

MARIA WACŁAWEK — MARIA WTORKOWSKA

DENAR JE/NI VSE — IZ RAZISKAV JEZIKOVNO-KULTURNE
PODOBE SLOVENCEV

COBISS: 1.01

HTTPS://DOI.ORG/10.3986/JZ.29.2.08

Denar ni le stvar, ki ima določeno vrednost in nastopa v vlogi plačilnega sredstva. Raziskovalno se zdi zanimiv opis njegovega pomena, ki upošteva antropocentrični način konceptualizacije v primerjalnem slovensko-poljskem okviru. Prispevek predstavlja rezultate anketne raziskave o odnosu do denarja – gre za eno od pomenskih kategorij, ki sta jih avtorici ugotovili pri jezikovno-kulturni stereotipni podobi Slovencev, izoblikovani skozi raziskave. Metodološko sodi predstavljena tematika na področje etnolingvističnih raziskav.

Ključne besede: jezikovno-kulturni stereotip, Slovenci, odnos do denarja, etnolingvistika


Money is (not) everything: Cultural and Linguistic Stereotype Research on Slovenians

Money is not only an object of certain value used as a means of payment. Its description relating to the anthropocentric way of conceptualizing its significance against a Slovenian–Polish comparative background is interesting to researchers. This article presents the results of one semantic category of our survey of the cultural and linguistic stereotype of Slovenians: their attitude toward money. The text is an example of ethnolinguistic research methodology.

Keywords: cultural and linguistic stereotype, Slovenians, attitude toward money, ethnolinguistics

[...] mowy o pieniądzach nie unikniemy, bo zakotwiczą nas one wśród rzeczy,
a także wśród ludzi, czyli po prostu w tym,
co jest dla nas dziś rzeczywistością
‘[...] govoriti o denarju je neizogibno, saj predstavlja sidrišče v stvarih,
tudi pri ljudeh – torej preprosto znotraj tega,
kar je naša današnja stvarnost’
(Jarzębski 2010: 188)

Maria Waclawek ■ Ślązijska univerza, Katowice, Poljska ■ maria.waclawek@us.edu.pl ■

 <https://orcid.org/0000-0002-3307-5338>

Maria Wtorkowska ■ Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta ■ wtorkowskam@ff.uni-lj.si ■

 <https://orcid.org/0000-0001-9317-2490>



1 UVOD

Razvoj denarja sovpada z razvojem civilizacije – že tisočletja je neizogibna sestavina vsakdanjega življenja, v katerem ima pomembno vlogo (prim. npr. Sédillot 2007). Proučuje se tudi v znanosti – tako teoretično kot empirično.

Ekonomija se kot veda na problematiko denarja osredotoča po definiciji: analizira njegove objektivne in splošne povezave z različnimi gospodarskimi spremenljivkami (vrednost valut, obrestne mere, inflacija itd.), denar obravnava skozi prizmo njegovih ekonomskih vlog (prim. Mishkin 2002; Borcuch 2010; Cywiński 1992; Huterski 2021; Begg – Fischer – Dornbusch 2007: 103–105).¹ Razmišljanja o tem, kaj je denar – nekaj splošno znanega in v najširši uporabi –, so težavna zaradi svojstvene nedoločnosti in pestrih oblik njegovega obstoja. To je povezano z več dejavniki, mdr. s tem, da denar nastopa v več oblikah, igra različne vloge in ima lahko več pomenov (Snelders idr. 1992), pa tudi s tem, da se meša pojme *dohodek* (ki je pritek), *imetje* (ki je zaloga) in *denar* (ki je del imetja z najvišjo likvidnostjo) (Górnjak 2000: 17; Friedman 1992). Kljub množičnosti različnih vedenj, povezanih z denarjem, kar vključuje tudi pojavljanje denarja v vlogi pomenske kategorije v jeziku in kulturi, je ta problematika izven ekonomije dolgo časa ostajala na stranskem tiru.² Na razvoj širše razumljene humanistične misli o denarju so vplivala zlasti sedaj že klasična dela Georga Simmla – filozofa, kulturnega teoretika, pa tudi enega od prvih nemških sociologov. Simmel je pri raziskavah o denarju opredelil temeljna področja ter izvedel poglobljeno analizo kulturnih vlog denarja kot oblike simboličnega izkazovanja vrednosti in nosilca družbenih sprememb (Simmel 2005; 2008).³ Denar zaradi svoje simbolne narave vstopa v odnos s človekom kot posameznikom in kot delom družbe. Predstavlja primer fenomena v kulturi,

-
- 1 Temeljne ekonomske funkcije denarja so povezane z življenjem in dejavnostmi: (a) splošno sredstvo izmenjave in urejanja dolžniških obveznosti; (b) obračunska enota, ki se uporablja za izražanje in primerjavo vrednosti ter kot oznaka medsebojnih dolžniških razmerij; (c) sredstvo za ohranjanje vrednosti v času (skladičenje); (č) temelj za določanje vrednosti odloženih obveznosti.
 - 2 V humanističnih in družbenih vedah ima obravnava denarja pravzaprav že dolgo tradicijo, čeprav so se sistematične in obširnejše raziskave začele izvajati šele pred nekaj desetletji. Kot utemeljitev za to se mdr. navaja dojetje denarja kot predmeta strogo ekonomskih raziskav, pa tudi to, da se denar v družbi dojema (se je dojemal) kot tabu (Wąsowicz-Kiryło 2008: 9).
 - 3 Še drugi znanstveniki so se lotevali novih smeri raziskav na področju denarja. Sociologi, kot sta npr. Talcott Parsons ali Neil J. Smelser, denar razumejo v okviru posrednika družbene izmenjave, medtem ko Jürgen Habermas zagovarja tezo o denarni kolonizaciji človeškega sveta (Borcuch 2010: 96–103). Nasproten (navedenim) dominantnim tokovom je pri razmišljanju o denarju koncept Viviane Zelier, ki predpostavlja večfunkcijskost denarja (*multiple monies*) in poudarja njegov družbeni pomen. Psihološke raziskave pa izpostavljajo odnos do denarja pri posamezniku, pri čemer upoštevajo njegove spoznavne, vedenjske in čustvene karakteristike (Wąsowicz-Kiryło 2008; 2013).

ki ob preseganju zgolj ekonomskega pojava lahko postane pomembna filozofska, sociološka ali psihološka kategorija.⁴

2 JEZIKOVNA PODOBA SVETA, JEZIKOVNO-KULTURNI STEREOTIP IN DENAR

Jezik se razvija v povezavi s kulturo, tradicijo in zgodovino določene družbe ter načinom, kako družba dojema in razlaga svet. Podoba sveta, ki se odraža v jeziku, je antropocentrična, kar pomeni, da je pogojena z zaznavnimi možnostmi, potrebami, znanjem in izkušnjami človeka – človek dojema, torej odbira in ocenjuje zunajjezikovno resničnost.

Temeljni cilj raziskav podobe sveta v danem jeziku je odkriti shemo splošnih prepričanj, ki so posledica kompleksnih, široko razumljenih večstoletnih razvojnih procesov v družbi, ki jezik uporablja. Kot teoretično podlago naših raziskav jemljemo v poljskem kulturološkem jezikoslovju sprejeta izhodišča glede jezikovne podobe sveta (Bartmiński 1999; Dąbrowska – Anusiewicz 2000; Bartmiński 2007; 2009), zlasti pa jezikovno-kulturne stereotipe, ki jo tvorijo. *Stereotip* razumemo kot »predstavo, ki je uveljavljena v splošni, vsakdanji poljščini in zavzema prostor med jezikovnim izrazom in zunajjezikovno resničnostjo« (Bartmiński – Bielińska-Gardziel 2012: 10); ta predstava izhaja iz antropocentričnega zornega kota in perspektive, ki je z njim povezana (Bartmiński 2007; 2009); zaznamuje jo zdravorazumskost, intersubjektivnost⁵ in poenostavljanje.

