

IRENA MILOŠ

Tri u jedan: pogled na kulturu, jezik i društvo

Na satovima Hrvatskoga jezika, još u osnovnoj školi, učili su nas, među ostalim, lijepomu izražavanju – ponajprije pismenom i usmenomu, odnosno kulturi govorenja, čitanja i pisanja. Usvajali smo i osnove i nadgradnju pismenosti. Imali smo i Likovnu kulturu, Tjelesnu i Tehničku kulturu, a poslije poneki od nas i Medijsku kulturu, poneki i Marikulturu, Agrikulturu... da bismo u novije doba sve više osvještavali višeznačnost riječi *kultura* u različitim diskursima, pa tako govorimo o duhovnoj kulturi, nacionalnoj i materijalnoj kulturi te o masovnoj, popularnoj kulturi, a riječ *kultura* širi se i u nova područja, npr. u ekonomsko područje, u kojemu nailazimo i na organizacijsku kulturu ili kulturu poduzeća.

Kad su se potkraj prošloga stoljeća pojavili trendovi da se ekologija uvede u poslovanje, u ekonomiju i gospodarstvo, jezik je spremno čekao ne bi li pronašao mjesto novim nazivima. Iako riječi *pismenost* i *kultura* ne bismo na prvu loptu povezali s ekonomijom ili gospodarenjem okolišem – pronašle su mjesto i u tim područjima. No vratimo se malo unatrag – osnovnomu (i najširemu) značenju riječi *kultura*.

Riječ *kultura* latinskoga je podrijetla, a u temelju je njezina značenja a) obrađivanje i b) njegovanje. Kultura je, s jedne strane, ukupnost materijalnih i duhovnih dobara, etičkih i društvenih vrijednosti, ukupnost obrazovanja, znanja, vještina, etičkih i socijalnih osjećaja, ophođenja i ponašanja jedne osobe prema drugoj, a s druge (u specijaliziranim značenjima u sklopu nazivlja pojedinih struka) znači i nešto drugo. Primjerice u agronomiji – kultura je uzgoj i obrada biljke na za to predviđenoj površini. Sebe smo kultivirali na različite načine, a kultiviramo i biljke, pa kad u *Gospodarskome listu*, primjerice, pročitamo da su krumpir i kupus najbolja pretkultura češnjaku (ako piše *predkultura*, netočno je, u toj se riječi, naime, provodi i bilježi jednačenje po zvučnosti), zato što ostavljaju razrahljeno i nezakorovljeno tlo, neće nam to biti nimalo čudno.

U društvenome smislu kultura je sve ono što je čovjek ostvario i prihvatio kao vrijednost, uključujući religiju, moral, nasljeđe i tradiciju, umjetnost te, na kraju, iako ne i najmanje važno, i jezik. U antičkoj Grčkoj onoga koji je govorio stranim, nerazumljivim jezikom nazivalo se *barbarom/barbarinom*, pa je tako ostalo zapisano i u Homera. I u našoj se kulturi zadržalo preneseno značenje riječi *barbar(in)* u smislu sirova, neuljuđena čovjeka koji prezire kulturne vrednote. Kultura se, očito je, od davnine prenosi(la) na različite načine, među ostalim i riječima.

Napomenuli smo već da je riječ *kultura* višeznačna, a višeznačnost ili polisemija (francuski *polysémie*, prema kasnolatinske *polysemus*: višeznačan, od poli- + grčki σῆμα: znak) svojstvo je određene riječi da ima više značenja, npr. riječ *glava* može označavati dio tijela, zatim pametnoga čovjeka, poglavlje u knjizi, ali i ono što oblikom podsjeća na glavu, pa otud, npr. *glava/glavica kupusa*. Pojava suprotna višeznačnosti (polisemiji) naziva se *jednoznačnost* (*monosemija*). Pojedino značenje višeznačne riječi može (kao u primjeru *glava kupusa*) nastati zbog uočavanja sličnosti među pojmovima, a konkretno značenje višeznačne riječi ovisi o kontekstu u kojemu je upotrijebljena i konkretnoj govornoj situaciji. Višeznačnost na određeni način ekonomizira već postojeći leksički fond jednoga jezika tako da se postojećim riječima pridaju nova značenja. I u tradicionalnim i u suvremenim jezikoslovnim pristupima ona se tumači kao odraz kulturnih, društvenih i konceptualnih (pojmovnih) promjena, a govornicima ne stvara komunikacijski problem jer kontekst aktualizira jedno od značenja višeznačne riječi. Tako i *kultura* i *pretkultura* u povijesno-društvenu kontekstu imaju različito značenje od *kulture* i *pretkulture* u agronomiji. Značenje može biti i preneseno, odnosno posljedica metaforičkoga i metonimijskoga procesa širenja osnovnoga značenja. Također, riječ iz općega jezika može dobiti specijalizirano (terminološko) značenje kad se počinje upotrebljavati u užemu stručnom području (primjerice *miš* kao računalno pomagalo – taj proces, koji se u slučaju ove riječi zbio u engleskome, zovemo *terminologizacija*), a i obrnuto, riječ iz specijaliziranoga rječnika (naziv) može dobiti novo općejezično značenje širom uporabom (taj proces zovemo *determinologizacija*).

