

Maria Głowacka

Stereotypy polsko-niemieckie w językowym obrazie świata oraz w wybranej polskiej prozie emigracyjnej

Ogrody Nauk i Sztuk 2, 148-158

2012

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

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

STEREOTYPY POLSKO-NIEMIECKIE W JĘZYKOWYM OBRAZIE ŚWIATA ORAZ W WYBRANEJ POLSKIEJ PROZIE EMIGRACYJNEJ

„Stereotypy mówią nam niewiele o tych, których dotyczą.
Bardzo wiele natomiast o tych, którzy je wytworzyli”¹.
Andrzej Garlicki

Tematyka związana ze stereotypowym postrzeganiem grup etnicznych i narodowych obecna jest w wielu dyscyplinach naukowych. Zagadnienie to analizowane jest zarówno w pracach socjologów, psychologów społecznych, językoznawców, jak i literaturoznawców. Co więcej, gdy zajmujemy się rozpatrywaniem stereotypów narodowych, dochodzimy do wniosku, że ich analiza wymaga podejścia interdyscyplinarnego. Wzajemne relacje wyżej wymienionych dziedzin pozwalają bowiem na pełniejsze zaprezentowanie tematu. W artykule koncentruję się przede wszystkim na językoznawczym i literaturoznawczym ujęciu stereotypów dotyczących wizerunku Polaka i Niemca. Perspektywa językoznawców kognitywnych, z Jerzym Bartmińskim na czele, jest niezwykle cenna, ponieważ zwraca uwagę na podmiot postrzegający, a więc i zarazem doświadczający rzeczywistości. W tym kontekście obraz świata, na który składają się m.in. stereotypy, ujawnia nie tyle tego, kogo dotyczy, ile zdradza nas samych.

Główny cel tego artykułu stanowi analiza wzajemnych relacji pomiędzy językowym obrazem świata (JOŚ) a światem przedstawionym w prozie Andrzeja Stasiuka i Wojciecha Stamma. Które ze stereotypów zostają wyeliminowane, a które ugruntowane? W jakich sytuacjach zostają one uruchamiane i czemu to służy?

UJĘCIE STEREOTYPÓW WEDŁUG JERZEGO BARTMIŃSKIEGO

Według J. Bartmińskiego wiele definicji ujmuje stereotypy, jako obrazy myślowe upraszczające i fałszujące rzeczywistość. Badacz wskazuje m.in. na ujęcie Waltera Lipmanna, który pojmował je, jako uproszczone „obrazy w naszych głowach”, ekonomizujące nasze zdolności poznawcze². Zwraca także uwagę na psychologiczne stanowisko Adama Schaffa, według którego stereotypy to wartościujące, naładowane emocjami sądy, niezależne od doświadczenia osobistego, odporne na zmiany i sprzeczne z rzeczywistością. Takie podejście to zdaniem J. Bartmińskiego nic innego jak „stereotyp stereotypu”³: „Badania nad stereotypami popadły w stereotypowość: zdradzają objawy pośpiesznego, nie uprawnionego uogólnienia i emocjonalnego wartościowania (...) Bez mała wszystkie przyjmowane powszechnie twierdzenia o stereotypach: że są niezgodne z rzeczywistością, niezależne od doświadczenia, odporne na zmiany, emocjonalne, negatywne w swoim wartościowaniu, mogą być kwestionowane na gruncie empirycznym”⁴. J. Bartmiński przedstawia stereotypy, jako wyobrażenia wchodzące w skład społecznych norm, kodu językowego oraz praktyki językowej. Stereotypy stanowią, według badacza, istotny skład-

1 J. Bartmiński, *Stereotypy mieszkają w języku*, Lublin 2007, s. 260.

2 Tamże, s. 54.

3 Tamże, s. 59.

4 J. Bartmiński, *Nasi sąsiedzi w oczach studentów*, [w:] T. Walas (red.), *Narody i stereotypy*, Kraków 1995, s. 258.

nik językowego obrazu świata. Język jest bowiem ściśle powiązany z myśleniem oraz percepcją świata. Stanowi on odbicie nie tyle samej rzeczywistości, co sposobu, w jaki owa rzeczywistość jest postrzegana. Stereotypizacja jest więc nieodłącznym elementem języka naturalnego, ściśle związanego ze sferą wartości. Język jest zarówno narzędziem wartościowania, jak i źródłem informacji o wartościach oraz nośnikiem owych wartości⁵. Stereotypy, będące częścią językowego obrazu świata, są więc równie wartościujące jak sam język: „Związane z językiem naturalnym, są takie jak nasz język codzienny: przedmiotowo-opisujące i subiektywnie oceniające, akceptujące i krytyczne, uwikłane w doświadczenia historyczne, w dziedziczone z tradycji mitologie grupowe i zarazem poddane intencjonalnym, doraźnym zabiegom mówiących”⁶

Szczególną grupą są stereotypy narodowe i etniczne charakteryzujące się silnym zabarwieniem emocjonalnym. Za J. Bartmińskim stosuje rozróżnienie na auto- i heterostereotypy, tj. na wyobrażenia o sobie oraz o innych. Należy zaznaczyć, że sposób postrzegania członków grup narodowych i etnicznych jest oparty na ogólnokulturowej opozycji swój-obcy oraz pozostaje związany z aktualnymi stosunkami panującymi między poszczególnymi grupami. Heterostereotypy ewoluują i zmieniają się wraz z sytuacją, jaka aktualnie rozgrywa się na scenie politycznej. W okresach pokojowych nie występuje potrzeba uwypuklenia negatywnych elementów stereotypów. Na pierwszy plan wyłaniają się elementy pozytywne, szczególnie w kontaktach dyplomatycznych. Negatywne elementy można szybko wskrzesić, gdy naród poczuje się zagrożony poprzez zmieniające się stosunki polityczne i ekonomiczne⁷. Podobny pogląd wyraża Wojciech Wrzesiński, według którego „każde zawirowanie polityczne, kulturowe, narodowościowe dynamizowało i dynamizuje po dziś dzień stereotypy etniczne. Wzmacnia ich funkcje w życiu publicznym, częściej jednak prowadząc do zaostrzania konfliktów i wywoływania nowych niż ich łagodzenia czy wymazywania”⁸.

