

## I. ROZPRAWY I ANALIZY

DOI: 10.17951/et.2019.31.257

Laura Polkowska

ORCID: 0000-0003-3284-6556

(Warszawa, UKSW)

STEREOTYP WARSZAWIAKA WE WSPÓŁCZESNYM  
JĘZYKU POLSKIM

Celem artykułu jest próba rekonstrukcji stereotypu warszawiaka we współczesnej polszczyźnie. Podstawę analizy stanowią dane trojakiemu typowi – systemowe, ankietowe oraz tekstowe. Autorka analizuje definicje słownikowe leksemu *warszawiak*, poczynawszy od *Słownika języka polskiego* Samuela Lindego, przygląda się też niektórym derywatom. Podstawę badań eksperymentalnych stanowi przeprowadzona w trzech środowiskach studenckich ankieta złożona z 4 pytań – o cechy typowego i prawdziwego warszawiaka, przedmioty charakterystyczne dla warszawiaka oraz połączenia wyrazowe zawierające przymiotnik *warszawski*. Analiza obejmuje również dwa źródła tekstów – zbiory Narodowego Korpusu Języka Polskiego oraz komentarze internetowe pod artykułami o tematyce warszawskiej.

Odtworzony stereotyp warszawiaka okazał się spójny i względnie trwały. Dużą odporność na zmiany wykazują zwłaszcza dwie cechy przypisywane warszawiakom – zarozumiałość wynikająca z miejsca zamieszkania (pochodzenia) oraz cwaniactwo. W obrębie współczesnego stereotypu można jednak również odnaleźć nowe składniki, przede wszystkim o charakterze neutralnym, takie jak życie w pośpiechu, nowoczesność, nastawienie na własny rozwój. Zdecydowanie najsilniej nacechowany negatywnie jest obraz warszawiaka zrekonstruowany na podstawie komentarzy internetowych, najbardziej pozytywny z kolei ten, którego podstawę stanowią odpowiedzi respondentów na pytanie o cechy prawdziwego warszawiaka. W obrębie stereotypu silnie ujawnia się również kategoryzacja warszawiaków ze względu na ich miejsce urodzenia oraz pochodzenie rodziny.

SŁOWA KLUCZOWE: stereotyp; językowo-kulturowy obraz świata; warszawiak; ankieta

Pojęcie stereotypu trafiło do nauk humanistycznych i społecznych za sprawą Waltera Lippmanna, który w 1922 roku opublikował swoją słynną pracę *Public Opinion*. Od tej pory badania nad stereotypem prowadzili psychologowie, socjologowie, filozofowie, kulturoznawcy, a stosunkowo najpóźniej – lingwiści. Lippmann rozumiał stereotyp jako schematyczny, uproszczony obraz mentalny określonego obiektu stworzony w sposób niezależny od doświadczenia podmiotu stereotypizującego (Błuszkowski 2003: 21). Przypisywał mu dwie podstawowe funkcje – psychiczną, związaną z minimalizacją wysiłku poznawczego, oraz społeczną, prowadzącą do utrwalenia ciągłości i tożsamości grupowej (Bartmiński 2007c: 54). Badacze w bardzo różny sposób patrzą na zawartość treściową stereotypu oraz jej nacechowanie aksjologiczne – niektórzy lokują stereotypy bardzo blisko uprzedzeń, twierdząc, że obejmują one uczuciowo motywowane przypisywanie obiektowi – przede wszystkim przedstawicielowi określonej grupy społecznej – wyłącznie negatywnych właściwości (Błuszkowski 2003: 35), inni – w tym językoznawcy – postrzegają je w szerszy sposób, uznając, że proces stereotypizacji dotyczy bardzo wielu elementów rzeczywistości, którym przypisywane są niekoniecznie negatywne cechy. Wytworzony w ten sposób model świata „jest interpretacją i projekcją, a nie odbiciem rzeczywistości, zawiera zarówno treści opisowe, jak afektywne i aksjologiczne: system wartości, norm i ocen, wzorów osobowych i wzorów bycia” (Bartmiński, Panasiuk 2001: 373). W ujęciu lingwistycznym stereotyp przestaje być „chorobą języka i myślenia” (Bartmiński, Panasiuk 2001: 373), a staje się „koniecznym elementem wspólnego języka i kodu kultury” (Kępiński, cyt. za Bartmiński, Panasiuk 2001: 373). Hilary Putnam objaśnia go następująco: „w potocznym użyciu językowym [jest to] konwencjonalne (często tendencyjne) wyobrażenie, które może być bardzo niedokładne, o tym, jak jakieś *X* wygląda, jak działa, jakie jest” (cyt. za Bartmiński 2007c: 67). Tak rozumiany stereotyp zostaje włączony do opisu znaczenia słowa, stając się tym samym konotacją semantyczną (Bartmiński 2007c: 68). Co ważne, Putnam dostrzega pośród innych funkcję poznawczą stereotypu. Tę perspektywę przejęli następnie językoznawcy kognywiści, widzący podstawę systemu językowego w uproszczonych modelach poznawczych (Bartmiński 2007a: 107). Do Putnamowskiej – szerokiej – definicji nawiązuje Jerzy Bartmiński, rozumiejąc 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)<sup>1</sup>, jest więc stereotyp składnikiem językowego obrazu świata (Bartmiński 1998: 65; Bartmiński, Chlebda 2013: 71).

---

<sup>1</sup> Por. definicję stereotypu w: Habrajska 1998: 117 i Chlebda 1998: 37.

Wszyscy badacze są zgodni co do trwałości stereotypów, które są w dużym stopniu impregnowane na wpływ doświadczenia osobistego, jednak w nowszych opracowaniach coraz częściej pojawia się opinia, zgodnie z którą nie są one niezmiennie (por. Panasiuk 1998; Świącicka, Peplińska 2016), przy czym ich składniki emocjonalno-wartościujące zmieniają się znacznie szybciej niż treść opisowa (Bartmiński 2007b: 243).

Celem niniejszego artykułu jest próba odtworzenia językowego stereotypu warszawiaka<sup>2</sup>. Podstawę analizy będą stanowić dane językowe trojakiemu typu. Odtworzenie obrazu warszawiaka rozpocznę od przytoczenia danych systemowych, które w tym wypadku są jednak dość ubogie. Druga i najbogatsza grupa danych obejmie wyniki ankiet przeprowadzonych w trzech różnych środowiskach studenckich. Swoje rozważania zakończę analizą danych tekstowych pochodzących ze źródeł internetowych. W procesie rekonstrukcji stereotypu warszawiaka korzystam z metod badawczych wypracowanych przez lubelską szkołę etnolingwistyczną, reprezentowaną przez Jerzego Bartmińskiego (Bartmiński 2007c; Bartmiński, Lappo, Majer-Baranowska 2007).

### Dane systemowe

Właściwości przypisywane określoneemu obiektowi w ramach utrwalonego w języku stereotypu mogą być mniej lub bardziej ustabilizowane. Najsilniej ugruntowane są te, które – pod postacią nazw, derywatów, związków frazeologicznych – zdążyły zasilić system językowy (Bartmiński, Chlebda 2013: 74). Odnajdujemy je przede wszystkim w słownikach. Jako pierwszy hasła *warszawianin* i *warszawiak* (z *przyganą*, *zgrubiałe*) notuje *Słownik języka polskiego* Samuela Lindego (SL) z początku XIX wieku. Czytamy w nim, że *warszawianin* to ‘z Warszawy rodowity’. Ciekawa to definicja (powtórzona również w SW w postaci frazy ‘mężczyzna rodem z Warszawy’), zwłaszcza gdy ją zestawić z definicjami współczesnymi. Najnowsze słowniki uwzględniają bowiem wyłącznie aspekt pobytowy, podając dla obu nazw znaczenie: ‘mieszkaniec Warszawy’. Ta podwójna perspektywa – postrzeganie warszawiaka przez pryzmat miejsca zamieszkania lub miejsca urodzenia – jest znamieną i znalazła swoje potwierdzenie również w danych ankietowych oraz tekstach.