Specijalizirana uporaba riječi *kultura* pronašla je svoje mjesto i u ekonomiji. Naime, poduzeće, da bi mu se poslovanje smatralo društveno korisnim i održivim, ne smije ugrožavati prirodne sustave ni čovjekovu životnu sredinu (naziv je za to *održivi razvoj*), a sve smo svjesniji povezanosti ekonomije i ekologije – pokazuje je i naziv *zeleno poslovanje* (označuje poslovanje koje nema negativan utjecaj na lokalni ili globalni okoliš, time ni na zajednicu, pa je zeleno poslovanje ujedno i društveno odgovorno poslovanje). U ekonomskim se izvorima ističu, u odnosu na društveno odgovorno poslovanje, četiri područja djelovanja poduzeća: ponašanje na tržištu, odnos prema zaposlenicima, odnos prema okolišu te odnos s lokalnom zajednicom i društvom u cjelini, pa bi se pozornost trebala posvećivati, primjerice, ulaganju u uredsku infrastrukturu i odabir tehnologija koje bi bile ekološki prihvatljive i slično. Odnos prema okolišu važan je dio socijalne ekologije, teorije koju je u završnim desetljećima prošloga, dvadesetoga, stoljeća razvio Amerikanac ruskoga podrijetla Murray Bookchin ne bi li ekološku misao povezao s društvenom. U osnovi njegove filozofske, tad i radikalne teorije, odnos prema okolišu

nije smio biti individualan, prepušten pojedincu, nego je on stvar društva u cjelini.

S filozofskoga stajališta kultura je nadgradnja svakoga stabilnog, dobrostojećeg, razvijenog, ekološki osviještenoga društva kojemu je temelj ekonomija. Filozofska je utopija smatrati kulturu temeljem društva u ekonomskome smislu, no u jezičnome smislu ona tomu uistinu teži.

Kultura poduzeća ili organizacijska kultura skup je i sustav vrijednosti, norma i običaja kojima se uređuju odnosi među ljudima u nekoj organizaciji. Ona se odnosi na način života i rada u poduzeću, ozračje u organizaciji kao posljedicu simbioze zaposlenika u širem ili užemu okružju poduzeća koje djeluje na ponašanje ljudi i na poticanje njihovih sposobnosti. Kultura poduzeća izgrađuje (isto kao i kultura u društvu) nevidljivu razinu (vrijednosti, stavove, norme, uvjerenja) i ugrađuje je na vidljivoj razini (razini statusa, simbola, jezika, odnosno poslovnoga žargona).

Znate li koja je još riječ iz obrazovnoga i kulturnoga sustava prešla u ekonomski

i proširila svoje značenje? Riječ *pismenost*. Naime, kad se pojavio višerječni naziv *environmental literacy* (engl.), trebalo je određeno vrijeme da se na hrvatski prevede kao *ekološka pismenost*, odnosno *zelena pismenost*. Riječ je o sposobnosti razumijevanja utjecaja čovjekovih odluka i radnja na okoliš širenjem svijesti o održivome razvoju i poticanjem kritičkoga mišljenja; zadatak joj je mijenjati ponašanje pojedinca, ali i čitavih institucija (definiciju smo pronašli u IATE-u, višejezičnoj terminološkoj bazi Europske unije: www.iate.europa.eu, a ondje se navodi i kontekst: „Suvremeni svijet zahtijeva nove pismenosti, među koje ubrajamo tehničku, tehnološku, informatičku, medijsku te prirodnoznanstvenu i ekološku pismenost kao jednu od mogućih obrazovnih paradigmi 21. stoljeća.”).

Nijedna kultura ne postoji izvan društva i svako se društvo ujedno gradi kulturom. Novi pogled na nju, ovaj u 21. stoljeću, svakako je višedimenzijski, u najmanju ruku – tri u jedan.