NIEMIECKI HETEROSTEREOTYP POLAKA

Stereotypy odgrywają znaczącą rolę w stosunkach polsko-niemieckich, zwłaszcza w sferze politycznej. Świadczą o tym chociażby badania Politbarometer z 2007 r., które ukazały, że Polska wzbudza największą antypatię wśród niemieckich respondentów (23% negatywnych wskazań), podczas gdy Francja cieszy się ich największą sympatią (40% pozytywnych wskazań). Redakcja ZDF nadała publikacji owych wyników wymowny tytuł: *Frankreich top, Polen flop*. Z kolei we wcześniejszej edycji tego badania, w grudniu 2005 r., Niemcy uznali Francję za najpoważniejszego partnera w Unii Europejskiej, aż 67% badanych opowiedziało się za tą opcją, podczas gdy Polska otrzymała jedynie 1% głosów⁹.

Zdzisław Krasnodębski w artykule *Ponowne sąsiedztwo. Refleksje nad obecnymi stosunkami między Niemcami a Polakami* dopatruje się sceptycyzmu w ocenie relacji polsko-niemieckich. Kreśli przy tym niezwykle krytyczny wizerunek Polaka, widziany oczami Niemca. Przyczyn wszelkich antagonizmów badacz doszukuje się w tendencjach historycznych XIX i XX wieku, jak i w tendencjach kulturowych, które wpływają na odmienne postrzeganie rzeczywistości. Istotnym czynnikiem kontrastującym tradycje państwowe jest, zdaniem Z. Krasnodębskiego, różnica

5 Tenże, *Stereotypy mieszkają...*, dz. cyt., s. 25.

6 Tenże, *Nasi sąsiedzi...*, dz. cyt., s. 260.

7 J. Berting, C. Villain- Gandossi, *Rola i znaczenie stereotypów narodowych w stosunkach międzynarodowych: podejście interdyscyplinarne*, [w:] T. Walas (red.), dz. cyt.

8 W. Wrzesiński, *Niemiec w stereotypach polskich XIX i XX wieku*, [w:] T. Walas (red.), dz. cyt., s. 183.

9 M. Tujdowski, *Stereotypy i wzajemne postrzeganie się mieszkańców polsko-niemieckiego pogranicza na przykładzie młodzieży*, [w:] Z. Kurcz, A. Sakson (red.), *Polskie transgraniczne*, Wrocław 2009, s. 104-105.

wyznaniowa i przy tym pełne rezerwy nastawienie Niemców do polskiego katolicyzmu. Ten stan rzeczy odzwierciedla chociażby funkcjonująca już od czasu rozbiorów teza, mówiąca o tym, że to katolicyzm był przyczyną samozawinionego upadku Polski.

Krytyczne nastawienie Niemców wobec Polaków ujawnia ankieta „Der Spiegel” z 1994 r., w której zadano pytanie o to, jakiej grupy przedstawiciele byliby najmniej mile widzianymi towarzyszami podróży w przedziale kolejowym. Polacy zostali wymienieni na drugim miejscu, zaraz za Turkami. Pewnym niebezpieczeństwem zdaniem autora jest to, że negatywne wyobrażenia Polaków są dodatkowo utrwalane i przekazywane przez starsze pokolenia, jak i środki masowego przekazu¹⁰. Z kolei A. Lampp wyraża obawę, że w przypadku młodego pokolenia Niemców mamy do czynienia nie tyle ze stereotypami, ile z ogólnym brakiem zainteresowania: „(...) większość Niemców nie ma żadnego określonego obrazu Polski. Dla nich jest to miejsce bliżej nieokreślone na mapie, gdzieś między Berlinem a Rosją. Według nich Polacy nie są ani pracowici, ani leniwi, ani godni zaufania. Dla nich Polacy właściwie nie istnieją – w sensie politycznym, ekonomicznym czy kulturowym”¹¹.

POLSKI HETEROSTEROTYP NIEMCA

Polski heterostereotyp Niemca również pozostaje nasycony wzajemnymi antagonizmami. Zdaniem W. Wrzesińskiego relacje polsko-niemieckie najpełniej obrazuje polskie porzekadło, popularne już w czasach Rzeczypospolitej szlacheckiej: „Jak świat światem, nigdy Niemiec nie był Polakowi bratem”. Niemiec jest traktowany przez Polaków jako prototyp obcego – świadczy o tym chociażby etymologiczne znaczenie nazwy „Niemiec”, określające kogoś niemego, kogoś z kim nie można się porozumieć. W. Wrzesiński, podobnie jak Z. Krasnodębski, uważa, że negatywny wizerunek Niemca ma podłoże historyczne. Duże znaczenie dla utrwalenia wśród Polaków negatywnego obrazu miały doświadczenia drugiej wojny światowej, które upowszechniały kojarzenie narodu niemieckiego z hitlerowcami¹². Stereotyp Niemca jako wroga został w ciągu ostatnich lat poważnie zachwiany, ale nie do końca zniszczony, m.in. przez zaistniałe wydarzenia polityczne w postaci tzw. „wojny kartoflanej”, czyli afery, jaka rozegrała się w 2006 r. po tym, jak niemiecki, lewicowy dziennik „Die Tageszeitung” porównał Prezydenta Lecha Kaczyńskiego do ziemniaka. Zdarzenie to unaoeczniło wówczas łatwość, z jaką można wskrzesić obumierające stereotypy narodowościowe.

