

KLJUČNE BESEDE SLOVENSKE KULTURE. INTERDISCIPLINARNI PRISTOP

Agnieszka BĘDKOWSKA-KOPCZYK

Institut für Slawistik, Karl-Franzens-Universität, Graz, Merangasse 70/1, 8010 Gradec, Avstrija
e-mail: agnieszka.bedkowska-kopczyk@uni-graz.at

Špela ANTLOGA

Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta, Aškerčeva 2, 1000 Ljubljana
e-mail: spela.antloga@gmail.com

IZVLEČEK

V članku se posvečava besedam, ki poimenujejo specifične pojave tako zunanjih kot notranjih vidikov življenja slovenske kulturne skupnosti. Prvi cilj tega članka je približati predpostavke, na katerih temelji teorija ključnih besed kulture Anne Wierzbicke, in jih primerjati z drugimi pristopi, to je teorijo kulturnoznačilnih besed (Peter Newmark) in teorijo kulturemov (Fernando Poyatos in Els Oksaar). Drugi cilj je izoblikovati tipologijo in podati predloge leksikalnih enot, ki so lahko izhodišče za bodoči leksikon ključnih besed slovenske kulture. Tretji cilj pa je interdisciplinarna analiza dveh izbranih poimenovanj likov iz leposlovja (hlapec Jernej in Cankarjeva mati), v kateri skušava utemeljiti, da lahko zaradi konvencionalizacije v sodobni slovenščini in razvijanja novih pomenov na različnih pomenskih področjih obe poimenovanji opravljata funkcijo ključnih besed slovenske kulture.

Ključne besede: kulturna lingvistika, ključne besede kulture, kulturem, stereotipi, kulturni skripti

LE PAROLE CHIAVE DELLA CULTURA SLOVENA. UN APPROCCIO INTERDISCIPLINARE

SINTESI

Nel presente articolo ci siamo occupate dei termini che denotano particolari aspetti, tipici della dimensione esteriore come di quella interiore della vita della comunità culturale slovena. Primo obiettivo di questo lavoro è rendere più accessibili i presupposti su cui si fonda la teoria delle parole chiave di una cultura, elaborata da Anna Wierzbicka, e confrontarli con altri approcci, ovvero con la teoria delle parole culturalmente significative di Peter Newmark, e la teoria dei culturemi di Fernando Poyatos ed Els Oksaar. Il secondo obiettivo è invece quello di definire una tipologia e fornire delle proposte di unità lessicali, che possano costituire un possibile punto di partenza per una futura enciclopedia delle parole chiave della cultura slovena. Terzo obiettivo, l'analisi interdisciplinare di due figure scelte tra i personaggi della letteratura (il servo Jernej e la madre di Cankar), nella quale si tenta di dimostrare che entrambe, divenendo figure convenzionali nella lingua slovena contemporanea, e sviluppando significati nuovi in campi semantici diversi, rivestono la funzione di parole chiave della cultura slovena.

Parole chiave: linguistica culturale, parole chiave di una cultura, culturema, stereotipi, cultural script

UVOD

Ob pouku tujega jezika pogosto naletimo na leksikalne enote, ki jih ni mogoče razumeti brez kulturnega konteksta (kot na primer *American pie* v angleščini). Slovenščina v tem primeru ni izjema, česar se zavedajo vsi, ki se je učijo ali jo poučujejo, oziroma vsi, ki slovenska besedila prevajajo v tuje jezike. Kot primer lahko navedemo izraz *Cankarjeva mati* v povedi *Ameriški predsednik je kot Cankarjeva mati tekkel za avtomobilom s papirnato vrečko z malico, vendar se prva dama ni niti obrnila (Gigadifa)*. Če na ta odlomek pogledamo s perspektive govorca tujega jezika oz. osebe, ki (še) nima slovenske kulturne kompetence, se lahko sprašujemo, kaj ima ameriški predsednik skupnega s Cankarjevo materjo. Tega izraza namreč ni mogoče razumeti, ne da bi priklicali kulturno ozadje, torej lik iz Cankarjevih del. Vendar pa ne gre samo za literarni lik, temveč za asociacije oz. stereotipe, ki jih je ta usidral v kolektivni spomin Slovencev (gl. dalje). Kulturno ozadje je nujno priklicati tudi v primeru številnih drugih slovenskih besed, ki se nanašajo tako na materialno kot duhovno kulturo (npr. *kozolec* oz. *martinovanje*). Vse leksikalne enote (to so besede, besedne zveze in večbesedni izrazi), ki so v določeni kulturi posebnega pomena in ki hkrati ponujajo vpogled v to kulturo, imenujemo tukaj po Anni Wierzbicki »ključne besede kulture«.