Interesujących informacji na temat XIX-wiecznego stereotypu warszawiaka dostarczają również przytoczone pod definicją w SL cytaty. Pierwszy –

---

<sup>2</sup> Nazwy *warszawianin* oraz *warszawiak* traktuję w tekście jako w pełni wymienne synonimy (zdając sobie sprawę z tego, że być może częściowo wywołują one inne skojarzenia), przy czym w pytaniach ankietowych decyduję się na nazwę *warszawiak*, o czym więcej w dalszej części artykułu.

*Sposób życia prawdziwych Warszawianów* – dowodzi istnienia w świadomości Polaków określonego wzorca, który pozwala na włączanie do kategorii „bycia warszawiakiem” i usuwanie poza jej obręb na podstawie nie do końca jednoznacznych kryteriów. Drugi – *Te Warszawiaki, że się mają dobrze, to wyżey nos noszą, iak pan drugi* – poświadcza przypisywanie warszawiakom pychy i zarozumiałości. Obie właściwości znajdują swoje odbicie w badaniach ankietowych oraz analizowanych przeze mnie tekstach, co wskazywałoby na dużą trwałość stereotypu warszawiaka w polszczyźnie.

Pośród współczesnych słowników *Wielki słownik języka polskiego PAN* (WSJP) jako jedyny podaje całą listę kolokacji zawierających nazwy *warszawiak* oraz *warszawianin*. Uwzględniają one przede wszystkim aspekt pochodzenia/urodzenia (*prawdziwy, rdzenny, rodowity, urodzony warszawiak/warszawianin; warszawiak/warszawianin od urodzenia, z dziada pradziada, z krwi i kości, z pochodzenia, z urodzenia*), poczucia tożsamości (*warszawiak/warszawianin z wyboru; czuć się warszawiakiem; uważać się za warszawiaka*) oraz aspekt historyczny (*polegli warszawianie; zamordowani warszawiacy; warszawiak w okresie okupacji; bohaterstwo, łapanka, zryw warszawiaków; łapanka, oblawa na warszawiaków*). Co ciekawe, charakterystyki warszawiaka, które można odtworzyć na podstawie przytoczonych połączeń wyrazowych, mają niemal wyłącznie pozytywne lub neutralne nacechowanie aksjologiczne.

\* \* \*

Zarówno etymologia nazwy *Warszawa*, jak i większość jej derywatów notowanych w słownikach nie wnoszą istotnych informacji do rozważań na temat językowego obrazu warszawiaka<sup>3</sup>, dlatego wspomnę tylko o dwóch rzeczownikach – *warszawka* oraz *warszawskość*. Pierwszy wskazuje na utrwalony negatywny obraz warszawiaków jako lekkomyślnych i mało poważnych (SJP Dor) lub zamkniętych w obrębie własnego środowiska, modnych i uprzywilejowanych (ISJP). Hasło opatrywane jest kwalifikatorami *lekceważąco* lub *pogardliwie*. Rzeczownik *warszawskość*, odnotowany w WSJP, ma trzy odcienie znaczeniowe: 1. zespół cech charakterystycznych dla Warszawy – jej wyglądu, architektury, historii; 2. zespół cech charakterystycznych dla mieszkańców Warszawy – ich zwyczajów, tradycji, stylu życia czy wartości; 3. pochodzenie z Warszawy. Z przytoczonych pod definicjami kolokacji wynika, że w języku utrwaliły się takie cechy warszawiaka, jak – w zależności od nacechowania aksjologicznego – duma lub pycha (*akcentować, podkreślać*

<sup>3</sup> Wyczerpujące opracowanie etymologii nazwy *Warszawa* oraz przegląd jej derywatów fleksyjnych i semantycznych zob. Tyrpa 2016: 213–216.

*swoją warszawskość; snobować się na warszawskość; dumny ze swojej warszawskości*) oraz urodzenie – także w odniesieniu do rodziny – w Warszawie (*rodowita warszawskość; warszawskość z dziada pradziada*).

## Dane ankietowe

Rozprowadzona wśród studentów ankieta dotycząca stereotypu warszawiaka składała się z czterech pytań. W dwóch pierwszych respondenci zostali poproszeni o wskazanie cech typowego i prawdziwego warszawiaka, w trzecim o wymienienie przedmiotów kojarzących się z warszawiakiem, w ostatnim o podanie połączeń wyrazowych zawierających przymiotnik *warszawski*, *warszawska*, *warszawskie*. Wszystkie pytania ankiety miały charakter otwarty. Zdecydowałam się w nich na nazwę *warszawiak*, jest ona bowiem bez porównania częściej używana niż bardziej oficjalny odpowiednik *warszawianin*. Jej potoczny charakter również nie jest bez znaczenia, stereotyp bowiem traktuję za Bartmińskim jako „potoczną konceptualizację rzeczywistości” (Bartmiński, Lappo, Majer-Baranowska 2007: 263), potoczną odmianę polszczyzny z kolei jako podstawowe narzędzie schematyzacji (Zgółkowie 1998: 246).

Ankiety wypełniły łącznie 133 osoby. Została ona rozdana wśród trzech grup studentów – warszawskich (49 osób), łódzkich (43 osoby) oraz krakowskich (41 osób). Taki dobór respondentów miał na celu ustalenie, czy miejsce zamieszkania (w szczególności w Warszawie lub poza Warszawą, a w dalszej kolejności w konkretnym mieście) stanowi czynnik różnicujący w obrębie konstruowania stereotypu warszawiaka. Badania nad stereotypami pokazują, że bliskie i częste kontakty z określonym obiektem w istotny sposób wpływają na konstrukcję jego mentalnego (a w dalszej kolejności – językowego) obrazu. Grupy, z którymi mamy rzadkie lub żadne kontakty, wydają się nam w większym stopniu jednorodne, wszystkim ich członkom jesteśmy skłonni przypisywać te same lub zbliżone cechy (silna stereotypizacja). Z kolei członków grup, z którymi utrzymujemy częstsze kontakty, postrzegamy jako bardziej zróżnicowanych – grupa nie wydaje się bytem homogenicznym, lecz zbiorem indywidualnych jednostek, co bezpośrednio wpływa na mniej stereotypową jej konceptualizację (por. Kofta 2004: 25; Weigl 2002: 207–208). Idąc tym tropem, można by się spodziewać, że stereotyp warszawiaka odtworzony na podstawie odpowiedzi studentów warszawskich będzie miał słabsze podstawy – większa liczba i/lub mniejsza powtarzalność wskazywanych cech oraz większa częstość wskazywania cech o charakterze neutralnym (pozbawionych nacechowania aksjologicznego) – niż w pozostałych grupach ankiet. Ponieważ dodatkowo stereotyp warszawiaka zrekonstruowany na podstawie ankiet warszawskich częściowo przybiera formę autostereotypu (część

studentów warszawskich mieszka w stolicy od urodzenia), można również przewidywać, że odtworzony na ich podstawie obraz warszawiaka będzie w większym stopniu nacechowany dodatnio – studenci częściej będą przypisywali warszawiakom cechy pozytywne, rzadziej zaś negatywne. Psychologowie społeczni podkreślają bowiem, że jeden z podstawowych sposobów kategoryzowania świata opiera się na jego podziale na grupę własną i grupę obcą oraz na silnej skłonności do faworyzowania tej pierwszej (Aronson 2005: 138).