Če se navežemo na opredelitve raziskovalcev slovanskih književnosti, je denar smiselno razumeti kot eno od pomembnih kulturnih problematik (prim. Chrobak idr. 2009). Kot znanstvena problematika se vse pogosteje pojavlja tudi v jezikoslovnih raziskavah (Święcicka 2012; Filar 2018), vključno s primerjalnimi jezikovno-kulturnimi raziskavami (Rejakowa 2000; Waclawek – Wtorkowska 2022: 147–167; Waclawek – Wtorkowska [v tisku]). Jezikovno-kulturni opis izseka sveta – na primeru odnosa do denarja – »lahko predstavlja svojstven dokument, ki odkriva družbeno sprejete načine razmišljanja, splošno priznane hierarhije vrednot« (Filar 2018: 44). Etnolingvistični pristop k razmišljanju o jeziku pomeni, da se osredotočamo na intersubjektivno dojetje *denarja*; na pomen, ki se mu pripisuje, na njegovo vrednost in odnos do njega – kar je vse zakodirano tako v sistemu (danega) jezika in na njegovi leksikalni ravni kot tudi v jezikovno-kulturnih konceptih, ki jih je mogoče odkriti s pomočjo besedilnih analiz ali

4 Britanski sociolog, prosvetni delavec in aktivist William Bloom (1995) poudarja tako razumski pomen denarja kot tudi čustvenost odnosa do obravnavane tematike – intenzivnost misli, občutij in dejanj, ki jih povzroča. Denar metaforično primerja z jezikom in tako utemeljuje nujnost njegovega obstoja kot sredstva medčloveške komunikacije.

5 Intersubjektivnost v smislu subjektivnosti (vezanosti na lastno znanje, izkušnje, preference, ideologijo); gre torej za neobjektivno oceno, skupno določeni skupini ljudi.

anketnih raziskav. Kot poudarja Małgorzata Świącicka, so z jezikoslovnega vidika lahko zanimive že same jezikovne »opredelitve denarja, ki interpretirajo zgodovino, politiko, ekonomijo ali geografsko lego, hranijo spomin na znamenite osebe, pogosto pa segajo celo v svet favne in flore« (Świącicka 2012: 12).

V slovenščini je *denar* opredeljen kot: (1) 'splošno veljavno plačilno sredstvo in merilo vrednosti'; 'kovinski ali papirnati predmeti, ki se uporabljajo kot plačilno sredstvo'; in (2) 'plačilo, znesek', to drugo navadno ekspresivno (SSKJ2). Slovarska razlaga *denarja* pojasnjuje dva očitna elementa: kaj denar sploh je (téma) in za kaj se uporablja – opredeljuje torej njegovo vrednost in funkcijo. Ne vključuje pa v zadostni meri najpomembnejšega – ljudi in njihovega odnosa do denarja, ki vendarle določa, kaj beseda pomeni in kakšne asociacije sproža.

Kompleksna narava denarja se kaže v jeziku (jezikih) in kulturi (kulturah). O tem se lahko prepričamo že, če si priključimo v spomin nekaj splošno znanih pogledov, ki so zaobseženi v rekih, pregovorih in frazemih – tu v slovenščini in poljščini – in odražajo stereotipno dožemanje denarja, kot živi v jeziku in mislih jezikovnih uporabnikov (SSKJ2; SSF 2011: 160; SPiSPI 2020; USJP 2003 3: 118; SFJP 1989 1: 668–669; NKPiWPP 1970 2: 868–878):

imeti denarja kot vrag toče; imeti poln žep/polne žepe denarja; iti [v denar] kot/za med; Čas je denar; Če hočeš izgubiti prijatelja, mu posodi denar; Če imajo otroci denar, imajo kramarji semenj; Denar je sveta vladar; Denar ne smrdi; Denar odpira vsa vrata; Malo denarja, malo muzike; Škoda je umreti in denar pustiti; Vse za denar; Za denar se vse dobi; Za ta denar je to to; Ježeli nie wiadomo, o co chodzi, chodzi o pieniądze; Pieniądze szczęścia nie dają; Czas to pieniądz; Gdy pieniądze wiele, wokoło przyjaciele; Miłość bez pieniędzy, wrota do nędzy; Za pieniądze ksiądz się modli, za pieniądze ludzie podli; przeliczać wszystko na pieniądze; pieniądze idą/płyną jak woda; pieniądze na życie; robić (na czymś) pieniądze; mieć pieniądze jak lodu; spać na pieniądzach proti nie śmierdzieć pieniędzmi; żywa gotówka/żywy pieniądz; ciężkie proti marne/psie pieniądze.⁶

Vse naštetto potrjuje, da je denar kot pomenska kategorija gradnik jezika – jezik pa je izkušen razlagalec antropocentričnega sveta (prim. Tokarski 2001; 2013), tudi takšnega dožemanja denarja. Pogledi na denar, kot se kažejo v zgoraj navedenih slovenskih in poljskih primerih, so del tradicije, ki se prenaša iz generacije v generacijo, in predstavljajo rezultat kulturnih izkušenj. Te tvorijo osnovo življenja družbe in posameznika, nastalo na temelju slovensko- oz. poljskocentričnega védenja o svetu. Da bi lahko v polnosti razumeli pomen navedenih stereotipnih pogledov, moramo ne le dekodirati pomensko vrednost leksikalnih enot, temveč hkrati upoštevati tudi pomensko motivacijo, ki izhaja iz splošnega védenja, za-

6 Slovenski ustrezniki oz. (kjer jih ni) prosti prevodi: *Če se ne ve, za kaj gre, gre za denar; Denar ne prinaša sreče; Čas je denar; Ko je denarja obilo, prijatelj ne manjka; Ljubezen brez denarja vodi v bedo; Za denar še župnik moli, ljudje pa nanj so podlo nori; vse gledati skozi denar; denar gre/teče kot voda; denar za življenje; služiti denar (s čim); imeti denarja kot peska; valjati se v denarju : ne imeti počenega groša; živa gotovina/živ denar; težki denarji : borni denarji.*

koreninjenega v slovenski oz. poljski jezikovni zavesti in identiteti. Bogat nabor besedja v zvezi z denarjem kaže, da ga jezikovni uporabniki (v našem primeru govorniki slovenščine oz. poljščine) dojemajo kot pomemben element človekovega obstoja. Za pravilno razumevanje zgoraj navedenih primerov je torej potrebna ustrežna jezikovno-kulturna kompetenca naslovnika. Ta mu omogoča, da bo lahko razumel polni pomen besed in znal razbrati opažanja o človeški (včasih pa strogo »slovenski« oz. »poljski«) naravi ter oceni določenih drž oz. odnosa in vedênj, ki jih posredujejo (Filar 2018: 44).

3 ODNOS SLOVENCEV DO DENARJA

Človek⁷ znanje o svetu ne le zbira, temveč ga tudi ustrezno interpretira⁸ in vrednoti. Kot poudarjajo psihologi, so vrednostne sodbe bistveni del človekovih kognitivnih funkcij, ndr. zato, ker tvorijo podlago za določanje ciljev in motivacijo, da se določenih aktivnosti lotimo (ali se jim izogibamo) (Kozielecki 1998: 197). Vrednote – torej to, kar je dobro (Puzynina 1992) in/ali dragoceno (Bartmiński 2009: 131–148) – tvorijo jedro vsake kulture. Njihovo prepoznavanje in zavzemanje odnosa do njih je dejavnik, ki določa posameznikovo in kolektivno identiteto. Denar je samega po sebi težko vrednotiti enoznačno; aksiološko spada na področje sredstvenih vrednot, ki nečemu služijo (Puzynina 1992: 39). Jezikovno izražene drž v odnosu do denarja pa se po drugi strani lahko presojujejo na različne načine.