Ta članek ima tri cilje. Prvi je približati predpostavke, na katerih temelji teorija ključnih besed kulture Anne Wierzbicke, in jih kritično primerjati z drugimi pristopi, to je teorijo kulturnoznačilnih besed (Peter Newmark) in teorijo kulturemov (Fernando Poyatos in Els Oksaar). Drugi cilj je predlagati nekaj leksikalnih enot, ki bi lahko spadale v nabor ključnih besed slovenske kulture. Tretji pa je poglobljena analiza dveh izbranih leksikalnih enot, in sicer poimenovanj likov iz leposlovja (*hlapec Jernej* in *Cankarjeva mati*). S to analizo poskušava utemeljiti, zakaj ti leksikalni enoti lahko spadata med ključne besede slovenske kulture. V tem članku predlagava interdisciplinarni pristop, ki združuje dosežke kulturne lingvistike (znotraj nje pa entolingvistike), zgodovine književnosti, etnologije, sociologije in (med)kulturnih študijev. Semantično analizo opirava mdr. na podatke iz korpusa Gigafida in iskalnika Google, s pomočjo katerih ugotavljava prisotnost obravnavanih besed v slovenskem jeziku in kulturi.

TEORETSKA IZHODIŠČA

»Ključne besede kulture« po Anni Wierzbicki

Anna Wierzbicka trdi, da razlike med jeziki, ki jih lahko najdemo tako na leksikalni kot slovnični ravni, zrcalijo razlike v mentaliteti njihovih nosilcev. Na leksikalni ravni (na katero se osredotočamo v tem članku) lahko razlike med jeziki iščemo z analizo »ključnih besed kulture«. Wierzbicka jih leta 1997 v knjigi *Understanding Cultures through their Key Words* definira kot besede, ki so v določeni kulturi posebnega pomena in ki hkrati ponujajo vpogled v to kulturo (Wierzbicka, 1997, 15–16; gl. tudi Goddard, Wierzbicka, 1995).

Ključne besede kulture se nanašajo na notranje in zunanje vidike življenja.¹ Na osnovi primerov Wierzbicke lahko notranje vidike življenja razumemo kot tiste, ki so povezani z mentalnimi (oz. duševnimi) procesi, torej s specifičnim načinom mišljenja, verovanja, vrednotenja, se pravi z odnosom do sveta predstavnikov določene kulture. Na te vidike se nanašajo na primer poimenovanja domovine, prijateljstva in svobode, katerih analize prispevajo k preučevanju tako imenovane etnosociologije, etnofilozofije in kulturne psihologije (gl. Wierzbicka, 1997, 32–195). Sem spadajo tudi besede, ki zrcalijo specifičen način čustvovanja (npr. ruska beseda *duša*, ki se nanaša na duhovno, moralno in čustveno bistvo, gl. Wierzbicka, 1997, 3), pogled na človekov značaj in medčloveške odnose (npr. japonska beseda *wa*, ki se, grobo rečeno, nanaša na harmonijo znotraj skupine, gl. Wierzbicka, 1997, 248–254). Lahko sklepamo, da leksemi, ki poimenujejo notranje vidike kulture, odražajo globalno plast narodne skupnosti in so ključ do razumevanja tako njene zgodovine kot sodobnih pojavov. O njih lahko po Wierzbicki rečemo tudi, da ne samo zrcalijo določeno kulturo, ampak jo hkrati oblikujejo naprej.