J. Bartmiński w artykule *Zmiany obrazu świata Polaków we współczesnym dyskursie publicznym* zauważa, że transformacja ustrojowa, która rozpoczęła się w 1989 r. tuż po upadku komunizmu, wpłynęła na ukształtowanie językowego postrzegania rzeczywistości. Najbardziej spektakularną częścią zmian polskiego językowego obrazu świata są według J. Bartmińskiego zmiany heterostereotypów narodowych. Wyraźnym transformacjom ulegają stereotypy najbliższych wschodnich i zachodnich sąsiadów. Językoznawca zauważa, że stereotyp Niemca wyraźnie ewoluuje w kierunku pozytywnym, podczas gdy Rosjanina w negatywnym. Zaznacza także, że jest to związane z przewartościowaniem opozycji Wschód – Zachód, socjalizm – kapitalizm. Dodatkowo badacz widzi zależność między jakością stereotypu, a aspiracjami i wartościami społecznymi, które go wytwarzają. Dlatego też, Niemiec postrzegany jest przez pokolenie młodych, wykształconych Po-

10 Z. Krasnodębski, *Ponowne sąsiedztwo. Refleksje nad obecnymi stosunkami między Niemcami a Polakami*, [w:] L. Kolarzka-Bobińska (red.), *Obraz Polski i Polaków w Europie*, Warszawa 2003, s. 29-35.

11 A. Lempp, *Stereotypowy Polak- stereotypowe Niemca postrzeganie*, [w:] T. Walas (red.), dz. cyt., s. 190-194.

12 W. Wrzesiński, dz. cyt., s. 184-188.

laków, jako człowiek pracowity i kulturalny. Z badań przeprowadzonych w środowisku studenckim w 1993 r. wynika, że Niemcowi przypisywano takie cechy, jak: pracowity, przedsiębiorczy, nacjonalista, oszczędny, dumny, zamożny, czysty, patriota, wykształcony¹³.

Pogląd J. Bartmińskiego podziela także Albrecht Lempp, który uważa, że stereotypy zmieniają się wraz z pokoleniami. W ten sposób korekcji ulega zarówno obraz Polaka widziany oczami Niemca, jak i obraz Niemca widziany oczami Polaka¹⁴.

Ewolucję heterostereotypu Niemca w kierunku pozytywnym potwierdzają także badania prowadzone po 2000 r. Marcin Tujdowski w artykule *Stereotypy wzajemne postrzeganie się mieszkańców polsko-niemieckiego pogranicza na przykładzie młodzieży* prezentuje wyniki badań ankietowych, przeprowadzonych w 2007 r. wśród licealistów w Słubicach. Pierwszy etap badania opierał się na skompletowaniu listy cech i skojarzeń, jakie wywołują wśród respondentów Polacy i Niemcy. Licealiści przypisywali więc zachodnim sąsiadom takie cechy jak czystość, schludność i solidność. Odmawiali im za to walorów moralnych, wskazując na brak emocji wśród Niemców. Druga część badań opierała się na udzieleniu odpowiedzi „tak” lub „nie” na zadane pytania. Pierwsze z nich dotyczyło tego, czy respondenci w ciągu trzech miesięcy poprzedzających badanie odwiedzili Niemcy. 89% badanych potwierdziło, że przynajmniej raz było po niemieckiej stronie. Drugie pytanie brzmiało: „Czy masz kolegów, względnie przyjaciół Niemców?”. Rozkład odpowiedzi wyglądał następująco: „tak” – 46%, „nie” – 54 %. Na trzecie pytanie o treści – „Jak sądzisz czy współpraca Słubic i Frankfurtu jest potrzebna?” – 90 % badanych opowiedziało się za „tak”, a tylko 10 % za „nie”. W dalszej kolejności poproszono o umotywowanie swojej odpowiedzi. Uczniowie krytyczni wobec integracji słubicko-frankfurckiej motywowali swoje stanowisko odmiennością kulturową, brakiem sympatii obydwu społeczeństw względem siebie. Natomiast zwolennicy wzajemnej współpracy miast, kierowali się głównie względami finansowymi, za którymi kryła się chęć poprawy infrastruktury Słubic (dobre drogi, równe chodniki, odnowione budynki, itp.). Do najmniej licznej grupy należeli respondenci, dla których współpraca stanowiła wartość samą w sobie¹⁵.

Powyzsze badania potwierdzają wcześniejsze wyniki analiz J. Bartmińskiego o ewolucji polskiego heterostereotypu Niemca w kierunku pozytywnym. Warto w tym momencie zwrócić uwagę, że można mówić jedynie o ewolucji, a nie o całkowitej zmianie stereotypów – Niemcom nadal przypisywane są takie cechy jak sztywność, nieumiejętność okazywania emocji czy brak altruizmu. Mimo tego dla młodych, szukających swego miejsca w świecie ludzi, zachodni sąsiedzi stanowią przede wszystkim uosobienie gospodarności i bogactwa.

Nieco odmienny obraz został nakreślony w badaniach Katarzyny Mazur, dotyczących funkcjonowania stereotypów polsko-niemieckich wśród młodzieży gimnazjalnej na Śląsku Opolskim. Uczniowie zdecydowanie częściej niż Polakom przypisywali Niemcom negatywne cechy, wśród których m.in. znalazły się: gruboskórność, chciwość, pyszałkowatość. Warto nadmienić, że obraz zachodniego sąsiada pozostawał zdeterminowany tożsamością respondentów. Osoby definiujące siebie, jako „zdecydowani Polacy” oraz ci, którzy określali siebie jako „Ślązacy” posiadali równie negatywne wyobrażenie o Niemcach. Tylko uczniowie opisujący siebie, jako „zdecydowani Ślązacy”, twierdzili, że Polacy i Niemcy nie różnią się drastycznie od siebie¹⁶.

13 Tamże, s. 214.

14 A. Lempp, dz. cyt., s. 190-194.

15 M. Tujdowski, dz. cyt., s. 92-102.

16 K. Mazur, *Tożsamość narodowa a stereotypy Polaka i Niemca wśród młodzieży wiejskiej na Śląsku Opolskim*, [w:] A. Kobylarek, A. Gil, A. Kozak (red.), *Ogrody nauk i sztuk. Debiuty 2010*, Wrocław 2011, s. 246-249.

Uważam, że ten negatywny obraz Niemców, jaki wylania się z badań K. Mazur, można tłumaczyć m.in. wiekiem respondentów. Analizy J. Bartmińskiego i M. Tujdowskiego dowiodły, że licealiści i studenci dysponują wizerunkiem Niemca ewoluującym zdecydowanie w stronę pozytywną. Być może ma to związek z tym, że, w przeciwieństwie do gimnazjalistów, mają oni możliwość udziału w wymianach międzynarodowych.