Raziskovalno je iskanje načina, kako je stereotip konceptualiziran, zanimivo primerjalno. Gre torej za iskanje avtostereotipnega (A) – kako se določena skupina dojema sama (v našem primeru mnenja Slovencev o sebi) – in heterostereotipnega modela (H) – kako jo vidijo in ocenjujejo drugi (na primeru Poljakov). Poenostavljena podoba, kot se je oblikovala v našem besedilu, se nanaša le na osebe, ki jih je zajela raziskava, in je ne moremo uporabiti za posploševanje o družbeni celoti obeh narodnosti. Analiza je bila izvedena na podlagi podatkov iz anketne raziskave, v kateri je sodelovalo 140 anketirancev: 70 Slovencev, ki imajo stik s

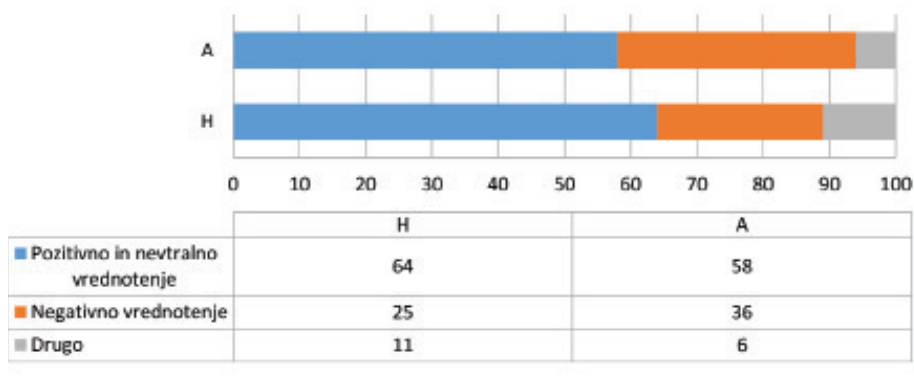
7 V tem razdelku gre za močno razširjeno, aktualizirano in predelano različico neobjavljenega referata *Pieniądze to (nie) wszystko – z badań nad językowo-kulturowym obrazem Słowiańca*, 'Denar je/ni vse – iz raziskav jezikovno-kulturne podobe Slovencev', ki sva ga predstavili na mednarodni znanstveni konferenci *Polsko-słoweński dialog międzykulturowy* (Katovice, 12.–13. 12. 2019). Besedilo je novo po vsebini in obliki ter predstavlja poskus, da se slovenski publikli približa del skozi anketne raziskave izoblikovanega jezikovno-kulturnega koncepta Slovencev. V naslednji fazi je bila raziskava razširjena s podatki, pridobljenimi od še več (skupaj 200) anketirancev, rezultati pa preračunani in interpretirani na novo, tudi za potrebe poljske monografije z naslovom *O Polakach i Słowianach – w kręgu językowo-kulturowych stereotypów* (Wrocław – Wtorkowska 2022).

8 »Človekov zaznavni sistem ne deluje kot fotografski aparat ali videokamera. Informacije sprejema tako, da jih meša, interpretira, preoblikuje. Osebi, ki gledata isto stvar, jo lahko dojemata drugače; ista stvar se v različnih kontekstih lahko dojema različno« (Wąsowicz-Kiryło 2008: 63–64).

Poljaki, in 70 Poljakov, ki poznajo predstavnike slovenske narodnosti.⁹ Anketo so sestavljala odprta vprašanja,¹⁰ anketiranci pa so jo izpolnjevali v maternem jeziku. Cilj prispevka je prikaz manjšega fragmenta jezikovno-kulturnih predstav Slovencev – njihovega odnosa do denarja, kot ga lahko razberemo na podlagi odgovorov na eno tako zastavljeno vprašanje. Iz zbranega gradiva smo odbrali 388 izpisov – 171 iz poljskih in 217 iz slovenskih podatkov.¹¹ Vsota vseh izsekov, zbranih pod vsakim od polov (avtostereotip : heterostereotip), predstavlja celoto –100 %.¹² Posameznostim, ki so se pojavljale le po enkrat, se ne izogibamo, ker jih imamo za enako dragocene kot pogostejša mnenja.

Izpisano gradivo, povezano s slovenskim odnosom do denarja z vidika anketirancev, je bilo uvrščeno v tri splošne tematske skupine: (1) pozitivno in/ali nevtralnno vrednotenje; (2) negativno vrednotenje; (3) drugo. Ker meja med pozitivno in nevtralno oceno neredko ni ostra, smo se odločili za skupni prikaz obeh naenkrat, čeprav bo govorec razliko v presoji – kadar je prisotna – vendarle lahko opazil. Graf 1 shematsko prikazuje tako pridobljene rezultate pri avto- in heterostereotipnem modelu v ustreznih deležih celote.

Graf 1: Slovenski odnos do denarja



Pojasnilo krajšav: A – avtostereotip, H – heterostereotip

Vir: Lastna analiza

- 9 Podrobnejši opis te skupine je predstavljen v drugem prispevku (Waclawek – Wtorkowska 2020).
- 10 Vprašanja so se dotikala pomenskih kategorij, kot so način opredelitve, videz, značaj in vedenje, družinske vezi, način preživljanja prostega časa, odnos do denarja, znanosti in izobrazbe, religije, države in naroda. Monografija (Waclawek – Wtorkowska 2022) podrobno predstavlja izbrane tematske kategorije, ki so bile odkrite pri oblikovanju stereotipnih predstav (modelov).
- 11 Navadno je tako, da sami o sebi (avtostereotip) vemo več, zato smo tudi pripravljene (ali zmožni) več povedati. Pri mnenju o drugih smo bolj zadržani, kar je vidno tudi v razmerju med poljskimi in slovenskimi odgovori: 0,79 : 1.
- 12 Vsota izsekov (I) v avto- (A) in heterostereotipu (H): $I_A = 217$ (100 %) in $I_H = 171$ (100 %).

Že uvodna analiza podatkov kaže na visok odstotek izsekov s pozitivnim ali nevtralnimi vrednotenjem. Pojavlja se tudi izrazito kritičen pogled, celo nezadovoljstvo s slovenskim odnosom do denarja – zlasti kar se tiče samoocene, medtem ko severni sorodniki na to področje življenja v Sloveniji gledajo z večjo naklonjenostjo.

3.1 Pozitivno in/ali nevtralnno vrednotenje

Kljub zelo visokemu deležu izsekov, ki kažejo na pozitivno ali nevtralnno vrednotenje odnosa do denarja (A – 58 %, H – 64 %), je bilo tako posplošeno mnenje v slovenskih in poljskih izsekih eksplicitno izraženo le enkrat, npr. v *redu je odnos*; [odnos do denarja je] *pozytywny; nie zdarzyło mi się, żeby mnie np. ktoś oszukał typu źle wydana reszta* (A – 1 %, H – 2 %).¹³ Gradivo v kategoriji ‘pozitivno in/ali nevtralnno vrednotenje’ smo uvrstili v ustrezne tematske skupine, ki odslkavajo različne odtenke lastnosti, ki določeno oceno utemeljujejo – gl. preglednico 1.

Preglednica 1: Pozitivno in/ali nevtralnno vrednotenje – razdelitev na skupine (%)

| Tematske skupine | A | H |
|---|-----------|-----------|
| Denar je pomemben | 18 | 5 |
| Različno: pozitivno | 4 | 11 |
| Varčnost | 22 | 31 |
| Poraba (razumno, ker si lahko privoščijo) | 14 | 17 |
| Skupaj | 58 | 64 |

Vir: Lastna analiza

Velik del avtostereotipnih izjav, hkrati pa – nepričakovano – majhen del heterostereotipnih neposredno pravi, da Slovenci denar cenijo, jim je pomemben, pri čemer pogosto navajajo, zakaj je tako (skupaj: A – 18 %, H – 5 %). Velikokrat je to izraženo s pridevnikom *pomemben* (polj. *ważny*) ali s formulacijami s takim ali podobnim pomenom,¹⁴ npr. *denar je pomemben; denar se smatra kot zelo pomemben; denar je izjemno pomemben; mislim, da nam denar veliko pomeni; ogromen pomen dajo denarju; pieniądze są ważne; bardzo ważny aspekt niemal dla wszystkich Słoweńców; pieniądze są ważne jak we wszystkich krajach*. Denar je torej konceptualiziran kot vrednota – to, čemur kdo priznava veliko načelno vrednost in mu zato daje prednost (Fran/SSKJ): *veliko se v naši državi vrti okoli denarja, zato tudi veliko ljudem predstavlja eno večjih vrednot, ker je pomembno, koliko zaslužiš in kaj si lahko s tem materialnega privoščiš*. V zbranih izsekih iz slovenskega dojemanja sveta (avtostereotip), ki govorijo o pomembnem statusu

¹³ Te podatke smo uvrstili v skupino ‘različno: pozitivno in nevtralnno’, ki jo predstavljamo v nadaljevanju.

