

# Barbara Rodziewicz

---

## Póki świat światem, nie będzie Niemiec Polakowi bratem – językowy stereotyp Niemca : (model archaiczny)

---

Annales Neophilologiarum nr 3, 129-135

---

2009

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](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach  
dozwolonego użytku.

*BARBARA RODZIEWICZ\**  
Uniwersytet Szczeciński

**PÓKI ŚWIAT ŚWIATEM,  
NIE BĘDZIE NIEMIEC POLAKOWI BRATEM  
– JĘZYKOWY STEREOTYP NIEMCA  
(MODEL ARCHAICZNY)**

Bezpośrednie sąsiedztwo geograficzne Polski i Niemiec sprawia, iż od wieków dzieje obu państw i narodów są ze sobą nieuchronnie związane. Obserwacja, obcowanie oraz doświadczenia zdobyte w codziennych kontaktach z sąsiadem stają się źródłem różnie wartościowanych ocen, opinii, częstokroć nieuzasadnionych uprzedzeń w stosunku do przedstawicieli innego narodu, ich kultury, światopoglądu i języka, heterostereotypów (stereotypów etnicznych). Wizerunek sąsiada, tworzony przede wszystkim poprzez konfrontowanie własnego dorobku materialnego i intelektualnego, własnych zwyczajów, obyczajów i cech z innymi, obcymi, stanowi trwałą, silnie obecną w kulturze każdej nacji, zinternalizowaną i kategoryzowaną emocjonalnie komponent, który znajduje odzwierciedlenie w potocznej pamięci, zasobach językowych (leksykalnych), szczególnie utartych powiedzeniach – paremiach, przekazywanych z pokolenia na pokolenie ludowych sentencjach, w sposób metaforyczny i uproszczony opisujących otaczającą rzeczywistość, opiniotwórczych i normatywnych, żartobliwych i ironicznych, pozytywnych i negatywnych.

---

\* Barbara Rodziewicz – absolwentka filologii słowiańskiej i germańskiej, adiunkt w Instytucie Filologii Słowiańskiej Uniwersytetu Szczecińskiego. Centrum zainteresowań badawczych dr Barbary Rodziewicz stanowią psycholingwistyczne studia nad świadomością językową Słowian i Niemców. Ważne miejsce w dorobku naukowym zajmują również badania komparatystyczne nad frazeologią i paremiologią polską, rosyjską i niemiecką.

W ciągu wieków przysłowia<sup>1</sup> utrwaliły kanoniczny zestaw cech i charakterystyk budujących językowo-kulturowy wizerunek sąsiada Polaka, pewien model archaiczny. Na ujęty w paremiologiczny i frazeologiczny heterostereotyp obraz Niemca składają się wyobrażenia i sądy odnoszące się do różnych sfer życia codziennego, sfery psychicznej i predyspozycji intelektualnych, zachowań społecznych, kultury, a także podstawowych kryteriów identyfikacji grup etnicznych, tj. wyglądu zewnętrznego i języka.

Do elementarnych wyróżników odrębności etnicznej eksponowanej w warstwie aforystycznej języka polskiego należy język, którym posługują się zachodni sąsiedzi – niezrozumiały i niełatwy do opanowania od zawsze budził w Polakach niechęć. Sama etymologia nazwy Niemiec wywodzi się wszak, według jednej z teorii<sup>2</sup>, przypuszczalnie od przymiotnika niemy i wyrażen człowiek niemy, niemowa, nieznający języka, por. „Niemiec, że niemy jest do mowy Polskiej”, jak czytamy w słowniku Lindego<sup>3</sup>. Przekonanie o złożoności języka niemieckiego i niemożności porozumiewania się<sup>4</sup> w nim legło u podstaw wielu przysłów, m.in.: *Siedzieć jak na niemieckim kazaniu, Gadajże z nim, kiedy on Niemiec, Gdyby nie ten der-di-das, byłby ze mnie Niemiec, Włożył język pod niecki, umie mówić po niemiecki, Siedzi zając na przypiecku, mówi pacierz po niemiecku*. Również inne stałe połączenia wyrazowe, jak choćby *szwargotać po niemiecku* czy *mamrotać po niemiecku*, wskazują jednoznacznie na niezrozumiałość i niewyraźność niemieczyny. Nadto niemiecką mowę Polacy odbierają jako głośną, wręcz hałaśliwą – *Dębak trzeszczy, Niemiec wrzeszczy*. Warto w tym miejscu krótko wspomnieć o synonimach etnonimu Niemiec, nacechowanych emocjonalnie, spolonizowanych, częstokroć zmodyfikowanych fonetycznie, derywatach słowotwórczych, pochodnych niemieckich wyrazów. To m.in. *derdydasy* (od nazw rodzajników niemieckich), *fadry-mutri* (od Vater – Mutter)

