celnicy, polska ambasada, polska wiza, a nawet dłuższych komentarzy, jak na przykład w definicji Polaka: „Polacy to nasi sąsiedzi, którzy wydają się dobrzy tylko w okresie konferencji naukowych lub Eurowizji, ale kiedy dochodzi do wjazdu bezwizowego Ukraińców do Polski, to wtedy myślą tylko o sobie” (m).

Nieliczne wyrazy przedstawiają *aspekt gospodarczy*: rynek polski, polski złoty, złotówka, polskie pieniądze.

8. Proszę dopisać czasowniki do wyrażen *jak Polak*, *po polsku* i wyjaśnić znaczenie powstałych (razem z czasownikami) zwrotów.

Od razu warto zaznaczyć, że odpowiedzi na to polecenie było niezbyt dużo (59). Polecenie miało na celu ujawnienie zarówno typowych skojarzeń czynności z cechami, jak i skojarzeń językowych, kliszowanych.

Wśród typowych skojarzeń czynności z określeniami *jak Polak*, *po polsku* najczęściej pojawiały się: *mówić po polsku* (12), *rozmawiać po polsku* (2), a także *mówi jak Polak* (3), *rozmawia(ć) jak Polak* (2). Zwroty dotyczące mówienia „po polsku” lub „jak Polak”, w niektórych ankietach były objaśniane następująco: *mówi jak Polak* „władza językiem polskim tak samo dobrze, jak rodowity Polak”, *mówi jak Polak* „mówi szybko”, *mówić po polsku* „mówić szybko, tak, że nie można zrozumieć”, *rozmawiać jak Polak* „mówić z akcentem” (w ostatnim przypadku chodzi chyba o to, jak Polak mówi po ukraińsku, por. także: *Ukraińiec mówi po polsku* „ani Ukraińiec, ani Polak niczego nie rozumieją”). Oprócz mówienia, ukraińskim respondentom nasuwało się skojarzenie z myśleniem po polsku: *myśleć po polsku* (4), *myśli jak Polak* (1), bez dodatkowych komentarzy o znaczeniu tych zwrotów. Po dwa razy pojawiły się – bez wyjaśnienia znaczenia – określenia: *zachowywać się jak Polak* i *ubiera się jak Polak*. Jednak trzeci raz przy zwrocie *ubierać się po polsku* respondent zaznaczył: „nasze – ukraińskie i polskie – przyzwyczajenia w ubieraniu się są różne”. Jeden raz wystąpiły połączenia *wyglądać jak Polak*, *wzbogacił się jak Polak*, ale również bez wyjaśnienia znaczenia.

Za wyrażenia o statusie bliskim frazeologizmom można uważać: *bigos po polsku*, *barszcz po polsku* „czysty, pitny”, a także *reformy po polsku*.

Zdarzało się, że studenci „tworzyli nową frazeologię”, przypisując zwykłym zwrotom znaczenia idiomatyczne, jak na przykład: *żyć jak Polak* „mieć dobrą, wysoko płatną pracę”, *zachowuje się po polsku* „ma wrogie nastawienie do obywateli innych państw”, *zachowuje się jak Polak* „zachowuje się w sposób niezakompleksiony”, *chodźć jak Polak* „zawsze przechodzić drogę tylko na zielonych światłach”, *pracować jak Polak* „nie bardzo spieszyć się do pracy”, *śmiać się jak Polak* „śmiać się bardzo głośno”, *zrobił jak Polak* „zrobił pedantycznie”, *jest taki, jak Polak* „jest skłonny do zdrady”, *mówić po polsku* „mówić jedno, a mieć na myśli co innego”, *rozmawia po polsku* „mówi tak, że się go nie rozumie”, *pisze po polsku* „pisze niezwykle (dziwnie), nie tak jak należy”. Jak widać, w tej części powtarzają się niektóre zwroty, które zostały już wymienione wcześniej, jednak teraz każdy z nich ma znaczenie, którego nie da się wyprowadzić ze znaczeń poszczególnych składników. A zatem respondenci zaproponowali nowe metafory Polaka i polskości, z których każda przemawia za jakąś cechą stereotypową. Stereotypowe cechy Polaka widać również w wyrażeniach porównawczych: *wesoły jak Polak* (3), *pije jak Polak* (2), *uparty jak Polak*, *skąpy jak Polak*, *wyniosły jak Polak*, *uprzejmy jak Polak*, *ciekawski jak Polak*, *gadatliwy jak Polak*, *dumny jak Polak* „zbyt dumny, pyszny, wyniosły”, *klótlivy jak Polak* „bardzo dużo i głośno się klóci, krzyczy”. Stereotyp Polaka, wylaniający się z tych neofrazeologizmów, jest wartościowo ambiwalentny: zostały utrwalone w nich cechy pozytywne, ale dominują (jak to zazwyczaj bywa we frazeologii) cechy negatywne. Do pozytywnych (lub neutralnych) należą na przykład: *Polak zawsze przechodzi drogę tylko na zielonych światłach*; *Polak nie jest osobą zakompleksioną*; *Polak jest wesoły*; *Polak jest uprzejmy*; *Polak jest pedantyczny i rzetelny*; *Polak ma dobrą pracę i dobrze zarabia*. Negatywne cechy w stereotypowym wizerunku Polaka to na przykład: wrogi w stosunku do innych narodów; skłonny do zdrady, nie można na nim polegać; wyniosły; klótlivy; skąpy; leniwy; pije dużo alkoholu.

9. Proszę podać znane Pani/Panu przysłowia, porzekadła, stałe połączenia wyrazowe, frazeologizmy o Polakach.

Tę rubrykę wypełniło ośmiu respondentów. Tylko w tym miejscu w ankietach pojawiły się odpowiedzi w języku polskim. Respondenci użyli tego języka, przytaczając znane polskie przysłowia (niektóre, co prawda, nieprecyzyjnie): *Mądry Polak po szkodzie*; *Polak jest mądry po szkodzie*; *Polacy nie gęsi, iż*

*swój język mają*. Pojawiły się także przysłowia ukraińskie (co prawda, ich istnienie w tradycyjnej polskiej paremiologii jest wątpliwe): *Зробили це на польську Паску* (dosł. *Zrobisz to na polską Wielkanoc*) – „nie wiadomo kiedy”; *У поляків такі дороги, як в Україні дівчата* (dosł. *U Polaków takie drogi, jak na Ukrainie dziewczyny*); *Говорить, як польське радіо* (dosł. *Mówi jak polskie radio*) – „mówi tak, że nie można nic zrozumieć”.

#### 10. Proszę podać znane Pani/Panu dowcipy o Polakach.

Podalo je tylko czterech respondentów. Jeden, student filologii polskiej, w rubryce tej napisał: „Jeszcze chcę się pouczyć na filologii polskiej”, z czego może wynikać, że dowcip, który mógłby przytoczyć, jest nieprzyzwoity. Inna wypowiedź studencka w tej rubryce: „Znam wiele dowcipów, w których pojawiają się: Polak, Ukraińiec i Niemiec. Ukraińiec jednak zawsze jest najmądrzejszy i najbystrzejszy”. Teza ta jest słuszna o tyle, że w obiegu ukraińskojęzycznym funkcjonują anegdota z udziałem Polaka, które jednak służą przede wszystkim ujawnieniu autostereotypu Ukraińca. Jednak to, że we wszystkich tych dowcipach Ukraińiec „jest najmądrzejszy i najbystrzejszy”, można podać w wątpliwość (w autostereotypie Ukraińca jest bowiem wiele samokrytyki). W wielu ukraińskich dowcipach Polak jest tylko tłem dla pokazania stosunku Ukraińców wobec Rosjan. Potwierdzają to dwa dowcipy z ankiet studenckich:

(1) Lecą samolotem Polak, Rosjanin i Ukraińiec. Polak wyrzucił przez okno sweter, a Ukraińiec i Rosjanin pytają go zdziwieni: „Cóżś zrobił?” Polak odpowiada: „Mamy u siebie czegoś takiego dużo”. Rosjanin wyrzucił wódkę. Ukraińiec i Polak pytają: „Co zrobiłeś?” Rosjanin odpowiada: „Mamy u siebie czegoś takiego dużo”. Ukraińiec wyrzucił przez okno Rosjanina. Polak mało nie stracił zmysłów i pyta: „Po co to zrobiłeś?” Ukraińiec na to: „Mamy u siebie czegoś takiego dużo” (p).

(2) Mężczyzna i złota rybka:

Złota rybka: „Powiedz swoje życzenie”.

Mężczyzna: „Chcę, żeby na Polskę napadli Mongołowie”.

Złota rybka: „A dlaczego właśnie na Polskę?”

Mężczyzna: „To dlatego żeby po drodze jeszcze przeszli przez Rosję” (p).

W anegdotach bez udziału Ukraińca Polak ma z reguły konotacje negatywne:



(3) Czy wiecie, jak funkcjonuje polski spadochron? Otwiera się automatycznie przy uderzeniu o ziemię (m).

(4) [Niemiecki dowcip]:

– Gdzie najlepiej schować pieniądze przed Polakiem?

– Pod mydłem (p).

Spośród przedstawionych dowcipów, 1. i 2. są znane jeszcze z czasów sowieckich, przy czym pierwszy z nich funkcjonował również w wersji „Amerykanin, Rosjanin i Ukraińiec”. Dowcip 3. także nie jest ściśle związany wyłącznie z konotacją „polskości” – w innych wariantach chodzi na przykład o spadochron „moldawski” czy „sowiecki”. Student, który zapisał dowcip 4., celowo podkreślił, że to anegdota „niemiecka”, a więc demonstrowa nie-niemieckie nastawienie do Polaków.

Mala liczba ukraińskich dowcipów o Polakach może być skutkiem postrzegania Polaków przez współczesnych (zwłaszcza młodych) Ukraińców jako jeden ze „zwykłych” narodów europejskich, który specjalnie nie wyróżnia się na tle innych. Należy podkreślić, że w ostatnich latach ogólnie zmniejszyła się liczba dowcipów dotyczących poszczególnych narodów europejskich (w odróżnieniu od ciągle pojawiających się anegdot o Amerykanach i Rosjanach, przy czym w takich dowcipach często chodzi o konkretnych polityków z obu państw).

Podsumowując przedstawiony w proponowanym artykule materiał, możemy mówić o zaobserwowanych elementach kształtowania się nowych profili Polaka oraz „polskości” wśród młodego pokolenia Ukraińców. Współczesny Polak to Europejczyk, (co widać nawet po ubraniu), który z reguły dobrze zarabia, podróżuje po świecie, dużo zwiedza jako turysta, jest osobą wykształconą i żądną wiedzy. W aspekcie psychofizycznym jest to przede wszystkim osoba wesola, nastawiona radośnie do życia, towarzyska, komunikatywna. Nadal na wysokiej pozycji pozostają cechy tradycyjnie przypisywane Polakom: grzeczność i uprzejmość, patriotyzm, religijność, ale także zarozumialstwo. Z perspektywy młodego Ukraińca pozytywne konotacje Polaków wyraźnie dominują nad negatywnymi. Negatywne stereotypy, związane z ukraińsko-polskimi konfliktami XX wieku, nie są już głównym „materiałem budowlanym” osobistego nastawienia młodego Ukraińca do Polski oraz Polaków. Ankieta pokazała, że opisując Polaka, Ukraińcy „przemycają” również cechy do swojego autostereotypu, w którym widać jeszcze pewne kompleksy wobec mieszkańców państwa zintegrowanego z Europą, kraju bogatszego, o rozwiniętej sferze konsumpcji, którego mieszkańcy nadal bywają wyniośli względem wschodnich („gorszych”) sąsiadów.

Mimo że temat ten wymaga bardziej szczegółowych oraz zaawansowanych badań, już teraz odnotowujemy dowody na przychylniejsze nastawienie ukraińskiej młodzieży akademickiej do Polaków.

### Literatura

- Bańko M., red., 2000, *Inny słownik języka polskiego*. Warszawa.
- Bartmiński J., 2006, *Semantyka i polityka. Nowy profil polskiego stereotypu Ukraińca*, w: Ożóg K., Oronowicz-Kida E., red., *Przemiany języka na tle przemian współczesnej kultury*, Rzeszów.
- Bartmiński J., 2007, *Stereotypy mieszczą w języku. Studia etnolingwistyczne*, Lublin.
- Bartmiński J., Lappo I., Majer-Baranowska U., 2002, *Stereotyp Rosjanina i jego profilowanie we współczesnej polszczyźnie*, „Etnolingwistyka”, t. 14, s. 105–151.
- Himka J.-P., 1978, *Formation of National Identity in Subcarpathian Rus': Some Questions of Methodology*, „Harvard Ukrainian Studies”, vol. 2, N. 3, September, p. 374–380.
- Pietrzak H., 2000, *Stereotypy polsko-ukraińskie i sposoby ich przeżyczenia*, w: Bonusiak W., red., *Polska – Niemcy – Ukraina w Europie. Narodowe identyfikacje i europejskie integracje w przededniu XXI wieku*, Rzeszów, s. 198.
- Strumiński B., 1995, *Stereotyp Polaka w przysłowiach ukraińskich*, w: Walas T., red., *Narody i stereotypy*, Kraków, s. 137–145.
- Szporluk R., 1995, *Des Marchers de l'Empire à la construction d'une nation*, “L'autre Europe. Cahier semestrel”, № 30–31, p. 134–150.
- Zubrycka M., 1995, *Stereotyp Polaka w literaturze ukraińskiej*, w: Walas T., red., *Narody i stereotypy*, Kraków, s. 132–136.
- Білодіа І., ред., 1970–1980, *Словник української мови*, В 11 т. Кнїв.
- Бусел В., ред., 2007, *Великий тлумачний словник української мови*, Кнїв.
- Грінченко Б., упор., 1996–1997, *Словарь української мови*, Кнїв, (Кієвь, 1907–1909).
- Лісняк-Рудницький І., 1994, *Формування українського народу й нації (методичні завваги)*, В: Лісняк-Рудницький І., *Історичні есе*, Т. 1, Кнїв, С. 11–27.
- Мудрий М., 2000, *Образ поляка (Польщі) та німця (Німеччини) в сучасних українських шкільних підручниках з історії*, w: Bonusiak W., red., *Polska – Niemcy – Ukraina w Europie. Narodowe identyfikacje i europejskie integracje w przededniu XXI wieku*, Rzeszów, s. 139–144.
- Портнов А., 2003, *Почути Іншого*, „Критика” (Кнїв), № 7–8 (69–70), s. 5–9.

**Ałła Krawczuk**, kierownik Katedry Filologii Polskiej Narodowego Uniwersytetu Lwowskiego im. Iwana Franki (Ukraina). Pracę doktorską poświęciła polskiej i ukraińskiej frazeologii onomastycznej. Obecnie zajmuje się problematyką pragmatyngwistyczną (polska i ukraińska etykieta językowa) i glottodydaktyczną (osobliwości nauczania Ukraińców języka polskiego). Jest autorką m.in. podręczników: *Morfologia współczesnego języka polskiego (fleksja)*. Cz. 1. (Lwów 2007), *Пальська мова – українцям. Імена словозміна з елементами синтаксису* (Львів 2008).

GRAŻYNA ZARZYCKA  
Ł ó d ź

Stereotypy Polski i Polaków  
w świetle badań ankietowych  
przeprowadzonych  
w środowisku studentów zagranicznych

Wstęp

Od 1999 przeprowadzam, za pomocą ankiety składającej się z dwudziestu pytań, badania w środowisku studentów zagranicznych. Respondenci reprezentują dwie grupy cudzoziemskie. Są to: a) uczestnicy rocznych lub semestralnych kursów języka polskiego, prowadzonych w Studium Języka Polskiego dla Cudzoziemców Uniwersytetu Łódzkiego oraz b) studenci z programu Erasmus, studiujący w dwóch łódzkich uczelniach – UŁ oraz WSHE<sup>1</sup> – bądź przebywający na miesięcznym obozie adaptacyjnym w UŁ, przed rozpoczęciem studiów w innych polskich uczelniach.

Celem tych badań jest określenie odczuwanych przez cudzoziemców różnic mentalnych między nimi jako reprezentantami określonych wspólnot kulturowo-komunikatywnych a Polakami, jak też opis odmienności między systemami organizacji życia w ich krajach i w Polsce. Badania przeprowadzane są za pomocą metody audytoryjnej z udziałem lektorów języka polskiego (w tym również mnie), którzy prowadząc zajęcia, proszą studentów-cudzoziemców o wypełnienie przygotowanej przeze mnie ankiety. Zdarza się, że respondenci wypełniają ankietę w domu.

---

<sup>1</sup> WSHE – Wyższa Szkoła Humanistyczno-Ekonomiczna – red.

W konsekwencji ankieta ma przynieść odpowiedzi na pytanie o to, jakie bariery komunikacyjne napotykać cudzoziemcy w Polsce oraz czym są one powodowane. Ważnym celem badań ma być ustalenie tego, czy dłuższy pobyt poza granicami kraju rodzinnego jest w stanie takie bariery zlikwidować. Czy np. popularny program wymiany studentów zagranicznych o nazwie Erasmus, oprócz celu edukacyjno-towarzyskiego, może spełnić także misję społeczną? Innym ważnym celem badań, toczących się przecież w dłuższym odcinku czasu<sup>2</sup>, jest uzyskanie odpowiedzi na pytanie o to, jak zmieniają się opinie o Polsce i Polakach w świecie oraz czym te zmiany są powodowane<sup>3</sup>.

W niniejszym artykule zajmuję się jedynie analizą odpowiedzi na dwa pytania opisane w ankiecie<sup>4</sup>. Brzmiały one następująco:

- Jakie (jeśli w ogóle) stereotypy na temat Polski i Polaków istnieją w Pani / Pana kraju?
- Czy Pani / Pana kontakty z Polakami lub Pani / Pana postrzeżenie Polski zostały zniekształcone przez te stereotypy? Jeśli tak, to w jaki sposób?<sup>5</sup>

W kontekście zarysowanych celów nadrzędnych owych badań pytania o stereotypy Polski i Polaków obecne w krajach studentów-cudzoziemców

---

<sup>2</sup> Badania te były przeprowadzane w latach 1999–2008, ale niesystematycznie, tzn. nie każdego roku.

<sup>3</sup> Fragmentaryczne wyniki wczesnego etapu badań przeprowadzonych za pomocą tej ankiety omówiłam już wcześniej w artykule: Zarzycka 2000.

<sup>4</sup> Ankieta została sformułowana w dwóch wersjach językowych – polskiej i angielskiej. Wypowiedzi anglojęzyczne respondentów, cytowane w tym artykule, zostały przetłumaczone przeze mnie.

<sup>5</sup> Dla porównania – badanie wizerunku Polski i Polaków za granicą Z. Bokszański przeprowadził za pomocą 4-punktowej, przetłumaczonej na język angielski, ankiety, którą przeprowadził w środowisku studentów uniwersytetów kilku krajów. Jego ankieta przedstawiała się następująco: „1) Jakie terminy, jakie słowa-klucze są najczęściej używane, kiedy (tu odpowiednia nazwa narodowości) charakteryzują Polaków? 2. Jakie wydarzenia ostatnich lat wpływały w pańskim kraju na aktualne opinie o Polsce i Polakach? 3. Jak wielu (tutaj odpowiednia nazwa narodowości) według pana(i) odczuwa wrogość wobec Polaków (mniej niż 10%, między 10% a 20%, między 20% a 30%, więcej niż 30%)? 4. Jakie są motywy bądź powody tej wrogości?” (Bokszański 1998, 57–58). Pragnę zauważyć, że badania Z. Bokszańskiego przeprowadzone za pomocą tej ankiety ukierunkowane były właśnie na wydobycie stereotypów Polski i Polaków i ich uwarunkowań, gdy tymczasem w moich badaniach stereotypy nie były zagadnieniem głównym.

(pyt. 1) oraz o sposoby ich oddziaływania na psychikę i zachowanie respondentów (pyt. 2) miały przyczynić się do odkrycia przyczyn utrudnień, pojawiających się w kontaktach cudzoziemców z Polakami podczas pobytu w naszym kraju.

W przedstawianym w części II artykułu sprawozdaniu z badań zostaną wyszczególnione dane na temat najczęściej pojawiających się stereotypów Polski i Polaków wśród cudzoziemców pochodzących z danego kraju i będą przytoczone konkretne „językowe manifestacje” tych stereotypów. Przyjmują one postać mniej lub bardziej utrwalonych sądów, formuł stereotypowych, słów-kluczy, charakterystyk, opisów „powszechnej wiedzy” o Polsce i Polakach<sup>6</sup>. Przy każdej cytowanej wypowiedzi zostanie podana informacja o roku, w którym przeprowadzono badanie ankietowe. Da to możliwość stwierdzenia, czy na interesującym nas obszarze doszło do zmiany potocznych wyobrażeń o Polsce i Polakach, czy też nie<sup>7</sup>. Zebrane określenia to w większości heterostereotypy. Jednak nie można nie wspomnieć również o tym, że ok. 25% respondentów zadeklarowało polskie pochodzenie. Z drugiej strony wszyscy ankietowani urodzili się już poza granicami Polski, a wielu z nich to trzecie, czwarte, piąte czy nawet szóste pokolenie „Pola-

---

<sup>6</sup> Choć w pytaniu ankietowym poproszono respondentów o podanie stereotypów Polski i Polaków, to w efekcie zebrano informacje na temat nie tylko mocno utrwalonych w mentalności sądów na temat naszego kraju rodzinnego i jego mieszkańców, ale także potocznych wizerunków oraz sposobów postrzegania Polski i Polaków.

<sup>7</sup> Metodologia przeprowadzania badań ukierunkowanych na wydobywanie stereotypów etnicznych została bardzo dobrze przedstawiona w pracy Z. Bokszańskiego (2001) *Stereotypy a kultura*. Autor tej pracy ustosunkowuje się krytycznie do metody badania stereotypów z użyciem gotowych, tzn. zamkniętych, list kategorii. Preferowanym przez niego sposobem jest wydobywanie wizerunków / stereotypów etnicznych ze swobodnych narracji respondentów na określony temat; z nich dopiero badacz ekscerpuje fragmenty dyskursu, które można sprowadzić do wyrażenia: „X-owie są tacy a tacy”. Z indywidualnych narracji, pojawiających się w „dokumentach osobistych” (określenie Z. Bokszańskiego) wydobywane są poszczególne stereotypy, a później tworzone są listy zbiorcze – znajdują się na nich wszystkie stereotypy przedstawicieli narodu X, które pojawiły się w narracjach autorów. Kolejnym etapem jest poszukiwanie tendencji, dominant, zarysowujących się w sposobach kategoryzowania danej grupy etnicznej. Autor przechodzi od opisu metodologii do opisu badań zrealizowanych w ramach projektu „Wojna a tożsamość narodowa”, ukazując stereotypy Niemca, Rosjanina, Żyda, wydobyte z narracji autobiograficznych Polaków, którzy opowiadali o swoich doświadczeniach związanych z II wojną światową (zob. Bokszański 2001, 107–125). Metoda ta wydaje się bardzo zbliżona do metody stosowanej chętnie w latach 70. w wywiadach socjolingwistycznych, ale także do ilościowej i jakościowej, a także krytycznej analizy dyskursu stosowanej np. w medioznawczych analizach zawartości; pisze na ten temat np.: Goban-Klas (2004, 186–189), zob. też *Słownik terminologii medialnej* (2006, 6–7; 40–41).

ków”. Żaden z respondentów nie określił się jako Polak mieszkający za granicą.

Zdecydowałam się uporządkować dane ankietowe, biorąc pod uwagę położenie geograficzne kraju respondentów w stosunku do Polski (na zachód, na wschód, na północ, na południe od Polski), co być może ułatwi ich analizę i ukaże przestrzenne (a także polityczno-gospodarcze, kulturowe, historyczne) uwarunkowania pojawiania się danych sądów<sup>8</sup>. Do tego sposobu klasyfikacji danych ankietowych zainspirowała mnie refleksja Zbigniewa Bokszańskiego, który w pracy *Młodzi Europejczycy o Polakach. Opinie studentów uniwersytetów europejskich* przedstawił obraz Polski i Polaków w oczach studentów fińskich, francuskich, niemieckich, ukraińskich i rosyjskich, a w podsumowaniu swoich badań, napisał:

Najogólniej rzecz traktując, moglibyśmy wyróżnić trzy sposoby konstruowania wizerunków Polaków. Odnosząc je do obszarów, z których pochodzą respondenci, można nadać im miano wizerunków „północnych”, „zachodnich” i „wschodnich”. Nie dysponujemy, niestety, materiałami z Włoch, Hiszpanii i Grecji i trudno w związku z tym powiedzieć, czy „południowy” sposób postrzegania Polaków jest zbliżony do „zachodniego”, czy posiada pewne swoiste cechy, związane z tradycjami kulturowymi i charakterem kontaktów z Polakami mieszkańców południa Europy (Bokszański 1998, 149).