¹⁴ Izjave, ki poudarjajo pomen denarja, predstavljajo v obravnavani skupini 10 % od 18 % pri avtostereotipu in 4 % od 5 % pri heterostereotipu.

denarja, najdemo tudi pojasnilo, zakaj je tako.¹⁵ Kot namreč pravijo slovenski anketiranci, denar zagotavlja preživetje: *pomemben za preživetje; denar kot dobrina za preživetje*, kar vključuje finančno neodvisnost: *vsak si želi biti finančno samostojen*, pa tudi premožnost: *ne gre toliko za odnos do denarja samega na sebi, ampak za to, kar omogoča, tako se gre za pomembnost denarja, ki se kaže v dobrem avtu, nepremičnini*. Slovenci – kot tudi predstavniki drugih narodnosti – torej želijo imeti več denarja: *vsii pa hrepenijo po denarju; vsii bi ga želeli imeti več*. Kot – verjetno ustrezno – pravi ena od poljskih anketirank: *pieniądze są kryterium wartościowania innych i siebie i swojego sukcesu* 'denar je kriterij vrednotenja drugih in sebe ter lastnega uspeha'. Postal je namreč simbol družbenega statusa: *je statusni simbol; [denar se smatra kot zelo pomemben,] saj se z njim dviga družbeni status; [denar] deluje jim kot simbol družbene moči; ljudi z več denarja se spoštuje; položaj imaš, če imaš denar*. Materialistični pristop ima v presoji slovenskih anketirancev grenak priokus: *denar postavljajo na eno najvišjih letvic; vse se meri skozi denar in koliko premoženja kdo ima; tipičnemu Slovencu ali Slovenki denar žal pomeni kar precej*. Kljub poudarjeni slovenski zavesti o pomenu denarja se v enem od izsekov najde vsaj simbolični izraz, da sreče vendarle ne prinaša: *[denar je v zadnjem času malo bolj prišel v ospredje,] se pa zavedamo, da ne prinese sreče*.

Pozitivno ali eventualno nevtrarno vrednotenje odnosa Slovencev do denarja izražajo tudi izseki, zbrani v manjši skupini 'različno: pozitivno in/ali nevtrarno'; pogosteje jih najdemo pri heterostereotipu (A – 4 %, H – 11 %).¹⁶ Poleg prej omenjenih posameznih izjav, ki izkazujejo na splošno pozitiven odnos do denarnih vprašanj, so poljski anketiranci izpostavili dve konkretni lastnosti južnih sorodnikov, o katerih smo jih spraševali, – premožnost, npr. *wysoki PKB brutto na jednego mieszkańca; w Słowenii żyje się całkiem dobrze, według statystyk przynajmniej*, in pa delavnost, ki prinaša materialne dobrine, npr. *na pewno są pracowici, gotowi do pracy nawet w kilku instytucjach; potrafią też zarabiać pieniądze, są pracowici*. Poleg tega obe skupini Slovence (morda z izjemo prebivalcev osrednjih krajev) vidita kot radodarne (polj. *hojność; radodaren* – polj. *hojny*): *velikodušnost; radodarnost; vendar se mi zdi, da nam ni težko posoditi ali komu dati; zdi se mi, da so ljudje izven osrednje regije veliko bolj velikodušni; hojni dla innych; w stosunkach towarzyskich są bardzo hojni, np. płacąc za czyjąś kawę lub obiad*.¹⁷ Redkeje se izpostavlja druga pohvalna lastnost, ki jo lahko izkazujejo premožni: podpiranje družbenih dejavnosti, karitativnost: *vendar tudi velika karitativnost*;

15 Izseki, ki opredeljujejo, zakaj je denar pomemben, predstavljajo skoraj polovico deleža pri avtostereotipu (8 % od 18 %) in le simboličen odstotek pri heterostereotipu (1 % od 5 %).

16 Deleži te manjše skupine so razdeljeni takole: pozitiven odnos (splošno) (A – 1 %, H – 2 %), premožnost (H – 3 %), delavnost (H – 3 %), radodarnost (A – 1 %, H – 2 %); karitativnost (A – 2 %, H – 1 %).

17 Kot lahko razberemo iz spremljevalnih podatkov anketnega vprašalnika, večina poljskih informacij o slovenski (najverjetneje moški) radodarnosti izvira od Poljakinj na izmenjavi Erasmus.

według moich doświadczeń, zwłaszcza w małych społecznościach wspólnie zarobione pieniądze nie są dzielone, a wydawane na wspólny cel, np. budowę placu zabaw czy boiska, by żyło się lepiej razem, w społeczności.

Največ izjav – zlasti poljskih – poudarja predstavo o varčnosti stereotipnega oz. tipičnega Slovence in o tem, kar iz nje izhaja, torej mdr. treznost pri porabi denarja, pa tudi vzroke in načine kopičenja denarja (skupaj A – 22 %, H – 31 %). Zelo visok je bil odstotek izjav, ki neposredno izpričujejo slovensko finančno preudarnost – *varčnost* (polj. *oszczędność*):¹⁸

varčni; zelo varčni; varčen; veliko varčujejo; precej varčni z denarjem; smo sigurno zelo varčni; varčnost; [zmerno trošenje] do varčnosti; veljamo za varčne; veliko je ukvarjanja z varčevanjem; varčnost; ljubezen do varčevanja; oszczędność; oszczędni; Słoweńcy z moich doświadczeń to raczej oszczędny naród; [odnos do denarja je] bardzo racjonalny i oszczędny; potrafią być bardzo oszczędni; oszczędni, zakupy w miarę potrzeb, a nie możliwości portfela; są oszczędni, ale nie przesadzają; na ogół oszczędni; wydają się oszczędni, ale nie skąpi; podoba mi się oszczędność, gospodarność i liczenie się z wartością pieniędzy.

Le slovenski anketiranci so pri tem navedli načine, kako varčujejo (mdr. vlaganje kot možnost kopičenja in plemenitenja kapitala):¹⁹ *razvita kultura varčevanja denarja, predvsem v bankah; manj investiranja v ostale finančne instrumente (delnice, obveznice); radi tudi investirajo v nepremičnine; vlaganje v nepremičnine. Zaupljivost do bank kot za varčevanje primernih institucij, ki so jo prej navajale posamezne izjave, se je izkazala kot ambivalentna: nezaupljivi do bank (raje denar v nogavici).* Poljski anketiranci so medtem skušali pojasniti, s čim je – po njihovem mnenju – slovenska naklonjenost varčevanju pogojena. Šlo naj bi za značilnost naroda, ki izhaja tako iz geografsko-kulturne lege (in z njo povezane nuje) kot tudi ustrezne vzgoje in praktičnega pristopa Slovencev,²⁰ npr. *može to być także dziedzictwo biedy z poprzednich wieków, trudnych warunków życia w górach, na skalistej ziemi itd.; wydawanie za dużo jest traktowane jako coś nagannego, a oszczędzenie, znalezienie tańszej oferty jako coś pożądanego.*

Posebno skupino izsekov tvorijo izjave, ki pričajo o tem, da se Slovence dojema kot narod, ki denar sicer spoštuje, a ga hkrati porablja za to, kar hoče – ker si to lahko privošči (skupaj A – 14 %, H – 17 %).²¹ Slovenci se dojemajo (in Poljaki jih dojemajo enako) kot dobri potrošniki – denar radi porabljajo za nakupe,

18 Pri avtostereotipu gre za 9 % zbranih izsekov v tej skupini (9 % od 22 %), pri heterostereotipu pa za večino, in sicer 23 % od 31 %.

