BARBARA RODZIEWICZ

Uniwersytet Szczeciński
Szczecin, Polska

„Gdybym był bogaty...” Bogactwo jako jednostka aksjotyczna w świadomości językowej Polaków, Rosjan i Niemców

Pojęcie bogactwa nie jest jednoznaczne i homogeniczne, ponieważ jest uwarunkowane przynależnością do określonego kręgu kulturowego i tradycją społeczno-religijną. Bogactwo materialne, w potocznej świadomości najczęściej uznawane za wyznacznik dobrobytu i majątności, stanowi zaledwie jeden z jego przejawów.

Stosunek do dóbr materialnych zmieniał się na przestrzeni dziejów, nigdy jednak bogacenie się nie było uznawane w swej istocie za zło, mimo że odmienne interpretacje kwestii bogactwa nie są odosobnione (choćby całkowita negacja i chęć uniezależnienia się od jakiegokolwiek jego formy, na przykład we wczesnośrednio-wiecznym nauczaniu waldensów)¹. Zarówno w filozofii antycznej, jak i w późniejszej refleksji na temat bogactwa przeważa przekonanie, iż prawo do posiadania dóbr należy rozumieć jako jedno z fundamentalnych praw przysługujących jednostce. Wyraźnie zaznacza się również idea zachowania wolności wobec dóbr materialnych, a także tendencja do ukazywania dobrobytu w aspekcie wspólnego dobra. Bogactwo stanowi wartość (służebną, instrumentalną), o ile jest właściwie użytkowane, jest konsekwencją pracy, owocem trudu, a nie jedynie celem samym w sobie; w przeciwnym razie jego wymiar aksjotyczny staje się wątpliwy, a hierarchia wartości — zaburzona.

W niniejszym tekście spróbuję przybliżyć współczesne sposoby rozumienia bogactwa przez przedstawicieli trzech zbiorowości językowych — Polaków, Rosjan i Niemców. Czym jest bogactwo? Co się na nie składa? Co przesądza o tym, że ktoś jest bogaty, jakie są źródła i sposoby osiągania bogactwa? Czy bogactwo

¹ P. Siek, *Bogactwo. Przyczynek do katolickiego ujęcia tej kategorii*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 18, 2015, nr 2, s. 49.

czyni człowieka godnym szacunku, czy wręcz przeciwnie — bogacz zasługuje na pogardę? Czy bogactwo jest wartością, do której należy lub warto dążyć, a jeśli tak, to dlaczego? Odpowiedzi na te pytania, a zarazem ustalenie treściowego zasobu pojęcia (wraz z całym jego pokaznym obszarem konotacji i ocen) funkcjonującego w świadomości użytkowników języka polskiego, rosyjskiego i niemieckiego było jednym z celów zakrojonego na masową skalę eksperymentu językowego.

W badaniach zastosowałam znaną od czasów Francisa Galtona metodę swobodnych skojarzeń słownych², polegającą na podaniu przez respondenta skojarzenia werbalnego na stymulant, to jest pierwszego słowa lub wyrażenia, które mu przychodzi na myśl po usłyszeniu lub przeczytaniu wyrazu-bodźca. Eksperyment asocjacyjny, w wyniku którego zebrałam materiał do niniejszego opracowania objął grupę 1500 osób — 500 respondentów polskojęzycznych, 500 respondentów rosyjskojęzycznych i 500 respondentów niemieckojęzycznych, w równej mierze kobiet i mężczyzn. W teście wzięli udział studenci w wieku 18–25 lat, kształcący się na studiach stacjonarnych różnych kierunków w ośrodkach akademickich w Polsce, Rosji i Niemczech³.

Obrona przeze mnie metoda eksperymentalna wydaje się uzasadniona w kontekście naukowo uwarunkowanych i szeroko omawianych w literaturze przesłanek przyjmujących za punkt wyjścia założenie, że wszystkie pojęcia i słowa języka, którym posługuje się człowiek, przechowywane są w językowym obszarze jego świadomości (świadomości abstrakcyjnej) w formie całościowej pojęciowo-werbalnej sieci, „symbolicznej reprezentacji otoczenia”⁴. Żadne pojęcie ani słowo leksykonu umysłowego nie funkcjonuje z osobną; przeciwnie — każde wchodzi w logiczne, spójne i uhierarchizowane związki z innymi słowami i pojęciami. Евгений Тарасов, przedstawiciel moskiewskiej szkoły psycholingwistycznej, definiuje ten „całokształt poziomów świadomości, formowanych i uzewnętrznianych za pomocą środków językowych: słów, związków wyrazowych, zdań, tekstów i pól asocjacyjnych” jako świadomość językową⁵. Świadomość językowa jest z kolei częścią większej całości, tak zwanej świadomości etnokułturalnej⁶. Алла Гурочкина w taki sposób precyzuje to pojęcie: „Этнокультурное сознание — результат отражения и восприятия образа мира в соответствии с особой