Przedstawiane w niniejszym artykule wyniki, ze względu na niewielką dotychczas liczbę respondentów (94) i nierówną liczbę ankietowanych z poszczególnych krajów i regionów, należy traktować jako badanie o charakterze pilotażowym, które może dopiero stać się punktem wyjścia szerszej zakrojonych badań<sup>9</sup>. Pragnę jednak zauważyć, że choć badaniem została objęta niewielka liczba osób, ankietowani pochodzą z wielu krajów (w sumie aż

---

<sup>8</sup> Przydział niektórych krajów do danej kategorii geograficznej był trudny i można, oczywiście, zastanawiać się, czy np. zaklasyfikowanie przez mnie USA do kategorii krajów położonych „na zachód od Polski”, a Meksyku do kategorii krajów położonych „na południe od Polski” było jedynym możliwym rozwiązaniem, podobnie jak przyporządkowanie Wielkiej Brytanii i Irlandii do krajów „leżących na zachód od Polski”, a nie do tych, które leżą na północ od niej (zob. też objaśnienia w przyp. 9 i 12).

<sup>9</sup> W *Słowniku socjologicznym* pilotaż, określany również jako badanie pilotażowe i zwiad badawczy, definiuje się jako „wstępne, zazwyczaj pierwsze badanie, którego zasadniczym celem jest uzyskanie elementarnej, fragmentarycznej wiedzy o zbiorowości, pomocnej w opracowywaniu trafniejszych i precyzyjniejszych badań oraz hipotez badawczych wykorzystywanych później we właściwych badaniach” (Olechnicki, Załęcki, 1999: 153–154).

z 35), w tym także z regionów położonych „na południe od Polski”. Sądzę, że właśnie ta wydobyta w trakcie mojego sondażu różnorodność perspektyw w postrzeganiu Polski i Polaków, poparta ciekawymi, szczerymi, wypowiedziami respondentów, które cytuję w sprawozdaniu, jest najciekawszym wynikiem badań. Bo jeśli badania nie dają obrazu utrwalonych sądów o Polsce i Polakach *w poszczególnych krajach*, to dają obraz pewnych tendencji w sposobie kategoryzowania pojęć „Polska” i „Polacy” *w świecie*. Zbigniew Bokszański, czołowy badacz stereotypów w naszym kraju, we wstępie do cytowanej już wyżej książki, stwierdził:

Nie mamy, niestety, w polskiej literaturze socjologicznej zbyt wielu studiów empirycznych nad postrzeganiem Polaków przez obywateli innych krajów. Znacznie więcej uwagi temu zagadnieniu poświęcali historycy, literaturoznawcy, badacze kultury. Wypada wyrazić nadzieję, iż być może jest to stan przejściowy podyktowany szeregiem trudności związanych z prowadzeniem badań empirycznych za granicą (Bokszański 1998, 8)

Pragnęłabym, by moje badania były dowodem tego, że można badać heterostereotypy etniczne, *nie wyjeżdżając z kraju rodzinnego*. W Polsce działa obecnie kilka dużych ośrodków kształcących cudzoziemców i kilkanaście mniejszych, wyspecjalizowanych w prowadzeniu kursów całorocznych i krótszych, np. wakacyjnych. Każdego roku przyjeżdżają do niemal wszystkich polskich uczelni studenci zagraniczni w ramach różnorodnych programów międzynarodowych. W tych cudzoziemskich enklawach – współczesnych „wieżach Babel” – z powodzeniem można przeprowadzać badania, o których wspomina Z. Bokszański. A trzeba się przecież zgodzić z tym badaczem, że uświadomienie sobie przez przedstawicieli danej grupy etnicznej sposobu postrzegania jej w świecie jest bardzo ważne:

Opinie o Polakach za granicą, niezależnie od tego, czy uznajemy je za usprawiedliwione czy nie, są faktami. Faktami istotnymi zarówno dla samoświadomości Polaków, jak i dla podejmowania szeregu decyzji, zwłaszcza ekonomicznych i politycznych ze strony rządów innych państw i organizacji decydujących o kształcie stosunków międzynarodowych. Pytanie, czy warto znać te fakty, wypada zaliczyć do kategorii pytań retorycznych (Bokszański 1998, 8)<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> O pojmowaniu stereotypów, ich funkcji i roli w komunikacji międzyludzkiej wypowiada się także w bardzo ciekawym, bogatym pod względem poznawczym, artykule Romualda

We wnioskach podejmę analizę porównawczą zebranych stereotypów i charakterystyk naszego kraju i jego mieszkańców. Interesuje mnie także możliwość stwierdzenia, czy w różnych regionach świata powtarzają się pewne stereotypowe sądy na temat Polski i Polaków, a tym samym możliwość dowiedzenia się, czy istnieją *universalne stereotypy* naszego kraju i narodu? Ciekawe wydaje mi się również to, czy można wśród zebranych stereotypów wyodrębnić np. stereotypy, które narodziły się w przeszłości? stereotypy związane z okresem komunizmu? stereotypy, które narodziły się w ostatnich latach?

## Stereotypy Polski i Polaków uporządkowane przestrzennie

### 1. Stereotypy Polski i Polaków w krajach leżących na zachód od Polski<sup>11</sup>

1.1. Respondenci z Niemiec (w liczbie 14<sup>12</sup>) podali następujące stereotypy:

*Polacy* – złodzieje (12 wskazań<sup>13</sup>), nadużywają alkoholu (4), gościnni (4), biedni (3), przyjacielscy (3), rodzinni (1), leniwi, powolni (2), nieporządni (1), nieprzyjacielscy (1), „złote rączki” (1), tani pracownicy (2); są konkurencją dla Niemców na rynku pracy (2); *Polki* – ładne (2), podejmują się niskopłatnych zajęć (1); *Polska* – kraj zacofany gospodarczo (1), kraj tanich produktów (1), w którym można dobrze zjeść (1); dalej przykłady wypowiedzi:

Polacy wszystkiego potrzebują i biorą to (1999).

Leniwi, złodzieje, biedni, powolni (szczególnie w opinii służby granicznej), ale przyjacielscy, gościnni (1999).

Polacy to złodzieje. Polacy mają opinię bardzo zdolnych i tanich „złotych rączek”. Polacy dużo piją; Polki są bardzo urodziwe (2003).

---

Piętkowa (2007). Znaczącą w polskiej literaturze socjologicznej pracą dotyczącą uwarunkowań stereotypów etnicznych, w tym heterostereotypów Polaków, jest wcześniejsza od cytowanej powyżej praca Z. Bokszańskiego (1993).

<sup>11</sup> Do tej kategorii zakwalifikowano kraje zachodnie i północno-zachodnie. Ciepłe kraje zachodnio-południowe (Hiszpanię, Portugalię, Włochy, ale także Meksyk) zaliczono do kategorii krajów południowych.

<sup>12</sup> W kolejnych zapisach będzie podawana tylko liczba.

<sup>13</sup> Liczby w nawiasie podawane przy określeniach stereotypowych w tym i wszystkich kolejnych zapisach informują o tym, ile osób z ogólnej, określonej w nagłówku podpunktu, liczby respondentów z konkretnego kraju wymieniło dany stereotyp.



Problemem są nie tyle stereotypy, a raczej to, że ludzie boją się stracić pracę, jeśli Polacy będą pracować w Niemczech (2007).

Jest wielka różnica między ludźmi prostymi a wykształconymi. Według pierwszych Polacy kradną i codziennie upijają się. A fakt jest taki, że to Niemcy piją statystycznie najwięcej alkoholu. Druga grupa widzi Polskę jako kraj zacofany gospodarczo, któremu trudno będzie dogonić inne kraje (2007).

Naczelnym stereotypem jest ten, że wybierając się do Polski, należy uważać na złodziei. Innym jest ten, że można kupić w Polsce tanie produkty, przede wszystkim alkohol i papierosy (2008).

Polacy kradną, najczęściej auta, piją dużo wódki. Kobiety pracują jako sprzątaczkę. Polskie kobiety, i w ogóle kobiety ze wschodniej Europy, są ładne (2008).

Na nieszczęście one [stereotypy] ciągle istnieją. Np. ten, że Polacy nie są przyjacielami, że kradną i są nieporządni (2008).

Polacy kradną samochody. Polacy pracują / proponują usługi za dużo mniejsze wynagrodzenie niż Niemcy. Polskie dziewczyny / kobiety przewyższają urodą kobiety z innych krajów (2008).

W Polsce jest dobre jedzenie, a Polacy lubią przyjmować gości (2008).

Niestety, jest dużo stereotypów na temat Polski i Polaków w Niemczech. Powszechne jest zdanie, że wszyscy Polacy są złodziejami. Niektóre firmy zatrudniają Polaków, którzy żądają mniej pieniędzy niż Niemcy. Większość Niemców jest zadowolona z tej konkurencji (2008).

## 1.2. Oto stereotypy podane przez respondentów z Francji (9):

*Polacy* – alkoholicy / piją za dużo (wódki) (8), uprzejmi (2), silni („silni chłopcy” –2), smutni (2); religijni / katolicy (2), konserwatywni (1), rasiści (1), gościnni (1), rodzinni (1), lubią robić imprezy domowe (1), mili, sympatyczni, zimni (1), cieplejsi od Francuzów (1); tania siła robocza (1); *Polki* – ładne (1); *Polska* – kraj biedny, mało rozwinięty / zacofany, niski poziom życia (3), zimny, przygnębiający / depresyjny, szary (2); język mało uniwersalny (1); zob. przykłady wypowiedzi:

Dla Francuzów Polska jest krajem zacofanym, zimnym i mało interesującym jako cel wyjazdu w ramach programu „Erasmus-Socrates”, gdyż język nie jest uniwersalny, a poziom [nauki? życia? – G.Z.] niski. Francuzi sądzą, że Polacy to alkoholicy, ale także, że są sympatyczni (tak, to prawda!); że mają rasistowskie nastawienia do Żydów i muzułmanów (? – znak zapytania oryginalny – G.Z.) (1999).

Mówi się, że Polacy dużo piją, że są religijni (1999).

„Pić jak Polak”, „gościnnie jak Polak”; biedny kraj; silni chłopcy (1999).

Bardzo biedny, mało rozwinięty kraj (nie ma tu firm międzynarodowych, takich jak np. McDonald's – takie są stereotypowe opinie o Polsce we Francji (2003).

W moim kraju ludzie myślą, że Polacy dużo piją, że są bardzo religijni (katolicy). Też jest stereotyp, że Polacy są zimni, ale atmosfera rodzinna jest ciepła. Francuzi wyobrażają sobie, że Polacy zawsze śpiewają, robią imprezy domowe, na których ludzie dużo jedzą, piją i śpiewają. Myślę, że czasami Francuzi myślą Polaków z Romami (Cyganami) (2005).

Francuzi sądzą, że Polska nie jest krajem rozwiniętym i że Polacy mają problem z piciem alkoholu. Zawsze też słyszałam, że ludzie z Europy Wschodniej są cieplejsi od nas (2008).

Sądzi się, że Polska jest zimna, szara, depresyjna, stara, konserwatywna i biedna. Co do Polaków, to według Francuzów są konserwatywni i smutni. I dużo piją. Zwykle wódkę. A także są bardzo mili i uprzejmi. I, oczywiście, uważa się, że polskie dziewczyny są bardzo ładne (2008).

Polscy pracownicy są tanią siłą roboczą (2008).

### 1.3. Oto stereotypy podane przez Holendrów (4):

*Polacy* – biedni (2), mają opinię przestępców (1), nadużywają alkoholu (1), antysemici (1); *Polki* – piękne, jasnowłose, lojalne (1); *Polska* – biedny kraj (1), zacofany (2); smutny / nieprzyjazny / szary (1); zob. wypowiedzi:

Polska = biedny kraj. Polacy = mafia w dresach itd. Polacy piją zawsze za dużo alkoholu (wódki). Polacy są antysemitami (1999).

Biedni ludzie, kraj bardziej zacofany niż reszta Europy (2003).

Biedni ludzie, zacofany kraj (2003).

[Polska] Szara, smutna, nieprzyjazna, mniej rozwinięta. Piękne, lojalne, płowowłose Polki (2004).

### 1.4. Stereotypy podane przez respondentów z Belgii (2):

*Polacy* – dużo piją (wódki) (2), są pracowici, religijni (1), nierówni – jedni są pracowici i profesjonalnie wykonują swój fach, inni objają się, kradną (1); *Polska* – słabo zorganizowana (1), bez tradycji kulturowych (1); zob. wypowiedzi:

Brak organizacji państwowej i życiowej; [Polacy] piją dużo; biedny kraj bez zaplecza kulturowego; ludzie bardzo religijni (z dopiskiem: \*Uwaga, to nie są moje stereotypy, ale belgijskie!) (1999).

Istnieją różne. Polacy, którzy pracują za granicą, mają opinię bycia dobrymi fachowcami i wyróżniają się pracowitością (np. na budowie). Niestety, Polacy mają też opinię bycia laznikami i złodziejami. Są też znani z picia wódki (ankieta wypełniona po polsku przez Belga polskiego pochodzenia –2007).

1.5. Respondent z Wielkiej Brytanii podał następujące stereotypy, funkcjonujące w jego kraju:

Zimny, zacofany, komunistyczny [kraj] (2004).

1.6. Stereotypy podane przez respondentów z Irlandii (3):

*Polacy* – dużo piją (1), są znani z amerykańskich *Polish jokes* (1); *Polska* – zimny kraj (kojarzy się ze śniegiem) (3); brak stereotypów o Polakach i Polsce w Irlandii (2).

W Irlandii słyszałem, że Polacy dużo piją. W Ameryce słyszałem dowcipy skierowane przeciwko Polakom. „Wiesz, jak 100 Polaków przykręca żarówkę? Jeden trzyma żarówkę, a 99 obraca sufit” (2000).

Jedynie, co mi przychodzi do głowy, to śnieg. Poza tym nie ma stereotypów o Polsce (2000).

Nigdy nie słyszałam w Irlandii żadnych uwag o Polsce i Polakach. Jedynie wiele osób mówiło mi, gdy usłyszało, że jadę do Polski, że jest tu zimno (2000).

1.7. Respondenci z USA (2) podali następujące stereotypy:

*Polacy* – nadużywają alkoholu (wódki) (2), są uważani za głupich / znani z dowcipów o głupich Polakach (1), lubiący kielbasę (1); *Polska* – kraj zimny „kraj polarnych misiów”; zob. przykład:

Polacy są biedni i głupi (mamy dużo dowcipów o Polakach). Jedzą dużo kielbasy i piją dużo wódki. I że macie polarne misie (2000).

## 2. Stereotypy Polski i Polaków w krajach leżących na północ od Polski

2.1. Oto stereotypy podane przez respondentów z Finlandii (5):

*Polacy* – złodzieje niemieckich samochodów (2); jest wśród nich wielu przestępców (1); uczestniczą w wojnie w Iraku (1); *Polska* – kraj postkomu-

nistyczny (4), biedny (3), staroświecki (1), który dużo wycierpiał podczas II wojny światowej (1); por. wypowiedzi:

Jedyną „powszechną wiedzą” (*common knowledge*) o Polsce jest ta, że jest to dość biedny kraj, nadal borykający się z problemami z powodu przeszłości komunistycznej. Co do ludzi, nie ma stereotypów o Polakach ze względu na to, że mało Polaków odwiedza Finlandię, mało tu pracuje itd. (1999).

Mało wiemy o Polsce. Może to, że Polska była zdominowana przez ZSRR do końca lat 80. oraz że parę lat temu była w Polsce powódź. Ale żadnych stereotypów (2000).

Taki, że Polska jest bardzo biednym i staroświeckim krajem. Jest tu wielu przestępców (2003).

Prawie żadnych stereotypów. Jedynie słyszałam od mojej przyjaciółki-Niemki o tym, że „wszyscy Polacy kradną samochody”, jednak wcale w to nie uwierzyłam. Ludzie sądzą, że Polska jest krajem biedniejszym i trudno tu znaleźć cokolwiek w sklepach (2004).

Kradną Niemcom samochody. Biorą udział wojnie w Iraku. Podczas II wojny światowej Polska dużo wycierpiała. Kraj postkomunistyczny – w każdym znaczeniu tego słowa (2004).

2.2. Z wypowiedzi respondenta ze Szwecji wynika, że w Szwecji istnieją stereotypowe wyobrażenia *Polski* jako kraju brudnego, biednego, choć rozwijającego się ekonomicznie, oraz stereotypy *Polaków* jako pracujących ciężko, nisko wynagradzanych, słabo wykształconych, niemodnie ubierających się „zjadaczy kapusty”:

Stereotypy o Polsce: brudna, dopiero co zaczyna się rozwijać gospodarczo. Szwedzi sądzą, że należy wiele rzeczy, np. pastę do zębów, przywieźć ze Szwecji, bo Polsce są w sklepach puste półki. Polacy jedzą tylko kapustę. Polacy ciężko pracują. W Szwecji wielu Polaków podejmuje się bardzo nisko płatnych prac (zrywania jagód, sprzątnięcia), stąd wiele osób sądzi, że Polacy są gorzej wykształceni. Istnieje powiedzenie: „pracować jak polski zbieracz jagód” (*to work as Polish berry picker*) – pracować ciężko za bardzo niskie wynagrodzenie. Wiele osób uważa, że Polacy ubierają się w stylu lat 80. i że w Polsce nie można kupić modnych ubrań (1999).

### 3. Stereotypy Polski i Polaków w krajach leżących na wschód od Polski<sup>14</sup>

3.1. Z wypowiedzi respondentów z Białorusi (6) wynika, że w ich kraju istnieją następujące stereotypy: *Polacy* – kulturalni (zwłaszcza wobec kobiet), życzliwi (2), interesowni (1), niezbyt lubiani przez Białorusinów (1), podobni do Białorusinów (1), polscy mężczyźni są zdominowani przez partnerki-Polki (1); *Polska*: lepiej się w niej żyje [niż na Białorusi] (2), wspaniały kraj (1), Białorusini zazdroszczą Polakom takiego życia (1); zob. wypowiedzi:

Na Białorusi mówimy, że tam, gdzie był Polak, już nie ma co robić Żyd. To znaczy, że Polacy zawsze szukają dla siebie wygodę ekonomiczną (2000).

Generalnie, stosunek do Polaków na Białorusi nie jest zbyt dobry, ale oczywiście można usłyszeć dużo różnych opinii. Niektórzy po prostu zazdroszczą, że poziom życia w Polsce jest wyższy niż na Białorusi (2000).

Polacy są życzliwi, szczególnie dla kobiet, a poza tym tacy, jak Białorusini. Polki trzymają mężów pod pantoflem (2000).

Stereotypy na temat Polski i Polaków w moim kraju są dobre (2000).

Polska to wspaniały kraj, mieszkają tam kulturalniejsi ludzie, lepiej się żyje (2000).

3.2. Respondenci z Rosji (3) deklarowali, że w ich kraju o Polsce i Polakach mówi się niewiele, mieszkający w Rosji Polacy nie różnią się od Rosjan (1), stąd nie ma zbyt wielu potocznych wyobrażeń naszego kraju i jego mieszkańców w tamtym regionie (2). W wypowiedziach pojedynczych respondentów zostały podane następujące stereotypy: *Polacy* – mówią nieprzyjemnym dla ucha językiem (1), są skąpi (1), *Polki* są urodziwe (1), *Polska* – jako kraj postkomunistyczny i słowiański nie różni się zbytnio od Rosji (1).

Nie istnieją w moim kraju żadne stereotypy na temat Polski, gdyż: a) Polska ani jej działalność nie jest aż tak słyszalna w Europie; b) nawet jeśli coś się mówi o Polsce, to raczej nic na temat jej obywateli; c) jest jedna „cecha charakterystyczna” dla ludu polskiego według obywateli Rosji – specyfika języka polskiego – dużo dźwięków typu: rz, sz, ś, ć, ż, ź etc., „dziękuję, proszę”; d) o innych stereotypach nie słyszałem, może jeszcze, że Polki są piękne, a Polacy skąpi (2000; ankieta wypełniona po polsku).

<sup>14</sup> Do tej kategorii krajów zostały również zaliczone kraje leżące na północny-wschód od Polski (Litwa, Łotwa).

Nie istnieją. W Rosji Polacy są już jak Rosjanie. Ale nie za bardzo chcą być w okręgach Rosjan, a Rosjanie w okręgach Polaków. Rosjanie nie lubią Żydów (2000).

Polska to był kraj socjalistyczny, słowiański, a więc zbliżony do podobnych krajów, w tym do Rosji (2000).

3.3. Według respondentów z Litwy (2) w ich kraju istnieje stereotyp Polaków jako osób próżnych, łasych na pochlebstwa (1) oraz rozpolitykowanych (1), zob. wypowiedzi:

Największy to: „Co to ja, co to moja kamizelka” [stereotyp próżności Polaków?] (2007).

Słyszałam, że Polacy lubią rozmawiać o polityce (2007).

3.4. Respondent z Łotwy wymienił stereotyp agresywnych Polaków:

Czasami ludzie myślą, że Polacy są agresywni i że to jest niebezpieczne (2007).

3.5. Zdaniem respondenta z Mołdawii Polacy w jego kraju kategoryzowani są przede wszystkim jako katolicy, por. wypowiedź:

Nie wiem, ale słyszałem, że u nas w kościołach mówią, że katolicy to tylko Polacy. I wszyscy sądzą, że ci, którzy przychodzą do kościoła są Polakami. A tak naprawdę jest inaczej (2000).

3.6. W wypowiedziach respondentów z Kazachstanu (2) powtórzył się stereotyp *Polski* – kraju w którym dobrze się żyje (2). Wśród ankietowanych nie było zgodności na temat sposobu kategoryzowania *Polaków*; wg jednego Polacy kategoryzowani są jako podobni do mieszkańców ich kraju, wg drugiego stereotyp Polaków jest nieobecny w Kazachstanie:

Mogę tylko powiedzieć o stereotypach na temat Polski, bo w moim kraju myślą, że Polacy nie bardzo różnią się od ludzi, którzy mieszkają w moim kraju. Znajomi w moim kraju mówią, że Polska nie ma takich problemów jakie są u nas, że żyje im się łatwiej itd. (2005).

Nie wiem, co myślą ludzie w całym moim kraju, ale wiem, że moi przyjaciele i bliscy mówią o Polsce same dobre słowa. Są bardzo za-

dowoleni, że studiuje w Polsce. Są dumni ze mnie i mówią, że sami chcieliby zamieszkać w Polsce (2000).

3.7. Respondent z Uzbekistanu nie stwierdził obecności żadnych stereotypów Polski i Polaków w jego kraju.

3.8. Respondent z Mongolii podał istniejące w jego kraju wyobrażenia Polski jako kraju europejskiego, a Polaków jako kulturalnych Europejczyków:

Polska leży w Europie. Kultura europejska. Polacy są dobrzy i gościnni (2004).

3.9. W opinii respondentek z Japonii (2) Polska jest dla przeważającej liczby Japończyków krajem kompletnie nieznanym (2), kojarzą ją tylko z krajem, w którym rozegrało się wiele tragicznych wydarzeń historycznych (1)<sup>15</sup> oraz ze schedą postkomunizmu (1). Jedna z respondentek wymieniła także wyobrażenia *Polaków* – patriotów (nacionalistów?), sympatycznych, uprzejmych, leniwych i *Polski* – „kraju Chopina i Marii Curie[-Sklodowskiej]”, istniejące wśród osób zainteresowanych naszym krajem; zob. odpowiedzi obu respondentek w całości:

Wśród zainteresowanych Polską osób są takie stereotypy: a) Polacy są patriotami, są sympatyczni, uprzejmi, leniwi, b) Polska – kraj Chopina, Marii Curie. Inni nie mają zielonego pojęcia na ten temat. Nie znają istoty kraju, który nazywa się Polska. Gdy mówiłam znajomym Japończykom „lubię Polskę”, reagowali: „o, Portugalię?”, albo gdy mówiłam: „uczę się polskiego” – „ojcie, tam się mówi po angielsku czy po rosyjsku?” Japończycy wiedzą też, że Polacy w historii ciągle walczyli, by chronić swój kraj przed zagrożeniem ze strony otaczających ją krajów. Polacy kochają ojczyznę (2000 – ankieta została wypełniona po polsku).

W moim kraju nie ma wielu informacji o Polsce. Chyba ludzie mają jedną stereotypową wiedzę, że Polska była jednym z komunistycznych krajów (2000).

3.10. Według respondentki z Korei Południowej Polacy w jej kraju kategoryzowani są tak:

---

<sup>15</sup> Ta opinia jest zgodna z najważniejszą tezą wygłoszonego na konferencji „Bristolowej” w 2007 r. w Krakowie referatu prof. Tokimasy Sekiguchiego o tym, że w Japonii „Polska jest przede wszystkim historyczna”, tzn. umiejscowiona w mentalności Japończyków jako kraj o skomplikowanej, tragicznej historii (zob. też tekst B. Morcinek w tym tomie – red.).

Polacy są leniwi, niepunktualni, niesystematyczni, twardzi (2000).

3.11. Respondentka z Malezji stwierdziła brak wiedzy na temat interesujących nas stereotypów w jej kraju rodzimym, opisała natomiast potoczne wyobrażenia *Polaków* (sympatyczni) i *Polski* (zimny kraj, słynie ze wspaniałego teatru i kinematografii), istniejące na Tajwanie:

Nie byłam w moim kraju kilka lat, nie wiem, co ludzie w Malezji myślą o Polsce. Na Tajwanie [respondentka tam również mieszkała] ludzie wiedzą, że w Polsce jest bardzo zimno. Wiemy, że kino i teatr są słynne w całym świecie. Słyszałam, że Polacy są sympatyczni (2000).