19 Navedeni načini varčevanja in plemenitenja kapitala predstavljajo v obravnavani skupini 4 % od 22 %.

20 Izseki o vzrokih varčevanja znašajo v tej skupini 8 % od 31 %.

21 Razdelitev gradiva v tej skupini: v splošnem porabljajo in radi porabljajo denar (A – 5 %, H – 2 %); konkretno: nakup znamk (A – 5,5 %, H – 7 %), obnove in popravila (le H – 1,5 %), potovanja (A – 1 %, H – 3 %), druženje s prijatelji (A – 2 %, H – 3 %), knjige (le A – 0,5 %, bližnji (le H – 1 %).

zlasti v času akcij: *potrošni; porabimo veliko denarja; smo pa precejšnji potrošniki; potrošniški – carpe diem; lovci na akcije; radi imajo razprodaje; nektóрым bardziej oplaca się kupować za granicą, więc to robią.*

Zgoraj opisana tendenca po varčevanju izhaja iz praktične narave Slovencev, ki pri nakupih denar najraje porabijo za kaj vrednejšega: *porabimo veliko denarja, čeprav ne več kot ga imamo; sicer pa je precej ljudi zelo varčnih, si pa pogosto tudi ti privoščijo kaj boljšega; duża praktyczność i gotowość wydania większej ilości pieniędzy na przedmiot lepszej jakości (mogący posłużyć dłużej).* Tovrstne ocene potrjujejo med Slovenci dobro znan pregovor *Nisem tako bogat, da bi kupoval poceni*, ki priča o njihovem praktičnem pristopu k potrošnji in h kupovanju stvari višje kakovosti. Tak pristop tudi pomeni, da si Slovenci lahko privoščijo znamke (zlasti športna oblačila, avtomobile), kar so anketiranci jasno izrazili: [Slovenec] *veliko da za športna oblačila in športno opremo; za šport; oblačila, zlasti športna; draga kolesa, smuči, tek; dużo wydają na stroje sportowe i urządzenia lub dodatki sportowe – wszystko to musi być wysokiej jakości; lubią dobre i drogie samochody; jeżdżą dobrymi, nowymi samochodami; podobno velja za obnove in popravila: [denar porablajo] na ciągle ulepszenie swoich gospodarstw, budowę domów.* Da si privoščijo, navadno velja tudi pri potovanjih: *dopust; potovanja; nie żałują też pieniędzy na podróżowanie, szczególnie do bardziej egzotycznych krajów; wydają pieniądze na wyjazdy nad morze ali vsaj, kadar gredo ven: ludzie še vedno zapravljajo predvsem za družabne priložnosti; często jedzą obiady, kolacje na mieście, wychodzą na kawę i ciastko – Polacy pod tym względem są bardziej „dzicy”, a może po prostu za długo to dla nas było za drogie?*

Slovenska ljubezen do zaslužka, varčnosti in primerne porabe denarja je v službi široko razumljenih praktičnih ciljev, saj: *wiedzą, że nie są one [denar] celem samym w sobie, dlatego potrafią je też efektywnie wydawać – budują komfort życia na zarabianych przez siebie pieniądzach i wiedzą, w co inwestować (także w siebie).*

3.2 Negativno vrednotenje

Znaten del zbranih podatkov, zlasti pri avtostereotipnem dojemaju, zaznamuje negativno vrednotenje slovenskega odnosa do denarja (A – 36 %, H – 25 %) – gre za izseke, ki izkazujejo kritično vrednotenje. Rezultate številčno predstavlja preglednica 2.

Preglednica 2: Negativno vrednotenje – razdelitev na skupine (%)

| Tematske skupine | A | H |
|---|-----------|-----------|
| Splošno negativno | 1 | 0 |
| Prevelika varčnost | 8 | 10 |
| (pri čemer so regionalne razlike) | | |
| Prevelik materializem, pohlep | 7 | 0 |
| Zavist, bahaštvo, razkazovanje bogastva | 6 | 4 |
| Zapravljanje, pomanjkanje gospodarnosti | 7 | 6 |
| Pritoževanje nad pomanjkanjem denarja | 7 | 5 |
| Skupaj | 36 | 25 |

Vir: Lastna analiza

Zanemarljiv odstotek izsekov je izražal splošno negativno oceno (le pri A – 1 %), npr. *precej slab*. Vsi drugi so bili do slovenske države v odnosu do finančnega področja bolj konkretno kritični.

Kot kažejo rezultati, lahko pozitivno dojemana tendenca tipičnega Slovence, da denarja ne zapravlja, postane pretirana. Podoben odstotek poljskih in slovenskih izsekov namreč slika podoba čezmerno varčnega Slovence – vsakega ali pa le iz nekaterih pokrajin (skupaj A – 8 %, H – 10 %). Kot pravijo anketiranci, lahko Slovenec preveč pazi na vsak evro in je torej skop (*skopost, skopuštvo, škrtost; polj. skapstwo, skapy*):²² *skopost; včasih pretirano skopi; veljamo za skope, vendar to vsekakor ne velja za vse Slovence; skopuštvo; skorajda skopuški; škrtost; »škrti«; zelo škrti; na individualni ravni velikokrat škrti; pogosto celo stiskaški; zdarza się skapstwo; bardzo stereotypowo: Słoweńcy są skąpi; każdy płaci za siebie, różliczamy się co do centa; napiwki rzadko się zostawia, podobnie jak w Polsce. Z drugimi besedami, Slovenci so, kot se je izrazil eden od poljskih anketirancev, *wśród Słowian Południowych największe liczykrupy* (stiskači). Določena skupina anketirancev, pretežno poljskih, je natančno opredelila stereotipni odnos Slovencev do denarja v povezavi za regionalno zaznamovanostjo:²³ *zdi se mi, da so ljudje izven osrednje regije veliko bolj velikodušni, gostoljubni; ponekod (zlasti na Gorenjskem – tam velja podobno kot za Krakovčane) skoraj skopost; często przyjezdni żartują ze skąpości mieszkańców Lublany i Górnej Krainy; wiele zależy tutaj od regionu, Sztajercy są raczej skąpi, Primorcy włoskim zwyczajem hojni; pewnie to zależy od regionu i sposobu wychowania, ale u kolegi Štajerca zauważyłam lekką tendencję do skąpstwa, czego nie widzę u osób pochodzących z innych okolic. Stereotipno so torej prebivalci osrednjih pokrajin lahko znani po svojem skopuštvu.**

²² To skupino sestavlja večina izsekov pri avtostereotipu (7 % od 8 %) in polovica pri heterostereotipu (5 % od 10 %).

²³ Pri slovenskih izsekih je to 1 % od 8 %, pri poljskih pa v obravnavani skupini polovica (5 % od 10 %).

Težnja po stiskaštvu je povezana – kot je izpostavljeno v anketah – z materialističnim pristopom (celo če so cena zanj medsebojni odnosi), pa tudi z določenim *pohlepom, požrešnostjo* Slovencev. To je sicer opazno le v avtostereotipnih izjavah (skupaj 8 %): *pohlepnost; požrešnost; ogromen pomen dajo denarju in materializmu; materialne dobrine mnogim pomenijo veliko več kot medčloveški odnosi; mislim, da smo bolj materialistično naravnani in da nam velikokrat premoženje pomeni več od ljudi; požrešnost (želja po še več); nekateri pohlepni; pohlepni; grabežljivost*. Posamezne izjave so namigovale, da se slovenska požrešnost po denarju kar najbolj kaže tudi v boju za zapuščino:²⁴ *pogosto hudi boji za dediščino; to trdim [da Slovenci smo materialisti] tudi na podlagi prej omenjenih družinskih sporov okrog dediščine*.

Glede na rezultate analize se prevelika navezanost (ki je za Slovence tipična po mnenju obeh skupin anketirancev) na materialne dobrine povezuje z *zavistjo* (ob tem, kar imajo drugi): *močneje izražena zavist napram sreče ali imetja bližnjega; in da so bogatejši ljudje do denarja gotovo prišli s krajo*, pa tudi s potrebo, da se postavljamo, zlasti pred sosedi (skupaj A – 6 %, H – 4 %).²⁵ Slovenci se radi primerjajo, kdo ima več denarja, in bahajo ne glede na dejanske finančne zmožnosti: *primerjava z drugimi, kdor ima več; [denar] se tako lahko razkazuje pred ostalimi; ljudje so nagnjeni zadolževanju in kupovanju stvari zaradi imidža; mam wrazenie, że lubią „się pokazać”, dobrze wyglądać i mieć pieniądze; myślę, że dużo ludzi funkcjonuje według zasady „zastaw się, a postaw się”; mieszkają w kawalerkach, ale mają auta wartości willi albo mieszkania w samym centrum miasta*. Posebej pomembno se zdi tekmovanje z imetjem soseda: *mora vsaj zgledati, da ga ima več kot sosed; ali imaš ali nimaš denarja, tvoj avto mora biti vedno boljši od sosedovega; muszą mieć auto lepsze i ładniejsze od [auta] sąsiada*. Razkazovanje, torej gradnja lastnega ugleda le na tem, kar se vidi na zunaj, pa kaže na notranjo praznino, krizo pravih vrednot, kar grenko izpostavlja ena od anketiranih oseb: *denar zapravljamo za videz – da izgleda kot da ga imamo, v resnici pa smo zelo revni*. V skladu s psihološko tipologijo odnosa ljudi do denarja, kot jo predlaga Bernard E. Poduska (Poduska 1993, navedeno po Wąsowicz-Kiryło 2008), je osebe tega tipa (torej kot jih modelsko predstavljajo obravnavani anketni podatki) mogoče interpretirati kot »dominantne« (*ruling*): »Pri njih se kaže vedenje, ki jim pomaga imeti občutek, da so z različnih vidikov boljši od drugih (denar pri tem pomaga, njegovo pomanjkanje pa ima nasprotni učinek). Pri denarnih zadevah se to vidi v življenju nad dejanskimi zmožnostmi in pretiranem potrošništvu« (Wąsowicz-Kiryło 2008: 106).