Zunanji vidiki življenja so povezani s človekovimi dejanji v zasebnem, družbenem, kulturnem in institucionalnem prostoru in vsem, kar človeka obdaja (narava, artefakti, civilizacijski in kulturni dosežki). Med poimenovanji kulturnospecifičnih zunanjih vidikov življenja avtorica med drugim našteva poimenovanja:

- jedi in pijač: pol. *powidła* 'vrsta marmelade iz češpelj'; jap. *sake* 'alkoholna pijača iz riža' (SSKJ),
- artefaktov: ang. (avstr.) *boomerang* 'bumerang' in

1 Wierzbicka v svojih delih obravnava primere kulturnospecifičnih besed iz več jezikov in kultur: ruske, poljske, angleške (avstralske), nemške in japonske. Njen pristop k razlaganju pomenov teh besed temelji na analizi, katere orodje je t. i. naravni semantični meta-jezik (ang. *natural semantic metalanguage*). Ta meta-jezik sestavlja več kot šestdeset besed, ki imajo status semantičnih primitivov (gl. njihove slovenske prevode v Žele, 2012, 125–126). Primitivi so pomensko nerazložljivi z enostavnejšimi pomeni in najbolj ustrezajo ubesedenim elementarnim pojmom, ki so zaradi elementarnosti univerzalni, torej zastopani v večini jezikov (povzeto po Žele, 2012, 124–125). Prav zaradi univerzalnosti so primitivi po mnenju avtorice in njenega sodelavca Cliffa Goddarda (1995, 40) ustrezna osnova za primerjanje konceptualnih sistemov, ki so utrjeni v različnih jezikih, in za pojasnitev pomenov besed, ki so prisotni samo v nekaterih jezikih. Naravni semantični meta-jezik ima širok odmev v sodobnem jezikoslovju, saj ga uporabljajo številni jezikoslovci, ki se ukvarjajo z medjezikovnimi študijami (gl. <https://www.griffith.edu.au/humanities-languages/school-languages-linguistics/research/natural-semantic-metalanguage-homepage/publications/other>).

2 Vodnik (1977, 646) prevaja to besedo kot 'čežana', 'marmelada', kar ni najbolj ustrezen prevod.

- družbenih vedênj, povezanih s tradicijo, obredi in institucionalnimi dogodki: nem. *Bruderschaft v mit jemandem Bruderschaft/Brüderschaft trinken* 'piti bratovščino s kom' (FSSJ), ki se nanaša na izvorno nemški obred pitja bratovščine, glagol *christosovat'sja*, ki poimenuje rusko tradicijo trikratnega poljubljanja ob pozdravu in različna poimenovanja kulturnospecifičnih načinov sporazumevanja znotraj avstralske družbe, kot na primer glagol *chiack*, ki se nanaša na prijateljsko norčevanje iz koga (Wierzbicka, 1997, 202–216).³

Med ključnimi besedami, ki izražajo zunanje vidike življenja kulture, so tako tiste, ki poimenujejo prvine materialne kulture (poimenovanja kulinarike), kot tiste, ki poimenujejo prvine duhovne kulture ali vsaj nanjo vplivajo (poimenovanja družbenih vedênj, npr. frazem *mit jemandem Bruderschaft/Brüderschaft trinken*). Med njimi se lahko nahajajo tudi besede, ki poimenujejo prvine tako materialne kot duhovne kulture. Kot primer navajava slovensko besedo *kurent* (ali *korant*), ki poimenuje artefakt (pustno masko) in hkrati predmet, povezan z ljudskim običajem (*kurentovanje*, prim. tudi *držati se kot Kurent v pratiki* 'držati se kislno, čemerno'). Opazili sva, da je za nekatere besede, ki poimenujejo specifične zunanje vidike življenja, značilno, da označujejo prvine, ki so ključnega pomena ne samo za eno kulturo, temveč za več kultur, kar lahko zaznamo v primerjavi sosednjih jezikov. To se nanaša celo na zglede, navedene v delih Wierzbicke. Na primer poljsko besedo *powidła* lahko najdemo tudi v ukrajinskem (*povydló*) in češkem (*povidla*) jeziku. Ta jed, ki so jo najprej poznali severni Slovani, je v 18. stoletju postala poznana tudi v avstrijski kuhinji. Posledično je poimenovanje te jedi prišlo v nemški jezik (*Powidl*), v katerem velja za bohemizem (Bellmann, 1971, 133). Dunajski nemščini je poznan celo frazem *das ist mir powidl* v pomenu 'to me ne briga'. V tem primeru lahko torej govorimo o besedi za jed, ki je specifična za večji kulturni prostor (podobno vrsto marmelade, ki se vendarle imenuje *pekmez*, poznajo tudi v bivših državah Jugoslavije, vključno s Slovenijo (gl. *pekmez* 'gosto kuhane slive s sladkorjem', SSKJ).