---

<sup>1</sup> Materiał leksykalny do analizy wyekscerpowano w głównej mierze ze słownika *Nowa księga przysłów i wyrażen przysłowiowych polskich*, red. J. Krzyżanowski. Warszawa 1972.

<sup>2</sup> Według innej teorii nazwa Niemiec pochodzić ma od nazwy jednego z plemion germańskich – Nemetes.

<sup>3</sup> Zob. K. Długosz-Kurczabowa: *Wielki słownik etymologiczno-historyczny języka polskiego*. Warszawa 2008.

<sup>4</sup> Geneza etymologiczna nazwy Niemiec, „ktoś, z kim nie można się porozumieć”, wskazuje również jednoznacznie, iż Polacy traktują członków sąsiadującej grupy etnicznej tradycyjnie jako prototyp obcego, wroga (jest to jednocześnie najstarszy wariant stereotypu Niemca), co znajduje wyraz także w szeregu innych paremii, por. J. Bartmiński: *Stereotypy mieszkają w języku. Studia etnolingwistyczne*. Lublin 2007, s. 99.

czy *farfluki* (od niemieckiego przekleństwa *verflucht*)<sup>5</sup>, oraz używany we współczesnym dyskursie synonim, nazwa odmienna o zabarwieniu żartobliwym lub pejoratywnym, odnosząca się do Niemca – mężczyzny, *Helmut*.

Szereg uprzedzeń, nieuzasadnionych niepokojów i obaw wzbudzała również odmienność wyznaniowa niemieckich sąsiadów. Protestantyzm, odrzucający m.in. odpusty, kult maryjny i świętych, czy celibat księży, postrzegany był, nie tylko przez przeciętnego użytkownika języka polskiego, ale również przez katolickich kaznodziejów, głoszących z ambony kazania potępiające luteranizm, jako „psia wiara”. Zetknięcie z obrzędami religijnymi i dogmatami innowierców, niepodobnymi do tych pielęgnowanych i uznawanych w polskiej tradycji i kościołach, zaowocowały w świadomości językowej Polaków ugruntowaniem się obrazu Niemca odmienca i dziwaka, utożsamianego wręcz z diabłem, por.: *Co Niemiec – to heretyk, Co Niemiec, to odmieniec, Co Niemiec, to pies, Pól Niemca, pół kozy, niedowiarek boży, Żyd, Niemiec, diabeł trzeci jednej matki dzieci, Kto Niemcowi służy, temu diabeł płaci, czy też Niemiec, Szwab, diabłu brat*. Wraz z przysłowiami krytycznie komentującymi odmienność konfesyjną Niemców pojawia się, utrwalany również w literaturze pięknej, wizerunek diabła pod postacią Niemca, konstytuowany na wizji czarta w niemieckim stroju. Cudzoziemski, niemiecki ubiór stanowił wówczas kwintesencję obcości, a odziana przezeń sylwetka uosabiała złowieszczy wizerunek obcego, czyli złego, diabła, jak choćby w balladzie Adama Mickiewicza *Pani Twardowska* – „Diablik to był w wódce na dnie, Istny Niemiec, sztuczka kusa”<sup>6</sup>. Motyw diabła w niemieckim ubiorze, postrzegany jako przykrótka, kusy (por. również utarty związek komparatywny *Zakochał się jak diabeł w niemieckim ubiorze*), nawiązuje jednocześnie do typowego i komicznego w mniemaniu Polaków stroju Niemca, a także, szerzej, do pewnej skłonności naszych sąsiadów, mianowicie przywiązywania wagi do mody oraz przesadnej dbałości o wygląd, i pojawia się zresztą dość często w zasobach paremiologicznych i frazeologicznych języka polskiego. Potwierdzają to utarte sądy zawarte m.in. w powiedzeniach o kompozycji priameli (od łac. *preambulum*), jednej z najstarszych form (w Europie mniej więcej od XV wieku) tzw. poezji gnomicznej (przypowieściowej) w postaci krótkich, skontrastowanych pod względem treści, niosących pouczająco-