²⁴ V obravnavani skupini take izjave predstavljajo simboličen 1 %.

²⁵ Mnenja o zavisti, ki se kaže neposredno, so bila sporadična (le pri A – 1 %). Ostali izseki iz te skupine so kazali na razkazovanje (5 % od 6 % pri A in vseh 4 % pri H), kar vključuje bahanje pred sosedi (A – 1,5 %, H – 1 %).

Pri kritični oceni slovenskega odnosa do denarja znotraj tu obravnavanega modela se Slovincem izrecno pripisuje zapravljaljivost, *zapravljanje* denarja, potratnost pri odvečnih stvareh (A – 7 %, H – 6 %):

pogosto zapravljivi; pogosto zapravljam; denar zapravljam; radi tudi zapravljam in trgovski centri so vedno polni; Slovenci smo precej raztrosni, kar se tiče denarnih zadev; [deklarativna varčnost,] v resnici potratnost (avtomobili, nepremičnine, dopust, oblačila, »slabe razvade« kot alkohol in cigareti ...);

są rozrzutni; stosunek do pieniędzy jest bardzo luźny i swobodny; raczej lekki [stosunek do pieniędzy]; przyjeżdżając do Słowenii, myślałam, że jest to kraj będący w kryzysie, a okazało się, że podejście Słowenców do pieniędzy jest bardzo greckie, czyli, jeżeli już ten kryzys mamy, to czemu by nie pójść na obiad do restauracji czy na piwo do knajpy?

K večkrat omenjeni nepohvalni težnji po razsipnosti je smiselno vključiti še dodaten vidik – opažen v posameznih primerih –, in sicer slovensko pomanjkanje gospodarnosti, posebej kar se tiče javnega denarja,²⁶ npr. *večinoma ne znamo ravnati z denarjem; na državni ravni pa z denarjem ne znamo ravnati; nagnjenost h kritiziranju domnevno pretirane javne porabe, hkrati pa hinavsko osebno izkoriščanje javnih sredstev.*

Po mnenju anketirancev se zaradi omenjenih teženj po stiskaštvu ali nasprotno razsipnosti Slovenci (kar naprej) pritožujejo, da jim manjka denarja (skupaj A – 7 %, H – 5 %):

Slovincem vedno primanjkuje denarja; zmeraj ga [denarja] je premalo; Slovenci se o denarju pogosto pogovarjajo, še najpogosteje o tem, da ga imajo premalo; mislijo, da si ga zaslužijo veliko več, in trdijo, da se jim dogaja krivica, ker ga nimajo; najwyraźniej mają za mało pieniędzy; często narzekają, że zarobki w Słowenii są za niskie; rozmawiają o tym, ile co kosztuje, gdzie można coś taniej dostać.

Izrazi strahu glede finančnega stanja lahko kažejo na dejansko prisotno pomanjkanje denarja,²⁷ npr.:

strah przed pomanjkanjem denarja; v zadnjem desetletju je več skrbi glede denarja; trenutno vlada v Sloveniji boj za obstanek in zaslužek; veliko je ukvarjanja z varčevanjem in osnovnim preživetjem; widziałem manifestacje – pochód, gdzie ludzie wykrzykiwali hasła o zwiększeniu zarobków i domagali się większej ilości pieniędzy za wykonaną pracę; młodzi ludzie podejmują się prac dorywoczych, zwłaszcza w wakacje, by odciążyc rodziców; mało kto przyzna się, że kupuje ubrania w „second-handzie” z powodu braku pieniędzy – Słoweniec kupuje w second-handzie, bo to jest „cool”, hipsterskie albo bo jest EKO i przeciw konsumpcji.

Jadikovanje nad pomanjkanjem finančnih sredstev se vendarle kaže tudi kot izraz za Slovence (in Poljake) tipičnega pritoževanja samega po sebi – omenjeno sicer le

²⁶ Pri obravnavnem deskriptorju ta tendenca sicer predstavlja le simboličen 1 % (A – 1 % od 7 %).

²⁷ Izjave tega tipa znašajo po 3 % (pri avtostereotipu 3 % od 7 %, pri heterostereotipu 3 % od 5 %).

pri avtostereotipu:²⁸ *ljudje sicer pogosto jamrajo, da nimajo dovolj denarja, čeprav jim gre realno lahko čisto v redu (nov avto, na novo opremljeno stanovanje itd.); glede denarja zelo radi tarnamo, malo manj radi pa kaj ukrenemo v tej smeri.*

3.3 Drugo

Zadnje dodatno podkategorijo, določeno glede na izseke iz zbranega gradiva, predstavlja t. i. 'drugo' (A – 6 %, H – 11 %). Gre za izseke, ki bi jih bilo težko uvrstiti v katero od obeh prej opisanih vrednotenjsko nasprotnih kategorij.

Manjši del teh podatkov izkazuje dožemanje, da naj bi bil denar in pogovor o njem tabu:²⁹ *denar/plače so tabu tema; Slovenci so na splošno zelo občutljivi na to, koliko kdo zasluži, ter skrivajo podatke o svoji plači; temat rzadko poruszany; według mnie Słoweńcy nie rozmawiają o pieniądzach.* Ob tem le slovenski izseki kažejo, da je odnos do denarja povezan s trdim delom za nizko plačo: *vztrajnost (trdo delo za minimalno plačo).*³⁰ Del anketirancev, zlasti poljskih, odnosa Slovencev do denarja ni znal opredeliti enoznačno:³¹ *odvisno od osebe; ne vem; na ulicach nie widzi się różnic między ludźmi; często trudno jest określić, jaki status materialny i społeczny ma dana osoba; ciężko ocenić – w zależności od osoby; nie wiem; niestety nie jestem w stanie powiedzieć nic na ten temat; nie mam informacji.* Poljski anketiranci, ki so oklevali ali pa so celo naravnost priznali, da ne znajo odgovoriti, so bili (po samoopredelitvi) študenti na izmenjavi Erasmus, zato je bila njihova izkušnja s Slovenci razmeroma kratka (od dva do deset mesecev). Drugi anketiranci niso izpolnili ali celotnega dela vprašalnika o stereotipni podobi Slovencev ali pa le dela, ki se nanaša na odnos do denarja – so s tem glede tega vprašanja posredno nakazali svojo negotovost?³²

4 UGOTOVITVE IN ZAKLJUČEK

»Denar je gotovo civilizacijska usmeritev, ki odraža bistvene vidike delovanja človeške družbe«, nas prepričuje Rober Hutterski (2021: 85). Drža ljudi v odnosu do denarja predstavlja zanimivo raziskovalno področje. Prispevek skuša bralcu približati rezultate raziskave o odnosu Slovencev do denarja – gre za eno od pomen-skih kategorij (poleg značaja in vedênja, videza in načina preživljanja prostega časa), ki so se izrisale pri oblikovanju jezikovno-kulturnega modela, ki slika stereotipnega Slovenca (in Poljaka). Raziskovalno gradivo smo izluščili iz t. i. »prikli-canih virov«, tj. iz anketnega vprašalnika. Naš prispevek se vpenja v metodologijo

²⁸ Tovrstni izseki predstavljajo 2 % od 7 % pri avtostereotipu.

²⁹ Tako pri avto- kot pri heterostereotipu predstavljajo ti izseki po 2 % (torej 2 % od 6 % pri A in 2 % od 11 % pri H).

³⁰ To znaša 1 % od skupaj 6 % pri tej skupini avtostereotipnih izsekov.

³¹ Delež v odstotkih: A – 1 %, H – 6 %.