Te wstępne przypuszczenia nie potwierdziły się. Przeprowadzone wśród trzech grup studentów badanie pokazało, że częstość kontaktów z obiektem stereotypu (w tym wypadku wynikająca z pochodzenia oraz miejsca zamieszkania) nie stanowi czynnika różnicującego. We wszystkich trzech grupach ankiet rozkład wskazywanych przez respondentów cech o charakterze pozytywnym, negatywnym oraz neutralnym jest bardzo zbliżony, tak jak średnia liczba wymienianych przez respondenta właściwości oraz hierarchiczne uporządkowanie najczęstszych charakterystyk. Warto dodać, że odpowiedzi kwestionujące sam sposób zadania pytania (por. *Nie ma czegoś takiego jak typowy warszawiak, każdy człowiek jest inny; Nie uważam, że istnieje kategoria „prawdziwego warszawiaka”*) również we wszystkich grupach studenckich występowały z podobną częstotliwością, choć nieczęsto (3 razy w ankietach warszawskich, 3 razy w łódzkich, 2 razy w krakowskich).

Mimo że faworyzowanie i idealizowanie własnej grupy odniesienia jest zjawiskiem uznawanym przez psychologów i socjologów za naturalne, wiele badań dowodzi, że Polacy pod tym względem stanowią wspólnotę szczególnie. Ze wszystkich badań autostereotypu Polaków prowadzonych w ciągu ostatniego półwiecza wynika, że Polacy przypisują sobie daleko więcej cech negatywnych niż pozytywnych oraz znaczenie więcej cech negatywnych niż inne narody europejskie i Amerykanie (Leszczyński 2017: 233–254). Tę samą prawidłowość – brak idealizacji własnej grupy odniesienia – można zaobserwować w przeprowadzonym przeze mnie badaniu stereotypu warszawiaka, choć oczywiście niewielka liczba ankietowanych nie pozwala wyciągnąć bardziej zdecydowanych wniosków<sup>4</sup>. Z kolei w badaniu ankietowym przeprowadzonym przez Krystynę Doroszewicz oraz Ewę Stanisławiak w pierwszych latach XXI wieku (2002: 120–121) zarysowały się wyraźne różnice w obrazie warszawianki odtworzonym na podstawie odpowiedzi warszawskich i krakowskich licealistów – z tekstu, prezentującego opracowane rezultaty badań, nie wynika jednak, czy podawane przez młodzież cechy były wskazywane samodzielnie, czy wybierane z podanej przez badaczki listy<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> W przyszłości warto uzyskane wyniki zweryfikować, obejmując badaniem nie tylko większą liczbę ankietowanych, lecz również różne grupy wiekowe respondentów.

<sup>5</sup> Bardzo wysoka frekwencja przywoływanych cech (10 najczęstszych występuje z fre-

Ponieważ między odpowiedziami udzielonymi przez trzy grupy studentów nie ma istotnych różnic, wszystkie wyniki ankiet omówię łącznie, bez przytaczania trzech odrębnych grup danych.

\* \* \*

Stereotyp może przybrać formę obrazu lub wzoru. „Cechy tworzące obraz są pojmowane jako cechy realne i niejako osadzone w ramie modalnej «taki, jaki jest»” (Bartmiński, Panasiuk 2001: 379). Tę właściwość wykazuje stereotyp odtworzony na podstawie charakterystyk zawierających formułę *typowy warszawiak*. W odpowiedzi na pierwsze pytanie respondenci wymienili łącznie 102 cechy typowego warszawiaka, używając przy tej okazji 669 jedno- i wielowyrazowych sformułowań. Co zaskakujące, wśród proponowanych opisów dominują te o charakterze neutralnym (44%). Zwroty i wyrażenia nacechowane negatywnie i pozytywnie występują z podobną częstotliwością (odpowiednio – 29% i 27%)<sup>6</sup>.

Wśród przypisywanych warszawiakom właściwości zdecydowanie najwyższą frekwencję wykazuje zarozumiałość (skłonność do wywyższania się), którą wskazało aż 43% respondentów i która wymieniana była o ponad połowę częściej niż cecha druga w kolejności. Jest to jeden z najtrwalszych komponentów obrazu warszawiaka, odnotował ją przecież już dwieście lat temu Samuel Linde. Dwie kolejne charakterystyki negatywne (proponowane prawie dwa i ponad dwa razy rzadziej) przypisują warszawiakom cwaniactwo oraz brak kultury osobistej (prostactwo). Na marginesie warto odnotować, że cwaniactwo i zarozumialstwo to również cechy najczęściej wskazywane przez respondentów w 2006 roku w badaniach Elżbiety Skibińskiej (2009: 253), a także w 1975 roku w badaniu przeprowadzonym przez Walerego Pisarka i w 1990 w ankietach rozprawionych przez zespół Jerzego Bartmińskiego, tyle że częstotliwość ich przytaczania była w obu wypadkach odwrotna (Pisarek 2007: 144; JWP: 241). Najczęściej wymieniana właściwość neutralna i pozytywna to z kolei życie w pośpiechu oraz otwartość. Pełną listę charakterystyk przywołanych przynajmniej przez 5% ankietowanych (czyli przez 7 osób i więcej) przedstawia tabela 1.

---

kwencją od 38% do 61%) wskazywałyby na to, że respondenci jedynie je wybierali z wcześniej opracowanej listy.

<sup>6</sup> Trzeba jednak powiedzieć, że niekiedy przyporządkowanie danej cechy do kategorii aksjologicznej nie było ani proste, ani jednoznaczne.

Tab. 1. Cechy typowego warszawiaka; A – liczba wskazań danej cechy; B – udział procentowy wskazań danej cechy (100% = 133)

Cecha	Przykładowe sformułowania	A	B
zarozumiały/ wywyższa się	<i>zarozumiały, arogancki; poczucie wyższości nad innymi; zadufany w sobie, kto to on nie jest; ma wysokie mniemanie o sobie, myśli, że pozjadał wszystkie rozумы; wywyższa się z powodu swojego pochodzenia; wyniosłość; buta; pycha; przekonanie o własnej wyższości, pogarda dla nie-warszawiaków; zarozumiałstwo</i>	57	43%
pośpiech	<i>to człowiek ciągle się śpieszący, zabiegany; osoba zawsze się gdzieś spiesząca, patrząca na zegarek; nie ma na nic czasu, jest wiecznie zabiegany; zawsze się gdzieś spieszy; pośpieszny tryb życia; pęd</i>	36	27%
cwaniak	<i>cwaniak; cwaniactwo; cwany, „kuty na cztery nogi”; kombinator; cwaniaczek; lubię postrzegać warszawiaków jako cwaniaczków, którzy są kulturalni i nawet jeśli zdarzy im się kogoś okraść, to z uśmiechem na twarzy i z ukłonem; spryt; sprytny</i>	31	23%
brak kultury osobistej	<i>gbur; buractwo, prostactwo, brak kultury; rozmawia głośno przez tel. w środkach komunikacji; opryskliwy; gbur; jest burakiem; chamski; warszawiacy są chamami; niekulturalny</i>	22	17%
otwarty	<i>otwarty; łatwe nawiązywanie kontaktów; otwartość</i>	20	15%
kocha Warszawę	<i>kocha swoje miasto, jest z niego dumny; osoba kochająca architekturę i ludzi w Warszawie; pokochał miasto, nie wyobraża sobie życia w innym mieście</i>	19	14%
samolubny	<i>egoista; nie zwraca uwagi na innych, jest zajęty swoimi sprawami; myśli tylko o sobie; skupiony na swoich potrzebach, mało empatyczny, niechętny do pomocy; osoby nie liczące się z uczuciami innych; brak empatii; samolubny; egoizm</i>	19	14%
ambitny	<i>osoba chcąca coś osiągnąć w życiu; osoba samorealizująca się; koncentracja na wybranych celach; chęć rozwoju; dąży do sukcesu; ambitny</i>	19	14%
nowoczesny	<i>nowoczesny; podąża za trendami i nowinkami technologicznymi; postępowy; ukierunkowanie na przyszłość i innowacyjność; postępowy</i>	18	14%
lubi zabawę	<i>lubi imprezować; w weekendy odraagowuje, chodząc na imprezy; wieczorem spędza czas imprezując; chodzi do klubów; styl życia nastawiony na zabawę; lubiący bawić się przy alkoholu; zabawowy</i>	18	14%
dużo pracuje	<i>osoba ciężko pracująca; dużo pracuje; wraca późno z pracy; pracowity; osoba zapracowana; pracuje w pocie czoła na wypłatę</i>	18	14%
pracuje w korporacji	<i>krawaciarz; pracuje w korporacji; w tygodniu pracuje w biurowcu; w dzień pracuje w korpo; pracownik biura; człowiek pracujący w korpo; korporacje</i>	16	12%
życzliwy	<i>życzliwy; przyjazny, empatyczny; życzliwość</i>	16	12%