Prepoznavanje oz. ugotavljanje ključnih besed kulture

Ključne besede kulture poimenujejo pojave, ki so ne samo kulturnospecifični, temveč v določeni kulturi tudi prominentni oz. izraziti. Zato so, kot izpostavlja Vesna Mikolič, ki se s tem pristopom ukvarja v slovenskem prostoru, ključne besede »izraz nečesa pomemb-

nega in pomenljivega v kulturi« (Mikolič, 2014, 288). Wierzbicka poudarja, da je lahko eden od dejavnikov, ki je povezan s kulturno prominentnostjo ključnih besed kulture, njihova pogostost v vsakdanjem jeziku ali na nekem posebnem pomenskem področju, ki jo lahko ugotavljamo s statistično korpusno analizo. Kot navaja Mikolič (2014, 288), je utemeljitev ključnih besed kulture mogoče doseči z analizo frazeoloških grozdov, pregovorov, rekov, toponimov, lastnih imen, popularnih pesmi, književnosti, mitologije, verskega diskurza, zgodovinskega doživljanja državnosti itn. Temu lahko služijo že obstoječi referenčni in specializirani korpusi, lahko pa oblikujemo delovne, priložnostne korpusne iz relevantnih gradiv (Mikolič, 2014, 288).

Zdi se nama, da je treba pri določanju seznama ključnih besed lastne kulture nanjo pogledati s perspektive nosilca druge oz. tuje kulture, saj se nosilci lastne kulture včasih ne zavedamo kulturne specifičnosti pojavov, ki so nam »prirojeni« oz. ki so del naše kulturne vzgoje.⁴ Začnemo pa se jih zavedati šele ob soočenju s tujo kulturo, ko prihaja do diferenciranja med lastnim in tujim, med specifičnim in univerzalnim. Vendarle do kulturnega ozadja jezika najlažje pridemo s kontrastivno semantično analizo posameznih leksemov in besednih zvez, kar dokazujejo na primer analize poimenovanj kulturnih vrednot v Kržišnik (2005) in nacionalnih atributov v Mikolič (2014). Nekateri raziskovalci (Vermeer, Witte, 1990, 130) trdijo celo, da lahko kulturni pojav preučujemo kot kulturnospecifičen šele ob primerjavi dveh kultur, če lahko ugotovimo, da je ta pojav prisoten samo v eni od teh dveh kultur.

Drugi pristopi k preučevanju kulturnospecifičnih izrazov

Vzporedno z analizami ključnih besed kulture, ki jih opravljajo Wierzbicka in njeni sodelavci oz. nasledniki (gl. bibliografijo na spletni strani, navedeno v pripombi 1), tečejo raziskave kulturnoznačilnih besed na področju sociolingvistike (Oksaar, 1988) in kulturne lingvistike ter medkulturne komunikacije (npr. Poyatos, 1976; Fleischer, 1995; Nagórko, 2004), prevodoslovja (npr. Vermeer, Witte, 1990; Newmark, 1988) in jezikovne didaktike (npr. Heyd, 1997). Iz tega razloga obstaja tudi več terminov, ki poimenujejo kulturnospecifične leksikalne enote, od katerih naštevava tukaj še dva: »kulturnoznačilna beseda« (Newmark, 1988), in »kulturem« (Poyatos, 1976; Oksaar, 1988; Vermeer, Witte, 1990; Nagórko, 2004).