<sup>5</sup> Zob. W. Oschlies: *Der Deutsche hat den Affen erfunden. Das Bild des Deutschen in slawischen Sprichwörtern, Muttersprache*. Vierteljahresschrift für deutsche Sprache, Jahrgang 105 (1995), s. 329.

<sup>6</sup> A. Mickiewicz: *Wiersze*. Warszawa 1976, s. 111.

-umoralniające przesłanie, często żartobliwych lub satyrycznych, zaskakująco lub humorystycznie spointowanych rymowanych wierszyków, powstających pod wpływem obserwacji powszednich wydarzeń i w procesie zdobywania kolejnych życiowych doświadczeń: *Polak do rady, Litwin do zwady, Niemiec do stroju, Włoch do lutni, Rusin do balamutni, We Włoszech się uczyć, w Niemczech się obłóczyć, we Francji dyskutować, a w Polsce bankietować*<sup>7</sup> (por. także np. *Włoskie trele, francuskie fortele, niemieckie serdele – kosztują Polaków wiele*<sup>8</sup>, *Dziada na stypę, Tatara na zagon, Niemca do szklanki, a młodego do bogdanki – nie prosić, Włoch szafraniec, Francuz białokury i Niemiec czarny niepewnej natury, Diabeł Ewę po włosku zwodził, Ewa Adama po czesku, Bóg ich po niemiecku gromił, anioł zaś po węgiersku z raju wyganiał*). Funkcjonujące w świadomości potocznej Polaków związki komparatywne: *Kusy jak Niemiec, Wystroił się jak Niemczyk, Wywdzięczył się jak Niemiec* wyśmiewają w istocie wygląd zewnętrzny Niemca przyodzianego w krótki obcisły surdut i ufryzowanego, raczej tęgiego i powolnego, por. też kolejne przysłowie priamelowej struktury – *Polski most, niemiecki post, włoskie nabożeństwo – wszystko to błazeństwo* i jeszcze jeden utarty związek komparatywny – *Spasiony jak Niemiec*. Z drugiej jednak strony jeszcze na przełomie XVII i XVIII wieku funkcjonowało w polszczyźnie paradoksalnie także określenie *niemiecki grzebień*, czyli pięć palców u ręki, którymi Niemcy przeczesywali włosy (w odróżnieniu od przedstawicieli innych narodów, przywdziewających modne w owym czasie peruki<sup>9</sup>), wskazujące raczej na brak zainteresowania aktualną modą, nienadążanie za zmianami kanonów estetyki i urody.

Negatywne, czasem lekceważące opinie o Niemcach nie ograniczają się jednak do ich charakterystyki zewnętrznej. Różnice w kulturze i postawach życiowych doświadczane na co dzień w kontaktach międzysąsiedzkich zrodziły szereg stereotypowych, deprecjonujących konstatacji odnośnie do niemieckiej dumy i wyniosłości – *germańska buta*, a przede wszystkim oszczędności, czy wręcz skąpstwa – *U Niemców i mucha się nie pożywi, Przy Polaku i Niemiec się pożywi, a przy Niemcu ani pies, Niemiec lepszy od Żyda, bo i wody w gorąco*

<sup>7</sup> W wielu przytaczanych przysłowiach, a zwłaszcza tych o strukturze priameli, pojawiają się również autostereotypy, jako że, jak wspomniałam na wstępie, wizerunki obcych etnicznie społeczności nie istnieją bez konfrontacji z samymi sobą, bez stereotypu samych siebie i są, w gruncie rzeczy, ważkim dopełnieniem obrazu własnej grupy narodowej.