3.12. Bardzo ciekawe, że opinii tych nie potwierdził respondent z Tajwanu:

Na Tajwanie nie ma stereotypów na ten temat (2004).

#### 4. Stereotypy Polski i Polaków w krajach leżących na południe od Polski

4.1. We wszystkich wypowiedziach respondentów ze Słowacji (3) zostało odnotowane wyobrażenie *Polaków* jako sąsiadów-swojaków (podobnych, takich samych) oraz *Polski* – podobnej do Słowacji:

Wszystko jest prawie tak samo, jak na Słowacji. Takie samo jedzenie, kultura. Ludzie (2007).

Jesteśmy sąsiadami, więc jesteśmy do siebie podobni. Mamy podobną kulturę, język (2007).

Jesteśmy podobnymi krajami (2008).

4.2. W wypowiedziach respondentów ze Słowenii (2) jest obecny stereotyp Polaka-pijaka (1) i złodzieja (1), pojawia się też informacja o braku stereotypów:

Niektórzy ludzie mówili mi, że Polacy kłamią i kradną (2008).

Brak stereotypów (2008).

4.3. Oto wypowiedź respondenta z Włoch:

Najsilniejszym stereotypem jest opinia na temat urody Polek oraz stereotyp o pijaństwie Polaków (2008).



4.4. W odpowiedziach respondentów z Hiszpanii (4) powtórzył się jedynie stereotyp Polaków i Polski jako biednych / biednej (2). *Polacy* zostali ponadto scharakteryzowani jako: dobrzy, mili pracownicy (1), blondyni o jasnych oczach (1); katolicy (1), [ci, którzy] cierpieli podczas wojny (1), a *Polska* jako niebezpieczna (1); zob. wszystkie wypowiedzi:

Żadnych stereotypów (2000).

Dobrzy i mili pracownicy. Bardzo wysocy, z włosami blond i jasnymi oczami (2003).

Hiszpanie sądzą, że Polska jest bardzo biedna i niebezpieczna oraz że Polacy wiele wycierpieli podczas wojen (2003).

Katolicy, zimno (zimni); bieda (biedni)<sup>16</sup> (2007).

4.5. Powtarzającym się stereotypem Polaków wśród respondentów z Portugalii (3) jest stereotyp Polaka nadużywającego alkoholu (2); pozostałe to: *Polacy* – prości (1), smutni (1), pracowici (1), gościnni (1), silni (1), podejrzliwi wobec obcokrajowców; *Polska* – zimna (1), rozwijająca się gospodarczo (1); zob. wszystkie wypowiedzi:

Znam kilku Portugalczyków, którzy byli w Polsce i wszyscy mówili mi to samo: ludzie bardzo prości, pracowici, bardzo smutni, bardzo gościnni, bardzo podejrzliwi wobec obcokrajowców (2008).

Piją wódkę, jakby to była woda, lubią bary. Polska rozwija się gospodarczo (2008).

Polacy piją wódkę cały dzień, już od śniadania. Polska to zimny kraj. Polacy to silni mężczyźni (2008).

4.6. Według respondentów z Bułgarii (4) w ich kraju *Polacy* uchodzą przede wszystkim za nadużywających alkoholu (3), a ponadto za: punktualnych (1), nacjonalistów (1) i handlarzy (1). W odpowiedziach powtórzył się stereotyp „łatwej Polki” (2); *Polska* obrazowana jest jako kraj, w którym wiedzie się lepiej niż w Bułgarii (1) oraz kraj z tradycjami (1); zob. wypowiedzi:

W moim kraju ludzie myślą, że kobiety (Polki) są „łatwe”, a mężczyźni piją za dużo. Uważam, że nie jest to prawda. Myślą, że ogólnie

---

<sup>16</sup> Z anglojęzycznej wypowiedzi trudno się nieraz zorientować, czy stereotyp dotyczy Polski czy Polaków.

w Polsce sytuacja polityczna i ekonomiczna jest lepsza [niż w Bułgarii]. I jest (2000).

W moim kraju uważa się, że Polska jest krajem z tradycjami, ale Polacy dużo piją (2001).

Mówiono w Bułgarii, że Polacy są ludźmi punktualnymi, nacjonalistami i że piją dużo (2001).

Mówi się w Bułgarii, że Polki są „łatwe” i że zawsze Polacy sprzedają coś i handlują (2001).

4.7. W wypowiedziach respondentów z Albanii (3) powtórzyła się informacja o braku stereotypów Polski i Polaków w ich kraju (2), a ponadto odnotowano wyobrażenie Polaków jako „zjadaczy sałaty” (1) oraz nadużywających alkoholu (1):

Nie słyszałam żadnych stereotypów o Polsce i Polakach w moim kraju, oprócz tego, że Polacy jedzą dużo sałaty (2000).

Nie wiem, bo nie znam dużo Polaków, ale myślę, że oni dużo piją (2000).

Żadnych stereotypów (2000).

4.8. Respondent z Cypru odnotował istnienie nie tyle stereotypów, co pewnej wiedzy o sytuacji Polaków-obywateli byłego kraju komunistycznego, którzy dopiero niedawno uzyskali wolność w decydowaniu o sobie:

Na Cyprze nie mamy żadnych stereotypów o Polakach i Polsce. Tylko mówimy, że Polska to duży i były komunistyczny kraj i że Polacy nie mogli jeździć za granicę, kiedy byli pod zaborem rosyjskim, i dopiero teraz zaczynają jeździć (2000).

4.9. Jeden z respondentów z Grecji (2) stwierdził brak stereotypów, natomiast drugi odnotował istniejące w jego kraju potoczne wyobrażenia leniwych Polaków-pijaków oraz „łatwych Polek”, zob. tę wypowiedź w całości:

Że Polacy piją dużo i to jest prawda. Że są leniwi i to też jest prawda. Że dziewczyny są bardzo łatwe (2000).

4.10. Oto wypowiedź respondenta z Tunezji:

Polska jest bardzo zimnym krajem. Ludzie dużo piją.

4.11. Respondent z Egiptu tłumaczy brak istniejących w jego kraju stereotypów Polski i Polaków tym, że dopiero od niedawna Egipcjanie mają okazję poznawać Polaków-turystów:

Polacy przyjeżdżają w dużej liczbie do Egiptu dopiero od 5 lat, nie są znane żadne stereotypy na ich temat (2005).

4.12. W opinii respondenta z Turcji Polska jest rozpoznawana w jego oczyma jako kraj o trudnej historii i skomplikowanych relacjach z zachodnim i wschodnim sąsiadem:

W Turcji znana jest historia Polski w relacjach: Polska-Niemcy i Polska-Rosja (2008).

4.13. W wypowiedziach respondentów z Meksyku (2) powtórzył się stereotyp zimnej *Polski* (1), a ponadto pojawiły się stereotypy *Polaków* – katolickich (1) i zimnych (1) i jedna informacja o braku stereotypów (1); zob. wypowiedzi:

[W Polsce jest] bardzo zimno. A o Polakach nie mamy żadnych stereotypów (2004).

Polacy są bardzo katolicy, ale także zimni (2004).

4.14. Respondentka z Wenezueli odpowiedziała:

Nie ma żadnych stereotypów, bo w Wenezueli nie mieszka wielu Polaków.

### Wpływ stereotypów na pobyt respondentów w Polsce i ich kontakty z Polakami

W tym fragmencie artykułu pragnę krótko zrelacjonować odpowiedzi respondentów na kolejne postawione im pytanie ankietowe.

Jedynie 20% ankietowanych studentów-cudzoziemców przyznało wprost, że ich kontakty z Polakami lub postrzeganie Polski zostały zniekształcone przez stereotypy. Niektórzy próbowali opisać sposób oddziaływania stereotypów na ich psychikę i specyfikę pobytu w Polsce.

Respondenci, którzy przyjechali z krajów, w których jest obecne stereotypowe wyobrażenie Polski niebezpiecznej i Polaków – złodziei, niebezpiecznych – przyznali, że nie ufali Polakom, byli wobec nich podejrzliwi, starali się zachować ostrożność, rozmawiając z nimi (takich odpowiedzi udzielił Niemiec, Portugalczyk, Hiszpan, a więc przedstawiciele krajów zachodnich i południowych). Z tych wypowiedzi wynika, że stereotypy – przynajmniej w fazie początkowej – oddziaływały hamująco na dynamikę kontaktów respondentów z „tuziemcami”. W tym miejscu odnotujmy także ciekawą wypowiedź Japonki, dla której wyobrażenie „Polski historycznej” i zespolony z nim obraz Polaków-patriotów, stały się motywacją do poszukiwania „prawdy” o polskim patriotyzmie (nacionalizmie), a z pewnością także do szukania międzykulturowych porównań między obu tymi zjawiskami w Polsce i w Japonii:

Tak [byłam pod wpływem stereotypów]. Najpierw interesował mnie „patriotyzm”. Po II wojnie światowej Japończykom zabroniono być patriotami. Dlatego że podczas wojny japońscy żołnierze robili wiele okrutnych rzeczy w Azji, popełniali zbrodnie. A przyczyną tego była ekspansja japońskiego cesarstwa. Więc patriotyzm = nacionalizm = niebezpieczeństwo (2000 – ankieta została wypełniona po polsku).

Niektórzy respondenci stwierdzili, że – co prawda – przyjeżdżając do naszego kraju, byli pod silnym wpływem negatywnych stereotypów Polski i Polaków zakorzenionych w ich kraju, ale w nowym środowisku dość szybko przestały na nich oddziaływać; pobyt w Polsce wywołał pozytywną korektę ich stosunku do Polski i jej mieszkańców:

Tak, byłam pod wpływem stereotypów, ale teraz moje widzenie Polski i Polaków jest bardziej pozytywne (1999 – wypowiedź respondentki ze Szwecji).

Tak, ja zmieniłam swoje zdanie, bo mieszkam z Polkami i one są bardzo wesole i sympatyczne (2000 – wypowiedź Bułgarki, która przyjechała do Polski z utrwalonym w umyśle stereotypem „łatwej Polki”).

Moja sąsiadka jest pracowita, sympatyczna, więc czasem myślę, że ona nie jest w 100% prawdziwą Polką (2000 – z wypowiedzi Koreanki, na którą oddziałał stereotyp leniwego, twardego Polaka).

Wydaje mi się, że już do Polski zaczął przenikać kapitalizm (2000 – wypowiedź respondentki z Japonii, u której zmienia się widzenie Polski jako kraju jedynie skażonego komunizmem).

Zdaniem niektórych respondentów niektóre ze znanych im z krajów stereotypów potwierdziły się, inne nie:

Ludzie są rzeczywiście bardzo religijni i pije się tu dużo. Jednak istnieje w Polsce bogate życie kulturalne – kultura tworzona nie tylko dawniej, ale także współcześnie. Jedne stereotypy się potwierdziły, a inne nie (1999 – z wypowiedzi Belgijki).

Jest tu, oczywiście, chłodno, ludzie są zimniejsi niż Hiszpanie, ale wcale nie jest tu niebezpiecznie (2003 – refleksja Hiszpana).

Są ludzie, którzy piją wódkę, jedzą kielbasę, ale nie wszyscy i nie cały dzień. Są biedni ludzie, ale nie wszyscy. Polacy (nie wszyscy, ale większość) są mądrzy (2000 – z wypowiedzi Amerykanki).

Umocnił się mój stereotyp o stosunku [galanterii – G.Z.] Polaków do kobiet. Moje postrzeganie Polski zostało zmienione, zmienił się mój stosunek do Polaków, w obu przypadkach na gorsze (2000 – z wypowiedzi respondenta z Białorusi).

Słyszałem w moim kraju, że Polacy nie lubią Rosjan i oczywiście przyjechałem z tą ideą. Jest to prawdą, lecz niektórzy ludzie lubią Rosjan i mi o tym mówią (2000 – z wypowiedzi Rosjanina).

Kiedy przyjechałam do Polski, upewniłam się, że jest to kraj bogaty, o wspaniałej kulturze. Myślę, że to prawda, że Polacy piją dużo alkoholu, ale też uważam, że są jednym z najgrzeczniejszych narodów (2001 – z wypowiedzi Bułgara).

Zmienił się tylko mój stereotyp o [łatwych] kobietach, ale jest prawdą, że oni [Polacy] szukają sposobu na robienie pieniędzy i dużo piją (2001 – z wypowiedzi Bułgarki).

Niektórzy respondenci (wyłącznie z krajów słowiańskich – ze Słowacji, Rosji) stwierdzili, że podczas ich pobytu w Polsce doszło do utrwalenia ich przeświadczeń o wzajemnym podobieństwie, jak też o tym, że w Polsce dobrze, łatwiej się żyje (opinia respondenta z Kazachstanu). Respondent z Litwy stwierdził, że kontakty z Polakami potwierdziły „zasłyszany wcześniej stereotyp o Polakach lubiących rozmawiać o polityce”.

Prawie wszyscy respondenci z Białorusi, wśród nich osoby polskiego pochodzenia, twierdzili, że codzienne kontakty z przedstawicielami kraju gospodarzy wpłynęły na znaczne pogorszenie pozytywnego wizerunku Polski i Polaków, jaki nosili w sobie przed przyjazdem:

Moje postrzeganie Polski i Polaków zostało zniekształcone ze względu na stosunek Polaków do cudzoziemców (2000).

Zauważyłam, że Polacy są wrogo nastawieni do cudzoziemców, zwłaszcza do tych, którzy pochodzą ze Wschodu. Są niemili, zaczynają na ciebie patrzeć, jakbyś nie był człowiekiem (2000).

Ponad 70% respondentów stwierdziło, że nie ulega żadnym stereotypowym opiniom, a własne opinie kształtuje jedynie w wyniku doświadczeń i obserwacji, kierując się rozsądkiem, jak to dobitnie stwierdził respondent z Wielkiej Brytanii:

Stereotypy zawężają myślenie (*are narrow minded*). Nie wiedziałem, czego się spodziewać [gdy przyjeżdżałem do Polski]. Teraz zdobyłem nowy punkt widzenia (2004).

Część respondentów z tej grupy przeformułowała odpowiedź na postawione wyżej pytanie w kierunku opisu pierwszych wrażeń o Polsce i Polakach, zdobytych na podstawie różnego rodzaju obserwacji lub kontaktów bezpośrednich; zob. przykłady odpowiedzi:

Wydaje mi się, że w Polsce więcej starszych mężczyzn pije niż we Francji. Pijani chodzą i leżą na ulicy. Prawda, że Polacy są bardzo gościnni, chętniej zapraszają do domu niż we Francji. W sklepach można znaleźć wszystko teraz, ale w „Geant” to ludzie kupują dużo mniej niż u nas (1999 – wypowiedź Francuzki).

To jest kraj kontrastów, ale są podobne udogodnienia do tych, które mamy we Francji; mamy te same sklepy, możemy kupować tę samą żywność, co we Francji (2008 – wypowiedź Francuza).

Jako student Wydziału Marketingu, jednego z najbardziej nowoczesnych w Łodzi, miałem okazję poznać wielu otwartych, po prostu wspaniale wykształconych studentów. Nie spotyka się tu więcej pijanych niż gdzie indziej i nikt mi jeszcze niczego nie ukradł (2007 – wypowiedź Niemca).

Moja wiedza o Polsce zwiększa się, gdyż wiele dowiaduję się od znajomych Polaków (2008 – wypowiedź Turka).

Kilku respondentów napisało, że nie miało do tej pory zbyt wielu okazji, by przekonać się, jacy Polacy są w rzeczywistości. Wśród respondentów odnajdujemy też kilka procent polonofilów, których pozytywny stosunek do

Polski, Polaków i polskości ukształtował się na podstawie kontaktów rodzinno-przyjacielskich przed przyjazdem do Polski lub w trakcie poprzednich wizyt i – jak stwierdzili – nie uległ zmianie podczas ostatniego pobytu; por. jedną z wypowiedzi tego typu:

Nie [moje postrzeganie Polski nie zostało zniekształcone przez stereotypy], wręcz przeciwnie, gdyż ze względu na moje polskie pochodzenie, miałem w Polsce wielu przyjaciół już od wczesnego dzieciństwa (1999 – wypowiedź Niemca).

## Wnioski

Wyniki badań uprawniają do wyciągnięcia wniosku, że istnieją dość znaczne różnice w kategoryzowaniu Polski i Polaków w zależności od regionu świata.

W krajach leżących *na zachód od Polski* powtórzył się w wypowiedziach respondentów z większości krajów stereotyp Polaka-pijaka, Polaka biednego, Polaka-złodzieja (przede wszystkim niemieckich samochodów). Dość często powtarza się opinia o Polakach – dobrych, tanich pracownikach, podejmujących się nisko płatnych zajęć, a także o Polakach – staroświeckich, konserwatywnych, religijnych katolikach. Wśród charakterystyk pozytywnych najczęściej powtarza się stereotyp gościnnego, rodzinnego i ciepłego Polaka. Przeważa (dotyczy to szczególnie lat 1999–2004) wizerunek Polski biednej, zacofanej, konserwatywnej, katolickiej, a w latach 2007 i 2008 – Polski rozwijającej się gospodarczo. Respondentom z krajów zachodnich Polska oraz Polacy kojarzą się z antykulturą – niskim poziomem wiedzy, przestępczością, nieporządkiem, szarością, nacjonalizmem, rasizmem, antysemityzmem (trzy ostatnie charakterystyki pojawiały się jednak dość sporadycznie). Polacy widziani są czasami (rzadko) w perspektywie historyczno-politycznej – jako ofiary II wojny światowej i komunizmu.

To badanie pilotażowe pokazuje, że w przyszłości bardzo ciekawe rezultaty mogłyby przynieść badania ukierunkowane genderowo – skupione na wychwyceniu różnic w kategoryzowaniu Polek i Polaków. Wśród wypowiedzi respondentów z grupy krajów zachodnich powtarza się np. stereotyp pięknej Polki, Polaka-złodzieja i pijaka (ale już nie Polki-złodziejki czy Polki-pijaczki). Ciekawe byłyby także badania skupione na analizie sposobów kategoryzowania Polaków w krajach, w których rywalizują oni z osobami

miejscowymi na rynku pracy. Wyniki przedstawianych tu badań ankietowych wskazują, że Polak-pracownik – konkurent na rynku pracy – fachowiec, ale i kobieta-sprzątaczką – to dość częste wizerunki Polaków w tej części świata, konotujące u miejscowych osób różnorodne odczucia. Stereotyp głupiego Polaka należy uznać za rzadki (jest zakorzeniony przede wszystkim w USA, choć w naszym badaniu ankietowym amerykański *Polish joke* został podany przez Irlandczyka).

W krajach leżących *na północ od Polski* powtarza się stereotyp Polski jako kraju postkomunistycznego (biednego, zacofanego, niebezpiecznego, brudnego), który wiele wycierpiał podczas II wojny światowej. W Szwecji istnieje stereotyp Polaka – nisko opłacanego pracownika. Jako „znak czasu” uznają pojawienie się w wypowiedzi respondenta z Finlandii wizerunku Polski biorącej udział w wojnie w Iraku.

Dopiero w krajach położonych *na wschód od Polski* pojawia się stereotyp „Polaka-Europejczyka” – kulturalnego, uprzejmego (szczególnie wobec kobiet). Wśród stereotypów negatywnych powtarza się stereotyp próżnego, interesownego Polaka (w krajach postsowieckich). Porównując wizerunek Polski i Polaków na Białorusi i w Rosji, należy przyznać, że dużo lepszy jest on na Białorusi (niestety, w naszych badaniach nie wziął udziału ani jeden respondent z Ukrainy). Respondenci z Rosji chętnie powtarzali, że „o Polsce w ogóle mówi się bardzo mało w Rosji”. Z drugiej strony w charakterystykach Polski – kraju, „w którym dobrze się żyje” – nakreślonych przez respondentów z Białorusi, Kazachstanu, przebija dumą z faktu, że przyjechali do naszego kraju. Powtarza się też sąd o podobieństwie Polaków do ich nacji i o Polsce – „kraju słowiańskim, postkomunistycznym, podobnym do mojego” (wśród respondentów z Rosji, Kazachstanu). Ciekawa wydała mi się wypowiedź respondenta z Mołdawii o stereotypie Polaka-katolika, tym bardziej, że współgra z podobnymi stereotypami istniejącymi na zachodzie, choć jest uwarunkowany wewnątrznie (wypływa z kontaktów, jakie Mołdawianie utrzymują z mieszkającymi w ich kraju Polakami). Rosjanin opisał stereotyp „Polaka-pszeka”, czyli mówiącego nieprzyjemnym dla osób rosyjskojęzycznych językiem pełnym spółgłosek szumiących, jak w słowie „przepraszam”. Interesujący wydał mi się opisany przez respondenta z Białorusi stereotyp dominującej Polki i Polaka-pantoflarza. Kolejne wskazanie, by podjąć w przyszłości badania stereotypów zorientowane genderowo.

Bardzo interesujące okazały się wypowiedzi respondentów z dalekich krajów azjatyckich. Dlaczego w Korei Pd. istnieje negatywny wizerunek leniwego, niepunktualnego, twardego Polaka (co prawda potwierdzony je-



dynie przez jednego respondentą)? Ciekawe, że jedynie w wypowiedziach ankietowych respondentek z Japonii i Malesji / Tajwanu (krajów tak dalekich od Polski) pojawia się wizerunek Polski – kraju utalentowanych artystów i naukowców... Trzeba jednak wziąć pod uwagę fakt, że wizerunek ten jest obecny, zdaniem respondentki z Japonii, w środowisku osób zainteresowanych Polską. Osoby niezainteresowane Polską albo w ogóle nie mają wyobrażeń na jej temat, albo kojarzą Polskę jako kraj „uwikłany w historię i politykę” – widziany w kontekście II wojny światowej i w kontekście komunizmu. Oczywiście, możemy sądzić, że dla większości osób mieszkających na wschodnich krańcach Azji, Polska to *terra incognita*, dlatego trudno oczekiwać, by istniała tam jakakolwiek „powszechna wiedza” na jej temat.

W krajach leżących *na południe od Polski* najczęściej powtarzał się stereotyp Polaka nadużywającego alkoholu. W wypowiedziach respondentów z krajów obszaru języka hiszpańskiego i portugalskiego powtarza się sąd o zimnej Polsce i zimnych, smutnych, Polakach. Ciekawym wynikiem badań jest pojawienie się w wypowiedziach respondentów z Bułgarii i z Grecji, stereotypu „łatwej Polki”. W wypowiedzi Bułgara (zanotowanej w roku 2001) pojawił się także stereotyp Polaków-handlarzy. Jako że w obu krajach Polacy chętnie spędzali urlopy (w różnych okresach historycznych), należy uznać, że te stereotypy narodziły się z obserwacji polskich turystów (turystek). Stereotyp „bułgarski” pochodzi z pewnością jeszcze z okresu komunizmu – polscy turyści bardzo chętnie jeździli wtedy do Bułgarii w celach turystyczno-handlowych. Przez respondentów z krajów południowych Polacy charakteryzowani są ponadto jako swojacy (przez wszystkich Słowaków), leniwi, nacjonalisci, jedzący dużo salaty (najdziwniejszy stereotyp, który pojawił się w wypowiedzi Albańczyka<sup>17</sup>) i znów – uwikłani w historię i politykę (w wypowiedziach respondentów z Cypru i z Turcji).

Czy któryś ze stereotypów zasługuje na miano uniwersalnego? Nie może być nim na pewno przekonanie o „Polsce biednej, zacofanej”, gdyż pojęcie biedy i bogactwa jest relatywne. Najpowszechniej występującym stereotypem jest stereotyp Polaka nadużywającego alkoholu. Nie pojawił się on jedynie w wypowiedziach osób z krajów położonych na wschód od Polski, identyfikowanych, podobnie jak Polska, jako „kraje kultury wódki”, ani też w wypowiedziach respondentów pochodzących z dalekiej Azji. Dość często pojawiał się w wypowiedziach respondentów stereotyp „Polski historycznej”

---

<sup>17</sup> Zastanawiam się, czy salata nie miała przypadkiem oznaczać kapusty? Polacy dość często są określanymi w świecie właśnie jako miłośnicy kapusty (także kielbasy).

(ze skojarzeniami związanymi z II wojną światową), jak też Polski politycznej (ze skojarzeniami dotyczącymi komunizmu). Stereotyp pięknej Polki (dość powszechny w krajach zachodnich i północnych<sup>18</sup>) przeplata się ze stereotypem „łatwej Polki” (ujawnił się on tylko w południowych krajach turystycznych) i Polki dominującej, żadnego z nich nie można więc uznać za uniwersalny.

W wypowiedziach respondentów z różnych krajów powraca często stereotyp Polaka-nacjonalisty (niekiedy rasisty), ale też Polaka-katolika i Polaka konserwatysty. Osobom z Europy Zachodniej coraz częściej typowy Polak kojarzy się z Polakiem-pracownikiem (zręcznym, tanim i dlatego atrakcyjnym, choć jednocześnie zagrażającym lepiej opłacanym miejscowym pracownikom) i miejmy nadzieję, że wkrótce ten wizerunek zastąpi nadal bardzo powszechny w krajach zachodnioeuropejskich stereotyp Polaka-przestępcy, złodzieja. Pamiętajmy, że duża część ankietowanych przyznała, że właśnie ten stereotyp zaburzał ich postrzeganie Polski i Polaków.