POLSKI AUTOSTEREOTYP

Wraz z transformacją ustrojową, poza sposobem widzenia innych, zmianie uległ także sposób widzenia siebie. J. Bartmiński podkreśla, że dominującą tendencją w kształtowaniu polskiego autostereotypu jest wzrost samokrytycyzmu wśród Polaków. Badania Instytutu Spraw Publicznych z roku 2001 pokazują, że Polacy są bardziej krytyczni wobec siebie niż Francuzi czy Niemcy. Zarzucają sobie brak zdyscyplinowania, nadużywanie alkoholu i nieuczciwość. Młodzieżowy autostereotyp Polaka wykazuje więcej cech negatywnych niż heterostereotyp Polaka wśród studentów niemieckich¹⁷.

Kolejnym potwierdzeniem negatywnego autostereotypu są, zebrane przez J. Bartmińskiego, wypowiedzi studentów z Wydziałów Humanistycznego, Chemicznego i Przyrodniczego Uniwersytetu Marii Skłodowskiej-Curie w Lublinie. Uczniowie ci, uzupełniając formułę „Polak jak to Polak:...”, wśród pozytywnych cech wymienili: patriotyzm, zaradność oraz inteligencję. W przewadze eksponowali wady, takie jak: pijaństwo, skłonność do narzekania, kłótniwość, powierzchowną religijność, lenistwo¹⁸. Ten obraz potwierdzają przysłowia oraz frazeologizmy: „Pijany jak Polak”, „Co Polak to rycerz”, „Polski Sejm”, „Polak głodny to zły, jak zje, to by poleżał”.

Z badań socjologicznych, przeprowadzonych w 1969 r. przez Antonię Kłoskowską wynika także, że Polacy przypisują sobie trzy cechy kanoniczne: patriotyzm, gościnność i odwagę. Z kolei w badaniach z lat 1993-1994 wylania się obraz bardziej złożony, obejmujący także cechy psychiczne, intelektualne oraz ideowe, takie jak: dumny, odważny, wykształcony, inteligentny, towarzyski. Cechy te według J. Bartmińskiego składają się na „syndrom kulturalnego Europejczyka”¹⁹. Innymi słowy, my, jako Polacy, znajdując się na „peryferiach Europy”, dążymy do tego, by zaistnieć w jej centrum.

Rekonstrukcja autoportretu Polaka na podstawie frazeologizmów oraz przysłów daje obraz rycersko-szlacheckiego katolika, aspirującego do wyższej kultury zachodniej, jednakże odstającego od niej swoimi sarmackimi wadami. Antonii Kępiński wyróżnił dwa typy osobowości funkcjonujących w polskim społeczeństwie: typ histeryczny, wywodzący się z kultury szlacheckiej, oraz typ psychasteniczny, wynikający z kultury chłopskiej: „Polski typ histeryczny (...) to typ w zasadzie szlachecki – polskie zastaw się, a postaw się – polonez Somosierra, szarża ułanów, polskie sejmikowanie, polskie *liberum veto* i tzw. *Polnische Wirtschaft*, przedziwna mieszanina cnót i wad. Polski psychastyczny – to jakby typ polskiego kmiecia, cichy, spokojny, pracowity, nikomu niewadzący”²⁰.

Wspomniane już w tekście analizy M. Tujdowskiego potwierdzają wyniki wcześniejszych badań o wzroście autokrytycyzmu wśród Polaków. Uczniowie liceum w Słubicach postrzegają Polaka, jako kombinatora, złodzieja, przy jednoczesnym wskazaniu na porządek i regulaminość zachodnich sąsiadów. Polacy jawią się im także, jako biedni, ale za to honorowi i patriotyczni²¹. Przeciwnieństwo tych badań stanowią te, przeprowadzone wśród gimnazjalistów w Turowie

17 J. Bartmiński, *Językowe podstawy obrazu świata*, Lublin 2006, s. 211.

18 Tamże, s. 210-211.

19 Tamże, s. 209-210.

20 Tamże, s. 213.

21 M. Tujdowski, dz. cyt., s. 97.

przez K. Mazur. Młodzi respondenci chętniej przypisują sobie cechy pozytywne. Wyjątek stanowią osoby określające siebie, jako „zdecydowani Ślązacy”, ci bowiem, uważają Polaków za mniej eleganckich, mniej aktywnych i bardziej roztrągnionych od Niemców²².

HETEROSTEREOTYP NIEMCA I AUTOSTEREOTYP POLAKA W *DOJCZLAND* I W *CZARNEJ MATCE*

Negatywny heterostereotyp Niemców najpełniej uwidacznia się w polskiej literaturze emigracyjnej. Uważam, że jest to uwarunkowane dwoma aspektami. Po pierwsze, poczucie alienacji sprzyja uruchomieniu figury obcego – im większe owo poczucie, tym bardziej karykaturalny staje się obraz „innego”. Po drugie, posługiwanie się figurą obcego służy określaniu i ugruntowaniu własnej tożsamości. Innymi słowy, obcy staje się niezwykle potrzebny do wytyczenia, zdefiniowania granic „ja”.

Zarówno w książce A. Stasiuka pt. *Dojczland*, jak i w *Czarnej Matce* autorstwa W. Stamma mamy do czynienia z postacią podróżnika zmuszonego przez okoliczności życiowe do podjęcia emigracji w Niemczech. Elementem łączącym obydwie postacie jest przynależność do pokolenia urodzonego w latach sześćdziesiątych – generacji rozerwanej pomiędzy socjalizmem, a rodzącym się kapitalizmem. Fakt ten ma istotny wpływ na ich postrzeganie rzeczywistości i na stosunek wobec zachodnich sąsiadów.