<sup>8</sup> Przysłowie to komentuje nawyki żywieniowe Niemców. Parówka bądź kielbaska również dziś stanowi część heterostereotypu przedstawicieli tej nacji.

<sup>9</sup> Zob. W. Kopaliński: *Słownik mitów i tradycji kultury*. Warszawa 1985, s. 750.

nie da się darmo napić; zapobiegliwości i gospodarności, sprytu, ale również chciwości i wyrachowania – *Co Polak na dzień wypije, Niemca majątek stanowi, Wedle swego zwyczaju, przyszli Niemcy do kraju, z dziurami, pludrami, a dziś są panami, Niemca oczy, wilcze gardło, co zobaczy, to by żarło, Essen, essen, reszta w kieszeń, tak Niemiec robi, Nie znajdę kruszcu na zatkanie gardła temu Niemcowi, Inaczej nas Niemcy zjedzą w kaszy* (tj. omamią, oszukają), *Handlujmy jak Żydzi, a liczymy się jak Niemcy, Czego Niemiec za pieniądze nie robi?* Niemniej jednak to umiejętnie, choć tak wykiwane, gospodarowanie gwarantowało Niemcom w oczach ich sąsiadów dobrobyt, czego implikację odnajdujemy w priamelowym powiedzeniu – *Dobra Francja, chwalebna Hiszpania, bogate Niemcy, ale najlepsza Polska*. Raczej afirmatywny stosunek Polaków do członków niemieckiej społeczności znajduje językową eksplikację w pozytywnych, ujętych w ramy przysłówiach i powiedzeniach, stereotypach pracowitości, zorganizowania, dokładności, pomysłowości – *Akuratny jak Niemiec, Porządny jak Niemiec, Francuz zmyśli, Niemiec zrobi, Polak głupi kupi wszystko, Niemiec jak wierzba: gdzie go posadzisz, tam się przyjmie, U Niemca co figiel, to grosz; mądrości, także tej książkowej – U Niemca ucz się rozumu, u Polaka cnoty, Domyślny jak metafizyk niemiecki, Jasne jak filozofia niemiecka* (o zabarwieniu ironicznym), oraz swoistej stateczności i powadze – *Niemiec bez figla z ławy nie spadnie*.

Istotne znaczenie w rozwijaniu i utrwalaniu się w świadomości językowej użytkowników języka polskiego negatywnego stereotypu Niemca miały konflikty zbrojne, a zwłaszcza II wojna światowa i okupacja hitlerowska Polski. Językowy obraz Niemca – agresora uzupełniony został o kolejną jednoznacznie ujemnie wartościowaną charakterystykę – rabusia: *Jeżeli ktoś kradnie – to jest kleptomania. Jeżeli cały naród kradnie, to się go nazywa Germania*. Rezultatem szeroko pojmowanych wieloletnich doświadczeń wojennych jest głęboko zakorzeniona presupozycja o odwiecznym antagonizmie narodowościowym Polaków i Niemców, werbalizowana w takich przysłówiach, jak: *Jak się Bóg na Polaka rozgniewał, to Niemca stworzył, Póki świat światem, nie będzie Niemiec Polakowi bratem, Zgoda z Niemcami jak wilkom z baranami*. Niemcy uznawani są zatem za podstępnych i niebezpiecznych, por. *Niemiec dziurki nie robi, a krew wypije, Jeden Niemiec – jedno piwo, dwóch Niemców – jedna organizacja, trzech Niemców – wojna*; i jako takich Polacy się ich obawiają – *Cykorię przed Niemcami odczuwają*, i z nimi walczą – *Bij go (wal go), bo to Niemiec*. Postępujący w okresie II wojny światowej proces uwiarygodniania stereotypu Niemca w kierunku pejoratywu sprawił, iż do rangi przysłów urosły w tym czasie silnie

nacechowane powiedzenia, u podstaw których legły metafory oksymoroniczne: *Niemiec dobry, ale trzy metry pod ziemią, Dobry Niemiec – to martwy Niemiec.*