² F. Galton, *Psychometric Experiments*, „Brain. A Journal of Neurology” 1879, nr 2, s. 149–162.

³ Wspomniany eksperyment stanowił podstawę szerokich badań nad systemem wartości współczesnych młodych Polaków, Rosjan i Niemców. Metodologię oraz całość wyników omawiam w monografii *Wartości. Polacy. Rosjanie. Niemcy*, Szczecin 2014.

⁴ J. Anusiewicz, *Lingwistyka kulturowa. Zarys problematyki*, Wrocław 1995, s. 29.

⁵ Е.Ф. Тарасов, *Актуальные проблемы анализа языкового сознания*, [w:] *Языковое сознание и образ мира*, red. Н.В. Уфимцева, Москва 2000, s. 26.

⁶ Ю.Н. Караулов, Ю.Н. Филиппович, *Лингвокультурное сознание русской языковой личности. Моделирование состояния и функционирования*, Москва 2009, s. 7–14.

сеткой ценностно-смысловых координат, представляющих содержательные контуры той или иной национальной культуры”⁷.

Co szczególnie ciekawe, właśnie badania asocjacyjne jasno wykazują, iż na szablony skojarzeniowe w wysokim stopniu wpływają czynniki kulturowe. Hipotezę o kulturowym ukierunkowaniu werbalizacji pojęć używanych podczas eksperymentu asocjacyjnego w charakterze wyrazów hasłowych potwierdzają językoznawcy podejmujący w ostatnim czasie studia międzykulturowe z wykorzystaniem testów skojarzeniowych.

Przejdę zatem do wyników testu asocjacji werbalnych i przeanalizuję strukturę sieci skojarzeniowej powstałej wokół słów-bodźców *БОГАТСТВО/БОГАТ-СТВО/REICHTUM*. Pozyskany materiał badawczy to 523 nieukierunkowane swobodne reakcje-skojarzenia na przytoczone wyrazy hasłowe: 150 asocjatów polskojęzycznych, 168 rosyjskojęzycznych i 205 niemieckojęzycznych.

W zdecydowanej większości pozyskanych reakcji zawierają się pierwotne składniki leksykalne referowanego pojęcia. Skojarzenia ankietowanych na słowo-bodziec mają wyraźne umocowanie definicyjne. Bogactwo konceptualizowane jest przede wszystkim w wymiarze materialnym. Główną konstytuentę treściową pojęcia stanowią sformułowane wprost przy pomocy rozmaitych pod względem wyrażenia, z reguły spójnych w planie semantyki, odpowiedzi w postaci leksemów nazywających pieniądze.

Najwięcej odpowiedzi w tym kontekście przytaczają badani Polacy (44% ogółu ujętych); porównaj na przykład: *pieniądze* (202 wskazania — 40,4%), *kasa* (12 wskazań — 2,4%), *dolary* (3 reakcje — 0,6%), *forsa* (1 reakcja — 0,2%). O tym, iż posiadanie pieniędzy jest głównym przejawem bogactwa, przekonani są również młodzi Niemcy i Rosjanie, jakkolwiek liczba obcojęzycznych respondentów dzielących to przeświadczenie jest prawie dwukrotnie niższa niż liczba ankietowanych Polaków; porównaj na przykład: asocjaty rosyjskojęzyczne — *деньги* (120 wskazań — 24%), *монеты* (3 reakcje — 0,6%), *доллары* (1 reakcja — 0,2%); asocjaty niemieckojęzyczne — *Geld* (145 wskazań — 28,1%).