Cecha	Przykładowe sformułowania	A	B
wyróżnia się wyglądem/ ubiozem	<i>oryginalny wygląd; wyjątkowy wygląd; ekspresyjny w sposobie ubioru; stylowy; oryginalnie ubrana jednostka lub w modnych ubraniach z sieciówki; jest stylowy; oficjalny styl ubrania</i>	16	12%
poczucie humoru/wesoły	<i>wesoły; zabawny; poczucie humoru; dystans do siebie</i>	14	11%
goni za karierą	<i>nastawiony na karierę; podążanie za karierą; kariera, osoby goniące za sukcesem; dający wciągnąć się w wyścig szczurów</i>	13	10%
liberalne/opozycyjne poglądy polityczne	<i>nie lubi PiS-u; o liberalnych poglądach; lewicowe poglądy; obrona miasta przed PiS-em; kojarzy mi się z KOD-em, z opozycją</i>	12	9%
niechęć do przyjezdnych	<i>nie lubi przyjezdnych; niechęć wobec przyjezdnych; brak szacunku do ludzi z poza* Warszawy; mówienie na przyjezdnych stoiki; nazywanie przyjezdnych „stoikami” albo „wekami”; pogarda dla „stoików”</i>	12	9%
inteligentny	<i>inteligentny; inteligencja</i>	10	8%
materialista	<i>osoba sporo myśląca o pieniądzach; bardzo liczą się dla nich pieniądze; lubi dobrze zarabiać; materializm; uznawanie pieniędzy za dużą wartość</i>	10	8%
pewny siebie	<i>pewny siebie; osoba pewna siebie; mniej kompleksów niż ludzie z innych miast</i>	10	8%
kibicuje Legii Warszawa**	<i>kibicuje Legii Warszawa; fan Legii; kibic Legii; sentyment do Legii Warszawa</i>	10	8%
tolerancyjny	<i>musi koniecznie nie zwracać uwagi na narodowość ludzi, bo w Warszawie jest dużo obcokrajowców; tolerancja; nieuprzedzony; tolerancyjny</i>	8	6%
pomocny	<i>skory do pomocy; pomocny; chęć niesienia pomocy słabszym</i>	8	6%
(wysoka) kultura osobista	<i>dobrze wychowany; człowiek nade wszystko kulturalny i budujący w świecie obraz przyzwoitego i dobrze wychowanego warszawiaka; jest osobą kulturalną; uprzejmy, posiadający dobre maniery</i>	8	6%
przywiązanie do historii / dba o historię	<i>przywiązanie do historii miasta; chcą dbać o swoją historię; osoba, która chce dbać o swoją historię / historię miasta</i>	8	6%
zaradny	<i>umiejący sobie radzić w życiu; umie wszystko załatwić; potrafi sobie wszystko załatwić; zaradność</i>	8	6%
sympatyczny	<i>sympatyczny; miły</i>	8	6%
wielkomiejskość	<i>wielkomiejskość; wielkomiejskie życie</i>	8	6%
nerwowy	<i>nerwowy; nerwowość; wiecznie wkurzony</i>	7	5%
wygodnicki	<i>wygodnicki; wygodny; przesadnie lubi wygodę</i>	7	5%
obyty w świecie	<i>obyty w świecie; zwiedzający inne miasta, zagraniczne; obycie w świecie; światowy</i>	7	5%

\* Pisownia oryginalna.

\*\* Ciekawe, że w ankietach nie pojawiła się nazwa drugiej warszawskiej drużyny piłkarskiej – Polonii Warszawa.

Jeśli by spróbować wyodrębnić poszczególne aspekty, których wskazywane przez respondentów cechy dotyczą najczęściej, to warszawiak przede wszystkim charakteryzowany jest ze względu na swoje **właściwości psychiczne i umysłowe**, w tym oceniane pozytywnie (otwartość, życzliwość, poczucie humoru, inteligencja, ambicja, zaradność, pozytywne nastawienie do życia, odwaga, szczerłość, wszechstronność), negatywnie (zarozumiałość, wygodnictwo, niecierpliwość, głupota, zachłanność, wścibstwo, nieumiejętność nawiązywania głębszych relacji z ludźmi) i neutralne (pewność siebie, nerwowość, upór, gadatliwość, wyluzowanie, odporność na stres), w drugiej kolejności – pod kątem **życia codziennego**, związanego z pracą (dużo pracuje, pracuje w korporacji, jest zajęty, goni za karierą, jest biznesmenem), sytuacją materialną (dużo zarabia, jest bogaty, ma kredyt), konsumpcją (jest przede wszystkim konsumentem, często chodzi do restauracji, nie lubi dni wolnych od handlu), stylem życia (żyje w pośpiechu, lubi zabawę, podąża za trendami, jest mobilny, nie stosuje się do przepisów); następnie z punktu widzenia **zachowań społecznych** (jest cwany, niekulturalny i prymitywny, niechętny przyjezdnym, tolerancyjny, pomocny, anonimowy/nieznany osobie innym, gościnnie, niedostępny, nieporządny, nietolerancyjny, dobrze wychowany, narzeka na innych). Pozostałe aspekty, takie jak **polityczno-ideologiczny** (jest liberalny, niewierzący, zaangażowany politycznie), **kulturowy** (kibicuje Legii, jest przywiązany do historii, uczestniczy w kulturze) czy **fizyczny** (jest młody, wyróżnia się wyglądem) uwzględniane są przez ankietowanych znacznie rzadziej.

\* \* \*

Obraz prawdziwego warszawiaka jest daleko mniej negatywny (dominują w nim również składniki neutralne) niż portret warszawiaka typowego. Składające się nań cechy w większości tworzą bowiem stereotyp o postaci wzoru, czyli mają charakter postulatyczny, „są niejako osadzone w ramie metatekstowej «taki, jaki być powinien»” (Bartmiński, Panasiuk 2001: 371). Wśród 48 cech wymienionych łącznie 251 razy charakterystyki negatywne stanowią zaledwie 10%, neutralne zaś połowę. Tabela 2 prezentuje cechy wskazane przez minimum 7 osób. Znamienne, że znalazła się wśród nich wyłącznie jedna zdecydowanie negatywna – ta sama, która typowemu warszawiakowi była przypisywana najczęściej. Pozostałe wyrażenia nacechowane ujemnie (egoizm, prostactwo, nietolerancja, awanturnictwo, skłonność do łamania prawa) występują w śladowej liczbie ankiet. Widać zatem, że postrzeganie warszawiaka jako osoby zarożumiałej, wywyższającej się z powodu swojego pochodzenia jest silnie ugruntowane, a sama cecha traktowana jest jako

norma obowiązująca w stereotypizowanej grupie. Cechy prawdziwego warszawiaka w dużej mierze pokrywają się z właściwościami warszawiaka typowego, tyle że inne jest ich hierarchiczne uporządkowanie.