Przedstawione w części materiałowej wypowiedzi studentów zza wschodniej granicy potwierdzają także, w pewnym oczywiście stopniu, opinie o polskim nacjonalizmie<sup>19</sup>, przejawiającym się we wrogości dużej liczby Polaków wobec cudzoziemców<sup>20</sup>.

### Literatura

Boksański Z., 1993, *O czynnikach kształtujących obraz Polski i Polaków w świecie*, „Kultura i Społeczeństwo”, nr 1, s. 35–45.

Boksański Z., 1998, *Młodzież Europejczyki o Polakach. Opinie studentów uniwersytetów europejskich*, Łódź.

---

<sup>18</sup> Respondenci często dodają, że w ich krajach sądzi się, że Polki są piękne, *podobnie jak inne kobiety z Europy Wschodniej*. Sądzę więc, że stereotyp pięknej Polki jest pewnym wariantem (odbiciem?) tego właśnie stereotypu.

<sup>19</sup> Przypomnę, że w znanym artykule Ryszarda Tokarskiego (1999) ksenofobia, której pochodną jest nacjonalizm, została uznana za jedną z centralnych cech stereotypu mentalnego Polaka.

<sup>20</sup> W opisanych tu badaniach potwierdziło się wiele stereotypów Polski i Polaków ujawnionych w badaniach Z. Boksańskiego (1998, zob. przede wszystkim rozdział VIII – *Stereotypy Polaków w perspektywie porównawczej*), w tym przede wszystkim stereotyp Polaka-pijaka. Ponieważ jednak moje badania przeprowadzane były w okresie późniejszym, dały możliwość zaobserwowania nowych tendencji w kategoryzowaniu Polaków i Polski, związanych ze zmianą statusu naszego kraju w świecie, mobilnością Polaków – ich (naszą) obecnością na międzynarodowym rynku pracy i rynku turystycznym.

- Boksański Z., 2001, *Stereotypy a kultura*, Wrocław.
- Goban-Klas T., 2004, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa.
- Olechnicki K., Zalecki P., 1999, *Słownik socjologiczny*, Toruń.
- Piętkowa R., 2007, *Językowy obraz świata i stereotypy a nauczanie języka obcego*, w: Achtelek A., Tambor J., red., *Sztuka czy rzemiosło? Nauczyciel Polski i polskiego*, Katowice, s. 85–105.
- Pisarek W., red., 2006, *Słownik terminologii medialnej*, Kraków.
- Tokarski R., 1999, *Językowy obraz świata w metaforach potocznych*, w: Bartmiński J., red., *Językowy obraz świata*, Lublin, s. 65–83.
- Zarzycka G., 2000, *Socjokulturowy aspekt pracy ze słuchaczami ze zintegrowanej Europy (doświadczenia z programu „Erasmus-Socrates”*, „Prace Naukowe Studium Nauki Języków Obcych Politechniki Wrocławskiej” nr 36/3, s. 259–268.

**Grażyna Zarzycka** – związana z Katedrą Lingwistyki Stosowanej i Kulturowej na Wydziale Filologii Polskiej Uniwersytetu Łódzkiego, dyrektor Studium Języka Polskiego dla Cudzoziemców UŁ. Zainteresowania naukowe: pragmatyka językowa, socjolingwistyka, socjologia, kulturoznawstwo, etnolingwistyka i glottodydaktyka, teoria i filozofia dialogu, badanie dyskursu publicznego i komunikacji interkulturowej oraz przestrzeni kulturowej w nauczaniu języków obcych. Autorka książek monograficznych: *Dialog międzykulturowy. Teoria oraz opis komunikowania się cudzoziemców przyswajających język polski* (2000) oraz *Dyskurs prasowy o cudzoziemcach. Na podstawie tekstów o Łódzkiej Wieży Babel i osobach czarnoskórych* (2006).



Inni o sobie i o nas



ANDREA F. DE CARLO  
Lecce

## „Polonia? Aaah Bologna!”\* W labiryncie stereotypów włosko-polskich i polsko-włoskich

Polska w wyobraźni przeciętnego Włocha jawi się prawie jako baśniowy, chłodny i śniegiem pokryty kraj, gdzie niedźwiedzie chadzają po ulicach, a do całości obrazu brakuje tylko swobodnie żyjących reniferów. Przede wszystkim, jest to jednak kraj pociągających, atrakcyjnych kobiet o błękitnych jak niebo oczach, jasnej, porcelanowej cerze oraz włosach w kolorze lanów zboża i złota, gotowych spełnić nawet najbardziej srośne pragnienie Włocha. Próba wyjaśnienia, iż w Polsce żyją nie tylko blondynki, przynosi głębokie rozczarowanie biednemu włoskiemu donżuanowi.

Wobrażenia są jeszcze bardziej mgliste, gdy dotyczą położenia geograficznego Polski: przeciętny Włoch wie, iż jest to północny kraj o niepewnych i nieznanych kresach, znajdujący się blisko Rosji lub może Rumunii albo Czech. Jest naznaczony piętnem komunizmu, to ojczyzna Papieża, kraj głęboko religijny. Kraj we wszystkich odcieniach szarości, przez to biedny, smutny. A język polski? – oczywiście, jeden z dialektów rosyjskiego.

Gdy Włoch spyta Polaka: „skąd Pan jest?” – odpowiedź „dalla Polonia!” („z Polski”), włoski rozmówca zrozumie: „ah Bologna!”, czyli „Bologna”.

\*

We Włoszech jest wiele stereotypów dotyczących Polaków. Różnią się w zależności od okresu powstania, z uwzględnieniem różnic płci, wieku,

---

\* Polska? Aaa Bologna!

warunków społecznych, wykształcenia. Stereotypy ulegają zmianom; niektóre giną, inne powstają. Nie są identyczne w całych Włoszech i różnią się też kontekstowo.

Rozmaitość i złożoność wizerunku Polaka ma podłoże historyczne i zależy od typologii ruchów migracyjnych. Należy zauważyć, iż obecność Polaków we Włoszech ma długą tradycję, pochodzącą z czasów średniowiecza, wynikającą z wydarzeń politycznych, religijnych, żywych kontaktów między kurią polską i rzymską.

W okresie średniowiecza i renesansu na uniwersytetach włoskich, głównie w Bolonii i Padwie studiowało wielu Polaków. Z kolei XIX wiek i okres Risorgimento przyniósł wspólne walki narodowo-wyzwoleńcze, gdyż wielu Polaków walczyło w powstaniach na ziemiach włoskich. Stabilizacja obecności Polaków na terytorium Włoch zaczęła się po II wojnie światowej, kiedy liczni członkowie armii gen. Andersa podjęli decyzję o pozostaniu w *Bel Paese*. Dlatego po wojnie, oprócz kontynentów amerykańskiego i australijskiego, docelowym miejscem emigracji Polaków stała się również Italia.

Napływ Polaków do Włoch można podzielić na dwa główne etapy, tj. przed oraz po upadku muru berlińskiego (Goleño K., Kowalska-Angelelli K., Pittau F., Ricci A., red. 2006). W latach 1945–1989 znalazło się tam wielu polskich wygnańców, często Polaków-Żydów, którzy byli miło i z wielką otwartością przyjęci przez mieszkańców. Ich ucieczka z ojczyzny miała przede wszystkim charakter polityczno-ideologiczny i wynikała z panującego w kraju reżimu komunistycznego. W tym okresie postrzegano Polaka jako człowieka wykształconego, kulturalnego, artystę i literata. Jednak z upływem lat wizerunek ulegał zmianie i po upadku muru berlińskiego rozpoczęła się druga faza ruchów ku Italii, którą charakteryzowały względy ekonomiczne, a nie – jak wcześniej – polityczne. Kraje dawnego ustroju komunistycznego otworzyły się na gospodarkę rynkową i obywatele dość boleśnie odczuli zwiększone koszty utrzymania i postępujące bezrobocie.

Ten *exodus* Polaków z wymiaru jakościowego przeszedł w ilościowy: zaczęły się liczne migracje zarobkowe osób nie zawsze dobrze wykształconych. Niestety, we Włoszech, jak również w innych krajach, pozytywny wizerunek Polaka wypracowany w poprzednich dziesięcioleciach upadł, zaś niepokoje związane z masowymi przyjazdami obywateli ze Wschodu, przełożyły się na negatywne ich postrzeganie. Powstały stereotypy przedstawiające Polaków jako przestępców, złodziei, pijaków.

Nie udało się tego zmienić nawet dobrze wykształconym, zasiadającym na ważnych i eksponowanych stanowiskach rodakom. Polacy stali się jakby



kozłem ofiarnym, na równi z Marokańczykami, Rumunami, Albańczykami i od zawsze tak traktowanymi Cyganami (Goleno K., Kowalska-Angelelli K., Pittau F., Ricci A., red. 2006).

Polaków zaczęto postrzegać jako tanią siłę roboczą: osoby dorabiające myciem szyb samochodowych, sprzedawców najtańszych, kiczowatych towarów na targach, opiekunki czy gosposie. Rzeczywiście, w ostatnich latach we włoskich domach spotyka się coraz więcej polskich gospoś, opiekunek dzieci i starszych ludzi. Są one chętnie zatrudniane ze względu na zamiłowanie do porządku, rzetelność, higienę i kulturę osobistą – częściej niż Bułgarki, Ukrainki czy Albanki.

\*

Stereotypowy Polak jest chudym blondynem o przeciętnej urodzie, jest niezbyt przystojny, zimny, zamknięty w sobie, spokojny, opanowany, biedny, oszczędny, inteligentny, ale nie dosyć cwany i przebiegły, dający się łatwo oszukać. Nie umie robić interesów i nie zna się na robieniu pieniędzy. Jako pracownik ma opinię człowieka ciężko pracującego, ale kiepsko opłacanego. Z pewnością głęboko religijny, ale nadużywa alkoholu.

Czasem też bywa przedstawiany jako niewykształcony pieniacz, złodziej<sup>1</sup> samochodów, pomysłowy kombinator i krętać. Jest zakompleksiony, sfrustrowany, prymitywny, noszący niemodny wąs „à la Wałęsa”. Z drugiej zaś strony, gościnnie, życzliwy, kompan do zabawy, dumny Sarmata, żarliwy katolik i gotów do poświęceń idealista. Kulturalny, ale bez smaku estety, bez gustu i oryginalności. Często narzeka, powolny w pracy, bez poczucia humoru, odporny na chłód atmosferyczny. W stosunku do kobiet jest nieśmiały, kiepski flirciarz, bez namiętności. Jest jednak bardzo oddany rodzinie, aczkolwiek nadto uległy żonie. Jeśli taki nie jest, to popada w skrajność i staje się damskim bokserem.

A kobiety? Stereotyp Polki zmienia się w zależności od wieku i płci mieszkańca Włoch.

Zdaniem Włoszki, młoda Polka to piękna „poverina dell’Est” („biedaczka ze Wschodu”), czasem zbyt zmysłowo ubrana i mająca obsesję na punkcie tlenionych blond włosów i „paznokci jak z martwej natury Baschenisa”<sup>2</sup>,

---

<sup>1</sup> Stereotyp Polaka-złodzieja powoli ustępuje miejsca innym grupom etnicznym, np. Albańczykom lub Rumunom.

<sup>2</sup> Evaristo Baschenis (1617-1677) był włoskim malarzem, pochodził z Bergamo. Jest jednym z najwybitniejszych malarzy Bergamczyków z XVII wieku, autor pomysłu martwej natury na temat muzyczny. Cytowane zdanie znalazłem w internetowym forum, gdzie można

która zawsze pozostaje „złodziejką” mężów i narzeczonych. Dlatego jest to raczej nieprzychylny wizerunek kobiety lekkich obyczajów, chłodnej i wyrachowanej, wykorzystującej swą urodę do celów ekonomicznych lub by pozyskać obywatelstwo.

Ale „to tylko zazdrość!” – odpowiadają Włosi. Dla nich Polki są najpiękniejsze, miłe, kochane, nieskomplikowane, oddane rodzinie, prawdziwe opiekunki ogniska domowego. Szkoda tylko, iż te anioły nigdy nie będą mogły dorównać królowym ogniska – włoskim mamom. Dla Włocha postać matki zawsze pozostaje najważniejsza w życiu. Ona najlepiej umie ugotować, uprać, uprasować. Jeżeli włoscy mężczyźni jawią się jako „mammoni” („maminsynki”) lub „bamboccioni” („dziecinni”, bo opuszczają dom rodziców późno, nawet po 35 roku życia), to winą obarcza się matki. Koniec końców każdy pretekst jest dobry, bo któż lepiej od mamusi ugotuje, umyje i posprząta?

A włoskie kobiety? Umieją zrobić wszystko, są samodzielne na tyle, by umniejszyć wartość mężczyzny w domu i poza nim. Dobrze zarządzają rodziną; umieją pracować i zarabiać, często więcej niż mężczyźni.

W Polsce zaś istnieje stereotyp Włoszki – grubej kobiety, która zajmuje się tylko rodziną, gotuje, sprząta i jest bardziej opiekuńcza w stosunku do synów niż córek. Jest to kobieta, która szybko się starzeje i zawsze ubiera się na czarno. Ale te włoskie matki, czasami wąsate, są świetnymi aktorkami, gdyż dają mężom odczuć, że to oni sprawują władzę. A włoscy ojcowie? Męscy szowiniści, dumni „padre-padroni” („ojcowie-gospodarze”), wymagający i opiekuńczy, i bardzo zazdrośni o żony i córki.

\*

Biedny makaroniarz również nie ma w Polsce łatwego życia. Zgodnie ze stereotypem, Włosi są niscy, czarni, śniadzi i bardzo owłosieni. Młodzi – są przystojni, jednak na starość nie wyglądają już tak zachęcająco: stają się grubi i łysi. Ale są narodem bez kompleksów, bo nikogo nie martwi, iż jest korpulentny, niski czy tp. Włosi lubią dobrze zjeść i pić dużo wina. Ich głównym posiłkiem są pizza i makarony pod różnymi postaciami, m.in. spaghetti, lasagna. Ulubiony deser to tiramisù. Piją kawę lub cappuccino, a herbatę (jeśli w ogóle) po południu.

---

wyrazić własne opinie na temat stereotypów Włochów i innych narodowości: [http://www.wloski.ang.pl/stereotipi\\_sugli\\_italiani\\_confermiamoli\\_23567.html](http://www.wloski.ang.pl/stereotipi_sugli_italiani_confermiamoli_23567.html).

Używałem „gadu gadu”, blogów i forów poświęconych stereotypom polsko-włoskim i włosko-polskim to narzędzie bardzo ważne, aby zrozumieć te stereotypy.

Głośno gadają, gestykulując i pijąc ponad miarę litry wina, oczywiście, z włoskich winnic. Zawsze gotowi do śpiewu, tańca. By podbić serce kobiety, są w stanie zaimprovizować serenadę przy byle okazji. Włosi uchodzą za niezwykle otwartych, pogodnych, przyjacielskich, towarzyskich, energicznych, o gwałtownym i porywczym temperamencie. Są zazdrośnikami, balaganiarzami, rozwrzeszczanymi lekkoduchami. To urodzeni aktorzy; w ich życiu ważna jest tak zwana „bella figura”, czyli właściwe odgrywanie swojej roli. W stosunku do kobiet są uwodzicielscy, nadskakujący, wręcz natrętni, ale niewierni. Mylą miłość z pożądaniem. Niestety, w łóżku kiepscy kochankowie. Po każdej zdradzie skruszeni wracają do swoich żon. Pozamałżeńskie przygody są fascynujące, ale bez znaczenia. To przecież tylko męska natura! Natomiast nie dopuszczają nawet myśli o zdradzie żony: żaden inny mężczyzna nie może jej tknąć.

W pracy Włosi nie cieszą się zbyt pochlebną opinią. Są uważani za leniwych i źle zorganizowanych. Jednak ta ich żywiołowość i energia sprawia, iż jeśli zaangażują się w jakieś przedsięwzięcie, to z pewnością będą w tym najlepsi. Kolejną, dość irytującą wadą jest brak punktualności. Wydawaloby się, że za granicą Włosi sobie nie poradzą, gdyż nie znają języków obcych. Nic bardziej mylnego: od czego są ręce i mowa ciała?!

Pasje Włochów to piłka nożna, samochody, moda, kuchnia i sjestta. Wyrobiony zmysł estetyczny ujawnia się w nietuzinkowych trendach mody oraz w stylistyce aut, takich jak: ferrari, alfa romeo, czy też popularny fiat. Słynne „Calcio” jest sportem narodowym wszystkich mieszkańców Półwyspu. To jak sposób na życie i na spędzanie wolnego czasu zarazem. Inną przyjemnością jest popołudniowa sjestta, którą – jak twierdzą cudzoziemcy – wymyślono, by skrócić dzienny czas pracy. Jako społeczeństwo bardzo towarzyskie, Włosi lubią chodzić do restauracji, gdzie spotykają się ze znajomymi i krewnymi. Otwarci i ciekawscy: już na pierwszym spotkaniu chcą dowiedzieć się wszystkiego o rozmówcy. Nie lubią stosować się do narzuconych norm i przepisów. Na włoskich drogach rzadko spotykamy kierowców posłusznie zapinających pasy bezpieczeństwa. Innym aspektem życia jest *mafia*. Dla wielu przynależność do organizacji przestępczych, takich jak: Cosa Nostra (Sycylia), Ndrangheta (Kalabria), Camorra (Neapol), Sacra Corona Unita (Apulia), stało się sposobem na życie i bogacenie się.

Nam, Włochom, w sposób naturalny przychodzi utwierdzanie się we własnej wspaniałości: przecież porównując się do innych tradycji, kultur, religii

i języków, jednoznacznie stwierdzamy, iż to, co „nasze”, jest, po prostu, najlepsze. Nie mamy czego zazdrościć innym: mieszkamy w najbardziej słonecznym i najpiękniejszym kraju, mówimy najbardziej melodyjnym językiem i w ogóle, jesteśmy pępkiem świata!

Jak nazwać taką postawę? Czy to nacjonalizm? Raczej egocentryzm z odrobiną prowincjonalizmu. Myślenie nacjonalistyczne zarzuca się też Polakom. Jednak, gdy zapytamy o to Polaka, odpowie: „Ależ skąd! My jesteśmy patriotami!” Jeśli zna się choć trochę historię Polski, to trudno temu zaprzeczyć. Istnieje nawet cytat to ilustrujący: „Polska Chrystusem narodów”, ukazujący ten naród jako męczenników i ofiary. Prawdziwa martyrologia...

\*

Ogólnie, stereotyp stanowi społecznie utrwalony abstrakcyjny model, powstały w wyniku powtarzalności i potocznej wiedzy na określony temat. Stereotypy nie są bezpośrednimi opiniami, ale wtórnymi, jako rodzaj *clichè* (Kilani 2001, 337). Taki typ uproszczenia pełni funkcję objaśniającą złożony charakter świata i stosunków międzyludzkich. Nasz umysł buduje takie „skrót”, by dać racjonalne i proste wyjaśnienia skomplikowanych zjawisk.

Słowa i obrazy są ukryte w zbiorach pomysłów i wierzeń i to tłumaczy relację łączącą nas z innymi. Bez takiej „spontanicznej antropologii” żadna relacja z innymi nie byłaby możliwa. Jak podaje Kapuściński taka relacja ułatwia życie: pozory, stereotypy to nasze wewnętrzne idee o innych ludziach i zjawiskach. To wizerunek, opinia spontanicznie przez nas tworzona na podstawie pobieżnej, potocznej wiedzy. Nie są one w pełni autonomiczne, ale w dużej części są dziedzictwem społecznym i kulturowym (Kilani 2001). To „mądrość ludowa”, którą stanowią idee zaczerpnięte od innych członków wspólnoty. Są to opinie utrwalone społecznie i nie do zakwestionowania. W gruncie rzeczy, stereotyp jest etykietą społeczną, którą trudno zmienić lub usunąć bez narażania się na krytykę.

Jeśli w Polsce Włoch próbowałby powiedzieć, że nie interesuje się piłką nożną, nie jada codziennie makaronu i pizzy, nie mówi głośno, nie gestykuluje, na szczęście lub nieszczęście jest wysoki lub jeszcze gorzej – jest blondynem z jasnymi oczyma, odpowiedź byłaby jedna: „nie jest prawdziwym Włochem!”

Tabela zestawiająca stereotypy Włochów i Polaków

	<b>Włoch</b>	<b>Polak</b>
<b>Wygląd</b>	<p>Mężczyzna:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– brunet</li> <li>– ciemne oczy</li> <li>– niski</li> <li>– owłosiony</li> <li>– urodziwy</li> <li>– gruby</li> <li>– łysy</li> </ul> <p>Kobieta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– brunetka</li> <li>– ciemne oczy</li> <li>– gruba</li> <li>– z wąsikiem nad wargą</li> <li>– ubrana na czarno</li> </ul>	<p>Mężczyzna:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– blondyn</li> <li>– jasne oczy</li> <li>– chudy</li> <li>– niezbyt urodziwy</li> <li>– z niemodnym wąsem</li> </ul> <p>Kobieta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– blondynka</li> <li>– jasne oczy</li> <li>– piękna</li> <li>– zgrabna</li> <li>– niemodnie ubrana</li> </ul>
<b>Rodzina</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– najważniejsza komórka społeczna</li> <li>– matka jest królową domu</li> <li>– syn i matka są bardzo ze sobą związani</li> <li>– dzieci późno wyprowadzają się z domu rodziców</li> <li>– córki samodzielne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– najważniejsza komórka społeczna</li> <li>– dzieci szybko opuszczają dom rodziców</li> <li>– młodzi Polacy szybko się pobierają</li> </ul>
<b>Charakter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– gorący temperament</li> <li>– pewny siebie</li> <li>– hałaśliwy, bałaganiarz</li> <li>– emocjonalnie niezrównoważony</li> <li>– błyskotliwy i pomysłowy, ale leniwy i niesłowny</li> <li>– urodzony aktor, zawsze odgrywa swoją rolę („bella figura”)</li> <li>– czerpie radość z życia</li> <li>– przywiązuje dużą uwagę do wyglądu i ubioru</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– zimny</li> <li>– opanowany</li> <li>– dumny Sarmata</li> <li>– żarliwy katolik</li> <li>– pracowity</li> <li>– zakompleksiony, sfrustrowany</li> <li>– inteligentny, kulturalny</li> <li>– bez gustu i smaku estetycznego</li> <li>– dobry kompan do zabawy</li> <li>– szczodry</li> <li>– mało cwany w pracy</li> </ul>
<b>Zachowanie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– donżuan, szarmancki wobec kobiet</li> <li>– spóźnialski</li> <li>– ważne powitanie (całuje się ze wszystkimi)</li> <li>– gestykuluje, dotyka interlokutora</li> <li>– bardzo gadatliwy</li> <li>– lubi łamać zakazy</li> <li>– mafioso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– kiepski adorator kobiet</li> <li>– prymitywny, niewykształcony, pieśniacz</li> <li>– gościnnie, życzliwy</li> <li>– pije za dużo alkoholu</li> <li>– złodziej</li> </ul>
<b>Jedzenie i napoje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– pizza, spaghetti, makaron pod różnymi postaciami, lasagna, tiramisù</li> <li>– wino</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– bigos, pierogi, gołonka, kotlet schabowy</li> <li>– wódka, drinki, piwo</li> </ul>

	Włoch	Polak
<b>Czas wolny</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– piłka nożna (Juventus, Milan, Inter, Fiorentina, Roma itd.)</li> <li>– samochody (fiat, alfa romeo, ferrari)</li> <li>– kobiety</li> <li>– moda</li> <li>– śpiew i taniec</li> <li>– puby, bary</li> <li>– sjesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– picie wódki</li> <li>– awanturowanie się i bicie żony</li> <li>– strajki i okupowanie rządowych budynków</li> <li>– puby, kawiarnie, cukiernie</li> </ul>

### Literatura

- Goleno K., Kowalska-Angelelli K., Pittau F., Ricci A., red., 2006, *Polonia. Nuovo paese di frontiera. Da migranti a comunitari. Dossier statistico immigrazione della Caritas Italiana*, Roma, <http://www.emnitaly.it/down/ev-20-01.pdf>.
- Kilani M., 2001, *Stereotipo (etnico, razziale, sessista)*, in: R. Gallissont, M. Kilani, A. Rivera, *L'imbroglione etnico in quattordici parole-chiave*, przeł. A. Rivera, D. Pozzi, S. Savoldi, Bari.

**Andrea F. De Carlo** jest wykładowcą na Wydziale Języków i Literatury Obcej Uniwersytetu Salento w Lecce (Włochy). Prowadzi zajęcia z literatury, tłumaczeń i języka polskiego. W obszarze jego zainteresowań znajdują się tematy filologiczno-literackie. Obecnie zajmuje się projektem badawczym – analizą tłumaczenia *Boskiej Komedii* Dantego w wykonaniu Józefa Ignacego Kraszewskiego.