W wymiarze materialnym mieszczą się także odpowiedzi pośrednio wskazujące na związek bogactwa z pieniędzmi, ujętych za pomocą słów i wyrażeń odnoszących się do szerszej pojmowanej sfery finansowej. W świadomości młodych respondentów, zwłaszcza polsko- i niemieckojęzycznych, utrwaliły się przede wszystkim nazwy instytucji i oferowanych przez nie produktów finansowych; porównaj na przykład: polskie — *bank* (9 wskazań — 1,8%), *konto* (1 reakcja — 0,2%); niemieckie — *Bank* (4 reakcje — 0,8%), *Aktien* (1 reakcja — 0,2%), *Anlage* (1 reakcja — 0,2%), *Kreditkarte* (1 reakcja — 0,2%), *volles Konto* (1 reakcja — 0,2%), *Zinsen* (1 reakcja — 0,2%); rosyjskie — *сбережения* (1 reakcja — 0,2%), *счёт в банке* (1 reakcja — 0,2%).

⁷ А.Г. Гурочкина, *Этнокультура и языковое сознание*, [w:] *Филология и культура: Материалы III Международной научной конференции 16–18 мая, 2001*, cz. 3, Тамбов 2001, s. 122–123.

Rosjanie tworzą wokół pojęcia bogactwa dość wyraźną sieć asocjacyjną (ponad 10% wszystkich skojarzeń), w której centrum sytuuje się tradycyjny symbol za-
możności — złoto. Polacy ponad trzykrotnie rzadziej niż ich wschodnioeuropejscy
rówieśnicy przytaczają ekwiwalentne słowo. Pojedyncze odniesienia do tego szla-
chetnego kruszcu odnajdujemy w asocjatach przytaczanych przez przedstawicieli
społeczności zachodnioeuropejskiej (poniżej 1% skojarzeń); porównaj na przykład:
odpowiedzi rosyjskie — *золото* (53 wskazania — 10,6%); odpowiedzi polskie —
złoto (16 wskazań — 3,2%); odpowiedzi niemieckie — *Gold* (3 reakcje — 0,6%).

W tradycyjny kontekst kulturowy wpisują się licznie przytaczane w odpowie-
dziach nazwy konkretnych desygnatów materialnych. Uczestnicy eksperymentu
wskazują na zasób dóbr i same dobra rzeczowe, których posiadanie postrzegane
jest jako zewnętrzny przejaw bogactwa; porównaj na przykład: asocjaty polskie
— *majątek* (17 wskazań — 3,4%), *willa* (4 reakcje — 0,8%), *dobra materialne*
(2 reakcje — 0,4%), *ferrari* (2 reakcje — 0,4%), *pałac* (2 reakcje — 0,4%), *sa-
mochód* (2 reakcje — 0,4%), *biżuteria* (1 reakcja — 0,2%), *duży dom* (1 reakcja
— 0,2%), *jacht* (1 reakcja — 0,2%); asocjaty rosyjskie — *дом* (6 reakcji — 1,2%),
особняк (2 reakcje — 0,4%), *автомобиль* (1 reakcja — 0,2%), *алмазы* (1 reakcja
— 0,2%); asocjaty niemieckie — *Vermögen* (6 reakcji — 1,2%), *Haus* (5 reakcji
— 1%), *Auto* (2 reakcje — 0,4%), *Jacht* (1 reakcja — 0,2%), *materieller Besitz*
(1 reakcja — 0,2%), *Schloss* (1 reakcja — 0,2%).

Kilku studentów zza zachodniej granicy eksponuje również pojęcie własności
i posiadania w ogóle: *Besitz* (1 reakcja — 0,2%), *Besitzum* (1 reakcja — 0,2%),
Eigentum (1 reakcja — 0,2%).

Bogactwo materialne utrwaliło się w kolektywnej pamięci badanych także
jako gwarancja wyższego/wysokiego standardu życia i związanego z nim po-
ziomu konsumpcji. Ten aspekt konceptu omawianego pojęcia akcentują przede
wszystkim młodzi Niemcy (ponad 5% respondentów); porównaj na przykład:
skojarzenia niemieckie — *Luxus* (16 wskazań — 3,2%), *erfolgreiches Leben*
(1 reakcja — 0,2%), *guten Lebensstil haben* (1 reakcja — 0,2%), *ist zu haben
was man will* (1 reakcja — 0,2%), *leicht leben* (1 reakcja — 0,2%), *prächtigtig*
(1 reakcja — 0,2%), *Protz* (1 reakcja — 0,2%), *üppig* (1 reakcja — 0,2%),
Voraussetzung für ein gutes Leben (1 reakcja — 0,2%); skojarzenia polskie
— *luksus* (5 reakcji — 1%), *zbytek* (2 reakcje — 0,4%), *łatwe życie* (1 reakcja
— 0,2%), *przepych* (1 reakcja — 0,2%), *przyjemne życie* (1 reakcja — 0,2%),
ułatwienie w życiu (1 reakcja — 0,2%); skojarzenia rosyjskie — *роскошь*
(7 reakcji — 1,4%), *комфорт* (4 reakcje — 0,8%), *удобство* (2 reakcje —
0,4%), *изобилие* (1 reakcja — 0,2%), *развлечения* (1 reakcja — 0,2%).