Tab. 2. Cechy prawdziwego warszawiaka; A – liczba wskazań danej cechy; B – udział procentowy wskazań danej cechy (100% = 133)

Cecha	Przykładowe sformułowania	A	B
pochodzi z Warszawy	<i>rodzina i jego drzewo genealogiczne; oczywiście jego pochodzenie; mieszka i urodził się w Warszawie, a jego rodzina też pochodzi z Warszawy; miejsce urodzenia; powinien urodzić się w Warszawie i mieszkać w dzieciństwie w Warszawie wraz ze swoją rodziną; pochodzenie z Warszawy od kilku pokoleń; to ten, kto urodził się w Warszawie i mieszka tu minimum od 3 pokoleń</i>	40	30%
kocha Warszawę	<i>miłość do Warszawy, jej uroku, zabytków, czaru; szczere oddanie; istnienie więzi z miejscami; jedynie miłość do swojego miasta, nie musi się urodzić w Warszawie; związek emocjonalny z miastem; ogromne przywiązanie do swojego miasta; umiłowanie Warszawy</i>	25	19%
(wysoka) kultura osobista	<i>kultura, odpowiednie zachowanie; dobre maniery, wysoka kultura osobista; osoba kulturalna, umiejscowiona się zachować; posługiwanie się poprawną polszczyzną; kulturalny; dobre wychowanie; takt; taktowny</i>	23	17%
zaangażowanie w rozwój miasta	<i>zaangażowanie w sprawy Warszawy (nieobojętność na to, co się dzieje); dążenie do polepszenia miasta; chęć uczestnictwa w rozwoju miasta; działanie na rzecz rozwoju miasta; chce dobrze dla miasta; zaangażowanie obywatelskie; zaangażowanie polityczne i społeczne</i>	18	14%
znajomość miasta	<i>zna miejsca i historię miasta, w tym nazwy ulic, placów; znajomość miasta; znajomość historii miasta, różnych dzielnic, umiejętność poruszania się po mieście; zna Warszawę tak dobrze, że poruszanie się po niej nie stanowi dla niego żadnego problemu</i>	16	12%
długi okres pobytu	<i>długi staż związany z zamieszkaniem w Warszawie; długi czas mieszkania w Warszawie; musi mieszkać ponad 15 lat; mieszkanie przez dłuższy okres czasu; długie zamieszkiwanie w Warszawie</i>	15	11%
zarozumiały/ wywyższa się	<i>ocenianie innych z góry; arogancja; uważa, że jest najlepszy, a inne miejscowości są gorsze; uczucie wyższości wynikające z faktu mieszkania w Warszawie; poczucie wyższości</i>	14	11%
płaci podatki w Warszawie	<i>osoba, która płaci tu podatki; odprowadzanie podatków; płacenie podatków; płaci tu podatki</i>	9	7%
obyty w świecie	<i>człowiek obyty w świecie; światowość</i>	8	6%

Cecha	Przykładowe sformułowanie	A	B
wyższe wykształcenie	<i>wyższe wykształcenie; osoba wykształcona, znająca języki</i>	8	6%
odwaga	<i>odwaga w walce o swoje racje; odwaga</i>	7	5%
warszawska tożsamość	<i>poczucie przynależności do warszawskiej społeczności; wewnętrzne utożsamianie się z Warszawą (lokalna tożsamość)</i>	7	5%

Zdecydowanie najliczniejsza część respondentów skłonna jest kategoryzować warszawiaków ze względu na ich miejsce urodzenia oraz pochodzenie rodziny (niekiedy do kilku pokoleń wstecz), jest więc to powrót do punktu widzenia poświadczonego w najstarszej definicji słownikowej. Dwa i pół razy mniej liczna grupa ankietowanych źródła „prawdziwej warszawskości” upatruje w długim (choć najczęściej nieprecyzowanym w latach) okresie pobytu w Warszawie, co zbliża ich punkt widzenia do tego, który odnajdujemy we współczesnych definicjach leksykograficznych. Istotną część odpowiedzi stanowią te, w których respondenci zwracają uwagę na stosunek warszawiaka do jego miasta (więź uczuciowa i poczucie przynależności, zaangażowanie w rozwój, znajomość historii i topografii, rozpowszechnianie wiedzy na temat historii i aktualnych wydarzeń).

\* \* \*

W odpowiedzi na trzecie pytanie respondenci wymienili 40 różnych przedmiotów charakterystycznych dla warszawiaka. Łącznie wskazali je 297 razy. Warto podkreślić, że zaledwie 6 nazw przedmiotów wystąpiło tylko w jednej ankiecie (pozostałe zostały powtórzone przynajmniej przez jedną osobę), co wskazuje na sporą zbieżność obrazów mentalnych. Najczęściej wymieniane były nazwy **urządzeń elektronicznych** lub ich elementów (wymieniło je 53% ankietowanych): telefon (*drogi telefon; komórka w ręku, a nie w kieszeni; duży telefon; smartfon; telefon z aplikacją usprawniającą dojazd komunikacją miejską*) – wskazany został 44 razy; słuchawki (*słuchawki w uszach lub na uszach; małe słuchawki do odtwarzania muzyki*) – 14 razy; laptop – 9; elektroniczne gadżety – 2; czytnik książek – 2. W drugiej kolejności wymieniane były **elementy ubioru** (wskazane przez 49% osób): ubranie (*ubranie w oryginalnym stylu; charakterystyczne ubrania; markowe ubrania; drogie ubrania*) – 33; nakrycia głowy (*kaszki; czapka*) – 20; buty (*nowe sneakersy; buty marki Adidas lub Nike; lakierki*) – 5; krawat – 4; okrycia wierzchnie (*plaszcz; kurtka*) – 3. Następnie wskazywano **obiekty związane z transportem** (38% respondentów): samochód (*mały miejski samochód; dobre auto; drogi samochód; mercedes; BMW*) – 26; karta miejska (*bilet*

długoterminowy ZTM; Warszawska Karta Miejska; karta warszawiaka; bilety autobusowe i na metro) – 16; rower – 7; hulajnoga – 2; **przedmioty do przenoszenia drobnych rzeczy** (22%): teczka (*walizka; neseser; aktówka*) – 15; torba (*torebka firmowa; siatka z zakupami; wielkie torby z zakupami*) – 10; plecak – 4; **artykuły spożywcze** i przedmioty z nimi związane (18%): kubek z kawą (*kubek termiczny z kawą; coffee to go; kawa w kubku ze znanej kawiarni*) – 18; kanapka – 2; piwo – 2; ekspres do kawy – 2; **przedmioty o charakterze symbolicznym** (14%): szalik klubu piłkarskiego (*szalik drużyny; szalik Legii*) – 11; symbole historyczne (*żonkile okolicznościowo noszone w celu upamiętnienia powstania w getcie warszawskim; symbol Polski walczącej; symbol Powstania Warszawskiego w aucie lub w domu*) – 8.

Z wymienionych przez respondentów atrybutów warszawiaka wyłania się obraz osoby raczej młodej, nowoczesnej, dobrze sytuowanej, mobilnej, żyjącej aktywnie. Niemal wszystkie przedmioty wskazane w ankietach są związane z aktywnością warszawiaków poza domem (tylko nieliczne, takie jak *mieszkanie po babci; ekspres do kawy czy telewizor* wyznaczają odmienny punkt widzenia). Ta perspektywa dodatkowo wzmacnia obraz warszawiaka jako osoby aktywnej, czynnie spędzającej czas.