JAGNA MALEJKA  
Katowice, Pekin

## Potomkowie smoka o sobie samych, czyli o autostereotypie Chińczyków

*Smok – to dla Chińczyków zwierzę mitologiczne  
związane z wodą i godne najwyższego szacunku,  
jest według pewnych legend praprzodkiem całego ludu chińskiego.*

Künstler 2007, 297

Stereotyp, jak pisze Jerzy Bartmiński, jest nieodłączny od języka, choć może być też komunikowany pozajęzykowo. Stereotypy odgrywają ogromną rolę w kształtowaniu wizji świata, postaw i zachowań, są elementami językowego obrazu świata. Ten językowo-kulturowy model świata jest interpretacją, a nie odbiciem rzeczywistości (Bartmiński 1993, 365–356; Bartmiński 1998, 65). Idąc dalej za Bartmińskim, przyjmiemy stereotypy jako szczególną podklasę pojęć (potocznych), które są silnie zabarwione podmiotowo, wewnątrznie zorganizowane i wchodzi w skład językowo-kulturowego obrazu świata danej wspólnoty komunikatywnej, zastąpimy jednak stereotyp autostereotypem, starając się przybliżyć odległą Zachodowi wspólnotę komunikatywną<sup>1</sup>.

Artykuł ten poświęcony jest interpretacji rzeczywistości przez pryzmat autostereotypu Chińczyków. Stereotyp Chińczyka na Zachodzie jest dosyć prosty – Chińczycy są pracowici, jest ich dużo, są mali, chudzi i jedzą ryż. Jednak z perspektywy samych Chińczyków rzecz wygląda nieco inaczej.

---

<sup>1</sup> W dalszej części został wykorzystany fragment rozważań J. Tambor z pracy *Mowa Górnoślążaków oraz ich świadomość językowa i etniczna* dotyczący prototypu i stereotypu, a ściślej rzecz biorąc – autoprototypu i autostereotypu (Tambor 2006).

## Baza materiałowa

Wymienia się trzy typy źródeł wykorzystywane do językoznawczych badań nad stereotypami, są to: system języka, materiały ankietowe i teksty (Bartmiński 1998, 68). Językoznawcy podkreślają rolę badacza, mówi się nawet o pewnej wyższości tego badacza, który jest uczestnikiem badanej kultury i który bada własny język (Bartmiński 1998, 66; Tambor 2006, 226). Autorka niniejszego artykułu jest w pewnym stopniu uczestnikiem badanej kultury, natomiast jeśli chodzi o sam język, wspierała się pomocą tłumaczy – chińskich polonistów i własną intuicją. Bazę materiałową stanowiły przede wszystkim ankiety oraz – w mniejszym stopniu – przysłowia chińskie.

Od samego początku nasuwało się pytanie: czy możliwe jest przedstawienie autostereotypu narodu, którego społeczność liczy w przybliżeniu miliard trzysta milionów mieszkańców, z czego 106 430 000 stanowią mniejszości narodowe (dane wg Weggel 2006)? Czy badania przeprowadzone na podstawie kilkudziesięciu ankiet są w takiej sytuacji miarodajne? Ankieta została przeprowadzona w grupie studentów Pekinńskiego Uniwersytetu Języków Obcych (nie tylko wśród studentów polonistyki), średnia wieku – 21 lat. Studenci PUJO pochodzą z różnych części Chin, posiadają pewien poziom wiedzy i wykształcenia, znają języki obce, zetknęli się z innymi kulturami, wielu z nich było za granicą. Jeżeli przyjmiemy za Aleksandrą Niewiarą (Niewiara 2000, 16), że miarą typowości jakiejś konceptualizacji jest społeczna powtarzalność i możliwość dekodowania wypowiedzi przez uczestników tej samej społeczności, możemy uznać, że wyniki ankiety pokazują autostereotyp Chińczyka – młodego i wykształconego, jednak osadzonego silnie w tradycji i kulturze chińskiej (co postaram się poniżej udowodnić). Ankieta została przeprowadzona w rodzimym języku badanych, aby dała jak najpełniejszy obraz „obrazów w głowie”<sup>2</sup>. Odpowiedzi zostały zweryfikowane na podstawie możliwości dekodowania ich przez innych Chińczyków (nauczycieli akademickich PUJO).

Pytania ankietowe dotyczyły pewnych kręgów tematycznych, określanych w literaturze jako aspekty: fizyczny, psychiczny, ekonomiczny, społeczny, religijny, kulturowy (Niewiara 2000, 45–46). Oto kilka przykładowych pytań, które pojawiły się w ankiecie: Kto to jest Chińczyk? Jak wygląda typowy Chińczyk? Jakie cechy charakteru, zdolności, umiejętności posiada typowy

---

<sup>2</sup> Ankiety przetłumaczyła na polski Li Yinan.



Chińczyk? Czym jest dla prawdziwego, typowego Chińczyka: rodzina, praca, pozycja społeczna, twarz, pieniądze, nauka/wykształcenie, jedzenie, czystość, porządek, rozrywki, religia? Pojawiły się też pytania dotyczące sfery językowej (np. o inne nazwy określające Chiny i Chińczyka, o obraz Chińczyka w przysłowiaach).

W niniejszym artykule nie poruszamy chińskiego stereotypu innych narodów, a także metastereotypu (badania dotyczące tych aspektów nie są jeszcze ukończone).

### Autoprototyp i autostereotyp

Jak podkreśla Jolanta Tambor, w definicji przedstawionej przez Bartmińskiego ważne jest to, że nie zawęża stereotypu do cech negatywnych, a oprócz wartościowania (ujemnego czy dodatniego) w jego skład wchodzi także cechy obiektywnie neutralne i opisowe. Cechy opisowe pozwalają na przedstawienie prototypu (Tambor 2006, 223–224). Poniżej przedstawiamy autoprototyp i autostereotyp odtworzony wyłącznie z wypowiedzi Chińczyków. W pracy *Mowa Górnoszlązaków...* autorka stwierdza, że rozróżnienie prototyp – autoprototyp oraz stereotyp – autostereotyp jest konieczne, „ponieważ autostereotyp i stereotyp nie są (a przynajmniej nie zawsze są) tożsame”. W przypadku kultur tak odległych, jak zachodnia i chińska nie chodzi nawet tyle o (nie)tożsamość stereotypu i autostereotypu, ale przede wszystkim o zakres językowo-kulturowego obrazu świata podlegającego (auto)stereotypizacji.

### Kto to jest Chińczyk? – autoprototyp

Zanim odpowiemy na to pytanie, należy wyjaśnić bardzo istotną w tym miejscu kwestię, mianowicie pochodzenie obecnie używanej chińskiej nazwy państwa (Zhong Guo – *zhong* to środek, centrum; *guo* – państwo, kraj) i nazwy jego mieszkańców (Zhong Guo Ren – *ren* znaczy „człowiek”, nazwy mieszkańców tworzy się w języku chińskim przez dodanie słowa *ren* do nazwy kraju lub miasta).

W starożytności Zhong Guo (Środkowa Kraina) oznaczało centralną część państwa, mniej więcej równą dzisiejszemu obszarowi zajmowanemu

przez prowincje: Shanxi, Shandong, Henan, Hebei. W historii *Zhong Guo* miało dwa znaczenia. Po pierwsze tak właśnie nazywano stolicę; Liu Xi, uczoney z dynastii Han, pisał: „cesarze żyją w środku kraju i dlatego miejsce zamieszkiwane przez cesarzy jest nazwane Zhong Guo”. Po drugie oznaczało miejsce zamieszkiwane w prehistorycznych czasach przez ludy Hua i Xia. Żółta Rzeka jest kolebką cywilizacji Hua i Xia. Środkowa część dorzecza Żółtej Rzeki była nazywana w dawnych czasach Środkową Krainą albo Środkową Ziemią, a czasami też Krajem Środka, czyli Zhong Guo. Stąd wynika, że nazwa ta odnosiła się w gruncie rzeczy tylko do środkowego dorzecza Żółtej Rzeki.

W starożytności państwo chińskie, na przemian, raz było zjednoczone, a raz podzielone, a w zależności od tego termin *Zhong Guo* w różnych epokach miał różne znaczenia, a dokładniej mówiąc – różne odniesienia polityczne i terytorialne. Kiedy państwo było zjednoczone nazywano tak cały kraj, a w czasach rozbicia państwa – oznaczał ów termin środkową część dorzecza Żółtej Rzeki.

W 1912 r. powstała Republika Chińska, która uznała pięć najliczniejszych narodowości: Hanów, Mandżurów, Mongołów, Muzułmanów i Tybetańczyków za obywateli jednego państwa – Zhong Guo, czyli za Zhong Guo Ren. Zhong Guo [pol. Państwo Środka – red.] zaczęło odtąd być oficjalnie używane jako nazwa kraju nowożytnego o znaczeniu politycznym.

Nazwa istnieje już ponad 3000 lat, natomiast funkcjonowała tylko jako termin zastępczy. Żadna z panujących dynastii nie używała jej jako nazwy oficjalnej. Na przykład za czasów dynastii Han, kraj nazywał się *Han*, a ludzie – *ludźmi Han*, za panowania dynastii Tang kraj nazywał się *Tang*, a mieszkańcy tego kraju – *ludźmi Tang*; dalej: Song, Liao, Jin, Yuan, Ming, Qing. Na traktatach podpisywanych przez rząd dynastii Qing z zagranicznymi rządami, w miejscu państwa pisano Wielki Qing (z jedynym wyjątkiem – Traktatu w Nankinie, gdzie użyto terminu *Zhong Guo*)<sup>3</sup>.

Powyższy komentarz historyczny ma na celu zwrócenie uwagi na jedną bardzo istotną rzecz – państwo o najdłuższej w dziejach, nieprzerwanej do dziś dnia historii ma ustaloną nazwę dopiero od stu lat. Jest to tym dziwniejsze, że w świadomości reszty świata od dawien dawna funkcjonuje jako Chiny, a jego mieszkańcy jako Chińczycy. Kim zatem są mieszkańcy tego wyjątkowego państwa, ci, których przodkowie byli ludźmi kolejnych dynastii i co o sobie myślą?

---

<sup>3</sup> Na podstawie: <http://zhidao.baidu.com/question/14805716.html?fr=qr>, tłumaczenie: Zhao Gang.

Ankietowani zgodni są co do tego, że Chińczyk to człowiek o żółtej skórze, czarnych włosach, czarnych oczach, mówiący po chińsku (włączając dialekty). Część uważa to za warunek wystarczający, by uznać kogoś za Chińczyka, bez względu na to, w jakim miejscu na świecie się znajduje. Inni respondenci zaznaczają, że prawdziwy Chińczyk powinien większą część życia spędzić w Chinach, jednak nie zostało dookreślone, jak długo. Jedną z pierwszych wymienianych cech konstytutywnych Chińczyka jest pochodzenie (rodzice Chińczycy lub przynajmniej jedno z rodziców) i narodowość. Dla wielu ankietowanych bardzo dużą rolę odgrywa znajomość kultury chińskiej i języka chińskiego, a także wykształcenie zdobyte w Chinach. Oto niektóre z odpowiedzi na pytanie, kto to jest Chińczyk:

Ktoś, kto urodził się w Chinach, zna chińską kulturę i kocha Chiny.

Posiada podstawy kultury chińskiej.

Urodził się i od dzieciństwa żył w Chinach.

Czarne oczy i żółta skóra to tylko cechy zewnętrzne, prawdziwy Chińczyk musi być patriotą i cały czas pamiętać, że jest Chińczykiem.

Typowy Chińczyk jest przede wszystkim dumny ze swojego narodu, jest patriotą, po drugie dobrze zna swój kraj, a po trzecie ma obowiązek promować Chiny w świecie.

Myszę, że prawdziwy Chińczyk to człowiek, który urodził się w Chinach, mówi po chińsku, zna tradycje chińskie, uważa Chiny za swoją ojczyznę i kocha je. Myszę, że miłość jest najważniejsza przy odpowiedzi na to pytanie, bo wszyscy ludzie kochają swoje ojczyzny i Chińczyk też musi kochać Chiny.

Jednak, gdy dopytywać respondentów, okazuje się, że brak chińskiego pochodzenia dyskwalifikuje pozostałe punkty składające się na chińskość. Ważnym atutem dodatkowym jest wygląd zewnętrzny – jeśli ktoś wygląda jak Chińczyk, ma szansę być za niego uznanym; dzieci z małżeństw mieszanych, które odziedziczyły większość genów chińskich, mogą być uznane za Chińczyków. Poniżej jedno z pytań dodatkowych i odpowiedź:

Pytanie: A co z dziećmi z małżeństw np. polsko-chińskich? Czy mogą być uznane za Chińczyków czy nie? (wyglądają jak Chińczycy, chodzą do chińskich szkół, znają tradycje i kulturę).

Odpowiedź: Jeżeli wyglądają jak Chińczycy, to będą traktowani jak Chińczycy. Jeżeli nie, to nie. Chińczycy są bardzo naiwni, to jest trudne dla nich, by przyjąć cudzoziemca, który zna Chiny nawet le-

piej od nich, ale łatwiej przyjąć tego, który wygląda jak Chińczyk, nawet gdy ten wie bardzo mało o Chinach.

Nie wszyscy są też wyrozumiali dla emigrantów; na pytanie, czy jeśli ktoś ma rodziców Chińczyków, mówi po chińsku, zna kulturę i tradycje, ale mieszka całe życie za granicą, to jest Chińczykiem czy nie, otrzymałam taką odpowiedź:

To jest Chińczykiem. Ale ktoś taki musiał podlegać wpływowi obcego społeczeństwa. Mieszka całe życie za granicą? Na pewno nie może dobrze znać chińskiej kultury, nie czuje miłości do Chin.

Ten sam ankietowany wyraża surową opinię na temat rodaków, którzy zmienili obywatelstwo:

Jeżeli ktoś zmienił obywatelstwo, to nie jest już prawdziwym Chińczykiem. Na przykład 20 lat mieszkał w Chinach, potem został Amerykaninem. Większość Chińczyków uważa takich za zdrajców.

Pojawiła się też wypowiedź, że typowy Chińczyk to chiński chłop, ponieważ pierwotne życie najwyraźniej przekazuje cechy i charakter Chińczyków.

Opisany autoportret skonfrontujmy ze zdaniem jednego z najwybitniejszych polskich sinologów:

Etnocentryzm jest od czasów najdawniejszych cechą charakterystyczną kultury chińskiej. Według pojęć starożytnych prawdziwym człowiekiem był tylko Chińczyk, przy czym uznanie kogoś za Chińczyka opierało się na kryteriach kulturowych. Mówiąc najprościej, Chińczykiem był ten, kto reprezentował kulturę chińską i mówił językiem chińskim (Künstler 2007, 259).

### Potomkowie smoka

Przez tysiące lat ludzie, znani w kulturze Zachodu jako Chińczycy, nie mieli swojej stałej nazwy jako mieszkańcy państwa, więc pytanie o inne nazwy określające Chińczyków, nie wzbudziło żadnych wątpliwości wśród najmłodszego pokolenia. Większość respondentów wymieniła trzy nazwy: *potomkowie smoka*, *potomkowie cesarzy Yan i Huang*, oraz *córki i synowie Hua Xia*. Pierwsza nazwa, jak dowiadujemy się z wypowiedzi, którą wykorzystałam

jako motto do artykułu, wywodzi się z przekonania, że wszyscy Chińczycy pochodzą od mitycznego, magicznego, cesarskiego praprzodka. Druga nazwa związana jest z cesarzami Yan i Huang – legendarnymi pierwszymi władcami, a trzecia – *synowie i córki Hua Xia*, wykorzystuje nazwy dwóch pradawnych plemion, od których wszystko się zaczęło.

Inne nazwy, które pojawiły się w ankietach to: *człowiek Han* (utożsamiany nadal z jedną z najstarszych i najpotężniejszych dynastii) i *człowiek Tang* (utożsamiany z dynastią, w czasie panowania której Chiny były największym państwem na świecie). Stolicą obydwu tych dynastii było historyczne miasto Xian, w którym dziś możemy oglądać Armię Terakotową.

Nazwy mieszkańców Chin, które odwołują się do czasów współczesnych to: *Zhong Hua Ren* pochodząca od – równorzędnej nazwie Zhong Guo – Zhong Hua Ren Min Gong He Gou – Chińska Republika Ludowa oraz *Hua Ren*, która przysługuje Chińczykom mieszkającym poza granicami kraju.

## Cechy charakteru

Na pytanie „kto to jest Chińczyk?” dwa razy odpowiedziano „bardzo dobry człowiek” (*ben hao ren*), co można tłumaczyć zarówno, jako „dobry człowiek”, jak i „ktoś święty, dobry”. Podobne wypowiedzi uzyskałam, pytając o cechy charakteru. Generalnie Chińczycy mają o sobie bardzo dobre zdanie, ale pojawiały się też wypowiedzi dość krytyczne. Wśród cech charakteru Chińczyków najczęściej pojawiały się (podaję według frekwencji): pracowitość, patriotyzm, odwaga, skromność, dobre serce, wysoki poziom inteligencji, wytrzymałość (psychiczna i fizyczna), uczciwość, łagodność, grzeczność, gorliwość. Poza tym Chińczycy uważają się za zamkniętych, skłonnych do kompromisu, tolerancyjnych i oszczędnych, niepoddających się, moralnych, dbających o twarz, przyjaznych i gościnnych, a także prostolinijnych, pilnych, gościnnych, dbających o rodzinę (zwłaszcza o rodziców – o tym niżej), ambitnych. Jednostkowo pojawiły się cechy: konserwatywny, lojalny, prawy, ostrożny, ustepliwy, tchórzliwy. No właśnie, czy Chińczycy mają jakieś wady? W ankiecie celowo pytanie o cechy charakteru pojawiło się przed pytaniem o wady i zalety. Okazało się, że mają wady i nawet je dostrzegają, jednak znamienne wydaje się to, że w pytaniu o cechy charakteru wymienione zostały niemalże same zalety<sup>4</sup>. Wad wymienio-

<sup>4</sup> Zgadza się to z opinią J. Panasiuk o tendencji do „wybielania” stereotypu własnej grupy i o zwykle pozytywnym autostereotypie (za: Tambor 2006, 226).

no o wiele mniej. W odpowiedziach znalazła się tylko jedna naprawdę ostra i krytyczna opinia, wyrażona pełnym zdaniem, cytuję:

Typowy Chińczyk nie zna dobrze własnej tradycji i historii, czasami jest bardzo pewny siebie, czasami wręcz przeciwnie; większość Chińczyków jest obojętna, np. na biedę, krzywdę rodaków. Większości Chińczyków imponuje życie za granicą, preferują produkty zagraniczne, wszystko, co związane jest z zagranicą, z drugiej strony zachowują tradycje pozostałe z czasów feudalnych.

Pozostałe wymienione wady to brak inwencji, brak kreatywności, brak znajomości prawa, hierarchiczność w relacjach międzyludzkich, interesowność, kłótniowość, niesolidarność, nieuczciwość, obojętność, zakompleksienie, zazdrość. Poza tym Chińczyków w nich samych razi to, że nie czekają w kolejce, pchają się, plują na ulicy, nie pokazują prawdziwego oblicza, nie umieją protestować, są samolubni, „nawet bardzo samolubni”, a jeśli ktoś już jest hojny, to przesadnie, za bardzo dbają o własne interesy, nie dotrzymują obietnic, dają się korumpować, robią wszystko na pokaz, są hałaśliwi, mają wąskie horyzonty.

Według jednego z ankietowanych główną przyczyną wad Chińczyków jest przeludnienie.

Na koniec dwa chińskie przysłowia odnoszące się do cech charakteru<sup>5</sup>:

Każdy sprząta śnieg przed swoimi drzwiami, a nikt nie zetrze szronu z cudzej dachówki.

Jeżeli człowiek nie dba o własne interesy, zostanie potępiony nawet przez Niebo.

### Beifang ren i nanfan ren

Między mieszkańcami Chin istnieje pewien podział, o którym należy tu wspomnieć: to podział na mieszkańców północnej części kraju – *beifang ren* i południowej – *nanfang ren*. Nawet w podręczniku do języka chińskiego dla początkujących w jednym z dialogów nauczyciel wyjaśnia studentom różnice

---

<sup>5</sup> Wszystkie przysłowia zamieszczone w artykule przetłumaczyła Yi Li Jun.

między mieszkańcami północy i południa; dialog ten dotyczy tylko zamiłowań kulinarnych, ale różnice są większe. Poniżej pokazane zostały różnice, które wymienili ankietowani.

*Beifang ren* są mało drobiazgowi, hojni, prostolinijni i życzliwi – te cechy wymieniła ponad połowa ankietowanych, co świadczy o tym, że jest to naprawdę silnie utrwalony obraz (dla porównania, cechy takie jak pracowitość czy patriotyzm wymieniła około 1/3 respondentów). Mieszkańców północnej części kraju uważa się także za gorliwych, wytrzymałych i odważnych, ale też mało pomyslowych, nierozsądnych i niedokładnych. *Beifang ren* potrafią za to wszystko poświęcić dla przyjaciela i lubią potrawy mączne. W jednej ankiecie wymieniono cechy mężczyzn i kobiet w tych dwóch częściach Chin; otóż mężczyźni północy są prości i dzicy, a kobiety otwarte i niedrobiazgowo, natomiast mężczyźni na południu są bardzo dokładni i dbają o siebie, a kobiety są bardzo delikatne. Jeśli chodzi o ogólne cechy *nanfang ren*, jedna trzecia pytanym stwierdziła, że są oni mądrzy, delikatni, dokładni i drobiazgowi. Rzadziej wymieniane cechy to umiejętność liczenia i handlowania, oszczędność (nawet skąpstwo), łagodność, pomysłowość, ostrożność. Podstawą kuchni południowców jest ryż. Ogólnie uważa się, że Chińczycy mieszkający na północy są wysocy, silni i dobrze zbudowani, a ci z południa – drobni, szczupli, delikatni. W jednej ankiecie pojawiła się opinia, że Chińczycy z północy i południa różnią się tylko urodą, w innej – że tylko kuchnią, a w jeszcze innej, że główną różnicą jest język (określony tu jako „akcent”). A oto wypowiedź, która może być załącznikiem nowego stereotypu:

Wcześniej myślałem, że *nanfang ren* są delikatni, a *beifang ren* hojni. Ale teraz migracja między regionami jest tak wielka, że zwłaszcza w metropoliach, jak Pekin czy Szanghaj, nie widzę dużej różnicy. Można powiedzieć, że to mieszkańcy metropolii posiadają podobne cechy.

Porównanie wyników ankiety skłania do wniosku, że chociaż Chińczycy nie mają większego problemu ze zdefiniowaniem pojęcia „Chińczyk”, a także przypisują wiele stereotypowych cech sobie samym jako mieszkańcom Państwa Środka, to o wiele silniejszy stereotyp tkwi w podziale na północ i południe kraju. Ostatnia wypowiedź właściwie tylko to potwierdza. Pomimo migracji ludności i rozwoju kraju podział na *beifang ren* i *nanfang ren* jest nadal bardzo trwały w myśleniu Chińczyków.

## Umiejętności

Umiejętności Chińczyków należą do cech, które bardzo silnie wyodrębniają ich, we własnym mniemaniu, spośród innych nacji. Co powinien umieć każdy Chińczyk? Przede wszystkim powinien posiadać mocne podstawy kulturowe. Musi znać się, przynajmniej w pewnym stopniu, na chińskiej sztuce (malarstwie, kaligrafii, operze, muzyce klasycznej), umieć grać na jakimś klasycznym instrumencie, umieć grać w szachy, a także gotować i pisać po chińsku. Zdolności manualne są bardzo cenione. Chińczyk umie naśladować i kopiować<sup>6</sup>. Potrafi dostosować się do różnych sytuacji. I oczywiście umie jeździć na rowerze.

## Rodzina

W Chinach rodzina jest uważana za jeden z podstawowych filarów życia człowieka i całego społeczeństwa, a jej rola w życiu Chińczyków nie maleje od czasów Konfucjusza, który uważał tradycyjną chińską rodzinę za podstawę struktury idealnego państwa<sup>7</sup>. Kiedyś ideałem rodziny było pięć pokoleń żyjących pod jednym dachem, a najszczęśliwymi rodzicami byli tacy, którym urodziło się trzech synów i dwie córki. Syn zawsze musiał być posłuszny ojcu, natomiast córkę obowiązywały trzy zasady posłuszeństwa: do czasu wyjścia za mąż – ojcu, po ślubie mężowi, a po śmierci męża – synowi. W ostatnich dziesięcioleciach wiele się zmieniło, przede wszystkim model rodziny – większość chińskich rodzin ma tylko jednego potomka, dzieci stają się bardziej samodzielne, kobiety zdobywają wykształcenie, piastują wysokie urzędy. Jednak – co pokazują ankiety – myślenie młodych Chińczyków na temat rodziny pozostaje bardzo tradycyjne. Czym zatem dla nich jest rodzina?