Kolejna liczebnie duża grupa asocjatów sytuuje się na płaszczyźnie poza-
materialnej — w sferze duchowej. Bogactwo utożsamiane jest tu z bogactwem
wewnętrznym, wartościami etycznymi i poznawczymi. Skojarzenia tej sfery to
jednocześnie eksplikowane *implicite* elementy wartościujące analizowanego kon-
ceptu, przy czym ewaluacja ma ukierunkowanie zdecydowanie dodatnie. Tę część

zasobu treściowego bogactwa uwypuklają zwłaszcza Rosjanie (ponad 8% ogółu skojarzeń), nieco niższym poziomem frekwencji charakteryzują się reakcje przedstawicieli pozostałych ankietowanych społeczności; porównaj: asocjaty rosyjskie — *душа* (18 wskazań — 3,6%), *духовное* (4 reakcje — 0,8%), *знания* (2 reakcje — 0,4%), *мудрость* (2 reakcje — 0,4%), *внутреннего мира* (1 reakcja — 0,2%), *внутренний мир* (1 reakcja — 0,2%), *добро* (1 reakcja — 0,2%), *добро и честность* (1 reakcja — 0,2%), *духа* (1 reakcja — 0,2%), *духовное развитие* (1 reakcja — 0,2%), *духовность* (1 reakcja — 0,2%), *моральное* (1 reakcja — 0,2%), *наполненное сердце* (1 reakcja — 0,2%), *правда* (1 reakcja — 0,2%); asocjaty polskie — *wiedza* (2 reakcje — 0,4%), *mądrość* (2 reakcje — 0,4%), *duch* (1 reakcja — 0,2%), *duchowe* (1 reakcja — 0,2%), *uczciwość* (1 reakcja — 0,2%), *wnętrze człowieka* (1 reakcja — 0,2%); asocjaty niemieckie — *Wissen* (4 reakcje — 0,8%), *des Geistes* (1 reakcja — 0,2%), *geistig* (1 reakcja — 0,2%), *geistiger Reichtum* (1 reakcja — 0,2%), *Wahrheit* (1 reakcja — 0,2%).

Do powyższej grupy z pewnością należy zaliczyć również reakcje niemieckojęzyczne negujące utrwalaony definicyjnie profil bogactwa: *hat nichts mit Geld zu tun* (1 reakcja — 0,2%), *kein Geld* (1 reakcja — 0,2%), *materieller ist vergänglich* (1 reakcja — 0,2%), *mehr als Geld* (1 reakcja — 0,2%), *nicht finanzieller* (1 reakcja — 0,2%).

Konceptualizacja bogactwa w wymiarze pozamaterialnym dokonuje się w świadomości językowej ankietowanych także w powiązaniu z wieloma innymi wartościami. Poza wspomnianymi już poznawczymi i etycznymi w referowane pojęcie wpisują się wartości wspólnotowe, witalne, odcuciowe i prestiżowe.

Utożsamiane z bytami aksjologicznymi bogactwo waloryzowane jest pozytywnie. Polacy upatrują w bogactwie przede wszystkim źródła pozytywnych emocji, dla Rosjan i Niemców najistotniejszy jest jego wymiar prestiżowy. Bogactwo w ujęciu aksjotycznym odnośnie do poszczególnych wartości ilustrują poniższe reakcje:

1. Wartości wspólnotowe: polskie — *rodzina* (3 reakcje — 0,6%), *przyjaciele* (1 reakcja — 0,2%); rosyjskie — *семья* (10 wskazań — 2%), *друзья* (3 reakcje — 0,6%), *дету* (1 reakcja — 0,2%); niemieckie — *Familie* (5 reakcji — 1%), *Familie und Freunde* (1 reakcja — 0,2%), *Freunde* (1 reakcja — 0,2%).