Podsumowując, na prezentowany model archaiczny konstytuujący stereotyp Niemca składa się bazowy zespół powtarzających się cech: pracowitość, gospodarność, oszczędność, hałaśliwość, skłonność do wyzyskiwania i podstępność. Typowy Niemiec jest gruby, odziany w przykrótki surdut, je kiełbasę i lubi wypić. Nie sposób się z nim porozumieć, jest wcieleniem diabła. Jednocześnie znamienne jest, iż warstwę paremiologiczną języka polskiego w omawianym kontekście cechuje swoisty semantyczny paradoks – część analizowanych paremii przeczy sobie wzajemnie i wprowadza odbiorcę w błąd. Absurdalność i, co za tym idzie, niejednokrotnie wątpliwą wartość poznawczą oraz dydaktyczną przysłów egzemplifikują m.in. związki relatywizujące (czasem w żartobliwy sposób) sens i przesłanie przytoczonych wcześniej powiedzeń i przysłów, ilustrujące dwoisty stosunek do niemieckiej przemocy, strachu przed Niemcami, charakterystycznej dla zachodnich sąsiadów umiejętności organizacji oraz mądrości, uzupełniające wizerunek polskiego sąsiada o tzw. stereotyp ambiwalentny<sup>10</sup>: *Nie każdego Niemca, który ma wąsy, się boją, Nierad Niemiec, że go zabili, jeszcze nogami wierzga, Niemiecka to obrona, ni głowy, ni ogona, Bolesław Krzywousty narobił z Niemców kapusty, Sztuką Niemców tłuką, Niemiecka klótnia* (tj. spór bez powodu). I choć to *Mądry Polak po szkodzie, ale i Niemcowi tak się zdarza, jako że I Niemcy są ludzie.*

Keywords: *ethnic stereotype, polish culture, polish paremiology, polish phraseology, The German*

**TILLHELL FREEZES OVER, A GERMAN AND A POLE  
WILL NOT BE BROTHERS  
– STEREOTYPE OF A GERMAN (AN ARCHAIC MODEL)**

**Summary**

The archaic model of the ethnic stereotype of The German, that is the image of The German coded in people's minds and polish culture, paremiology and phraseology, was

---

<sup>10</sup> Zob. G. Grochowski: *Stereotypy – komunikacja – literatura*. W: *Stereotypy w literaturze (i tuż obok)*, red. W. Bolecki i G. Gazda. Warszawa 2003, s. 50.

discussed in this article. The conventional image of The German consists of visions and judgments concerning different spheres of everyday life, psychological sphere and intellectual abilities, social behaviors, culture and also the basic criteria of ethnic groups' identity which are appearance and language.

*Translated by Sylwester Jaworski*

## **PÓKI ŚWIAT ŚWIATEM, NIE BĘDZIE NIEMIEC POLAKOWI BRATEM – JĘZYKOWY STEREOTYP NIEMCA (MODEL ARCHAICZNY)**

### **Streszczenie**

W artykule omówiono model archaiczny stereotypu etnicznego Niemca, tj. obraz Niemca zakodowany w ludowym i popularnym obiegu polskiej kultury, paremiologii i frazeologii. Na stereotypowy wizerunek Niemca składają się wyobrażenia i sądy odnoszące się do różnych sfer życia codziennego, sfery psychicznej i predyspozycji intelektualnych, zachowań społecznych, kultury, a także podstawowych kryteriów identyfikacji grup etnicznych, tj. wyglądu zewnętrznego i języka.