---

<sup>6</sup> Pisze o tym M. Künstler: „w dobie, gdy chińskie podróbki wszystkiego, co można sobie wyobrazić, zalewają cały świat, nie może zabraknąć tu uwagi na temat dla kultury tak ważny, jakim jest naśladowanie. Od samych jej początków i na wszystkich płaszczyznach ceniono w Chinach naśladowanie, i to nie tylko w zakresie rzemieślniczej wytwórczości brązów, laki czy najpierw różnej ceramiki, później porcelany. (...) należy pamiętać, że chiński wyraz *xue* – ‘uczyć się’, znaczył pierwotnie ‘naśladować’. Dlatego naśladowanie (według naszych kryteriów: kopiowanie) obrazu wielkiego artysty, a nawet podpisanie go jego imieniem, nie było nigdy w Chinach fałszerstwem, lecz wyrazem holdu dla geniusza” (Künstler 2007, 278–279).

<sup>7</sup> Por.: <http://pl.wikipedia.org/wiki/Konfucjanizm>.



Najczęściej powtarzało się określenie „obowiązek”. Pojawiły się też wypowiedzi: obowiązek i odpowiedzialność, obowiązek od urodzenia, presja, najważniejsza rzecz w życiu, jeden z najważniejszych czynników życia (drugi to rodzice), najwyższa wartość dla Chińczyków, jest podstawą życia każdego Chińczyka, budowanie rodziny jest najważniejszym obowiązkiem Chińczyka, zwłaszcza kobiety. Inne to: schronienie, schronienie serca, miejsce, w którym serce odpoczywa, szczęście, wsparcie, pomoc w robieniu kariery, źródło energii, „stacja benzynowa” (tłumaczenie dosłowne – czyli miejsce, w którym można uzupełnić zapasy energii), wszystko. Szczęśliwa rodzina to „zdrowi rodzice, harmonijne małżeństwo, szczęście potomstwa”.

Wśród ankiet nie pojawiła się ani jedna, w której rola rodziny zostałaby umniejszona, znalazła się na drugim miejscu za karierą, pieniędzmi itp. Także poza badaniami ankietowymi, w różnych przeprowadzonych prywatnych rozmowach, nigdy nie spotkałam się z opinią w jakikolwiek sposób umniejszającą pierwszorzędną rolę rodziny.

## Praca i pieniądze

*Człowiek umiera dla pieniędzy, ptak umiera dla jedzenia.*

Obecnie w Chinach pojawił się nowy rodzaj entuzjazmu, tym razem jednak nie dla polityki czy budowy państwa, lecz dla pieniędzy. Uważa się, że fajnie jest być bogatym, a wraz z tym przekonaniem pojawiło się pożądanie dóbr materialnych. Motocykle, eleganckie ubrania, zegarki roleksa, kluby nocne, sauna, salony masażu, ekskluzywne restauracje, bary karaoke, przestronne i umeblowane za wielkie pieniądze domy – konsumpcja jest teraz na porządku dziennym, szczególnie, jeśli chodzi o młodych i aktywnych (Yang 2001, 14).

Zmienia się gospodarka, zmienia się stosunek do pieniędzy i pracy. Konsumpcja wzrasta, sklepy obfitują w towary, po ulicach jeżdżą drogie samochody, budowane są piękne nowoczesne osiedla mieszkaniowe. Wszystko to zmieniło się właściwie w ciągu życia jednego pokolenia – życia moich respondentów.

Najczęściej pojawiającą się cechą Chińczyków w ich własnym mniemaniu jest pracowitość. A jaki jest ich stosunek do pracy? Na podstawie ankiet można wywnioskować, że dla większości praca ma charakter czysto użytko-

wy, jest podstawą utrzymania, narzędziem do zarabiania pieniędzy i utrzymania rodziny, podstawą utrzymania rodziny, drogą do zarobków, źródłem pieniędzy, obowiązkiem, przyszłością. Praca daje też poczucie bezpieczeństwa i poczucie własnej wartości. Marzeniem wszystkich studentów jest zdobyć dobrą pracę po studiach. Dobra praca jest sposobem na spełnienie marzeń, drogą do osiągnięcia życiowego celu, a także okazją do zmiany przeznaczenia (!). Dla jednego spośród ankietowanych – celem życia. W jednej z ankiet podkreślono, że kariera jest bardzo ważna dla mężczyzn.

Praca jest środkiem zdobycia pieniędzy. A czym w takim razie są pieniądze dla dzisiejszych Chińczyków? Zdaniem ankietowanych bogaci ludzie są przedmiotem zazdrości. Pieniądze świadczą o sukcesie, są ważne w kontaktach towarzyskich, mogą wskazywać na pozycję społeczną (jednak podkreśla się, że bez pozycji społecznej pieniądze nic nie znaczą, o tym dalej), są życiową gwarancją. Chińczycy bardzo się starają, by zdobyć jak najwięcej pieniędzy. W ankietach pojawiły się opinie, że pieniądze są najważniejsze, kluczowe, a nawet ważniejsze niż życie. I jedyna opinia – „dla większości Chińczyków pieniądze nie są najważniejsze”, ale jak zwykle wyjątek potwierdza regułę.

## Pozycja społeczna

Konfucjanizm próbował maksymalnie ograniczyć indywidualizm jednostki, której powinnością było zajęcie odpowiedniego miejsca we wspólnocie. Do dziś w Chinach pozycja społeczna, miejsce człowieka w społeczeństwie ma znaczenie o wiele większe niż na Zachodzie.

Podczas gdy Zachód interesuje się prawie wyłącznie punktami przecięć, węzłami w siatce relacji społecznych, czyli autonomicznymi jednostkami, konfucjanizm – przeciwnie – koncentruje się na ogniwach spajających poszczególne węzły. (...) Więź wspólnotowa, charakteryzująca życie społeczne Chińczyków, jest zatem prawie we wszystkich aspektach dokładnym przeciwieństwem typowo europejskiego modelu człowieka, jaki rozwinął się na gruncie odrodzenia i oświecenia (Weggel 2006, 32–33).

Pozycja społeczna ma więc dla potomków smoka, nawet tych najmłodszych, zupełnie inne znaczenie, inne miejsce w systemie wartości. Oto niektóre odpowiedzi ankietowanych na pytanie, czym dla typowego Chińczyka jest pozycja społeczna:

- jak ktoś ma pozycję, to ma znajomości i układy
- to gwarancja bogactwa i władzy
- bardzo ważna dla mężczyzny
- pozycja społeczna jest świadectwem sukcesu człowieka, ale zawsze jest ważniejsza niż pieniądze
- ważniejsza niż zarobki
- odbicie opinii innych ludzi
- pieniądze
- poziom własnej wartości, obraz własnej wartości
- narzędzie do zdobycia pieniędzy
- okropna rzecz, dzieli ludzi na różne klasy
- władza
- bogactwo i władza
- dobra praca
- miejsce w swojej grupie
- symbol osobistości
- płaszczyzna porównania z innymi ludźmi
- twarz.

## Twarz

Twarz jest jedną z najważniejszych wartości w życiu każdego Chińczyka, właściwie chyba jedyną przynależną indywidualnej jednostce. Choć też nie do końca, ponieważ każdej roli społecznej przypisana jest jakaś „twarz” (twarz ojca, nauczyciela, przywódcy). Jest jak honor średniowiecznego rycerza w kulturze europejskiej. Tak pisze na ten temat Oskar Weggel:

Główną regułą gry obowiązującą w Chinach można by sformułować w sposób następujący: „Daj każdemu jego twarz, nie pozwól nikomu stracić twarzy, dbaj o zachowanie własnej twarzy”. Ostatniego przykazania powyższej triady przestrzegamy wówczas, gdy nie dajemy się wyprowadzić z równowagi, lecz zachowujemy stoicki spokój, kiedy hamujemy emocje, uśmiechając się uprzejmie, choćbyśmy wewnętrznie kipieli ze złości. (...) A zatem: im bardziej panujemy nad nerwami, tym większe zyskujemy uznanie (Weggel 2006, 36).

Twarz można komuś dać, można mu też ją odebrać, jak pisze wyżej cytowany autor: Chińczykowi mówiącemu w języku obcym rodowity użytkownik

języka daje twarz, udając, że może się z nim porozumieć, choć z uwagi na błędy językowe należałoby mu właściwie co chwila przerywać pytaniami. I na odwrót, nasz rozmówca traci twarz, jeśli zbyt często mu przerywamy. (...) Do zasady zachowania twarzy należy także to, że od nikogo nie należy żądać czegoś, co klóci się z jego pozycją społeczną.

Twarz nadal jest bardzo ważna, konstytuuje typowego Chińczyka, oto niektóre z powtarzających się wypowiedzi:

- twarz to duma
- twarz to wszystko
- twarz to życie
- najważniejsza rzecz
- bardzo ważna
- niektórzy nawet oszukują dla zachowania twarzy
- Chińczyk może nie mieć pieniędzy, ale musi mieć twarz
- Chińczycy bardzo dbają o twarz, czasami robią nawet śmieszne rzeczy, żeby utrzymać twarz
- twarz jest odbiciem własnej dumy
- fałszywa duma
- bogactwo mentalne
- podstawa kontaktów towarzyskich
- można zrezygnować z wielu rzeczy dla twarzy
- ważniejsza od wielu innych rzeczy
- nikt nie chce stracić twarzy.

I jedyna przeciwna odpowiedź: twarz nie jest ważna.

## Nauka i wykształcenie

Literatura, sztuka i nauka Chin miały ogromny wpływ na rozwój państw ościennych, jej osiągnięcia dotarły też do Europy. Wykształcenie miało zawsze w Chinach ogromną wagę i było niejednokrotnie jedynym sposobem, by zmienić pozycję społeczną, a uczeni byli jednymi z najbardziej poważanych w społeczeństwie. Do tej pory zawód nauczyciela w Chinach jest jednym z najbardziej szanowanych (opinia potwierdzona w ankietach), co nie znaczy, że najlepiej opłacanych. Na pytanie, czym jest nauka i wykształcenie dla Chińczyków, pojawiły się zróżnicowane odpowiedzi, co jest dość charakterystyczne, ponieważ w innych kwestiach ankietowani byli raczej zgodni.

Według części ankietowanych Chińczycy szanują wiedzę, edukacja jest coraz ważniejsza, ale wielu uważa, że to tylko droga do dobrej pracy („edukacja tylko po to, by zarobić pieniądze, nie dla wiedzy”, „sposób na życie i pieniądze”, „podnosi poziom kwalifikacji”, „podstawa zdobycia bogactwa”, „to tylko dyplom”, „tylko żeby ładnie wyglądało”, „wykształcenie jest zupełnie oddzielone od praktyki społecznej”). Niektórzy respondenci przedstawili stanowisko bardziej tradycyjne: wykształcenie jest podstawą wszystkiego, jest najważniejsze, edukacja może być przełomowa dla człowieka, człowiek uczy się, by zmienić przeznaczenie, jest okazją do zmiany przeznaczenia, ale też „w starożytnym społeczeństwie wykształcenie było drogą do wyższej klasy, dziś biedni ludzie nie są w stanie studiować”.

## Jedzenie

Kuchnia chińska jest najlepsza na świecie – to zdanie Chińczyków, ale też znacznej części reszty populacji. Jednak jedzenie jest dla Chińczyków czymś więcej niż dla całej reszty świata. Jest istotą życia, co może potwierdzać chińskie powiedzenie, że naród uważa żywność za swoje niebo. Typowe tradycyjne powitanie polskie „cześć, jak się masz?”, brzmi „czy jadłaś/ jadłeś już?” Godziny posiłków są święte i nikt z własnej woli z żadnego nie zrezygnuje. W przerwie obiadowej wielu spraw nie sposób załatwić. Każda okazja obchodzona jest przy suto zastawionym stole, bardzo często w restauracji. Chińscy studenci nie chodzą – jak Europejcy – na piwo, tylko na kolację. Obfitość zamówionych potraw jest symbolem zamożności, tak samo jak pozostawienie czegoś na stole – jeśli goście nie byli w stanie zjeść, to znaczy, że było wystarczająco wiele. A Chińczycy potrafią zjeść naprawdę dużo. Oto ciekawsze z wypowiedzi:

- chińska kultura kulinarna jest bardzo głęboka
- jedzenie to kultura
- kultura kulinarna jest chińskim bogactwem
- jedzenie jest podstawą życia Chińczyków
- jest najważniejsze
- to zdrowie
- źródło energii życiowej
- ważny relaks

- o wszystkim można porozmawiać i wszystko załatwić przy stole
- to gwarancja zdrowia.

Większość obcokrajowców przyjeżdżających do Chin szybko zakochuje się w chińskiej kuchni; Chińczykom za granicą najtrudniej ze wszystkiego jest przyzwyczać się do kuchni innego kraju. Dlatego Chińczycy wyjeżdżający za granicę zabierają bardzo dużo przypraw, nawet kosztem ubrań i innych potrzebnych rzeczy.

### Czystość i porządek

Jeśli chodzi o porządek społeczny, według O. Weggela, Chińczycy nie mają sobie równych, jednak zarówno pod względem czystości i higieny, jak i porządku społecznego, zdaniem samych Chińczyków sytuacja pozostawia wiele do życzenia. Weggel pisze:

Tradycyjne wyobrażenie, zgodnie z którym Niemcy są przykładem narodu kochającego porządek, nie wytrzymuje krytyki, gdy w polu widzenia pojawia się pragnienie, ba, wręcz obsesja porządku społeczeństwa konfucjańskiego. (...) Otóż, po pierwsze, porządek nie jest tu konsekwencją ustaw, lecz raczej wynikiem zachowań społecznych, opartych na zasadzie dogadywania się i „zachowania twarzy”.

Z tą opinią nie zgadzają się niektórzy ankietowani, oto ich wypowiedzi:

- w Chinach nie ma publicznego ani psychicznego porządku
- niedokładny, brak przepisów prawnych
- zasady porządku jeszcze nie weszły do głów Chińczyków.

Jeśli chodzi o czystość, zdecydowana większość opinii była negatywna:

- Chińczycy nie mają zbyt wielkich wymagań, jeśli chodzi o czystość i porządek
- nie przejmują się
- niektórzy dbają o czystość, większość nie
- higiena rozwinęła się w ostatnich latach, ale porządek publiczny pozostawia dużo do życzenia
- brud, bałagan
- wstydę się poruszyć ten temat
- plucie i pchanie – wstyd.

## Religia

W Chinach wyznawane są cztery religie: buddyzm, taoizm, islam i chrześcijaństwo, jednak większość Chińczyków jest niewierząca, a niektórzy odprawiają praktyki religijne w różnych świątyniach.

Chińczycy nigdy nie ograniczali się w swych wierzeniach, nie widząc powodów do jakiejś wyłączności w tej kwestii. Bardzo chętnie otaczają wciąż każdego boga, który pojawi się na horyzoncie, jeśli tylko jego działalność doprowadzi do zadowalających efektów. Kult tu jest procesem obustronnym, rodzajem kontraktu, z którego obie strony muszą się wywiązać (Yang 2001, 18).

Oto odpowiedzi ankietowanych na pytanie, czym jest religia dla Chińczyków:

- nie ma wpływu
- Chińczykom brakuje pobożności i wierności dla religii
- młodzi ludzie nie wierzą
- niewielu wierzy, z czego większość w buddyzm
- jest wolność religijna, rzadko są konflikty na tym tle
- spokój psychiczny
- Chińczycy wierzą w pieniądze
- wsparcie psychiczne
- nie są wierzący
- jeśli Chińczyk się modli, to tylko dlatego, że ma życzenie do spełnienia
- tylko przed trudnościami Chińczyk myśli o Buddzie, ale filozofia buddyjska i taoistyczna ma głęboki wpływ na życie
- zależy od człowieka
- coraz mniej przesądnych ludzi
- nie ma typowego pojęcia religii
- wierzą w połączoną religię taoizmu i buddyzmu; nie ma jednolitej religii
- buddyzm i taoizm
- ateizm
- drugi człowiek, a nie Bóg
- Chińczycy bardziej czczą przodków niż bogów.

Według jednej z opinii, Chińczycy nie są wierzący, ale są przesądni i naprawdę bardzo wierzą w przeznaczenie, potwierdza to dobrze prosperujący zawód wróżki, a także jedno z chińskich przysłów: *Szczęście to nie katastrofa, katastrofy nie unikniesz*. Chińczyk generalnie się nie buntuje, gdyż jak mówią

dwa inne chińskie powiedzenia: „działanie zależy od człowieka, ale o sukcesie decyduje Niebo”, a także: „życie i śmierć zależą od przeznaczenia, bogactwo i szczęście zależą od Nieba”.

## Zakończenie

Kiedy pojawiła się propozycja napisania tekstu o stereotypach Chińczyków, zastanawiałam się głównie nad tym, który z aspektów stereotypu opisać. Zdecydowałam się na autostereotyp z kilku względów. Przede wszystkim dlatego, że wiedza o Chinach i Chińczykach jest w Polsce bardzo niewielka, natomiast stereotyp bardzo silny i niesłychanie wąski. Pytanie, które najczęściej słyszę podczas wakacyjnych pobytów w Polsce, brzmi: *jesz tam tyż?* Pada oczywiście mnóstwo innych pytań dotyczących kultury, życia i obyczajów, jednak to jedno, powtarzające się ciągle, pokazuje, jak mało wiemy o sobie nawzajem. Ankiety dotyczące chińskiego stereotypu innych narodów nie zostały jeszcze opracowane, nie mam jednak wątpliwości, że poza studentami uczącymi się języka polskiego, reszta wykaże się niewielką wiedzą na temat Polski. Poza tym – w moim odczuciu – odtwarzanie autostereotypu przy stereotypach etnicznych w ogóle wydobywa z człowieka najbardziej podstawowe „obrazy myśli”, silnie przy tym utrwalone kulturowo i językowo. Wydaje się, że wychodząc od autostereotypu przy badaniach stereotypów etnicznych, uzyskujemy najpełniejszy przekrój schematów myślowych, których odbicia możemy szukać w następnej kolejności w stereotypie i metastereotypie.

Mam również nadzieję, że przedstawiony tu autostereotyp Chińczyków pozwoli inaczej spojrzeć na potomków smoka oraz że wpłynie on na poszerzenie wiedzy o tym narodzie, jako że w każdym stereotypie musi być przecież „ziarno prawdy” (patrz: Bartmiński, Panasiuk 1993, 370).

## Literatura

- Bartmiński J., 1998, *Podstawy lingwistycznych badań nad stereotypem – na przykładzie stereotypu „matki”*, w: *Język a Kultura*, t. 12, Wrocław, s. 63–83.
- Bartmiński J., Panasiuk J., 1993, *Stereotypy językowe*, w: Bartmiński J., red., *Współczesny język polski. Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*, t. II, Wrocław.
- Kajdański E., 2005, *Chiny. Leksykon. Historia, gospodarka, kultura*, Warszawa.



Künstler M.J., 2007, *Dzieje kultury chińskiej*, Warszawa.

Niewiara A., 2000, *Wyobrażenie o narodach w pamiętnikach i dziennikach z XVI–XIX w.*, Katowice.

Tambor J., 2006, *Mowa Górnolązaków oraz ich świadomość językowa i etniczna*, Katowice.

Weggel O., 2006, *Chiny*, Warszawa.

Yang J.C., 2001, *Poradnik ksenofoba. Chińczycy*, Warszawa.

**Jagna Malejka** od 1996 r. jest związana ze Szkołą Języka i Kultury Polskiej UŚ. Obecnie jest lektorem na Pekinśkim Uniwersytecie Języków Obcych (Chiny), pracuje także w szkole polskiej przy Ambasadzie RP w Pekinie. Interesuje się językoznawstwem porównawczym, filmem oraz kulturą chińską. Pracę doktorską poświęciła składni zdania złożonego. Opracowała m.in. materiały pomocnicze do nauki języka polskiego jako obcego, seria „Czytaj po polsku” (opowiadanie pt. *Wiedźmin* A. Sapkowskiego) oraz skrypt do nauczania historii literatury polskiej dla studentów chińskich.



BRIGITTE SCHNIGGENFITTIG  
Haale (Saale)

## Kto się lubi, ten się czubi, czyli bez stereotypów mało ciekawe sąsiedztwo

Tendencję do zanikania stereotypów Niemców wobec Polaków i Polski można przyjąć jako dobrą i zarazem niedobrą nowinę. Fakt, że coraz mniej stereotypów Polaków krąży wśród Niemców jest ciekawym zjawiskiem, które stanowi tło przedstawionego artykułu.

### Tło badań poświęconych wizerunkom Niemców u Polaków i Polaków u Niemców

W ostatnim wydaniu niemiecko-polskiego magazynu „Dialog“ (2007/2008, nr 80–81) umieszczona jest rozmowa „Dialogu” z Jackiem Tyblewskim, redaktorem naczelnym redakcji polskiej Radia Multikulti (RBB) w Berlinie. Tyblewski podaje kilka bardzo ciekawych, chociaż – wobec braku oficjalnych statystyk – jedynie przybliżonych liczb dotyczących Polaków i polskojęzycznych Niemców w RFN. W Niemczech mówi się, że Polaków, czy osób pochodzących z Polski, jest poniżej miliona, natomiast w Polsce pojawiają się inne liczby, oscylują nawet powyżej trzech milionów. Kim są ci Polacy i skąd taka wielka rozbieżność liczb polskich i niemieckich? Otóż w latach 1950–2006 z Polski do Niemiec przybyło około półtora miliona tzw. późnych wysiedleńców. Ta ogromna liczba z całą pewnością wchodzi w rachuby polskich statystyków, a nie jest ważna dla niemieckich. Obecnie w Niemczech mieszka legalnie i ze stałą wizą pobytową 360 tysięcy Polaków. Nie jest znana liczba osób pochodzących z Polski, a naturalizowanych

w Niemczech, tzn. osób, które przyjęły obywatelstwo niemieckie po dłuższym pobycie. Tyblewski przypuszcza, że jest ich około pół miliona. Po rozszerzeniu UE w 2004 roku pojawiło się zupełnie nowe zjawisko ruchu migracyjnego: według najnowszych statystyk polskich po roku 2004 wyjechało z Polski do pracy milion osób, w tym około połowa Polaków zdecydowała się na pracę w Niemczech. Jest to liczba arcyciekawa wobec stosunkowo zamkniętego rynku pracy w Niemczech. Są wśród nich Polacy, mieszkający w Niemczech, lecz co drugi weekend odwiedzający swoje rodziny w Polsce. Pracują na terenie całych Niemiec: to pielęgniarki i lekarze, opiekunowie osób starszych, gospoście, sprzątaczkę, rzemieślnicy, to robotnicy budowlani i sezonowi, to wreszcie duża liczba studentów. Od 2004 roku w Niemczech zarejestrowano od 20 do 30 tysięcy firm, których właścicielami są Polacy. Są to najczęściej drobne przedsiębiorstwa rzemieślnicze, wykonujące usługi budowlane. Również tu trudno dotrzeć do jednoznacznych danych. Podsumowując te bardzo różne i niepewne liczby, Tyblewski ostrożnie ocenia, że osób pochodzących z Polski, które przyznają się do polskiej tożsamości lub dla których polska tożsamość jest najważniejsza, może być w Niemczech około dwóch milionów. Niewątpliwym faktem jednak jest, że dzisiaj Polacy pod względem liczebności należą – po Turkach i osobach pochodzących z Rosji – do największych grup narodowościowych w Niemczech. Geograficzna mapa migracyjna Polaków w Niemczech pod względem liczebności wykazuje przede wszystkim Berlin, Hamburg i Nadrenię Północną-Westfalię jako „skupiska” Polaków. Polacy jednak nie zasiedlają zwartymi grupami jednego regionu lub terenu, nie zwracają na siebie uwagi poprzez skoncentrowane przedsięwzięcia mające na celu zademonstrowanie swej polskości w sensie kulturowej odrębności. Polacy jawią się jako grupa dobrze zintegrowana ekonomicznie, niezłe zintegrowana kulturowo, jednak niezintegrowana w Niemczech politycznie, to znaczy jako grupa nieuczestnicząca w życiu społecznym i politycznym kraju. Basil Kerski w rozmowie z Tyblewskim twierdzi, że „nie ma też znanych postaci publicznych pochodzenia polskiego. Wśród Polaków w Niemczech jest wielu prawników, lekarzy, inżynierów, ale nie wytworzył się etos działalności publicznej czy dynamika zaistnienia społecznego...” Chociaż Polacy w Niemczech „nie rzucają się w oczy”, nie sposób nie zauważyć tej trzeciej co do wielkości grupy etnicznie odmiennej wśród Niemców. Natomiast to, czym zwracają na siebie uwagę, stanowi podstawę opinii i stereotypów wśród Niemców. Warto więc przyjrzeć się owym cechom.