2. Wartości witalne: polskie — *zdrowie* (2 reakcje — 0,4%), *życie* (1 reakcja — 0,2%); rosyjskie — *здоровье* (4 reakcje — 0,8%), *жизнь* (1 reakcja — 0,2%); niemieckie — *Gesundheit* (6 reakcji — 1,2%), *an Gesundheit* (1 reakcja — 0,2%).

3. Wartości odcuciowe: polskie — *szczęście* (7 reakcji — 1,4%), *w doznaniach* (1 reakcja — 0,2%); rosyjskie — *счастье* (8 reakcji — 1,6%), *любовь* (2 reakcje — 0,4%), *радость* (2 reakcje — 0,4%), *удовольствие* (1 reakcja — 0,2%); niemieckie — *Liebe* (2 reakcje — 0,4%), *Spaß* (2 reakcje — 0,4%), *Glück* (1 reakcja — 0,2%), *Lebensfreude* (1 reakcja — 0,2%).

4. Wartości prestiżowe: polskie — *władza* (3 reakcje — 0,6%), *sława* (3 reakcje — 0,6%), *sukces* (3 reakcje — 0,6%); rosyjskie — *власть* (24 wskazania —

4,8%), *успех* (4 reakcje — 0,8%), *слава* (1 reakcja — 0,2%); niemieckie — *Macht* (18 wskazań — 3,6%), *Erfolg* (7 reakcji — 1,4%), *Position* (1 reakcja — 0,2%).

Pozostałe asocjaty eksponujące *implicite* pozytywny stosunek respondentów do referowanego pojęcia nawiązują w swej treści do sfery potrzeb. Anketowani, zwłaszcza rosyjsko- i niemieckojęzyczni, konstatują związek bogactwa z podstawowymi potrzebami psychogennymi — wolnością, bezpieczeństwem i stabilnością/stabilizacją. Młodzi Niemcy i Rosjanie w pierwszej kolejności podkreślają w tym kontekście możliwość zaspokojenia potrzeby wolności, tworząc równocześnie wyraźne i kwantytatywnie silne sieci werbalno-asocjacyjne, których głównym ogniwem czynią bezpieczeństwo. Ich polskojęzyczni rówieśnicy sygnalizują jedynie — najczęściej skojarzeniami jednostkowymi — potrzeby bezpieczeństwa, spokoju i wolności. Oto typowe odpowiedzi: polskie — *spokój* (4 reakcje — 0,8%), *bezpieczeństwo* (1 reakcja — 0,2%), *niezależność* (1 reakcja — 0,2%), *stabilizacja* (1 reakcja — 0,2%), *wolność* (1 reakcja — 0,2%); rosyjskie — *свобода* (20 wskazań — 4%), *обеспеченность* (4 reakcje — 0,8%), *безопасность* (1 reakcja — 0,2%), *стабильность* (1 reakcja — 0,2%); niemieckie — *Freiheit* (25 wskazań — 5%), *Sicherheit* (11 wskazań — 2,2%), *Unabhängigkeit* (1 reakcja — 0,2%).

Akceptację bogactwa respondenci wyrażają również wprost przy pomocy leksemów prymarnie wartościujących, aczkolwiek jawna ewaluacja znajduje odzwierciedlenie w niewielkim odsetku ujęzykowień. Najbardziej charakterystyczne werbalizacje to: polskie — *przydatne* (2 reakcje — 0,4%), *istotne* (1 reakcja — 0,2%); rosyjskie — *хорошо* (5 reakcji — 1%), *благо* (1 reakcja — 0,2%), *здорово* (1 reakcja — 0,2%), *чудесно* (1 reakcja — 0,2%); niemieckie — *ist gut* (1 reakcja — 0,2%), *ist schön* (1 reakcja — 0,2%), *wichtig* (1 reakcja — 0,2%).

