

POSTSCRIPTUM

POOLONISTYCZNE

2008 • 1 (1)

Redakcja

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

Rada Programowa

MARIA DELAPERRIÈRE, 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
POOLONISTYCZNE

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 łanów 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 nieznanach 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 Bolonia!

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 (Goleno 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 gosposi, opiekunek dzieci i starszych ludzi. Są one chętnie zatrudniane ze względu na zamilowanie 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 samochodów, pomysłowy kombinator i krętacz. 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 flirtiarz, bez namietności. 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”²,

¹ Stereotyp Polaka-złodzieja powoli ustępuje miejsca innym grupom etnicznym, np. Albańczykom lub Rumunom.

² Evaristo Baschenis (1617-1677) był włoskim malarzem, pochodził z Bergamo. Jest jednym z najwybitniejszych malarzy Bergameńczyków 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 wyra-
chowanej, wykorzystującej swą urodę do celów ekonomicznych lub by po-
zyskać obywatelstwo.

Ale „to tylko zazdrość!” – odpowiadają Włosi. Dla nich Polki są najpięk-
niejsze, 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 rodzi-
ców 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 ro-
dziną; 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 syn-
ów 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”), wyma-
gający 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 kor-
pulentny, niski czy tp. Włosi lubią dobrze zjeść i pić dużo wina. Ich głów-
nym 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.

Używałem „gad 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 ko-
biety, są w stanie zaimprovizować serenadę przy byle okazji. Włosi uchodzą
za niezwykle otwartych, pogodnych, przyjacielskich, towarzyskich, energicz-
nych, o gwałtownym i porywczym temperamencie. Są zazdroścnikami, bala-
ganiarzami, 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 kochan-
kowie. 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 męż-
czyzna nie może jej tknąć.

W pracy Włosinie cieszą się zbyt pochlebną opinią. Są uważani za leni-
wych 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. Wydawałoby
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 sjesta. Wy-
robiony 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 Półwy-
spu. To jak sposób na życie i na spędzanie wolnego czasu zarazem. Inną
przyjemnością jest popołudniowa sjesta, którą – jak twierdzą cudzoziemcy
– wymyślono, by skrócić dzienny czas pracy. Jako społeczeństwo bardzo
towarzystkie, 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 (Ne-
apol), Sacra Corona Unita (Apulia), stało się sposobem na życie i bogace-
nie się.

Nam, Włochom, w sposób naturalny przychodzi utwierdzanie się we wła-
snej 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 *cliché* (Kilani 2001, 337). Taki typ uproszczenia pełni funkcję objaśniającą złożony charakter świata i stosunków międzyludzkich. Nasz umysł buduje takie „skrótów”, 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 gestykuje, 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

	Włoch	Polak
Wygląd	Mężczyzna: – brunet – ciemne oczy – niski – owłosiony – urodziwy – gruby – łysy Kobieta: – brunetka – ciemne oczy – gruba – z wąsikami nad wargą – ubrana na czarno	Mężczyzna: – blondyn – jasne oczy – chudy – niezbyt urodziwy – z niemodnym wąsem Kobieta: – blondynka – jasne oczy – piękna – zgrabna – niemodnie ubrana
Rodzina	– najważniejsza komórka społeczna – matka jest królową domu – syn i matka są bardzo ze sobą związani – dzieci późno wyprowadzają się z domu rodziców – córki samodzielne	– najważniejsza komórka społeczna – dzieci szybko opuszczają dom rodziców – młodzi Polacy szybko się pobierają
Charakter	– gorący temperament – pewny siebie – hałaśliwy, bałaganiarz – emocjonalnie niezrównoważony – błyskotliwy i pomysłowy, ale leniwy i niesłowny – urodzony aktor, zawsze odgrywa swoją rolę („bella figura”) – czerpie radość z życia – przywiązuje dużą uwagę do wyglądu i ubioru	– zimny – opanowany – dumny Sarmata – żarliwy katolik – pracowity – zakompleksiony, sfrustrowany – inteligentny, kulturalny – bez gustu i smaku estetycznego – dobry kompan do zabawy – szczodry – mało cwany w pracy
Zachowanie	– donżuan, szarmancki wobec kobiet – spóźnialski – ważne powitanie (całuje się ze wszystkimi) – gestykuje, dotyka interlokutora – bardzo gadatliwy – lubi łamać zakazy – mafioso	– kiepski adorator kobiet – prymitywny, niewykształcony, pieśniarz – gościnnie, życzliwy – pije za dużo alkoholu – złodziej
Jedzenie i napoje	– pizza, spaghetti, makaron pod różnymi postaciami, lasagna, tiramisù – wino	– bigos, pierogi, golonka, kotlet schabowy – wódka, drinki, piwo

	Włoch	Polak
Czas wolny	<ul style="list-style-type: none"> - piłka nożna (Juventus, Milan, Inter, Fiorentina, Roma itd.) - samochody (fiat, alfa romeo, ferrari) - kobiety - moda - śpiew i taniec - puby, bary - sjesta 	<ul style="list-style-type: none"> - picie wódki - awanturowanie się i bicie żony - strajki i okupowanie rządowych budynków - puby, kawiarnie, cukiernie

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 Komedi* 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 komunikatywną¹.

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.

¹ W dalszej części został wykorzystany fragment rozważań J. Tambor z pracy *Moni Górnoślążaków oraz ich świadomość językowa i etniczna* dotyczący prototypu i stereotypu, a ściślej rzecz biorąc – autoprototypu i autostereotypu (Tambor 2006).