\* \* \*

Odpowiadając na ostatnie pytanie, ankietowani wymienili 113 różnych połączeń wyrazowych zawierających przymiotnik *warszawski, warszawska* lub *warszawskie*, jednak aż 70 z nich (czyli 62%) wystąpiło wyłącznie w jednej ankiecie. Spośród tych, które się powtórzyły, najczęściej podawano frazę *warszawski styl*, a trzy osoby rozbudowały ją o dodatkowy element – *życia*. Najliczniejsza grupa wyrażen dotyczy jednak topografii oraz komunikacji miejskiej i niewiele mówi o obrazie warszawiaka (metro – 25, korki – 20, syrenka – 18, ulica – 17, smog – 15, komunikacja – 15, Uniwersytet – 10, szkoła – 8, starówka – 7, kamienica – 6, park – 6, sklep – 6, autobus – 5, klub – 5, biurowiec – 4, Praga – 4, lokal – 3, knajpa – 3, pub – 3, muzeum – 3, tramwaj – 2). Często podawane były również frazy odnoszące się do życia codziennego (styl – 32, gwara<sup>7</sup> – 8, kobieta – 8, impreza – 4, zachowanie – 4,

<sup>7</sup> Przywołana 8 razy fraza *warszawska gwara* wskazuje – jak się zdaje – na wyłącznie bierne przechowywanie w umyśle określonego skojarzenia kulturowego, cecha posługiwaną się przez warszawiaka specyficzną gwarą nie została bowiem ani razu wymieniona w odpowiedziach na dwa pierwsze pytania. Tymczasem jeszcze w 1990 roku szczególnie język, którym posługuje się warszawiak, wymieniany był przez ankietowanych jako piąta pod względem frekwencji wśród przypisywanych mu cech (JWP: 241); dziesięć lat później właściwość ta nie znalazła się już wśród 23 wskazywanych najczęściej (JWP: 243–244). Gwara warszawska – zdaje się – przeszła do historii.

mentalność – 4, korporacja – 4, pośpiech – 4, blichtr – 2, sznyt – 2). Rzadziej wymieniano połączenia dotyczące kultury (Jesień/jesień<sup>8</sup> – 11, dzień<sup>9</sup> – 10, lala<sup>10</sup> – 9, deszcz<sup>11</sup> – 7, Legia – 4, sen<sup>12</sup>, piosenka – 4, Targi Książki – 3) oraz historii (powstanie warszawskie – 9, warszawskie dzieci<sup>13</sup> – 8, Księstwo Warszawskie – 7).

## Dane tekstowe

Przy rekonstrukcji stereotypu warszawiaka postanowiłam skorzystać z komentarzy internetowych zamieszczonych na forach dyskusyjnych pod dziesięcioma różnymi tekstami dziennikarskimi o tematyce – najogólniej mówiąc – warszawskiej. Źródło to wydaje się szczególnie cenne przy odtwarzaniu stereotypów z kilku względów. Po pierwsze, teksty komentarzy internetowych spełniają warunek spontaniczności komunikacyjnej, a wypowiedzi w nich zawarte są silnie nacechowane ekspresywnie oraz emocjonalnie (Tomaszewska 2012: 97). Jakkolwiek stereotypy pełnią istotne funkcje poznawcze, ich zawartość treściowa w dużej mierze motywowana jest uczuciowo (por. Błuszkowski 2003: 34–38), dlatego emocjonalny charakter wypowiedzi sprzyja przywoływaniu mentalnych obrazów rzeczywistości o charakterze stereotypowym. Po drugie, bazę tekstów komentarzy internetowych stanowi polszczyzna potoczna. Silna kolokwialność wypowiedzi, odwoływanie się nadawców do wiedzy potocznej lub wyłącznie do własnych doświadczeń i odczuć, unikanie odniesień do nauki oraz wiedzy encyklopedycznej – wszystko to pozwala odtworzyć potoczny obraz świata, którego składnikiem są stereotypy.

Analiza komentarzy internetowych napotyka jednak również na oczywistą trudność. Anonimowość wypowiedzi uniemożliwia jakkolwiek, choćby przybliżoną charakterystykę nadawcy. W naszym wypadku przede wszystkim nie pozwala oddzielić stereotypu warszawiaka, którego przedmiot jest heterogeniczny w stosunku do podmiotu stereotypizującego, od autostereotypu, w którym przedmiot percypowany i percypujący podmiot są tożsame. Tylko niektóre wypowiedzi zawierają wyraźne pod tym względem sygnały, pozwalające odtworzyć charakter ewentualnego związku nadawcy z Warszawą.

<sup>8</sup> Nazwa festiwalu muzycznego *Warszawska Jesień*.

<sup>9</sup> Najprawdopodobniej pod wpływem tekstu piosenki wykonywanej przez Czesława Niemena.

<sup>10</sup> Nazwa marki produkującej ubrania oraz modny napis nadrukowywany na bluzkach.

<sup>11</sup> W ankietach fraza zapisywana małymi literami, ale zapewne jest to nawiązanie do nazwy zespołu hip-hopowego *Warszafski Deszcz*.

<sup>12</sup> Zob. przyp. 9.

<sup>13</sup> Zapewne pod wpływem znanej piosenki żołnierskiej z 1944 roku.

Obraz warszawiaka, jaki wyłania się z tekstów komentarzy internetowych, jest zdecydowanie silniej nacechowany ujemnie niż stereotyp odtworzony na podstawie pozostałych danych językowych. Dzieje się tak najprawdopodobniej z dwóch powodów. Po pierwsze, komunikacja internetowa ma charakter spontaniczny, czemu często towarzyszy – jak to już zostało powiedziane – silna emocjonalność sądów. Użytkownicy Internetu – pod wpływem określonego impulsu – formułują wypowiedzi wyraziste i bardzo jednoznaczne, aby dokonać swoistego uwolnienia negatywnych emocji, zwłaszcza tych bazujących na wrogości. Po drugie, Internet – ze względu na anonimowość (nieponoszenie odpowiedzialności przez nadawcę) i spektakularność komunikacji (możliwość zwrócenia na siebie uwagi bardzo liczного grona odbiorców) (Bauer 2009: 53–55) – sprzyja agresji językowej. Dlatego w Internecie częściej niż w komunikacji prowadzonej twarzą w twarz oraz za pośrednictwem pozostałych mediów pojawiają się wypowiedzi o charakterze napastliwym i antagonizującym.

W tekstach komentarzy internetowych kreowany jest obraz warszawiaka, któremu przysługują trzy podstawowe cechy – zarozumiałość, wynikająca z pochodzenia/miejsca zamieszkania (zadzieranie nosa, przechwalanie się, wywyższanie), brak kultury osobistej i prymitywizm (chamstwo, buractwo, złe zachowanie) oraz cwaniactwo. Są to więc te same charakterystyki, które występowały w ankietach, tyle że w odpowiedziach respondentów nie były aż w takim stopniu dominujące. Zdecydowanie najczęściej użytkownicy Internetu przypisują warszawiakom nieuzasadnione poczucie wyższości w stosunku do mieszkańców innych miast (por. *Warszawiacy na każdym kroku próbują pokazać swoją wyższość, odizolować się od reszty polskich „wsiurów”*<sup>14</sup>; *Typowy Warszawiak ma wysokie mniemanie o sobie ze względu na to, że mieszka w Warszawie; Zadufany buc warszafski; Rodowity Warszawiak to niestety stan umysłu pychy i pogardy dla innych; Warszawiacy są zadufani w sobie, wszystkich pozostałych traktując jak prowincjuszy*). Przy okazji zwracają uwagę na zaściankowość Warszawy, która jedynie aspiruje do bycia wielką stolicą europejską, oraz na wynikające stąd kompleksy warszawiaków, pokrywających je właśnie arogancją i pychą.

Niemal równie często warszawiakom przypisywany jest brak kultury osobistej oraz nieumiejętność zachowania się w określonych sytuacjach. Najczęściej używany jest rzeczownik *cham* (*chamstwo*). Warszawiacy określani są również za pomocą słownictwa o ogólnym znaczeniu ‘człowiek ze wsi’

<sup>14</sup> W przytaczanych wypowiedziach internetowych zasadniczo stosuję pisownię oryginalną (nie poprawiam błędów ortograficznych, interpunkcyjnych, składniowych i innych), uzupełniam jedynie brakujące polskie znaki oraz spacje, wprowadzam też cudzysłów typograficzny w miejsce prostego oraz myślnik zamiast błędnie zastosowanego łącznika.