Waloryzacja bogactwa nie ma charakteru jednobiegowego. Oceniane jest ono również negatywnie, wprost lub — częściej — z wykorzystaniem środków wtórnie wartościujących. Wartościowanie ukierunkowane *in minus* charakteryzuje jednak znacznie niższy poziom częstości ujęzykowień, niż ma to miejsce w wypadku pozytywnej ewaluacji bogactwa. Najwięcej ocen krytycznych formułują Niemcy, którzy są przekonani, iż bogactwo nie stanowi o sensie życia człowieka, wręcz przeciwnie — czyni go nieszczęśliwym; porównaj na przykład: *macht nicht glücklich* (12 wskazań — 2,4%), *unwichtig* (9 wskazań — 1,8%), *ist nicht alles* (3 reakcje — 0,6%), *Geld macht nicht glücklich* (1 reakcja — 0,2%). Współanketowani Polacy i Rosjanie nie wyrażają aż tak wyraźnie dezaprobaty, co poświadczają mniej liczne, w głównej mierze, pojedyncze skojarzenia; porównaj na przykład: asocjaty polskie — *nieistotne* (2 reakcje — 0,4%), *bezsens* (1 reakcja — 0,2%), *mało ważne* (1 reakcja — 0,2%); asocjaty rosyjskie — *не всегда хорошо* (1 reakcja — 0,2%), *не главное* (1 reakcja — 0,2%), *не самое важное* (1 reakcja — 0,2%).

Waloryzacja negatywna dokonuje się także w kontekście etycznym. Na potencjalne zagrożenia wypływające z posiadania bogactwa zwracali uwagę już staro-

żytni myśliciele, między innymi Platon, który wiązał nadmierne wysiłki jednostki ukierunkowane na zdobycie dóbr materialnych z jej deprawacją i przeszkodą na drodze do osiągnięcia doskonałości moralnej. Badana młodzież wyraża swój stosunek do bogactwa oraz pośrednio do ludzi zamożnych, transponując niejako myśl platońską, i konotuje referowane pojęcie z oznakami właśnie moralnej degradacji, egoizmu, sprzeniewierzenia się ogólnie obowiązującym zasadom etycznym; porównaj na przykład: odpowiedzi polskie — *snobizm* (4 reakcje — 0,8%), *materializm* (2 reakcje — 0,4%), *zdrada* (2 reakcje — 0,4%), *zło* (2 reakcje — 0,4%), *lenistwo* (1 reakcja — 0,2%), *próżność* (1 reakcja — 0,2%); odpowiedzi rosyjskie — *жадность* (4 reakcje — 0,8%), *зло* (3 reakcje — 0,6%), *ложь* (3 reakcje — 0,6%), *портит людей* (1 reakcja — 0,2%); odpowiedzi niemieckie — *Gier* (3 reakcje — 0,6%), *Geiz* (1 reakcja — 0,2%), *Leben verderben* (1 reakcja — 0,2%), *unehrlich* (1 reakcja — 0,2%).

Ta część konceptu, podobnie jak pozostałe jego elementy o charakterze ewaluacyjnym, wychodzi wprawdzie poza ramy definicyjne pojęcia, lecz standaryzowana jest przez obecne we wszystkich badanych językach odnośne jednostki paremiczne, takie jak na przykład: polskie — *Gdzie jest bogactwo, tam jest łajdactwo*; *Bogactwa przybywa, cnoty ubywa*; rosyjskie — *Богатство — скор путь во зло*; *Бедность учит, а богатство портит*; niemieckie — *Ein reicher Bauer kennt seine Verwandten nicht*; *Geld schließt die Hölle auf*.

W zasobach paremicznych znajdują się również kolejne elementy konceptu, mianowicie werbalizacje źródeł i sposobów bogacenia się, przede wszystkim podkreślana w odpowiedziach polskich studentów praca (*Praca wzbogaca*; *Arbeit und Sparen macht reiche Knechte*); porównaj na przykład: polskie — *praca* (19 wskazań — 3,8%), *ciężka praca* (3 reakcje — 0,6%), *pracowitość* (1 reakcja — 0,2%); ros. — *работа* (3 reakcje — 0,6%), *труд* (2 reakcje — 0,4%), *заботать* (1 reakcja — 0,2%); niemieckie — *Arbeit* (3 reakcje — 0,6%), *Job* (1 reakcja — 0,2%), *muss man sich erarbeiten* (1 reakcja — 0,2%).

Osiągnięcie bogactwa, poza indywidualnym wysiłkiem, ma charakter przypadkowy — to najczęściej wygrana w grze losowej lub spadek; porównaj na przykład: asocjaty polskie — *lotto* (3 reakcje — 0,6%), *Totolotek* (2 reakcje — 0,4%), *szczęśliwy traf* (1 reakcja — 0,2%); asocjaty rosyjskie — *завещание* (1 reakcja — 0,2%), *передается по наследству* (1 reakcja — 0,2%), *случается* (1 reakcja — 0,2%); asocjaty niemieckie — *Lotto* (2 reakcje — 0,4%), *Erbe* (2 reakcje — 0,4%), *kommt aus dem Nichts* (1 reakcja — 0,2%).