Przedstawiona w tym krótkim zarysie sytuacja migracyjna, bezpośrednie sąsiedztwo Polaków i Niemców oraz aktualna katastrofalna erozja filologii

słowiańskich, szczególnie polonistyki na uniwersytetach niemieckich, mają znaczny wpływ na poszukiwanie i wybór tematów i form zajęć akademickich, dotyczących wiedzy o języku i kulturze polskiej. Wielka potrzeba, a zarazem fatalna sytuacja personalna, wymagają tematów oraz form ich prezentacji, które mogą być przyjęte przez możliwie szeroki krąg zainteresowanych Polską i polsko-niemieckim sąsiedztwem studentów, jak np. filologów, kulturoznawców, komparatystów, historyków, socjologów, prawników. Paradoks polega na tym, iż uczęszczają oni na zajęciach równocześnie. Dzielą ich motywacje i aspiracje, łączy fakt coraz mniejszej wiedzy podstawowej o Polsce, o Niemczech i o sąsiedztwie polsko-niemieckim. W tym celu w semestrze letnim 2007 roku w ramach Studium tłumaczenia specjalistycznego polsko-niemieckiego i niemiecko-polskiego (Fachübersetzen) oraz Studium lingwistyki stosowanej (zawodowej) i komunikacji międzykulturowej (Berufsorientierten Linguistik und Interkulturelle Wissenskommunikation – BLIK) na Uniwersytecie im. Marcina Lutra w Halle odbyło się seminarium zatytułowane *Wizerunek Niemców wobec Polski i Polaków. Wizerunek Polaków wobec Niemiec i Niemców*. Szeroki krąg zainteresowanych studentów z przeróżnych kierunków oraz szczęśliwy zbieg okoliczności, że było wśród nich 60% Niemców i 40% Polaków, spowodowały, iż seminarium miało wyjątkowo interdyscyplinarny i międzykulturowy charakter.

### Cele i metody seminarium

Cele i metody nie wyróżniały się szczególną innowacyjnością, miały charakter wręcz „klasyczny”. Opierały się głównie na wynikach empirycznej analizy standardów kulturowych (*Kulturstandardforschung*), na historycznej analizie stereotypów (*historische Stereotypenforschung*), socjologicznej analizie tożsamości (*soziologische Identitätsforschung*) oraz w mniejszym stopniu na imagologii jako dziedzinie literaturoznawstwa. Głównymi tematami były następujące zagadnienia:

- Niemieckie i polskie standardy kulturowe i ich tło historyczne. Standardy kulturowe wobec autostereotypów;
- Stereotypizacja jako konieczność kognitywna i socjalizacyjna. Tożsamość i stereotyp. Pamięć zbiorowa i kulturowa. Obraz historii i świadomość historii;

- Rytualizacja i instrumentalizacja stereotypów w celu stworzenia i utrwale-  
nia tożsamości społecznej na przykładzie poszczególnych „klasycz-  
nych” heterostereotypów narodowych i ich genety (patrz tabela 1);
- Sondaż stereotypów i ich analiza w poszczególnych mediach (podróże  
literackie, przewodniki turystyczne, relacje prasowe, wywiady i do-  
świadczenia osobiste w środowisku studenckim i rodzinnym) dla  
okresu 1977–2007;
- Warunki i przyczyny zanikania, modyfikacji, renesansu lub powstawa-  
nia nowych heterostereotypów;
- Obecność i świadomość stereotypów w kontaktach międzykulturo-  
wych o charakterze oficjalnym, instytucjonalnym oraz prywatnym –  
poradnik praktyczny.

Duże zainteresowanie wzbudziły techniki analizy standardów kulturowych wobec niemieckich i polskich standardów kulturowych i ich historycznego tła. Wychodziliśmy z założenia, iż standardy kulturowe nie są zasadniczym opisem odrębnej kultury, lecz wskazują na pewne normy sterujące zachowaniem normy, które odbierane są jako inne lub kontrastywne wobec kultury własnej. Mimo tego, standardy kulturowe mają charakter kategoryalny, zatem występują w funkcji stereotypów, w szczególności w funkcji autostereoty-  
pów, które z kolei oddziałują na poszczególne heterostereotypy odzwiercie-  
dlające w pewnym sensie również własne deficyty lub nadmiary pewnych  
właściwości. Standardy kulturowe są więc bardzo pożyteczną podstawą refleksji  
nad autostereotypami. Zainteresowały nas przede wszystkim niemieckie i pol-  
skie autostereotypy („klasyczne”) tkwiące w głównych standardach kulturowych  
(Thomas A., Kammhuber S., Schroll-Machl S., red., 2003)<sup>1</sup>.

Główne niemieckie standardy kulturowe (według Schroll-Machl, *Zarys  
niemieckich standardów kulturowych, komentarz i tło historyczne*, w: Thomas A.,  
Kammhuber S., Schroll-Machl S., red., 2003, 72–89) to:

- rzeczowość (*Sachorientierung*): na uwagę zasługuje głównie rzecz, a nie  
osoba;
- prawidłowość (*Regelorientierung*): liczą się struktury, reguły, umowy, po-  
rozumienia, kontrakty, które się szanuje i których się zawsze oczekuje;
- bezpośredniość / prawdziwość (*Direktheit / Wahrhaftigkeit*): styl komu-  
nikacji wywodzi się z możliwie jednoznacznego kontekstu: „tak” albo

---

<sup>1</sup> S. Schroll-Machl przedstawia niemieckie standardy kulturowe i ich historyczne tło, P. Boski polskie standardy kulturowe wraz z ich tłem historycznym. Prace te stanowiły lekturę obowiązkową studentów, których owe tła historyczne szczególnie zaciękały i skłoniły do głębszych refleksji nad stanem terażniejszym.

„nie”, „dobrze” albo „źle” – wszystko, co pomiędzy, komplikuje komunikację;

- zróżnicowana bliskość kontaktów interpersonalnych (*interpersonale Distanzdifferenzierung*): jeżeli nie otrzymało się odpowiedniego sygnału, nie powinno się wtrącać w cudze sprawy, powinno się utrzymywać odpowiedni dystans i powściągliwość;
- internalizowana kontrola (*internalisierte Kontrolle*): obowiązkowość, samokontrola, samoodowiedzialność;
- zagospodarowanie czasu (*Zeitplanung*): czas to cenne dobro, czas to pieniądz, czasu nie wolno marnować, należy go dobrze zagospodarować;
- podział na sfery życiowe i osobowościowe: sfera prywatna, sfera zawodowa, sfera oficjalna i nieoficjalna.

Główne polskie standardy kulturowe (według Boskiego, *Zarys polskich standardów kulturowych, komentarz i tło historyczne*, w: Thomas A., Kammhuber S., Schroll-Machl S., red., 2003, 120–134):

- nieprecyzyjna kalkulacja możliwych przeszkód i niewystarczające, wsteczne zapobieganie im: improwizowana organizacja interakcji;
- humanizm: serdeczne, spontaniczne stosunki międzyludzkie, liczą się względy rodziny, grupy, zbiorowości, a nie wyłącznie indywidualne;
- bliskie stosunki osobowe: indywidualny sukces zależy od silnej i rozległej sieci osobistych znajomości;
- niska wydajność: brak pragmatyzmu w rozwiązywaniu problemów i wobec relacji między nakładem a korzyścią;
- romantyczne nastawienie do spraw narodowo-politycznych: konfrontacja sił w walce, wyraźne aspiracje ku niepodległości i suwerenności;
- nieduże znaczenie legalnych procedur, brak wiary w autorytet państwa: tendencje anarchistyczne i rebelianckie;
- kult kobiecości: adoracja kobiety, rycerska męskość wobec kobiet, kult urody.

Standardy kulturowe powinny być ustalane na podstawie badań empirycznych. Podlegają bowiem w znacznym stopniu ruchom, przełomom i rozwojowi społeczeństw. Są zakorzenione w poszczególnych historycznych procesach i wydarzeniach i dlatego też stanowią coś w rodzaju adaptacyjnych reakcji społeczeństwa, narodu lub grupy wobec zaistniałych konieczności. Są więc dynamiczne, zmienne, a ich charakter kategorialny ma znaczenie jedynie w konkretnym okresie czasu i w konkretnych okolicznościach społecznych.

Jako okres, w którym zaszły historycznie ważne wydarzenia i przełomy dla społeczeństwa polskiego i niemieckiego (szczególnie wschodniemieckie-

go) wybraliśmy lata 1977–2007. Jako ważne wydarzenia historyczne uznaliśmy m.in. państwowo przykazaną przyjaźń między NRD i PRL, zimną wojnę i skutki KBWE w Helsinkach, ruch „Solidarności”, kryzys gospodarki socjalistycznej, upadek ustroju socjalistycznego i muru berlińskiego, zjednoczenie Niemiec, wprowadzenie kapitalistycznych struktur gospodarczych i demokratycznych struktur społecznych w Polsce i w byłej NRD po roku 1990, wejście Polski do UE w roku 2004. Chcieliśmy zweryfikować, czy i w jaki sposób wydarzenia te wpłynęły na standardy kulturowe, więc na autostereotypy, a pośrednio również i na heterostereotypy.

Przedstawiając wyniki naszych obserwacji, uwzględniamy w tym miejscu tylko relacje prasowe o Polakach w Niemczech oraz wywiady i doświadczenia osobiste studentów uczestniczących w zajęciach.

## Wyniki i wnioski

1. Przedstawione standardy kulturowe nie odpowiadają obecnie rzeczywistym wzorcom zachowań zarówno Niemców, jak i Polaków. Wydaje się, że bardziej konserwują i reprodukują stereotypy klasyczne, niż są rezultatem empirycznych analiz stanu rzeczywistego.

Autostereotyp Niemców ogólnie stał się bardziej negatywny. Przyczyniły się do tego: brak odczuwalnej koniunktury gospodarki, bezrobocie, drożyzna po wprowadzeniu euro, demontaż systemu socjalnego, katastrofalny system oświaty, afery polityczne i zanik wiary w skuteczność struktur państwowych oraz mechanizmów demokracji, wzrastająca przestępczość, frustracja i złe samopoczucie wobec braku perspektyw. Coraz mniej Niemców sądzi o sobie, że są pracowici, niezawodni, profesjonalni, uczciwi i lojalni.

Co ciekawe, właśnie te cechy Niemcy przypisują Polakom, żyjącym, pracującym lub studiującym w Niemczech. Na niemieckim rynku pracy Polacy cieszą się zaufaniem, bo są profesjonalni, niezawodni, umieją współpracować w grupie, są uczciwi i pracowici. Zgadza się jakość usług i ich cena i co więcej: usługi i ceny są legalne!

Autostereotyp Polaków nabrał pozytywnych cech. Młodzi Polacy nie mają kompleksu niższości wobec Niemców. Zorientowani są na wydajność, sprawność i oczywiście korzyść. Są rzeczowi i pragmatyczni, wysoce motywowani, a w razie zaistniałych problemów pomysłowi i mobilni. „Walczą często w pojedynkę“ i działają według zasady „pomóż sobie sam, wtedy



pomoże ci Bóg”. Sieci osobistych znajomości istnieją, ale mają one charakter „rozrywkowy”. Młodzi Polacy nie całkiem rozumieją narzekania niemieckich rówieśników i uważają, że Niemcy nie wykorzystują istniejących możliwości, że są rozpieszczeni i wygodni (wręcz leniwi) i że żyją zbyt długo na cudzy koszt (np. rodziców), zamiast dążyć do jak najszybszej niezależności finansowej.

2. Wydarzenia społeczno-polityczne po roku 1990, które w Polsce i na terenie byłej NRD miały w zasadzie identyczny charakter, przyczyniły się do „wyrównania” różnic standardów kulturowych, zwłaszcza tych, które dotyczą sfery pracy, czyli rzeczowości i pragmatyzmu, wydajności, profesjonalizmu, czy też internalizowanej kontroli lub minimalizacji potencjalnych przeszkód. Okazało się, że standardy te nie są typowo niemieckie, lecz są to standardy wywodzące się z gospodarki rynkowej o strukturach liberalno-demokratycznych.

Niektóre z wymienionych standardów kulturowych zostały przez studentów bez uprzedzeń i wątpliwości zaakceptowane jako aktualne, np. w wypadku studentów niemieckich podział na sferę prywatną i zawodową lub internalizowana kontrola jako sposób na doświadczenie osobistej satysfakcji. Polacy zaakceptowali przede wszystkim humanizm, bliskie stosunki rodzinne i osobiste oraz kult kobiecości.

Szczególne zainteresowanie wzbudził stereotyp pięknej Polki. Niemieckie studentki okazały się pełne podziwu dla Polek, które prezentują się jako zadbane, urocze, modne i kobiece. Polki zasugerowały, że kobiety niemieckie nie „wykorzystują swojego potencjału kobiecości”. Wyraziły jednak też szacunek wobec bardzo naturalnego, nieskrępowanego i zorientowanego na wynik / cel sposobu prezentowania się Niemek. Polkom sposób ten wydaje się wyrazem oczywistej i rzeczywistej emancypacji niemieckich kobiet. Z przeprowadzonych wywiadów i z dyskusji wynikało, że młode Polki odczuwają silną presję wskutek oczekiwań, aby być jednocześnie dobrą żoną, synową i córką, poświęcającą się matką, gospodarną, zabawną i elokwentną panią domu, aby zarabiać nienajgorsze pieniądze i przy tych wszystkich czynnościach nie przestać być atrakcyjną i seksowną. Zazdroszczą niemieckim kobietom „liberalnych i postępowych mężczyzn”, którzy – jak im się wydaje – bez uprzedzeń poświęcają się pracy domowej i dzieciom. Polki swych niemieckich męskich rówieśników oceniły jako niezbyt przystojnych i mało romantycznych, ale za to z dużym poczuciem odpowiedzialności, powściągliwych i delikatnych. Dodam jako ciekawostkę, że w grupie były też

4 Polki mające mężów Niemców. Podczas omawiania tego tematu panowie zarówno z Polski, jak i z Niemiec dyskretnie wycofywali się z dyskusji.

3. Niektóre „klasyczne” vs. historyczne heterostereotypy o szczególnie ujemnej konotacji (jak np. „Polnische Wirtschaft”, „Drang nach Osten”, nielojalność i nieobliczalność Polaków czy pryncypialność Niemców) studentom były już nieznane. Można więc mieć nadzieję, że je pożegnamy bez żalu.

W związku z zagadnieniem instrumentalizacji politycznej zamierzaliśmy zbadać, czy i w jaki sposób tego typu historycznymi heterostereotypami posługuje się polityka. Liczne przykłady, niestety, można było znaleźć w relacjach prasowych z czasu poprzedniego rządu polskiego, gdy prasa polska ponownie wspominała agresywność Niemców, a prasa niemiecka nie gardziła sugestiami dotyczącymi nielojalności Polaków.

4. Im bardziej ujemny charakter autostereotypu, tym bardziej przychylny heterostereotyp (patrz uwagi w p. 2.1). Jest to oczywiście truizm. Warto jednak go przywołać, ponieważ potwierdza wielkie znaczenie stereotypów wobec refleksji nad nadmiarem lub deficytem poszczególnych właściwości.

5. Heterostereotypy Polaków i Niemców mają coraz bardziej pozytywny charakter. Z jednej strony przyczynia się do tego omówione w punkcie 2.1. zanikanie różnic między standardami kulturowymi. Należy jednak w tym miejscu raz jeszcze wspomnieć okoliczności naszej weryfikacji: chodziło głównie o wizerunek Niemców u Polaków żyjących w Niemczech i o wizerunek tychże Polaków u Niemców.

Z drugiej zaś strony, niestety, musieliśmy stwierdzić, że niemieckie społeczeństwo obecnie nie poświęca szczególnej uwagi Polakom, nie obdarza ich zainteresowaniem, wydaje się ich nie dostrzegać. Im mniejsze zaciekawienie, tym mniej spostrzeżeń. Im mniej spostrzeżeń, tym mniej jakichkolwiek stereotypów. „Kto się lubi, ten się czubi” – a że coraz mniej okazji, żeby się polubić – rzadziej się czubimy. Zniknął „Polenmarkt” i „Polenwitze”, niemieccy przestępcy dawno już dogonili profesjonalizmem polskich, brak politycznych skandali z prawdziwego zdarzenia. Ni to sympatia, ni antypatia. Cisza kompletna. Jakżeż wobec takiej ciszy nie pomyśleć: jakież to nudne sąsiedztwo – bez stereotypów!

Tabela 1. Główne standardy kulturowe (również w funkcji autostereotypów) i „klasyczne” vs. historyczne heterostereotypy poddane naszej weryfikacji

główne niemieckie standardy kulturowe (zarazem autostereotypy niemieckie) → wg S. Schroll-Machl	historyczne / klasyczne heterostereotypy polskie wobec Niemców ↓	historyczne / klasyczne heterostereotypy niemieckie wobec Polaków ↓	główne polskie standardy kulturowe ← (zarazem autostereotypy polskie) wg P. Boskiego
rzeczowość / materialność / majątek	rzeczowy, chłodny, materialista, jakość i profesjonalizm, liczy się zwyczajca	skorumpowany, emocjonalny, ofiarny, gotowy do pomocy, idealista,	orientacja interpersonalna, sieć osobistych znajomości
prawidłowość / prawowierność / lojalność	posłuszny, oportunistą, ład i porządek, lojalny i obliczalny, pryncypialny	cwaniak, nieojojalny, rebeliant, anarchista, niezależny, nieobliczalny	nieduże znaczenie legalnych procedur, brak wiary w autorytet prawa i państwa
bezpośredniość / prawdziwość / prostolinijność komunikacji	szczery, obliczalny, prostolinijny, naiwny, agresywny, niedyplomatyczny, uparty i kłótlivy	nieobliczalny i chaotyczny, talent improwizacyjny, artysta życiowy, poczucie humoru	nieprecyzyjna prognostyka możliwych przeszkód / improwizowane interakcje
zróznicowana bliskość kontaktów międzyludzkich	dyskretny, oziębły, biurokrata, brak poczucia humoru, niedostępny	romantyk, idealista, intrygant, patriota, ofiarny, emocjonalny	brak pragmatyzmu / idealistyczno-romantyczne nastawienie polityczne
internalizowana kontrola / obowiązkowość / samokontrola / samoopowiedzialność	pragmatyk, rzetelny, obowiązkowy, poczciwy głupi Jaś, lojalny	„Polnische Wirtschaft” – nieład, brud i brak profesjonalności	niska wydajność wysiłków / brak pragmatyzmu w relacji nakład – korzyść
zagospodarowanie czasu / czas jako dobro	punktualny i rzetelny, pryncypialny, skąpy, niespontaniczny	dusza słowiańska, gościność, ofiarny, miłosierny katolik, poczucie humoru, towarzyski	humanizm / serdeczne, spontaniczne stosunki międzyludzkie / względy grupy przed względami jednostki
podział na sfery życiowe i osobowościowe	służbowo: oziębły, niedostępny, niezawodny, nietowarzystki; prywatnie: towarzyski, serdeczny; niekobieca Niemka, nieprzystojny Niemiec	piękna Polka, przystojny i grzeczny Polak	kult kobiecości / rycerska męskość

## Literatura

Thomas A., Kammhuber S., Schroll-Machl S., red., 2003, *Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation*, t. 2., *Länder, Kulturen und interkulturelle Berufstätigkeit*, Göttingen.  
„Dialog” – Magazyn polsko-niemiecki, 2007/2008, nr 80–81.

**Brigitte Schniggenfittig**, tłumacz przysięgły języka polskiego i rosyjskiego, pracuje w Instytucie Indogermanistyki i Językoznawstwa Ogólnego oraz Instytucie Germanistyki Uniwersytetu im. Marcina Lutra w Halle (Niemcy). Jej zainteresowania to przekładoznawstwo, lingwistyka tekstu, lingwistyka kontrastywna. Jest autorką m.in. podręcznika języka polskiego dla początkujących *Polnisch intensiv – Grundkurs* (wraz z G.A. Krampitz, M. Kornaszewskim, Harrassowitz Verlag Wiesbaden, trzecie wydanie w 2005) oraz książeczki *Von fleißigen Bienchen und kleinen Mistkäfern – Das Tier-ABC. Projekte – (2008)* – zwierzęta we frazeologizmach niemieckich, opisane wierszykami dla dzieci.

ANNA SYNORADZKA-DEMANDRE  
Paris, Caen

## Jak nas widzą Francuzi? Jak Francuzi postrzegają samych siebie?

W poszukiwaniu odpowiedzi na pytanie, jaki stereotyp Polaka funkcjonuje obecnie w świadomości Francuzów, przepytalam nieznanymi w uniwersytetach w Caen i w Paryżu, gdzie prowadzę zajęcia. Moimi interlokutorami byli studenci w różnym wieku, zatem osoby z co najmniej średnim wykształceniem.

Pytanie zwykle wywoływało najpierw zdumienie, następnie rozbawienie, w końcu wypowiedź. Skojarzenia, jakie nasuwają Francuzom słowa Polska i Polak, są rzeczywiście dość stałe. Spróbuję je pogrupować, ale zaznaczam, że nie naprowadzałam badanych żadnymi pytaniami pomocniczymi. Odpowiedzi były spontaniczne i chaotyczne.

Jedna grupa asocjacji jest związana z historią XX wieku. W odpowiedziach padały słowa: „getto w Warszawie” i „Oświęcim”. Wskazywałoby to, iż polskie doświadczenie II wojny światowej jest zredukowane w świadomości Francuza do tragedii polskich Żydów. Ponieważ znakomita część moich rozmówców to ludzie młodzi, wolno przypuszczać, że te skojarzenia są wynoszone z nauki w szkole<sup>1</sup>.

Jeśli chodzi o historię mniej odległą, większość pytanych przywoływała oczywiście imiona polskiego papieża, zaś tylko niektórzy nazwę „Solidarność”. Nie wydaje się, aby przeciętny Francuz po maturze kojarzył Polaków z upadkiem komunizmu w Europie Wschodniej.

Z kontekstu najświeższego, Francuzi zapamiętali nazwisko Kaczyńskiego, lecz chyba tylko ci, którzy Polską się bliżej interesują.

---

<sup>1</sup> Zaznaczam, że nie dążyłam, by się przekonać, czy Francuzi obciążają Polaków współodpowiedzialnością za los Żydów podczas wojny.

Jaki kraj wylania się ze świadomości moich rozmówców, gdy pada słowo Polska? Otóż pojawia się obraz wsi oraz wizja „zimnych obszarów” dotkniętych biedą.

Kim jest dla moich interlokutorów Polak? To robotnik: rolnik, górnik albo hydraulik. Jaki jest? Pracowity, religijny, pijany.

Wydaje się, że Francuzi nie mają skojarzeń związanych z naszym narodem charakterem. W jednej tylko z zebranych przeze mnie wypowiedzi nazwano nas szowinistami. Raz też padły słowa, które mnie dość zaintrygowały: partyzant polski (sic!) miałby mieć istotną słabość, gdyż na wieść, że dzieje się krzywda pozostawionym we wsi żonom, porzuca(l) swój oddział (dezerterował?!), biegnąc ukochanym z odsieczą. To miałoby dowodzić, że kiepski z niego żołnierz.

Jak wygląda Polak? Ma jasne włosy i niebieskie oczy. Polka też jest blondynką. Jest wysoka i szczupła. Nie wiadomo przy tym, czym się fizycznie różnimy od Rosjan.

Jeśli chodzi o „dobra” kojarzone z Polską, w wypowiedziach, które zebrałam, pojawiała się tylko, acz nieustannie, wódka. Ktoś też wymienił architekturę stalinowską. To wszystko. Nic więcej...

Mam wrażenie, że stereotyp, wylaniający się z zebranych przeze mnie wypowiedzi, dowodzi przede wszystkim tego, że młody Francuz po maturze nie ma obecnie zbyt wielu kontaktów z Polakami i nie docierają do niego wieści o tym, co się obecnie w Polsce dzieje. To wydaje się naturalne. W dziennikach telewizyjnych i radiowych najpopularniejszych kanałów i nadawanych w godzinach największej oglądalności o Polsce mówi się bardzo rzadko. Piszę się o niej w dodatkach do dzienników, ale Francuzi prasy na ogół nie czytają. Polaków we Francji jest znacznie mniej niż w Irlandii, Wielkiej Brytanii czy Islandii. Przeciętny Francuz ich najwyraźniej nie spotyka. Dobrze to, czy źle?

### Jak Francuzi postrzegają samych siebie?

Muszę zaznaczyć, że to pytanie wywoływało większe zainteresowanie i żywsze reakcje moich rozmówców niż kwestia omówiona wcześniej, wobec której czuli się dość bezradni, gdyż ich skojarzenia były ubogie.

Moi interlokutorzy starali się w odpowiedziach rozdzielić: a) *clichés* na temat Francuzów od b) obrazu, jaki chcieliby zarysować na podstawie osobistych refleksji.

Zacznijmy od tego, co wydawało im się banalne i co wymieniali ze wzruszeniem ramion. „Francja? Wiadomo: beret, bagietka, petanka<sup>2</sup>, pastis<sup>3</sup>, najlepsza kuchnia świata i – jak twierdzą obcokrajowcy – pożeracze żab”.

Po wyrecytowaniu tego niedługiego rejestru, pytani przechodzili z przyjemnością do drugiej części wypowiedzi, w której pragnęli powiedzieć, jaka jest prawda o ich narodzie.