Termin »kulturnoznačilna beseda« (oz. *'cultural' words* v angleščini) uporablja Peter Newmark (1988,

3 Med zgoraj navedenimi besedami, ki so ključnega pomena za različne kulture, najdemo tiste, ki imajo ustreznice v slovenskem jeziku, in tiste, ki so neprevedljive in zato zahtevajo opisno razlago. Med prvimi se nahaja beseda *bumerang*, ki je prevzeta s pisno prilagoditvijo. Za tovrstne izposojenke se v jezikoslovju uporablja termin »eksotizmi« (od gr. *exotikós* 'zunanji, inozemski', SES). V slovenskem jeziku najdemo številne primere eksotizmov, npr. *balin* (it. *ballino*), *fjord* (norv. *fjord*), *kolhoz* (ros. *kolxóz*, kar je kratica za *kol'lektivnoe*) *xoz(-jájstvo)* 'kolektivno gospodarstvo') (SES).

4 Isto stališče zagovarja antropologinja Kate Fox (2004).

95), ki na besedišče gleda s perspektive prevajalskih postopkov in metod. Ta termin se nanaša na poimenovanja enot, značilnih za določeno kulturo,⁵ ki se jih ne da enostavno prevesti v ciljni jezik. Avtor opredeli pet glavnih področij oz. kategorij, na katerih lahko naletimo na kulturnoznačilne enote in posledično na kulturnoznačilne besede: ekologija (npr. flora, favna, vetrovi, pokrajina); materialna kultura (npr. hrana, oblačila, organizacija prostora, transport); družbena kultura (delo in počitek); organizacije, tradicije, postopki, ideje; kretnje in običaji (zadnji se nanašajo na medkulturno sporazumevanje) (gl. primere besed, ki ponazarjajo posamezna področja v Newmark, 1988, 95–102).

Poglejmo zdaj natančneje, kako se je v znanosti uveljavil termin »kulturem«, ki je, kot dokazujeva v nadaljevanju, lahko povezan s terminom »ključna beseda kulture«. Ta termin je leta 1976 v humanistične vede vpeljal strokovnjak za neverbalno komunikacijo, Fernando Poyatos. Kulturem je definiral kot vsak element kulturne aktivnosti ali neaktivnosti, ki je opazen skozi znake, ki jih lahko občutimo (npr. vonj, zvok, kinestetična izkušnja arhitekture oz. organizacije prostora v mestih) ali razumemo (npr. konceptualizacija in struktura pojma čas) in ki imajo v določeni kulturi simbolno vrednost (Poyatos, 2002, 10). Kultureme je preučeval na različnih nivojih, se pravi od bazičnega (in najbolj splošnega, saj zajema organizacijo zunanjih in notranjih prostorov v mestu in na podeželju) preko primarnega (struktura okolja in načini vedanja), sekundarnega (obnašanje v posameznih prostorih, npr. dom, šola, cerkev, gostilna, park), terciarnega (kulturni sistemi in subkulture) do izpeljanih nivojev (npr. oblačila in kinestetično obnašanje oz. govorica telesa) (Poyatos, 2002, 10–15). V kulturni lingvistiki, zlasti v nemškem prostoru, se najbolj vplivne zdijo raziskave, ki temeljijo na dognanjih sociolingvistike Els Oksaar. V delu *Kulturemtheorie. Ein Beitrag zur Sprachverwendungsforschung* iz leta 1988 je Oksaar pobjiže predstavila termin »kulturem«, ki ga razume malo drugače kot Poyatos. Gre namreč za socio-kulturno kategorijo, ki se nanaša na vse vrste medčloveške komunikacije (Oksaar, 1988, 27). Kulturemi se po mnenju avtorice uveljavljajo med komunikacijskimi akti (torej tako neverbalno, ekstraverbalno in verbalno), in sicer v obliki »behavioremov«. Med neverbalne kultureme spadajo mdr. mimika, kretnje in govorica telesa; med ekstraverbalne npr. razdalja med ljudmi v komunikacijskem položaju (poimenovana po Edvardu T. Hallu »proksemika«⁶). Kot verbalne kultureme lahko poimenujemo tako različne vrste leksikalnih enot, na primer oblike pozdravljanja (npr. sln. *Dobrodošli*, rus. *Začo-*

dite v gosti!), kot tudi paraverbalna sredstva, ki jih (najbrž nezavedno) uporabljamo, kadar izražamo soglasje, nesoglasje in različna čustva.