Poza jądrem dyferencjacji semantycznej konceptualizowanej jednostki w obrębie aktualności badanego pojęcia oraz silnie zindywidualizowanym subiektywnym obszarze konotacyjnym mieści się ostatnia grupa pozyskanych skojarzeń — wzorce osobowe i kulturowe bogactwa; porównaj na przykład: polskie — *Bill Gates* (3 reakcje — 0,6%), *Rydzik Tadeusz* (2 reakcje — 0,4%), *poseł do parlamentu* (1 reakcja — 0,2%); rosyjskie — *олигархи* (3 reakcje — 0,6%), *Абрамович* (1 reakcja — 0,2%), *предприниматель* (1 reakcja — 0,2%);

niemieckie — *Bill Gates* (2 reakcje — 0,4%), *König* (1 reakcja — 0,2%), *Promis* (1 reakcja — 0,2%).

Podsumowując, na konceptualizację bogactwa ma wpływ wiele czynników. Po pierwsze, inercja tradycyjnej kultury, przejawiająca się w odwoływaniu się użytkowników języka do tekstów precedensowych oraz historycznie ukształtowanych i przyswajanych w procesie socjalizacji wzorów myślenia i percepcji rzeczywistości. Znajduje ona wyraźne potwierdzenie między innymi w analogiach konceptu analizowanego pojęcia generowanego w wyniku testu swobodnych skojarzeń i konceptu utrwalonego w zasobach językowych istotnych z punktu widzenia poznawania oraz oswajania otaczającego świata, mianowicie paremiach i frazeologizmach. Po drugie, zjawisko dyfuzji kulturowej, to jest przenikania się i wzajemnego uzależniania wielu heterogenicznych kultur, będące wynikiem oddziaływania współczesnych mediów, globalizacji i związanych z nią procesów społecznych, przede wszystkim wzrostem mobilności i migracją. Po trzecie, bieżące doświadczenia i praktyka społeczna, wywierające mniejszy lub większy wpływ na modyfikację, względnie aktualizację, określonych elementów konceptu. Wreszcie, indywidualne przeżycia i doznania jednostki, po części również implikujące rozumienie badanego pojęcia.

Bibliografia

- Anusiewicz J., *Lingwistyka kulturowa. Zarys problematyki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1995.
- Galton F., *Psychometric Experiments*, „Brain. A Journal of Neurology” 1879, nr 2.
- Rodziewicz B., *Wartości. Polacy — Rosjanie — Niemcy*, Volumina.pl, Szczecin 2014.
- Siek P., *Bogactwo. Przyczynek do katolickiego ujęcia tej kategorii*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym” 18, 2015, nr 2.
- Гурочкина А.Г., *Этнокультура и языковое сознание*, [w:] *Филология и культура: Материалы III Международной научной конференции 16–18 мая, 2001*, cz. 3, Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, Тамбов 2001.
- Караулов Ю.Н., Филиппович Ю.Н., *Лингвокультурное сознание русской языковой личности. Моделирование состояния и функционирования*, Азбуковник, Москва 2009.
- Тарасов Е.Ф., *Актуальные проблемы анализа языкового сознания*, [w:] *Языковое сознание и образ мира*, red. Н.В. Уфимцева, Институт языкознания РАН, Москва 2000.

If I were a rich man... The wealth concept as a axiological unit in the language awareness of Poles, Russians and Germans

Summary

The present article is an attempt at establishing a way of understanding the term ‘wealth’ as well as characterizing all the phenomena the term encompasses in communities of Polish, Russian and German students. The author analyses the results of a verbal association test.

Keywords: wealth, axiology, language awareness, verbal association test, comparative linguistics

Скажем, будь я Ротшильд... Богатство как аксиологическая единица в языковом сознании поляков, русских и немцев

Резюме

В настоящей статье определяется способ понимания понятия богатство современными польскими, русскими и немецкими студентами в аксиологическом аспекте. Автор анализирует результаты теста вербальных ассоциаций.

Ключевые слова: богатство, аксиология, языковое сознание; тест вербальных ассоциаций, конфронтативная лингвистика