A. Stasiuk kreśli niezwykle krytyczny obraz Niemiec widziany z perspektywy pisarza zmuszonego do podjęcia emigracji w celu zarobkowym. Już sam spolszczony tytuł utworu – *Dojczland* – wskazuje na negację kultury niemieckiej, dystans i ironię wobec niej, przy jednoczesnej afirmacji polskości. Pisarz nie ma stałego miejsca pobytu. W pogoni za pieniędzmi udaje się do miejsc, w których bierze udział w płatnych wieczorach artystycznych promujących jego książki. Jednocześnie A. Stasiuk przedstawia siebie, jako artystę, którego nieodłączną towarzyszką podróży jest wódka. Alkoholem tłumy w nim poczucie obcości i osamotnienia. Pisarz kreując wizerunek nadużywającego alkoholu artysty, ugruntowuje autostereotyp wiecznie pijanego Polaka: „Byłem pijany w wielu niemieckich miastach i w niemieckich wsiach. Byłem pijany w Berlinie, Hamburgu, w Monachium, we Frankfurcie, w Düsseldorfie, w Heidelbergu, w Koblenji, w Moguncji, w Bremie oraz Wilhelmshaven. (...) Nie da się na trzeźwo pojechać z Polski do Niemiec. Nie oszukujemy się. To jednak trauma. W równym stopniu dotyka specjalistów od uprawy szparagów i pisarzy. Nie da się do Niemiec pojechać na luzie. Jak powiedzmy do Monako, Portugalii albo na Węgry. Jazda do Niemiec to psychoanaliza”²³.

Każdorazowy wyjazd do Niemiec odnawia w nim traumę drugiej wojny światowej i holokaustu. Niemcy stanowią dla niego figurę obcego, co potęguje w nim poczucie samotności. Natomiast im bardziej czuje się odosobniony i zrezygnowany, tym bardziej karykaturalny i wrogi staje się obraz Niemców widziany jego oczami. Opowieść A. Stasiuka pełna jest zahamowań i uprzedzeń, do czego sam autor otwarcie przyznaje się czytelnikowi: „No ale jak powiedziałem, ta opowieść jest pełna uprzedzeń i nie zamierzam tego wcale ukrywać”²⁴. Swoją wrogi stosunek wobec zachodnich sąsiadów pisarz zawdzięcza obrazom zamieszczonym w powojennych filmach, polskiej i sowieckiej produkcji. Mając przed oczyma krajobraz zbombardowanych miast, zabitych ludzi i „czarnych dymów krematoriów”, dokonuje odczłowieczenia Niemców. Przypisuje im całkowity brak emocji i uczuć, bezwzględność oraz wrogość: „Próbuję sobie wyobrazić płaczącego Niemca i zaczynam chichotać. Nawet płaczącej Niemki nie potrafię sobie wyobrazić. Co najwyżej jakąś

22 K. Mazur, dz. cyt., s. 249.

23 A. Stasiuk, *Dojczland*, Wołowiec 2007, s. 26 - 27.

24 Tamże s. 45.

emigrantkę z niemieckim paszportem. Tak, świat wyglądałby lepiej gdyby człowiek mógł sobie wyobrazić płaczącego Niemca. Niestety. Zostają niemieckie dzieci, niemieckie niemowlęta²⁵.

A. Stasiuk często zongluje stereotypami. Przypisuje Niemcom sztywność, nieumiejętność cieszenia się życiem i zamiłowanie do drogich, ekskluzywnych samochodów, skutkujące pogardą wobec użytkowników aut innych niż BMW, Mercedes czy Porsche. Niemcy, za sprawą opowieści kolegów gastarbeiterów, jawią się mu, jako bezduszni służbiści: „Nie słyszałem, by przyjaźnili się z Niemcami. Niemcy nie nadawali się do przyjaźni. Brali niemieckie zasiłki, ale w ich opowieściach nie pojawiali się Niemcy jako ludzie. Co najwyżej jako pracodawcy, policjanci lub urzędnicy²⁶”. Podczas pobytu zagranicą, artysta jest skazany na samotność, gdyż trudno mu wyjść poza przyjęte schematy. Choć pisarz nie kryje swojej antyniemieckości, to pojawiają się próby zwalczania wizerunku Niemca, widzianego przez pryzmat hitleryzmu. Starania te polegają na uświadomieniu sobie przez autora funkcjonowania mechanizmów, uruchamiających stereotypy. Do czynników wskrzeszających negatywny wizerunek Niemców, poza opowieściami kolegów gastarbeiterów, należą także filmowe obrazy drugiej wojny światowej: „Musiałem dorosnąć żeby wyjść z tego cała. Musiałem nabrać dystansu do sowieckiego i polskiego kina wojennego. (...) Byłem jednak dzielny i udało się. Gdy widzę Niemca w podeszłym wieku, to widzę po prostu starego człowieka, a nie członka tej czy innej formacji wojskowej. Teraz pomagam im wkładać walizki na wysokie półki w szybkich pociągach. Przytrzymuję drzwi, gdy widzę, że drepczą, żeby zdążyć. Uśmiecham się w windach. Od jakiegoś czasu przestało mnie zajmować, czy byli w Wehrmachcie, czy w SS, czy może w Luftwaffe²⁷”.

Dojczland jest opowieścią o poszukiwaniu własnej tożsamości w podróży. A. Stasiuk żyje w ciągłym rozdarciu między Wschodem a Zachodem, między Rosją a Niemcami. Rozdarcie to ugruntowuje jego tożsamość, budowaną na zasadzie kontrastu. W obliczu wschodniego sąsiada pisarz solidaryzuje się z Niemcami. Natomiast podczas pobytu za zachodnią granicą dochodzi do ugruntowywania jego słowiańskości i polskości. Kontrast między Germanami a Słowianami jest mu zatem potrzebny do ustalenia i utrwalenia własnej tożsamości: „Jestem zdrajcą. Moja słowiańskość kończy się pewnie gdzieś w Homlu, a może i wcześniej. Może zamiera zaraz za wschodnią granicą? Tak jak odżywa za zachodnią. (...) Niemcy i Rosja to coś jak tlen i azot, wódka i popitka, jak geopolityczny Flip i Flap. Kim byśmy byli, gdybyśmy mieli tylko jednego sąsiada, a z drugiej strony na przykład morze albo Wielkie Księstwo Luksemburg? Bylibyśmy nikim. Co najwyżej jeszcze jedną postmodernistyczną republiką, której głównym problemem jest wynajdowanie sposobów spędzania wolnego czasu, przeszczerpy narządów oraz nieśmiertelność. Tymczasem z takimi sąsiadami dłużej zachowaliśmy człowieczeństwo w starym dobrym stylu²⁸”.