³² Ti podatki predstavljajo 2 % pri avtostereotipu in 3 % pri heterostereotipu.

etnolingvističnih raziskav, katerih cilj je spajanje izsekov jezikovne podobe sveta; upošteva se specifičen intersubjektivni zorni kot in perspektiva obravnavane skupine, ki razkriva njen »splošni« način razmišljanja in njeno hierarhijo vrednot. Naslanjanje na etnolingvistično perspektivo odpira široke možnosti za obravnavo tematike s primerjalnega vidika: odkrivanje antropocentričnega (slovenskocentričnega in poljskocentričnega) zornega kota, zdravorazumskega védenja, kot je značilno za skupino, ki jo raziskava obravnava (skupina vsaj v določeni stopnji zastopa tudi slovensko in poljsko jezikovno-kulturno družbeno celoto).

Splošne ocene glede odnosa Slovencev do denarja, ki smo jih odkrili, se morda lahko zdijo samoumevne.³³ Kvantitativna in kvalitativna analiza kaže na obstoj dveh nasprotnih modelov: (a) pozitivno vrednotenje slovenskega odnosa do denarja, vključno z varčevanjem; (b) negativno vrednotenje slovenskega odnosa do denarja, mdr. stiskaštva ali razsipnosti. Stereotipni Slovenec zna denar zaslužiti, varčevati in ga uporabljati. Le redko ga dojemajo kot radodarnega. Veliko denarja porabi za stvari, povezane z ustrezno lansiranim videzom (*denar zapravljamo za videz*), zlasti za športna oblačila in opremo, za srečanja s prijatelji in obiske restavracij, pa tudi za vse v zvezi z dopustom in potovanji. Z materialnimi dobrinami se rad postavlja pred drugimi, še posebej pred sosedi. Prebivalci nekaterih pokrajin so lahko znani kot bolj skopi in postavljaški. Slovenci so se kot samoopazovalci izkazali za bolj kritične kot Poljaki – pripisujejo si ne le razsipnost, temveč tudi določeno nasprotje: pohlep, pretiran materializem, celo večjo navezanost na denar kot na soljudi. Ne glede na to, ali so stiskaški ali zapravljajo, se znajo vedno pritoževati, da denarja manjka.

Vredno je dodati še tri opombe. Prvič – stereotipi težijo k intersubjektivni poenostavitvi. Anketiranci so se nevarnosti prelahkega predalčkanja zavedali, ker da lahko preveč poenostavlja: *samega sebe ne definiram; glede na to, da že celo življenje živim v Sloveniji in poznam ljudi vseh vrst, tudi tu ne morem posploševati vtisov*. Čeprav so torej stereotipna pojmovanja lahko (in so) splošno znana, še ni nujno, da jih vsi delijo. Drugič – predstavljeni rezultati raziskave imajo že tudi določen zgodovinski pomen. Izkušnja pandemije koronavirusne bolezni in njenih posledic, pa tudi dogodki po 24. februarju 2022 ob ruski invaziji v Ukrajino, so vplivali in vplivajo na gospodarsko situacijo v Sloveniji in na Poljskem. To se bo gotovo odrazilo na načinu, kako se bo denar dojemal in vrednotil v prihodnje, brez odraza pa ne bo ostalo niti v jeziku, kar bo omogočilo preverjanje tu predstavljene podobe. Z Małgorzato Górniki-Durose (2002) se strinjamo, da je materializem

33 Treba se je zavedati, da splošna mnenja, ki smo jih odkrili, niso zgolj rezultat individualnih izkušenj posameznih anketirancev, ki so ta opažanja posplošili in poenostavili. Na podobo slovenskega odnosa do denarja, kot jo lahko ugotovimo na temelju anketnih podatkov, namreč lahko gledamo tudi kot na skozi jezik odražen izraz »večstoletnih kompleksnih procesov kulturnega, družbenega, gospodarskega, političnega razvoja« določene družbene skupine (Filar 2018: 43).

lahko dober in/ali slab.³⁴ In zato tretjič (če povzamemo rezultate izvedene anketne raziskave ter podobo o Slovencih in njihovem odnosu do denarja, ki je na njeni podlagi nastala), lahko ugotovimo, da je prebivalce Slovenije v veliki meri mogoče dojemati kot materialiste – v skladu s tipologijo »denarnih osebnosti« (*money personality*), kot jo predlaga Olivia Mellan (1995, navedeno v Waşowicz-Kiryło 2008):

Radi kopičijo in porabljajo denar in so izvrstni upravljalci lastnih finančnih sredstev. Posvečajo jim zelo veliko pozornosti (menijo, da je 'dan brez razmišljanja o denarju izgubljen dan'), investirajo, zbirajo znanje z davčnega področja, dodeljujejo posebne strategije, kako denar pridobivati in porabljati. Na tej – kot se zdi – idealni podobi osebe z visoko stopnjo finančne spretnosti je le ena lisa: materialisti imajo težnjo, da sebe in druge ocenjujejo skozi prizmo denarja in materialnega stanja (Waşowicz-Kiryło 2008: 107).

Denar je mogoče obravnavati kot sestavino države »imeti« (Fromm 2014), s katero je pogosto povezan potrošniški pristop (povzdigovanje materialnih dobrih, vključno z denarjem), kar lahko predstavlja potencialno nevarnost za duhovno stran življenja. Najvišje vrednote so od denarja vendarle neodvisne. Denar in njegova vloga sta povezana z določenimi cilji, ki si jih ljudje (bolj ali manj zavestno) postavljajo, zato je treba upoštevati njegov vpliv na pomensko sfero države »biti« (prim. Świećicka 2012: 12). Besedne zveze tipa *bezpieczeństwo finansowe* 'finančna varnost' ali *niezależność finansowa* 'finančna neodvisnost' predpostavljajo, da denar človeku prinaša občutek stabilnosti (miru), svobodo in možnost, da o sebi odloča sam (Filar 2018). Prizadevanje za srečo, svobodo izbire, medsebojno spoštovanje, spoštovanje vseh drugih bitij, vrednote nasploh – vse to lahko prinese oddaljevanje od države *homo oeconomicus* v smeri dobrobiti,³⁵ za katero gospodarska/ekonomska rast ni potrebna (Jackson 2015). Je pa verjetno res, da zaenkrat še vedno velja, da če želimo »biti«, moramo – vsaj malo – tudi »imeti«.³⁶

34 Prvi tip materializma je funkcionalnega in praktičnega značaja, zanj ni značilna drža, ki bi do denarja zavzemala čustveno obarvan odnos – premoženje olajšuje življenje in ga dela prijetnejše. Drugi – slabi – tip nastopi, ko premoženje postane cilj samo po sebi, ko se denar začne povezovati s čustvi, ki so za osebo pomembna, zlasti pa, ko predmeti, ki jih imamo, pridobijo funkcijo podaljška jaza.

35 Tim Jackson dobrobit (ang. *prosperity*) razume kot sposobnost razvoja.

36 Janusz Czapiński (2002; 2004) je postavil hipotezo, da imajo srečni ljudje (torej ljudje, ki so v dobrem stanju in se počutijo dobro) več denarja, kar pa še ne pomeni, da jih v življenju vodi materializem.