(burak, wieśniak, wsiur), jednak tylko w niewielkim stopniu leksemy te wskazują na zaściankowość Warszawy, w znacznie większym wyrażają po prostu negatywną ocenę warszawiaków ze względu na ich zachowanie uznawane za niestosowne czy żenujące<sup>15</sup> (por. *Nie raz się z tym wieśniactwem spotkałem na feriach zimowych. Człowiekowi aż wstyd jak się patrzy na tych prostaków którzy myślą że mogą wszystko; Typowy Warszawiak to brudas, cham, to człowiek który nie ma za grosz kultury, który nie potrafi się zachować w obcych miejscach; Warszawiacy za granicą na wakacjach All Inclusive robią nam wieś swoim zachowaniem; stolica jest siedliskiem największego chamstwa; Teraz to nie masz buraka nad warszawiaka; Nie od dzisiaj wiadomo, że Warszawka to chamstwo. Wystarczy, że wejdzie taki do sklepu i już na odległość czuć chama*). W obrębie tej grupy charakterystyk wyróżnia się szczególnie częste przypisywanie warszawiakom niestosownego zachowania na drogach. Stereotyp warszawiaka jako złego kierowcy obejmuje dwie składowe – łamanie przepisów drogowych oraz brak życzliwości względem innych kierowców (por. *Nie mam nic przeciwko urodzonym, czy mieszkającym w Warszawie. No – chyba, że na drodze za kierownicą. Oni jeżdżą chyba według innych przepisów ruchu drogowego; Nie masz buraka nad warszawiaka. Na drogach to się sprawdza w 99%; każdy [warszawiak] taki sam latem w drodze z Warszawy nad morze. Dwa trzy rowery na dachu auta, tablice WA, WI, ... itd. gaz do dechy, wyprzedzanie „na wariata”, chamskie zachowanie na drodze; warszawiacy są najgorszym byłem w polsce. chamy (nie wpuszczą żadnego innego kierowcy z podporządkowanej), najwięksi piraci drogowi, w najgorszym tego słowa znaczeniu*).

W dalszej kolejności warszawiak to cwaniak (por. *Warszawiaczki cwaniaczki; to prawda, że mieszkańcy Warszawy, to straszni cwaniacy; Warszawiacy to tacy wiejscy cwaniacy; jestem chory jak muszę jechać do Warszawy, wylęgarnia cwaniaków gangsterów i aferzystów*), przy czym niemal zawsze portret ten odnosi się do współczesnych mieszkańców stolicy, nie zaś do aspektu historycznego.

Zauważalnie rzadziej w komentarzach internetowych można napotkać inne charakterystyki warszawiaka, w tym neutralne oraz pozytywne (przeciwstawne do cech najczęściej wskazywanych przez użytkowników Internetu). Przypisywane są mu: **skupienie wyłącznie na własnych problemach** (por. *Warszawa jest żalonna – karierowicze bez ludzkich odruchów każdy sobie rzepkę skrobie; Mieszkalem w Warszawie i nie wyznaję żadnych stereotypów dotyczących mieszkańców stolicy. Poza jednym – lubią zajmować się tylko sobą*); **życie w pośpiechu** (por. *Warszawiacy są strasznie zabiegani, cią-*

<sup>15</sup> Por. przenośne znaczenie rzeczownika *wieś* w WSJP.



gle się gdzieś śpieszą); **wysoka kultura osobista** (por. *Od prawdziwego Warszawiaka czuć kulturę i klasę to samo od Krakusa; od rodowitego warszawiaka bije na odległość kultura i takt; Prawdziwi Warszawiacy są zwykle dobrze wychowani*); **życzliwość** (por. *Prawdziwy warszawiak jest sympatyczny, uczynny, gościnnie; rodowity Warszawiak jest przyjazny i pomocny gdy ktoś np. pyta o drogę; Jacy są rdzenni Warszawiacy? uczynni, ciekawi, skąd jestem, pomocni; normalny Warszawiak jest miły i życzliwy*). Znamienne, że charakterystykom pozytywnym niemal zawsze towarzyszy ograniczenie sądu dotyczącego warszawiaków wyłącznie do jednej ich grupy. W wypowiedziach tych zaznacza się wyraźne pęknięcie stereotypu oraz kategoryzacja warszawiaków ze względu na ich miejsce urodzenia, prowadząca do wyodrębnienia warszawiaków *prawdziwych, rodowitych, rdzennych* oraz warszawiaków *przyjezdnych, słoików* (przy czym jedynie sporadycznie kwestionuje się prawo tych ostatnich do nazywania siebie warszawiakami). Niemal wszystkie wypowiedzi wprowadzające ów podział zbudowane są na opozycji. W większości kontekstów negatywne cechy – takie jak chamstwo, nieuprzejmość, zadzieranie nosa – przypisywane są ludności napływowej, rdzenni warszawiacy obrazowani są w sposób pozytywny.

W tekstach komentarzy odnajdujemy również elementy stereotypu o charakterze wzoru. Zgodnie z przewijającymi się opisami warszawiak to osoba, która **mieszka w Warszawie** (por. *Nie wystarczy się w Warszawie urodzić, aby być warszawiakiem. Co to za warszawiak który w Warszawie nigdy nie mieszkał*), **urodziła się tutaj** (por. *Należy rozróżnić: Warszawiaka od mieszkańca Warszawy; mieszkańcy Warszawy to jeszcze nie Warszawiacy*), **kocha Warszawę** (por. *Warszawiak kocha swoje miasto, mieszkaniec Warszawy nie zawsze*), **zna topografię miasta** (por. *Prawdziwy Warszawiak wie co to jest i gdzie jest Gruba Kaśka; Warszawiak nie potrzebuje szukać patelni na google*); **wykazuje określone cechy osobowościowe** (por. *A kto to jest Warszawiak? Każdy, kto tu mieszka, chce nim być i nie wywyższa się tym faktem; Warszawiak to nie tylko miejsce urodzenia... to nasze cechy niepokornego miasta*).

## Podsumowanie

Odtworzony na podstawie trzech różnych typów danych stereotyp warszawiaka wydaje się dość spójny i pod wieloma względami trwały. Takie cechy, jak zarozumiałość czy cwaniactwo – być może wciąż żywe za sprawą literatury i tekstu znanej od 1946 roku piosenki *Nie masz cwaniaka nad warszawiaka* – nie tylko wskazywane są przez ankietowanych, lecz również przywoływane są

przez leksykografów w obrębie przykładowych połączeń wyrazowych notowanych w słownikach. Są to jednocześnie najtrwalsze i w największym stopniu niezienne składniki stereotypu. Jednak w jego obrębie można również odnaleźć wiele nowych elementów, związanych z postrzeganiem mieszkańca stolicy jako człowieka młodego, pełnego energii, żyjącego szybko i zaangażowanego we własny rozwój. Różny jest udział postaw afektywnych w stosunku do poznawczych w zależności od tego, co stanowi podstawę rekonstrukcji stereotypu. Najsilniej ocenny i jednocześnie negatywny charakter ma obraz warszawiaka odtworzony na podstawie komentarzy internetowych, w największym stopniu pozytywny jest stereotyp o charakterze wzoru – efekt odpowiedzi na pytanie o prawdziwego warszawiaka. Jednocześnie daje się zauważyć silna kategoryzacja warszawiaków ze względu na miejsce ich urodzenia oraz pochodzenie rodziny, a niejednokrotnie również kierowanie się tym kryterium przy dokonywaniu charakterystyk opisowych i aksjologicznych.