A. Stasiuk kreuje wizerunek Niemców oparty na przestarzałych stereotypach. Obserwuje i krytykuje rzeczywistość, ale nie stara się jej zrozumieć. Występuje więc w roli obserwatora nieidentyfikującego się ze środowiskiem, w którym aktualnie przebywa. Nie zadaje sobie on nawet trudu, by poznać ludzi, wśród których przebywa: „W końcu tak naprawdę jedyni Niemcy, których znam, to moi czytelnicy. Znam jeszcze paru innych, ale to nie są Niemcy, tylko znajomi albo przyjaciele. Poza czytelnikami, nie poznałem żadnych²⁹”. Podobny, pełen uprzedzeń obraz tworzy W. Stamm w książce pt. *Czarna Matka*.

25 Tamże, s. 38.

26 Tamże, s. 29.

27 Tamże, s. 30.

28 Tamże, s. 76-77.

29 Tamże, s. 88.

Główny bohater i jednocześnie narrator powieści – Włodzimierz Wolek – zostaje zmuszony do podjęcia emigracji przez teścia, który pragnie zobowiązać go do wzięcia odpowiedzialności za żonę i trojaczki, które niebawem mają się narodzić. Jednym z kluczy do odczytania tej powieści jest niewątpliwie powiązanie W. Stamma ze Związkiem Polskich Nieudaczników. Autor dokonuje bowiem przeniesienia syndromu nieudacznika zarówno na wykreowanego przez siebie bohatera, jak i na pokolenie Polaków urodzonych przed rokiem sześćdziesiątym, którzy po upadku systemu socjalistycznego nie potrafią odnaleźć się w nowej, kapitalistycznej rzeczywistości, dążącej za wszelką cenę do sukcesu. Wolek jest hipochondrykiem i nałogowym onanistą. Często widzimy go w chwilach lęku, słabości i nieustannej ucieczki od problemów. Na przykład, w obawie o własne życie, rezygnuje z udziału w „wielkiej sprawie narodowej”, uciekając z miejsca wydarzeń gdańskich. Jego proces dojrzewania nigdy nie dobiegnie końca. Pozostanie on wiecznie niedojrzałym chłopcem. Antyheroiczna narracja obnaża narodowe mity, ośmiesza i przedrżęnia polskie wartości, takie jak: patriotyzm czy religijny fanatyzm.

Uosobieniem owego fanatyzmu jest matka Wolka – przedstawicielka pokolenia moherowych beretów – budząca w nim ambiwalentne uczucia. Szacunek i miłość na przemian mieszają się z poczuciem wstydu i zażenowania: „Kraj oddany w niewolę Niepokalanego Serca Maryi stawiał czoło księżu ciemności, ale szatan nie spał, czał się w złych zamiarach chorych na umyśle dzieci, z których spuściła troskliwie anielskie oko matka, ta matka, która w nocy kisiła ogórki, i choć głowa kiwała się jej ze zmęczenia, odmówiła dziesiątkę różańca, ta, która w cichości serca znosiła zniewagi u rzeźnika, która z pokorą przyjmowała źle zrobioną trwałą, przykrywając ją moherowym beretem”³⁰. Postać matki jest niezwykle ważna, ponieważ niemożność Wolka uwolnienia się spod jej wpływu, oddziałuje na antyheroiczną narrację mężczyzny, pragnącego pozostać wiecznym dzieckiem: „Matki pipa to tabu. Tabu – pochodzę z tabu, tabu wydało mnie na świat, wrócić do tabu. (...) wrócić do pipy, przykleić się pępownią i nigdy jej nie opuszczać”³¹.

Ironiczny stosunek wobec polskości zostaje spotęgowany poprzez wulgarny opis sfery fizjologicznej, która zostaje skonstruowana ze sferą narodowych wartości. Przykład stanowi chociażby scena, w której nastoletni bohater masturbuje się, leżąc na babcynym łóżku i przypatrując się obrazkowi Matki Boskiej ze Świątlic. Podczas gdy w opowiadaniu A. Stasiuka mamy do czynienia z afirmacją polskości, to u W. Stamma pojawia się jej ośmieszenie.

Wolek konstruuje wizerunek Niemca, odwołując się do obrazu Holokaustu przedstawionego w powojennych, polskich filmach. Bohater starając się o pobyt na terenie Bundesrepublik, zostaje zmuszony do przebywania w tymczasowym obozie dla emigrantów, który jednoznacznie kojarzy mu się z niemieckimi obozami koncentracyjnymi: „Jutro jedziesz do obozu – zdecydowałem, bał się że będę mieszkał w kontenerze albo, co gorsza, że zakwaterują mnie u niego. Obóz... Wsadzą mnie teraz do obozu, ogolą głowę, dadzą pasiak, zmaltretują i zagazują, tak zawsze wyobrażałem sobie swój koniec w Niemczech. Aż dreszcz przebiegł mi po plecach”³².

Niemcy postrzegani przez pryzmat zbrodni hitlerowskich, jawią mu się, jako agresywni opresorzy, co buduje w nim poczucie obcości i wrogości wobec nich. Przykładem tego jest chociażby scena rozgrywająca się w gabinecie medycznym, kiedy to badającą go lekarkę nazywa w myślach „Alienem w mundurze gestapo” czy też „panią doktor Alien”. Natomiast siebie podczas pobytu w Bundes Republice postrzega, jako bezbronną ofiarę, znajdującą się na terytorium wroga: „(...) byłem w jakiejś krainie, w czarno-białym filmie z czasów wojny; wszystko miało

30 W. Stamm, *Czarna Matka*, Warszawa 2008, s. 46

31 Tamże.

32 Tamże, s. 210.

znaczenie, stół, niemiecki. Tak, byłem w obozie Krzyżaków, byłem Jagienką... Jankiem z »Czterech pancernych wśród Japończyków«, Jankiem Klossem wśród łowców głów”³³.