Poraja se vprašanje, kako povezati oba predstavljenata postopka s teorijo ključnih besed kulture. Tako za razumevanje »kulturnoznačilnih besed« Newmarka kot »ključnih besed kulture« Wierzbicke uporabnik jezika rabi širše kulturno ozadje, vendarle samo poznavanje teh drugih se zdi nama biti ključ do razumevanja globljih plasti kulturne kode določene jezikovne skupnosti. Odličen primer, ki ponazarja to trditev, je po najinem mnenju *Triglav*. Ta beseda se ne nanaša samo na najvišji slovenski vrh (torej objekt narave, ki je specifičen za slovenske Alpe), ampak tudi na simbol slovenstva, ki se metaforično dojema kot dom (prim. pesem *Oj Triglav, moj dom*)⁷ in ki očitno ima pozitivne asociacije, povezane z varnostjo, športom, kulturo in domovino, če se po njem imenujejo ena večjih slovenskih zavarovalnic, številni športni klubi in kulturno-umetniška društva ter slovenska društva po svetu. *Triglav* torej ni samo poimenovanje slovenske gore, ampak poimenovanje simbola slovenstva, na osnovi česar lahko rečemo, da gre za pojav, ki spada med vidike zunanjega življenja in hkrati med prvine duhovne kulture.

Povezavo med terminoma »kulturem« in »ključna beseda kulture« je že poskušala opredeliti poljska jezikoslovka Alicja Nagórko (2004). Avtorica predlaga, da se termin »kulturem« razume dokaj široko, saj se lahko nanaša na več vrst jezikovnih manifestacij določene kulture. Predlaga torej naslednje podtippe kulturemov (Nagórko, 2004, 136):

- kulturemi v ožjem smislu,
- kulturni skripti oz. scenariji, ki regulirajo tipične jezikovne interakcije v različnih družbenih situacijah (npr. scenarij poroke, pogreba, obiska in gostilni itn.),
- kulturni stereotipi, posebej etnični, ki so prisotni v določeni kulturi (npr. *črn kot cigan*; *črn kot zamorec* (FSS)),
- ksenizmi, torej verbalna sredstva, ki med komunikacijo niso uporabljena pravilno in ne spadajo v določeni kulturni in jezikovni okvir, zato odkrivajo, da njihov uporabnik izhaja iz druge kulture (npr. *Prosim!* namesto *Izvoli!*, torej napaka, ki se pojavlja pri Poljaki, Nemcih in Avstrijcih, ki študirajo slovenščino).

Po mnenju avtorice »ključne besede kulture« lahko spadajo med kultureme v ožjem smislu. S kulturnimi skripti se ukvarjata tudi Wierzbicka in Goddard v okviru raziskav etnopragsmatike, vendar se v njenem pristopu

5 Newmark kulturo razume kot način življenja in njegove pojavne oblike, značilne za skupnost, ki uporablja določen jezik kot sredstvo za izražanje (Newmark 1988: 94).

6 Hall v knjigi *The Hidden Dimension* (prva izdaja 1966) govori o štirih razdaljah: intimni, individualni, družbeni in javni. Dejavniki, ki vpliva na razdaljo, ki jo ljudje privzamejo v razmerju do drugih, je vrsta vezi med njimi in to, kar v določenem trenutku čutijo eden do drugega, v kakšni situaciji se nahajajo (Hall, 1990, 114–125).