## Literatura

- Aronson Elliot, 2005, *Człowiek istota społeczna*, Warszawa.
- Bartmiński Jerzy, 1998, *Podstawy lingwistycznych badań nad stereotypem – na przykładzie stereotypu matki*, „Język a Kultura” t. 12: *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne*, red. Janusz Anusiewicz, Jerzy Bartmiński, s. 63–83.
- Bartmiński Jerzy, 2007a, *Czy możemy wyzwolić się ze stereotypów? Stereotypy a wzory kultury*, [w:] tegoż, *Stereotypy mieszkają w języku*, Lublin, s. 106–111.
- Bartmiński Jerzy, 2007b, *Jak zmienia się stereotyp Niemca w Polsce? Profile i ich historyczno-kulturowe uwarunkowania*, [w:] tegoż, *Stereotypy mieszkają w języku*, Lublin, s. 242–261.
- Bartmiński Jerzy, 2007c, *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki*, [w:] tegoż, *Stereotypy mieszkają w języku*, Lublin, s. 53–71.
- Bartmiński Jerzy, Chlebda Wojciech, 2013, *Problem konceptu bazowego i jego profilowania – na przykładzie polskiego stereotypu Europy*, „Etnolingwistyka. Problemy Języka i Kultury” 25, s. 69–95.
- Bartmiński Jerzy, Lappo Irina, Majer-Baranowska Urszula, 2007, *Stereotyp Rosjanina i jego profilowanie we współczesnej polszczyźnie*, [w:] tegoż, *Stereotypy mieszkają w języku*, Lublin, s. 262–298.
- Bartmiński Jerzy, Panasiuk Jolanta, 2001, *Stereotypy językowe*, [w:] *Współczesny język polski*, red. Jerzy Bartmiński, Lublin, s. 371–395.
- Bauer Zbigniew, 2009, *Polskie fora internetowe. Przykład „mowy nienawiści” czy „mowy agresji”?*, [w:] *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Język, edukacja, semiotyka*, red. Mirosław Filiciak, Grzegorz Ptaszek, Warszawa, s. 46–59.
- Błuszkowski Jan, 2003, *Stereotypy narodowe w świadomości Polaków. Studium socjologiczno-politologiczne*, Warszawa.
- Chlebda Wojciech, 1998, *Stereotyp jako jedność języka, myślenia i działania*, „Język a Kultura” t. 12: *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne*, red. Janusz Anusiewicz, Jerzy Bartmiński, s. 31–41.

- Doroszewicz Krystyna, Stanisławiak Ewa, 2002, *Stereotypy regionalne. Mieszkańcy Warszawy i Krakowa w oczach młodzieży*, „Rocznik Żyrardowski” nr 1, s. 113–127.
- Górski Rafał, Łaziński Marek, 2012, *Typologia tekstów w NKJP*, [w:] *Narodowy Korpus Języka Polskiego*, red. Adam Przepiórkowski, Mirosław Bańko, Rafał Górski, Barbara Lewandowska-Tomaszczyk, Warszawa, s. 13–23.
- Habrajska Grażyna, 1998, *Prototyp – stereotyp – metafora*, „Język a Kultura” t. 12: *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne*, red. Janusz Anusiewicz, Jerzy Bartmiński, s. 116–123.
- ISJP – *Inny słownik języka polskiego*, red. Mirosław Bańko, Warszawa 2000.
- JWP – *Język. Wartości. Polityka. Zmiany rozumienia nazwy wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych*, red. Jerzy Bartmiński, Lublin 2006.
- Kofta Mirosław, 2004, *Stereotypy i uprzedzenia a stosunki międzygrupowe: stare problemy i nowe idee*, [w:] *Myślenie stereotypowe i uprzedzenia. Mechanizmy poznawcze i afektywne*, red. Mirosław Kofta, Warszawa, s. 10–37.
- Leszczyński Adam, 2017, *No dno po prostu jest Polska. Dlaczego Polacy tak bardzo nie lubią swojego kraju i innych Polaków*, Warszawa.
- Panasiuk Jolanta, 1998, *O zmienności stereotypów*, „Język a Kultura” t. 12: *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne*, red. Janusz Anusiewicz, Jerzy Bartmiński, s. 84–98.
- Pisarek Walery, 2007, *Wyobrażenia o polskich typach regionalnych*, [w:] Walery Pisarek, *O mediach i języku*, Kraków, s. 140–147.
- SJPDor – *Słownik języka polskiego*, red. Witold Doroszewski, Warszawa 1958–1969.
- Skibińska Elżbieta, 2009, *Paryż i Warszawa: stolice i ich mieszkańcy w oczach młodzieży polskiej i francuskiej*, „Etnolingwistyka. Problemy Języka i Kultury” 21, s. 235–258.
- SL – Samuel Bogumił Linde, *Słownik języka polskiego*, Warszawa 1807–1814.
- SW – *Słownik języka polskiego*, red. Aleksander Zdanowicz i in., Wilno 1861.
- Święcicka Małgorzata, Peplińska Monika, 2016, *Struktura treściowa i aksjologiczna stereotypów mieszkańców wybranych polskich miast*, „Język Polski” z. 1, s. 96–109.
- Tomaszewska Hanna, 2012, *Młodzież, rówieśnicy i nowe media. Społeczne funkcje technologii komunikacyjnych w życiu nastolatków*, Warszawa.
- Tyrpa Anna, 2016, *Opowieść o Warszawie wysnuta ze słowników i tekstów folkloru*, [w:] *Slavica. Onomastica. Regionalia. Prace dedykowane Panu Profesorowi Jerzemu Dumie*, red. Maria Biolik, Alina Naruszewicz-Duchlińska, Wanda Szulowska, Ewa Wolnicz-Pawłowska, Wojciech Włoskiewicz, Olsztyn, s. 213–224.
- Weigl Barbara, 2002, *Stereotypy i uprzedzenia*, [w:] *Psychologia. Podręcznik akademicki*, t. 3: *Jednostka w społeczeństwie i elementy psychologii stosowanej*, red. Jan Strelau, Warszawa, s. 205–224.
- WSJP – *Wielki słownik języka polskiego*, red. Piotr Żmigrodzki, <http://www.wsjp.pl/> [dostęp: 10.11.2018].
- Zgólkowie Halina, Tadeusz, 1998, *Biznesmen, uczonec i robotnik. Aksjologiczne podstawy stereotypu językowego. Rekonesans*, „Język a Kultura” t. 12: *Stereotyp jako przedmiot lingwistyki. Teoria, metodologia, analizy empiryczne*, red. Janusz Anusiewicz, Jerzy Bartmiński, s. 245–251.

THE STEREOTYPE OF *WARSZAWIAK* 'RESIDENT OF WARSAW'  
IN CONTEMPORARY POLISH

The article aims to reconstruct the stereotype of *warszawiak* 'resident of Warsaw' in contemporary Polish. The analysis is based on three kinds of data: systemic, from questionnaires, and textual. Definitions of the lexeme *warszawiak* are surveyed, beginning with Samuel Linde's *Słownik języka polskiego*; this is supplemented with a consideration of the lexeme's selected derivatives. The main basis of experimental research is the questionnaire conducted in three sections of Warsaw's student populace. Four questions were asked in the questionnaire: about the features of a typical *warszawiak*, a true *warszawiak*, about objects (artifacts) characteristic of the person, and collocations of the adjective *warszawski* 'of, relating to Warsaw'. Two textual sources were also used: the National Corpus of Polish (NKJP) and comments to online publications about Warsaw.

The stereotype that has been reconstructed appears to be coherent and relatively stable. Especially two features attributed to *warszawiaczy* 'residents of Warsaw' are rather resistant to change: conceit (whose basis is one's location or origin) and artfulness. However, the stereotype also contains new components, mainly neutral ones, such as a rushed lifestyle, modernity, and focus on individual development. The most negative picture of *warszawiak* is the one that emerges from online comments; the most positive one emerges from responses to the question about the true *warszawiak*. Within the stereotype there is also internal classification of *warszawiaczy* 'residents of Warsaw' with regard to the birthplace and family background.

KEY WORDS: stereotype; linguacultural worldview; *warszawiak*; questionnaire