Czynnikiem wzmagającym w bohaterze wrażenie obcości jest niezrozumienie języka. Słowa wypowiedane przez Niemców brzmią dla niego obco i wrogo. Ponieważ jednak stara się o stały pobyt, zostaje zmuszony do załatwienia spraw formalnych w niemieckim urzędzie, a co za tym idzie do nauki języka. Wolek czuje wewnętrzne rozdarcie z powodu zdeklarowania się do przyjęcia niemieckiego obywatelstwa. Wielokrotnie wspomina o zdradzie wobec własnego narodu, czy nawet o zaprzedeniu duszy Niemcom. Zapytany przez urzędnika o to, czy jest Niemcem, odpowiada czystą niemieczyzną: „Wie pan, że gdybym nie był Niemcem, nie siedziałbym teraz przed panem”³⁴. Lecz w duchu dodaje: „Wcale, że, bo nie, wcale, że, bo nie, wcale, że, bo nie, wcale, że, bo nie, wcale, że, bo nie...”³⁵. Wolek jest rozdarty między swoją słowiańskością, która kryje się w jego rosyjskim imieniu Włodzimierz, oraz germańskością wyrażoną poprzez nazwisko: „Włodzimierz zwalczał, próbował wyjść przed Wolka”³⁶.

W. Stamm, podobnie jak A. Stasiuk, buduje wyobrażenia Niemców oparte na doświadczeniach wojny światowej i hitleryzmu. Postrzega ich także, jako producentów i posiadaczy drogich samochodów, bezwzględnych urzędników oraz przesadnie dbających o czystość pedantów. Wolek niemalże doznaje szoku, gdy w niemieckim urzędzie dostrzega latające muchy: „W niemieckim urzędzie muchy? – mówię, oni patrzają na mnie jak na wariata, jak na błąd genetyczny, na kogoś, kto powinien być jak najprędzej usunięty, muchy zdążyły zbombardować Warszawę. Kiedy ja właśnie zdradzam mój kraj, zdradzam swój naród”³⁷.

Narrator ugruntowuje stereotyp Niemca, jako pedanta, przesadnie przywiązanego do rutyny. Przywołuje w pamięci zwyczaj cotygodniowego sprzątanía klatki schodowej. Wspomina, że ten, kto nie wykonywał tego rytuału, musiał liczyć się z konfliktem z lokalną społecznością. Pewnego dnia Wolek wraz z Magdą (żoną i matką jego dzieci) pomylili się i sprzątnęli klatkę w dniu dyżuru sąsiadki, co ku ich zdziwieniu spotkało się z jej oburzeniem: „(...) w Polsce wszyscy by się ucieszyli, tu nie, była to potwarz, pani sobie zorganizowała, zaplanowała, wymyśla kij od miotyły i wyczesła włosy, kupiła wszystkie płyny. Wypiła piątą filiżankę kawy, a tu jacyś Polacy jej sprzątają klatkę, zamiast uszanować jej trud, nie, jej przyjemność, sprzątają klatkę w jej dzień”³⁸.

Choć w *Czarnej Matce* dominują stereotypy o negatywnym zabarwieniu emocjonalnym, to jednak warto zwrócić uwagę, że obok nich funkcjonują także elementy pozytywne. W. Stamm odwołuje się do wizerunku zachodniego sąsiada, jako człowieka zorganizowanego, czystego, dbającego o porządek. Wolek robi wszystko, co w jego mocy, by zdobyć wzięcie tuż przed narodzinami trojaczków, gdyż uważa standardy niemieckich szpitali położniczych za zdecydowanie lepsze od polskich warunków. Zachwianiu ulega także negatywny obraz niemieckiego urzędnika. Dzieje się to za sprawą postaci Ekharda, który wydaje się Wolkowi gościnnym, otwartym i sympatycznym człowiekiem. Włodek zastanawia się nad tym, jak ktoś tak otwarty, może być jednocześnie nudnym i kategorycznym urzędnikiem państwowym, i dochodzi do wniosku: „tylko Niemcy chyba tak potrafią”³⁹. Zaznacza w ten sposób przywiązanie Niemców do silnego rozgraniczenia sfery prywatnej od zawodowej. Ta perspektywa nieco różni W. Stamma od A.

33 Tamże, s. 215.

34 Tamże.

35 Tamże.

36 Tamże, s. 230.

37 Tamże, s. 233.

38 Tamże, s. 248-249.

39 Tamże, s. 246.

Stasiuka. Powyższa uwaga Wolka wskazuje bowiem na to, że przestaje on być wyłącznie biernym obserwatorem – próbuje zrozumieć mentalność ludzi, wśród których przebywa.

PODSUMOWANIE

Zarówno w *Czarnej matce* W. Stamma, jak i w *Dojczland* A. Stasiuka przedstawiono niezwykle stereotypowy sposób postrzegania Niemców. Wizerunek zachodnich sąsiadów został zbudowany na podstawie doświadczeń drugiej wojny światowej: hitleryzmu oraz Holocaustu. W obydwu przypadkach mamy do czynienia z typem emigranta, który nie integruje się z nową kulturą, pozostaje wobec niej obcy, tęskni za ojczyzną. Niezasymilowanie się z otoczeniem wywołuje reaktywację negatywnych stereotypów. Rozbieżność między wizerunkiem Niemca w JOŚ a obrazem przedstawionym w literaturze, jest spowodowana przynależnością obydwu autorów do pokolenia ludzi urodzonych w latach sześćdziesiątych i wyjeżdżających za zachodnią granicę podczas trwania systemu socjalistycznego. Panujące wówczas warunki polityczne ugruntowywały negatywny obraz Niemca: pamięć o wojnie, polityka państwowa nastawiona na budowanie antagonizmu wobec Niemiec i całego bloku zachodniego. Wszystko to powoduje, iż wzajemna zależność czasu historycznego, w jakim powstaje stereotyp, sytuacji społeczno-politycznej oraz wpływy kultury oddziałują na wyobrażenia całego pokolenia o roli Niemców.