Zdecydowana większość zagadywanych chciała mi przede wszystkim powiedzieć, że Francuz to *raleur*: człowiek narzekający, wiecznie niezadowolony. Z czego? Z władzy. To skłania Francuza do bycia rewolucjonistą, choć jednocześnie... nie lubi on zmian. Dlatego na każdą próbę reform proponowanych przez wybrany demokratycznie rząd, Francuz reaguje jak byk na płachtę. Francuz jest dumny i przywiązany do ideałów Rewolucji Francuskiej: *Liberté-Égalité-Fraternité* („Wolność, Równość, Braterstwo”). Specyfiką Francuza jest jego wielka skłonność do podejmowania strajków. Jak widać, pierwsze, co Francuz myśli o sobie, gdy ma się zdefiniować, to jego rola społeczna.

Niektórzy z wypowiadających się kładli nacisk na to, że szlachetne ideały epoki oświeceniowej są obecnie we Francji zdradzane. Ktoś nazwał dzisiejszą Francję krajem „faszystów”, co miało oznaczać, że tubylcy dyskryminują obcokrajowców zamieszkujących ich kraj. Ze swojej strony dodam, iż uniwersytety francuskie są na ogół środowiskiem ludzi bliskich lewicy, a więc wyczulonych na krzywdę społeczną. Prawdopodobnie w prywatnej szkole wyższej nie usłyszałabym żalu z powodu polityki obecnego rządu w stosunku do emigrantów.

Prócz sfery polityki istotna dla moich rozmówców okazała się domena kultury. Francuz uważa, że się go nie zna, jeśli się nie wie, jak wielką wagę przykłada on do kontaktu ze sztuką i z nauką. Francuz jest przekonany, że cechuje go inteligencja przewyższająca inne nacje. Francuz uważa, że niesie światu cywilizację. Wypowiedzi te padały niby z ironią, lecz jednocześnie z dumą. Przy okazji podkreślano, że Francuz, choć nieobdarowany urodą fizyczną, jest eleganckim, wyrafinowanym światowcem, a także specjalistą w dziedzinie mody. Niektórzy rozmówcy wyznali mi wszakże, że Francuzi są brudasami, a wielu podkreślało, że słabo znają języki obce.

Mówiąc o własnym charakterze, Francuzi przyznają, że są indywidualistami (w negatywnym sensie tego słowa), uparciuchami, zarozumiałymi egoistami

---

<sup>2</sup> Gra w kule uprawiana na skwerach głównie przez emerytów.

<sup>3</sup> Alkohol o smaku anyżkowym rozcieńczany wodą, pity głównie latem.

i egocentrykami, uważającymi się za pępek świata. Nie kryją się z tym, że są leniwi, i precyzują, że to cecha wszystkich narodów śródziemnomorskich. Uważają, że mają duże poczucie humoru i umiejętność podchodzenia do świata z dystansem. Są znakomitymi kochankami, a ich kobiety są wyemancypowane.

Słuchając tego wszystkiego, odniosłam wrażenie, że Francuz jest istotą umiejącą się z siebie śmiać, a jednocześnie głęboko się akceptującą. Tego mu chyba Polak może pozazdrościć.

**Anna Synoradzka-Demadre** od roku 2001 mieszka we Francji, gdzie uczy języka oraz literatury polskiej na uniwersytetach w Caen i na Sorbonie w Paryżu. Jest m.in. autorką biografii Jerzego Andrzejewskiego (*Andrzejewski*, Kraków 1997) oraz wstępu i przypisów do krytycznego wydania *Miazgi* tego autora (seria Biblioteka Narodowa, Wrocław 2002).



# Książki



GRAŻYNA ZARZYCKA  
Ł ó d ź

*Dyskurs prasowy o cudzoziemcach.  
Na podstawie tekstów  
o Łódzkiej Wieży Babel i osobach czarnoskórych<sup>1</sup>.  
Autorskie omówienie monografii*

Moim podstawowym celem badawczym był opis debaty prasowej o cudzoziemcach toczącej się na łamach prasy polskiej w latach 1989–2003 (sporyadycznie omawiane były teksty opublikowane w latach 2004 i 2005).

Praca składa się z dwóch głównych części. Pierwszą poprzedza rozdział zatytułowany *Podstawy teoretyczne badań*. Wykazano w nim, że podjęcie tematu badawczego, jakim jest dyskurs prasowy o cudzoziemcach wymaga zastosowania perspektyw badawczych mieszczących się w polu zainteresowań socjolingwistyki (tę dyscyplinę uznałam za podstawową), medioznawstwa, a także etnolingwistyki oraz socjologii. W rozdziale tym zostały objaśnione kluczowe dla naszych rozważań pojęcia, takie jak: dyskurs, obraz prasowy, stereotyp, językowy obraz świata, punkt widzenia, perspektywa.

I część pracy składa się z czterech rozdziałów (od 2 do 5) i nosi tytuł *Dyskurs prasowy o Łódzkiej Wieży Babel 1989–2003*. Jej przedmiotem są sposoby określania i obrazowania przedstawicieli grup etnicznych, związanych – w sposób bardziej lub mniej trwały – ze Studium Języka Polskiego dla Cudzoziemców Uniwersytetu Łódzkiego. Ośrodek ten, który w tekstach prasowych określany jest potoczną nazwą Łódzka Wieża Babel (ŁWB), cieszy

---

<sup>1</sup> Licząca 362 strony monografia została opublikowana w 2006 r. przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. Wcześniej fragmenty tej pracy publikowałam m.in. w redagowanej przez prof. J. Bartmińskiego „Etnolingwistyce”, zob.: Zarzycka 2005, Zarzycka 2006b. Problematyki poruszanej w omawianej monografii dotyczy także mój artykuł: Zarzycka 2006c.

się już ponadpięćdziesięcioletnią tradycją nauczania studentów zagranicznych. W rezultacie podjętych badań, na podstawie 150 tekstów prasowych, zostały wydobyte różnorodne sposoby kategoryzowania językowego siedzi-by „łódzkich cudzoziemców” (w tym – obrazowe, ale konotujące złe treści – metafory) oraz wizerunki samych jej mieszkańców (Arabów, przedstawicieli Czarnej Afryki, Latynoamerykanów, Amerykanów, Europejczyków niepolskiego pochodzenia oraz osób polskiego pochodzenia). Efekt ten został osiągnięty poprzez wylonienie sześciu perspektyw stosowanych przez autorów tekstów prasowych bądź ich rozmówców, w trakcie wypowiedzania się o cudzoziemcach związanych z ŁWB, a mianowicie: ujawniające się w portretowaniu cudzoziemców wartościowanie ze względu na pochodzenie, status społeczny, przydatność dla Polski, a także czynniki psychologiczne, takie jak skłonność do oceniania pewnych grup cudzoziemskich jako mniej lub bardziej podejrzanych (złych, kłopotliwych), wzbudzających zaciekawienie, swojskich lub obcych. Temu zagadnieniu został poświęcony obszerny rozdział 4., a wnioski na temat sposobów profilowania każdej z grup etnicznych przedstawiono w tabeli wraz z przykładami kontekstów prasowych, w których ujawniły się specyficzne punkty widzenia.

W rozdziale 5., mającym charakter syntetyczny, na podstawie zgromadzonych danych językowych dotyczących związanych z Łodzią cudzoziemców, zostały określone kryteria logiczne służące ich nazywaniu, tzn. strategię nominacyjne umotywowane przyjętymi przez autorów tekstów punktami widzenia. W tym fragmencie pracy zaproponowano klasyfikację stosowanych nominacji ze względu na kryteria logiczne oraz konotację uczuciową. Przeprowadzono także dyskusję z poglądami na temat stosowanych powszechnie określeń: Murzyn, czarny, Afroamerykanin i in. Ustalono, że czarnoskórzy są najczęściej dyskryminowaną językowo grupą etniczną; autorzy wypowiedzający się na ich temat stosują hierarchizujące strategie językowe, zwykle oparte na kryterium rasowym.

Analiza języka tekstów prasowych ujawniła zły obraz Łódzkiej Wieży Babel i jej mieszkańców, a w strategiach charakteryzowania obu podmiotów ujawnia się wiele stereotypowych, a nawet wrogich nastawień do danych grup etnicznych, jak też świadome dystansowanie się autorów wobec grup mniej uprzywilejowanych („mniej przydatnych”, biedniejszych od nich samych, różniących się od nich wizualnie).

II część monografii składa się z 6 rozdziałów (od 6 do 11) i nosi tytuł *Dyskurs prasowy o czarnoskórych 1989–2003*. Skupiono się w niej na analizie tekstów prasowych dotyczących przedstawicieli grup etnicznych, wobec

których Polacy, a także autorzy tekstów – o czym świadczą wyniki badań I części – najbardziej się dystansują. Analiza została oparta na blisko czterystu tekstach, zawierających dane językowe (od jednego do kilkudziesięciu określeń etnicznych w pojedynczym tekście), dotyczące Afrykańczyków, Afroamerykanów i czarnoskórych mieszkańców Polski, jak też dane językowe obrazujące poszczególne elementy ich świata. Zagadnienie językowego obrazowania tej grupy etnicznej w dyskursie prasowym było badane z zastosowaniem wielu perspektyw.

Interesującym mnie problemem były różnice ideologiczne, które ujawniały się w trakcie charakteryzowania czarnoskórych i ich świata w pismach liberalnych (przede wszystkim w „Gazecie Wyborczej” i „Polityce”), prawicowych (w „Gazecie Polskiej” i, do pewnego stopnia, w „Naszym Dzienniku”) oraz w gazetach lokalnych (pabianickich). Najważniejszym elementem o charakterze ideologicznym, powodującym zróżnicowanie w zakresie sposobów debатовania o czarnoskórych okazał się stosunek do politycznej poprawności. Dla pism liberalnych – propoprawnościowych – charakterystyczne jest oferowanie bardzo szerokiego repertuaru tematycznego związanego z czarnoskórymi i ich sprawami, a w tekstach publikowanych na łamach tych pism przedstawiciele tej grupy etnicznej portretowani są w wielowymiarowy sposób; np. w „Polityce” i „Gazecie Wyborczej” dużo miejsca poświęcono piętnowaniu dyskryminacji osób ciemnoskórych w Polsce oraz przedstawieniu niektórych przedstawicieli tej grupy etnicznej w pozytywnym świetle, jako osób o wysokim statusie. Natomiast w prawicowej „Gazecie Polskiej” odniesienia do osób czarnoskórych stają się elementami tekstów, w których wyśmiewana jest polityczna poprawność, a problem dyskryminacji jest w tej gazecie praktycznie nieobecny lub jest traktowany ironicznie. Wątek czarnoskórych mieszkańców Polski jest w nich pomijany, a czarnoskórzy, opisywani w kontekście afrykańskim oraz amerykańskim, przedstawiani są wyłącznie jako osoby niepełnowartościowe lub zdegenerowane. W tekstach z „Naszego Dziennika” (kwerendą objęto tylko 1998 r.) dominuje przedstawianie czarnoskórych w sposób pozytywny, a nawet idylliczny, jako klientów polskich misjonarzy z zastosowaniem języka Jana Pawła II. W gazetach pabianickich temat osób czarnoskórych traktowany jest jako peryferyjny, co jest zgodne z zasadą opisywania tego, co znajduje się w pobliżu. W większości pism (wyjątkiem jest tu do pewnego stopnia „Nasz Dziennik”) kreowany jest wyjątkowo negatywny obraz Afryki i Afrykańczyków; w zakresie tematyki akcentuje się grozę życia w Afryce, chaos polityczny i gospodarczy, nędzę, krwawe dyktatury, a wśród nominacji wiele jest negatywnych i obrazowych ekspresywizmów.

Analiza strategii nazewniczych o charakterze ogólnym została oparta na tekstach stałych korespondentów danych pism i innych znaczących autorów związanych z tymi gazetami i czasopismami. Wykazała ona, że większość autorów, niezależnie od przyjętej ideologii, najchętniej używa najpowszechniejszych w polszczyźnie określeń rasowych: Murzyn i murzyński; częściej jednak w stosunku do Afrykańczyków niż Afroamerykanów (widać tu zastosowanie kryterium statusu społecznego osób z obu kontynentów) i chętniej wobec osób czarnoskórych żyjących w okresie niewolnictwa niż wobec żyjących współcześnie (działa tu kryterium historyczne). Wzory socjolingwistyczne uwarunkowane polityczną poprawnością, płynące do Polski z USA, obecne są do pewnego stopnia w tekstach prasowych przedrukowywanych z pism zagranicznych (w „Gazecie Wyborczej” i „Polityce”, ale nigdy w gazetach pravicowych). W sposób najbardziej typowy dla potocznego ich obrazowania określani są czarnoskórzy w pismach pabianickich (często w ramie gatunkowej niewybrednego dowcipu i tekstu sensacyjnego). Najbardziej agresywny sposób obrazowania jest cechą dyskursu „Gazety Polskiej”; tym bardziej, że leksemy Kali i Murzyn stają się na lamach tego pisma podstawami wielu wizualnych i bardzo ekspresywnych metafor, służących krytycznej ocenie życia społecznego w Polsce (są to np. metaforyczne neologizmy *kalizm*, *zmurzyniony*; *zmurzynienie*). W tekstach publikowanych w pismach liberalnych w końcowym okresie lat 90. i w nowej dekadzie częściej stosowane niż we wcześniejszych publikacjach są nominacje o charakterze opisowym: czarny i czarnoskóry (rzadziej); bardziej neutralny język opisu przyjęła „Polityka”, mimo że „Gazeta Wyborcza” jest powszechnie uważana za bardziej propoprawnościową.

Badania ujawniły także strategie stosowane do opisu osób czarnoskórych, w tym epitety, porównania i wyrażenia stosowane do opisu dzieci (*czarna laleczka*; *sliczne Murzyniátko*), ujawniające protekcyjny stosunek do przedstawicieli tej grupy etnicznej. Ciekawe wyniki badań przyniosło omówienie tekstów prasowych o czarnoskórych sportowcach; zostało ujawnione przedmiotowe nastawienie w ich opisie, określenia metaforyczne o charakterze identyfikacyjnym (np. przydomki Olisadebego: *Oliperetka*; *Czarnecki*; *maść Polski*); jak też – niestety – bogaty repertuar zwrotów i wyrażen pogardliwych, stosowanych wobec nich na stadionach.

W trzech końcowych rozdziałach tej części zobrazowane są kolejno: mowa nienawiści, język prasowych aluzji oraz metafor, w których występują odniesienia do osób czarnoskórych. W tych wszystkich elementach składowych dyskursu prasowego mieści się zakorzeniony językowy obraz czarno-

skórych i ich świata; bardzo zbliżony do ich obrazu zasklepionego w potocznym stereotypie. Analiza danych językowych ujawniła dużą moc argumentacyjną i przenośną niektórych leksemów i wyrażań, a szczególnie metafor skonwencjonalizowanych z leksemem Kali (elementem rodzimej lingwakultury) oraz z wyrażeniem *biały Murzyn*. Badania udowodniły, że elementem nowych wyrażań metaforycznych stała się nazwa *Olisadebe*, a fakt ten staje się mocnym argumentem przemawiającym za siłą mediów. Tendencja autorów do wykorzystywania leksemów *Kali*, *Bambo* w grach intertekstualnych, a leksemów: *Murzyn*, *murzyński*, *czarny* do budowania wyrazistych metafor jest dowodem tego, że określenia związane z osobami czarnoskórymi oraz ich światem są ważnym elementem polszczyzny zarówno w sferze *langue*, jak i *parole*.

Rozdział 12. przynosi podsumowanie wyników badań, skupia się na opisie realizacji przyjętego w rozdziale 1. planu interdyscyplinarnego. Perspektywy metodologiczne, który odbył się na kartach tej pracy, udowodnił, że zgodnie z przyjętą definicją dyskursu jako struktury i procesu kreowania znaczeń, analiza dyskursu nie powinna być prowadzona jedynie metodą strukturalną i dotyczyć tylko jego kształtu, ale powinna przede wszystkim służyć wydobyciu wdrukowanych w teksty sposobów patrzenia na dane zagadnienie, w których ujawniają się sposoby kreowania znaczenia. W ostatnim punkcie tego rozdziału zaproponowano własną hierarchizację określeń etnicznych stosowanych w sytuacjach publicznych.

Moje postulaty, poparte wynikami przedstawionych w książce, zmierzają w kierunku przekonania osób wypowiadających się publicznie „o obcych” do stosowania strategii nazewniczych o charakterze respektującym lub neutralnym, z użyciem określeń opartych nie na kryterium rasowym, ale np. geograficznym, państwowym lub kulturowym. Za ważny wskaźnik stosowności językowej uznałam także fakt respektowania określonej nominacji przez przedstawicieli danej grupy etnicznej. W sytuacji zestawiania cech osób reprezentujących różnorodne grupy rasowe powinno się ponadto stosować zasadę równorzędności. Redaktorzy tytułów prasowych – przede wszystkim tych, które noszą miano pism opiniotwórczych – powinni zadbać o to, by ograniczyć pojawianie się negatywnych konotacji rasowych na poziomie makrostruktury (nagłówków: tytułów, nadtytułów, śródtytułów oraz lidów). Większość negatywnych metafor łódzkiego Studium Języka Polskiego dla Cudzoziemców była właśnie umieszczona w tych, obdarzonych największą nośnością, segmentach tekstu prasowego. Szczególnie niepokojącym zjawiskiem jest nagromadzenie w pojedynczych tekstach, a często w serii tekstów dotyczących jakiegoś aktualnego w danym momencie wyda-

zenia, wielu hierarchizujących wyrażen o konotacjach negatywnych. Efektem wtórnym tego nagromadzenia jest wywołanie u czytelników odczucia odrzucenia i wrogości wobec opisywanych podmiotów, co służy utrwalaniu negatywnych stereotypów.

#### Literatura

- Zarzycka G., 2005, *Sposoby określania osób czarnoskórych w prasie lokalnej*, „Etnolingwistyka”, nr 17, s. 241–259.
- Zarzycka G., 2006a, *Dyskurs prasowy o cudzoziemcach. Na podstawie tekstów o Łódzkiej Wieży Babel i osobach czarnoskórych*, Łódź.
- Zarzycka G., 2006b, *‘Murzyn zrobił swoje...’, czyli o pewnym typie metafor etnicznych*, „Etnolingwistyka”, nr 18, s. 281–293.
- Zarzycka G., 2006c, *O języku opisu przedstawicieli innych ras i kultur (na marginesie dyskusji o poprawności politycznej)*, w: Habrajska G., red., *Rozmowy o komunikacji 1. Polityczna poprawność*, Łask, s. 89–105.



ANNA SYNORADZKA-DEMADRE  
Paris, Caen

Stanisław Mędak, 2007,  
*W świecie polszczyzny.*  
Podręcznik do nauczania języka polskiego  
dla obcokrajowców, Kielce

We wrześniu 2007 roku trafiła do księgarń książka Stanisława Mędaka *W świecie polszczyzny. Podręcznik do nauczania języka polskiego dla obcokrajowców*. Pojawienie się nowej pozycji tego uznanego autora nie jest zaskoczeniem dla czytelników śledzących publikacje związane z nauczaniem języka polskiego jako obcego. Nazwisko Stanisława Mędaka, wykładowcy Uniwersytetu Jagiellońskiego, pojawia się regularnie na rynku nowości wydawniczych. Mamy tu do czynienia ze zjawiskiem nadzwyczajnym: z niegasnącą pasją poznawczą i niebywałą kreatywnością. Przypomnijmy, że Mędak jest autorem kilkunastu (!) podręczników oraz trzech słowników specjalistycznych. Ten imponujący dorobek to z jednej strony owoc doświadczeń dydaktycznych zebranych na wyższych uczelniach w Polsce i za granicą (w Szwajcarii, w Republice Czeskiej i we Francji), z drugiej zaś – rezultat tytanicznej pracy dociekliwego badacza, wyprzedzającego często swych kolegów w eksploracji zagadnień, których opisanie i przełożenie na język praktyki jest niezbędne dla rozwoju nauczania języka polskiego jako obcego. Należy podkreślić, że w tej dziedzinie Mędak wielokrotnie przecierał szlaki. Przypomnijmy choćby jego pionierski wybór testów *Język polski à la carte*, czy też pierwszy w dziejach naszego językoznawstwa monumentalny *Słownik form koniugacyjnych czasowników polskich*.

Najświeższe dzieło S. Mędaka także wypełnia lukę. Podręcznik *W świecie polszczyzny* jest przeznaczony dla poziomu C2 (nomenklatura ALTE), czyli dla obcokrajowców poważnie zaawansowanych w znajomości języka pol-

skiego. Chodzi o odbiorcę dążącego do zdobycia umiejętności rozumienia treści oraz intencji wszystkich rodzajów wypowiedzi mówionych i pisanych, a więc nawet takich, które zawierają wyrażenia nacechowane idiomatycznie, potoczne i regionalne. Uczestniczący w kursie ma również osiągnąć zdolność samodzielnego pisania tekstów wymagających przeprowadzenia analizy porównawczej, referatów, przemówień okolicznościowych, odpowiedzi na pisma urzędowe. Poprzeczka jest zatem ustawiona bardzo wysoko.

Aby pomóc studentom w realizacji powyższych celów, Mędak przygotował dla użytkowników podręcznika zestaw tekstów (autentycznych i spreparowanych) reprezentujących najrozmaitsze rodzaje piśmiennictwa (nota biograficzna, wywiad, przysięga, opis, przemówienie, dowcip, artykuł prasowy, odpowiedź na ankietę, raport, przypowieść, curriculum vitae itd.). Autorami i bohaterami wypowiedzi są takie postaci, jak Czesław Miłosz, Barbara Skarga, Stanisław Ignacy Witkiewicz, Zbigniew Cybulski, Olga Boznańska, Leszek Balcerowicz, Witold Doroszewski. Mędak zadbał więc o przedstawienie polskiej sztuki XX wieku od strony jej najwybitniejszych osiągnięć, a jednocześnie wyszedł poza krąg tych zagadnień, poruszając kwestie ekonomii, prawa, etyki, religii. Dobór tekstów dowodzi, iż twórcy podręcznika zależało na pokazaniu współczesnej Polski jako kraju nowoczesnego, dynamicznego, atrakcyjnego dla inwestorów, otwartego na odmienność.

W każdej lekcji tekst jest punktem wyjścia i przedmiotem nauczania. Sformułowane wokół niego pytania mają na celu doprowadzenie do dogłębnego i precyzyjnego zrozumienia danej publikacji. Podręcznik wymaga również od studenta tworzenia samodzielnych wypowiedzi inspirowanych przez proponowaną lekturę. Ćwiczenia prowadzą na przykład do podjęcia refleksji nad istotą gatunku literackiego, będącego bazą lekcji, jak również do nabycia umiejętności samodzielnego zredagowania wypowiedzi spełniającej kryteria danego gatunku.

Nabywaniu kompetencji i kształceniu sprawności językowych pomagają wyjaśnienia gramatyczne, stylistyczne i frazeologiczne stanowiące istotną część każdej lekcji. Podręcznik Mędaka jest prawdziwym skarbcem zawierającym informacje z jednej strony porządkujące, z drugiej zaś pogłębiające wiedzę studenta o języku polskim. Są to głównie zagadnienia, z opanowaniem których obcokrajowcy mają najwięcej problemów: odmiana *pluraliów tantum*, odmiana i funkcje składniowe wyrazów *żaden* i *każdy*, użycie rozmaitych konstrukcji składniowych z przymkami, reguły tworzenia i użycia wolacza, rodzaj i odmiana rzadkich rzeczowników, rzeczowniki zapożyczone i nieodmienne, łączliwość składniowa przymiotników, składnia liczebni-

ków, odmiana czasowników nieregularnych, rzadkie pary aspektowe czasowników, gniazda słowotwórcze czasownika, czasowniki z prefiksami, rzeczowniki odczasownikowe itd. Jasno wyłożonej teorii towarzyszą ćwiczenia praktyczne.

Każda lekcja przynosi cenne informacje bibliograficzne o źródłach, które mogą pomóc studentom w dalszych studiach nad wybranym zagadnieniem lub służyć mu w codziennej pracy. Dzięki tym wskazówkom, student ma okazję zapoznać się z szeregiem słowników specjalistycznych.

Do słabszych stron podręcznika zaliczyłabym brak nagrań, które pozwoliłyby na kształcenie zdolności rozumienia ze słuchu. Każda lekcja zawiera wprawdzie wskazówki zachęcające uczącego się do słuchania audycji radiowych, wypowiedzi zarejestrowanych w internecie, korzystania z filmoteki itd., lecz są to jedynie sugestie. W książce nie ma ćwiczeń pozwalających na wyegzekwowanie ich realizacji lub na przetestowanie umiejętności słuchania ze zrozumieniem. Sądzę, że można będzie temu zaradzić w następnym wydaniu.

Moje zastrzeżenia budzi także pomysł umieszczenia ćwiczeń gramatycznych na płycie CD. Rozumiem, że pozwala to na zaoszczędzenie miejsca w obszernym już i tak tomie, a także odpowiada na wyzwania nowoczesności, skoro uczniowie są dziś przyzwyczajeni do pracy z komputerem, osobiście jednak wolałabym, aby ćwiczenia istniały także w papierze, być może w formie osobnego zeszytu.

Na koniec uwaga pod adresem kieleckiego Wydawnictwa Pedagogicznego. Szkoda, że nie zadbało ono o to, aby podręcznik, to znaczy książka do wielokrotnego użytku, otrzymał twardą okładkę i przede wszystkim został zszyty lub sklejonny.