LITERATURA

- Bartmiński 1999** = Jerzy Bartmiński (ur.), *Językowy obraz świata*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 1999.
- Bartmiński 2007** = Jerzy Bartmiński, *Stereotypy mieszkają w języku: studia etnolingwistyczne*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2007.
- Bartmiński 2009** = Jerzy Bartmiński, *Językowe podstawy obrazu świata*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2009.
- Bartmiński – Bielińska-Gardziel 2012** = Jerzy Bartmiński – Iwona Bielińska-Gardziel, *Polski językowo-kulturowy obraz domu (cz. I), v: Wartości w językowo-kulturowym obrazie świata Słowian i ich sąsiadów 1*, ur. Maciej Abramowicz – Jerzy Bartmiński – Iwona Bielińska-Gardziel, Lublin: Wydawnictwo Marii Curie-Skłodowskiej, 2012, 9–45.
- Begg – Fischer – Dornbusch 2007** = David Begg – Stanley Fischer – Rudiger Dornbusch, *Makroekonomia*, prev. Bogusław Czarny idr., Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2007.
- Bloom 1995** = William Bloom, *Pieniądze, serce i umysł*, prev. Marta Staszewska – Beata Wolfram, Warszawa: Jacek Santorski & Co Wydaw, 1995.
- Borcuch 2010** = Artur Borcuch, *Pieniądz w ekonomii i socjologii*, Warszawa: CeDeWu, 2010.
- Chrobak idr. 2009** = Katarzyna Chrobak – Małgorzata Filipek – Milica Jakóbiec-Semkowowa – Łucja Kusiak-Skotnicka – Agnieszka Matusiak (ur.), *Wielkie tematy kultury w literaturach słowiańskich 8: pieniądze*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2009.
- Cywiński 1992** = Henryk Cywiński, *Pieniądz: przegląd encyklopedyczny*, Warszawa: Wydawnictwo KeyTex, 1992.
- Czapiński 2002** = Janusz Czapiński, *Quo vadis homo? Zrównoważony rozwój, jakość życia i złudzenie postępu*, v: *Wymiary życia społecznego: Polska na przełomie XX i XXI wieku*, ur. Mirosława Marody, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, 2002, 356–380.
- Czapiński 2004** = Janusz Czapiński, *Psychologiczne przesłanki i efekty dobrostanu psychicznego*, v: *Psychologia ekonomiczna*, ur. Tadeusz Tyszka, prev. Aleksandra Szymków-Sudziarska – Justyna Falkowska-Olszewska – Krzysztof Przybyszewski, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2004, 192–242.
- Dąbrowska – Anusiewicz 2000** = Anna Dąbrowska – Janusz Anusiewicz (ur.), *Językowy obraz świata i kultura*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2000.
- Filar 2018** = Dorota Filar, *Językowo-kulturowy obraz pieniądza we współczesnej polszczyźnie*, v: Dorota Filar – Agnieszka Łukasiewicz-Kamińska – Ireneusz Miciuła – Arkadiusz Niedźwiecki – Jacek Rakoczy – Grzegorz Sobiecki, *Od muszli po bitmonety: oblicza pieniądza i systemów walutowych*, Warszawa: Texter, 2018, 43–65.
- Friedman 1992** = Milton Friedman, *Intrygujący pieniądz: z historii systemów monetarnych*, prev. Krzysztof Szlichciński, Łódź: Wydawnictwo Łódzkie, 1992.
- Fromm 2014** = Erich Fromm, *Imeti ali biti*, prev. Milan Štrukelj, Ljubljana: Mladinska knjiga, 2014.
- Górniak 2000** = Jarosław Górniak, *My i nasze pieniądze: studium postaw wobec pieniądza*, Kraków: Aureus, 2000.
- Górnik-Durose 2002** = Małgorzata Górniak-Durose, *Psychologiczne aspekty posiadania – między instrumentalnością a społeczną użytecznością dóbr materialnych*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2002.
- Huterski 2021** = Robert Huterski, *Pieniądz w koncepcji Sustainable development w kierunku trwałego i zrównoważonego rozwoju*, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 2021.
- Jackson 2015** = Tim Jackson, *Dobrobyt bez wzrostu*, prev. in ur. Marcin Polakowski, Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 2015.
- Jarzębski 2010** = Bartosz Jarzębski, *Pieniądze w strukturze codzienności*, v: *Monety, banknoty i inne środki wymiany: pieniądze w dyskursach kultury*, ur. Piotr Kowalski, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2010, 187–192.
- Kozielecki 1998** = Józef Kozielecki, *Koncepcje psychologiczne człowieka*, Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”, 1998.
- Mellan 1995** = Olivia Mellan, *Money harmony: resolving money conflicts in your life and relationship*, New York: Walker and Company, 1995.

- Mishkin 2002** = Frederic S. Mishkin, *Ekonomia pieniądza, bawowości i ryków finansowych*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2002.
- NKPIWPP 1970** = *Nowa księga przysłów i wyrażeń przysłowiowych polskich 2*, ur. Julian Krzyżanowski, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1970.
- Poduska 1993** = Bernard E. Poduska, *For love and money: guide to finances and relationships*, Pacific Grove, CA: Brooks/Cole, 1993.
- Puzynina 1992** = Jadwiga Puzynina, *Język wartości*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1992.
- Rejakowa 2000** = Bożena Rejakowa, Frazeologizmy związane z pieniądzem a zmiany w rzeczywistości kulturowej polskiej i słowackiej, *Annales UMCS XVIII* (2000), 239–247.
- Sédillot 2002** = René Sédillot, *Moralna i niemoralna historia pieniądza*, prev. Krystyna Szeżyńska-Mačkowiak, Warszawa: Wydawnictwo W.A.B., 2002.
- SFJP 1989** = Stanisław Skorupka, *Słownik frazeologiczny języka polskiego 1–2*, Warszawa: Wiedza Powszechna, 1989.
- Simmel 2005** = Georg Simmel, *Filozofija denarja*, prev. Marija Javornik, Ljubljana: Študentska založba, 2005 (Knjižna zbirka Koda).
- Simmel 2008** = Georg Simmel, *Pisma socjologiczne*, prelom Małgorzata Łukasiewicz, Warszawa: Oficyna Naukowa, 2008.
- Snelders idr. 1992** = H. M. J. J. Snelders – Hussein Gönül – Stephen E. G. Les – Paul Webley, The polymorphous concept of money, v: *Journal of Economic Psychology* 13 (1992), 71–92.
- SPiSPI 2020** = Matej Meterc, *Slovar pregovorov in sorodnih paremioloških izrazov*, 2020–, www.fran.si, dostop 24. 1. 2023.
- SSF 2011** = Janez Keber, *Slovar slovenskih frazemov*, Ljubljana: Založba ZRC, ZRC SAZU, 2011.
- SSKJ2** = *Slovar slovenskega knjižnega jezika, druga, dopolnjena in deloma prenovljena izdaja*, www.fran.si.
- Święcicka 2012** = Małgorzata Święcicka, *Pieniądz we współczesnej polszczyźnie: studium leksykalno-semantyczne*, Bydgoszcz: Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, 2012.
- Tokarski 2001** = Ryszard Tokarski, Słownictwo jako interpretacja świata, v: *Współczesny język polski*, ur. Jerzy Bartmiński, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2001, 343–370.
- Tokarski 2013** = Ryszard Tokarski, *Świat za słowami. Wykłady z semantyki leksykalnej*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2013.
- USJP 2008** = *Uniwersalny słownik języka polskiego I–IV*, ur. Stanisław Dubisz, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2008.
- Waclawek – Wtorkowska 2020** = Maria Waclawek – Maria Wtorkowska, Pomen izbire anketirancev pri jezikoslovnih raziskavah: v krogu slovensko-poljskih stereotipov, v: *Slovenščina – diskurzi, zvrsti in jeziki med identiteto in funkcijo*, ur. Jerca Vogel, Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani, 2020 (Obdobja 39), 129–138.
- Waclawek – Wtorkowska 2022** = Maria Waclawek – Maria Wtorkowska, *O Polakach i Słoweńcach – w kręgu językowo-kulturowych stereotypów*, Ljubljana: Založba Univerze v Ljubljani, 2022.
- Waclawek – Wtorkowska [v tisku]** = Maria Waclawek – Maria Wtorkowska, Pieniądze szczęścia nie dają, ale żyć pomagają – z badań nad stereotypem Polaka, v tisku.
- Wąsowicz-Kiryło 2008** = Grażyna Wąsowicz-Kiryło, *Psychologia finansowa. O pieniądzu w życiu człowieka*, Warszawa: Difin, 2008.
- Wąsowicz-Kiryło 2013** = Grażyna Wąsowicz-Kiryło, *Postawy wobec pieniędzy. Pomiar – struktura – determinanty*, Warszawa: Difin, 2013.

SUMMARY

Money is (not) everything: Cultural and Linguistic Stereotype Research on Slovenians

Values (including existential values; i.e., life, health, work, career, or money) form the core of any culture—their recognition and the definition of an attitude toward them is the defining factor of both individual and group identity. Money, therefore, is not just an object with a specific material value that acts as a means of payment (cf. dictionary definitions). A description of its meaning that takes into account the anthropocentric way of conceptualizing money against a comparative background is of research interest. This article presents the results of research concerning Slovenians' attitude toward money—one of the semantic categories distinguished by the authors in the linguistic and cultural stereotype of two nations (Slovenian and Polish). The material basis for the research consists of answers extracted from “evoked sources,” or questionnaires. The article uses the methodology of ethnolinguistic research, the aim of which is to reconstruct (fragments of) the linguistic image of the world, taking into account the specific intersubjective point of view and perspective on the group studied, which can reveal its “colloquial” way of thinking and its hierarchy of values.