Ewolucja stereotypu Niemca w JOŚ, w kierunku pozytywnym, wiąże się z aspiracjami cywilizacyjnymi młodego pokolenia Polaków. Niemiec stanowi dla nich uosobienie europejskości. Świadczy o tym wysunięcie na pierwszy plan aspektów związanych z pracą i sprawnie funkcjonującą gospodarką, a więc elementami szczególnie pożądanymi w nowej, polskiej rzeczywistości społecznej. Stereotyp Niemca, jako hitlerowca i zbrodniarza wojennego, zostaje stopniowo zastąpiony, ale nie całkowicie wyeliminowany, przez wizerunek zachodniego sąsiada, jako pracowitego i bogatego Europejczyka. Jak wspomniałam wcześniej, można mówić o ewolucji heterostereotypu Niemca w kierunku pozytywnym, a nie o całkowitej jego zmianie. Badania K. Mazur i M. Tujdowskiego ukazały, że młodzi respondenci przypisują Niemcom brak altruizmu, nieumiejętność wyrażania emocji, sztywność. Uważam, że cechy te stanowią pozostałość obrazu Niemca jako oprawcy. Wyżej wymienione badania ukazały, że na kształt stereotypów wpływa doświadczenie. Obraz zachodnich sąsiadów pozostawał bowiem uzależniony od tożsamości respondentów, ich wieku i związanych z nim życiowych aspiracji. Paradoksalnie, wizerunek ten nie był związany z bliskością miejsca zamieszkania od zachodniej granicy.

Mimo zmiany stereotypów w kierunku pozytywnym, należy także pamiętać o łatwości, z jaką można wskrzesić elementy negatywne tego obrazu. Do jego reaktywacji mogą m.in. prowadzić: niezasymilowanie się z kulturą, w której się przebywa, wszelkie nieporozumienia na scenie politycznej, czy też posłużenie się figurą obcego w celu ugruntowania własnej tożsamości.

BIBLIOGRAFIA

- Bartmiński J., *Językowe podstawy obrazu świata*, Lublin 2006
Bartmiński J., *Stereotypy mieszkają w języku*, Lublin 2007
Berting J., Villain- Gandossi C., *Rola i znaczenie stereotypów narodowych w stosunkach międzynarodowych: podejście interdyscyplinarne*, [w:] Walas T. (red.), *Narody i stereotypy*, Kraków 1995
Boksański Z., *Stereotypy a kultura*, Wrocław 1997.
Krasnodebski Z., *Ponowne sąsiedztwo. Refleksje nad obecnymi stosunkami między Niemcami a Polakami*, [w:] Kolarska- Bobińska L. (red.), *Obraz Polski i Polaków w Europie*, Warszawa 2003.
Lempp A., *Stereotypowy Polak - stereotypowe Niemca postrzeganie*, [w:] Walas T. (red.), *Narody i stereotypy*, Kraków 1995.
Mazur K., *Tożsamość narodowa a stereotypy Polaka i Niemca wśród młodzieży wiejskiej na Śląsku Opolskim*, [w:] Kobylarek A.,

- Gil A., Kozak A. (red.), *Ogrody nauk i sztuk. Debiuty 2010*, Wrocław 2011.
Stamm W., *Czarna Matka*, Warszawa 2008.
Stasiuk A., *Dojczland*, Wołowiec 2007.
Tujdowski M., *Stereotypy i wzajemne postrzeganie się mieszkańców polsko-niemieckiego pogranicza na przykładzie młodzieży*, [w:] Kurcz Z., Sakson A. (red.), *Polskie transgranicza*, Wrocław 2009.
Wrzesiński W., *Niemiec w stereotypach polskich XIX i XX wieku*, [w:] Walas T. (red.), *Narody i stereotypy*, Kraków 1995.

STRESZCZENIE

Artykuł przedstawia językoznawcze i literaturoznawcze ujęcie stereotypowych wizerunków Polaka i Niemca. Jego głównym celem jest analiza wzajemnych relacji pomiędzy językowym obrazem świata a światem przedstawionym w prozie Andrzeja Stasiuka i Wojciecha Stamma. Pierwsza część artykułu ukazuje ewolucję heterostereotypu Niemca i autostereotypu Polaka w językowym obrazie świata. Natomiast druga część zawiera analizę powieści *Dojczland* oraz *Czarna Matka*. Obydwa utwory łączą ugruntowywanie negatywnego heterostereotypu Niemca. O ile w językowym obrazie świata wizerunek zachodnich sąsiadów ewoluuje w kierunku pozytywnym, o tyle w polskiej prozie emigracyjnej jest on budowany na podstawie doświadczeń drugiej wojny światowej: hitleryzmu i Holocaustu. Artykuł stanowi więc próbę odpowiedzi na pytania o to, które ze stereotypów zostają wyeliminowane, a które ugruntowane. W jakich sytuacjach zostają one uruchamiane i czemu to służy? Z czego wynika rozbieżność pomiędzy wizerunkiem Niemca w językowym obrazie świata a tym przedstawionym w literaturze?

Słowa kluczowe: stereotypy narodowościowe, stereotypy etniczne, językowy obraz świata, heterostereotyp Niemca, autostereotyp Polaka, polska proza emigracyjna

POLISH-GERMAN STEREOTYPES IN LANGUAGE AND IN SELECTED POLISH EXILE PROSE TEXTS

Summary

The main aim of this article is to analyze the categories of stereotypical image of Polish and German nations on the literary and linguistic levels. The analysis both includes a descriptive overview of Andrzej Stasiuk's and Wojciech Stamm's prosaic texts, and provides references to the evolution of a linguistic image of the world in terms of hetero-stereotypical and auto-stereotypical images of Poles and Germans. This paper also examines two novels: *Dojczland* and *Czarna Matka*. The author makes an attempt to answer the question of which of the most common Polish-German stereotypes are not mentioned and which are present in the examined novels.

Key words: national stereotypes, ethnic stereotypes, linguistic image of the world, hetero-stereotypes of Germany people, auto-stereotypes of Polish people, Polish emigration prose