7 Besedilo: Matija Zemljič-Slavan, glasba: Jakob Aljaž, gl. tudi napis *Oj, triglav, moj dom*, na zadnji strani slovenskega evrokovanca za 50 centov.

termin »kulturni skripti« nanaša na tehniko opisa kulturnih norm, vrednot in praktik. Tudi ta tehnika seveda uporablja orodje, ki je naravni semantični metajezik (Goddard, Wierzbicka, 2004, 153).⁸ Glede kulturnih stereotipov lahko opozoriva na dejstvo, da jih lahko zrcalijo tudi različni fiktivni liki, ki so določeni kulturni skupnosti poznani iz ljudskega izročila in književnosti, ki so se usidrali v kolektivno zavest v zvezi z določeno lastnostjo (npr. *Cankarjeva oz. cankarjanska mati*, gl. v nadaljevanju). Navedeno velja tudi za dejanske like, poznane iz zgodovine ali sedanjosti, kot je na primer Primož Trubar (prim. besedne zveze, ki se ob tem priimku pojavljajo v Gigafidi: *oče slovenskega naroda, oče slovenske književnosti, oče slovenskega knjižnega jezika* itn.).

NABOR KLJUČNIH BESED SLOVENSKE KULTURE

Kot trdi Mikolič (2014), s pomočjo ključnih besed in njihovega opisa opišemo družbena področja, ki so organizirana okrog teh ključnih besed, in s tem oblikujemo enciklopedičen opis določene kulture. Avtorica v svojem članku navaja obstoječe enciklopedije kultur in analizira njihov profil oz. področja, na katera se osredotočijo. Predstavi tudi projekt Slovenska nacionalna identiteta v luči turističnega diskurza, v okviru katerega poteka analiza slovenske nacionalne identitete na področju turizma in njenega vpliva na reprezentacije nacionalne identitete na drugih družbenih področjih. Raziskava poteka v interdisciplinarnem pristopu (jezikoslovje, zgodovina, geografija, sociologija), med drugim v okviru oblikovanja turističnega korpusa TURK (gl. TI SI – <http://tisi.upr.si/>). Mikolič pravi, da je na podlagi do sedaj opravljenih analiz že mogoče hipotetično omeniti nekaj nacionalnih atributov, med katere spadajo: gostoljubnost, domačnost, prilagodljivost, vzdržljivost, pridnost, ustvarjalnost, pesem, film, gledališče, jezik, narečje, voda, gozd, planina, zelena (barva), trobojnica itd.

Na osnovi teoretičnih izhodišč, ki sva jih navedli zgoraj, v nadaljevanju predstavljava tipologijo »besed kandidatki« za ključne besede slovenske kulture, ki so lahko izhodišče za bodoči leksikon. Predpostavlja, da se v primeru nacionalnih kultur, ki jih sestavljajo kulture posameznih regij (kot v Sloveniji), med ključne besede narodne kulture lahko uvrščajo tudi besede, ki poimenujejo prvine, tipične za določeno regijo, kot je na primer primorska *jota*, kot prvine, ki so posebnega pomena za cel kulturni prostor (npr. *Triglav*). Med ključne besede kulture štejeva tudi poimenovanja kulturnih pojavov, ki

so lahko poznani še sosednji kulturi (npr. *kranjska klobasa – Krainer Wurst*) ali širšemu kulturnemu krogu (npr. motiv oz. lik Lepe Vide, ki je poznan mediteranski kulturi). Poleg tega se med besedami kandidatki nahajajo tudi poimenovanja kulturnih scenarijev (npr. *popotovanje od Litije do Čateža*⁹) in kulturnih stereotipov (npr. *cankarjanska oz. Cankarjeva mati*).¹⁰

Če uporabimo široko definicijo pojma kultura, ki jo je kognitivni antropolog Roy G. d'Andrade (1993, 274) opredelil kot množico podatkov, ki jih sestavljajo sheme (oz. programi) razumevanja resničnosti in delovanja, izučene in posredovane iz generacije v generacijo, lahko kulturo razdelimo na več področij, med katere spadajo materialna kultura, duhovna kultura (npr. tradicija, umetnost, arhitektura), družbena kultura (npr. kultura dela, kultura počitka), pravna in organizacijska kultura (npr. državne inštitucije). Na tej osnovi med slovenske besede, ki se nanašajo na posamezne vidike tako široko razumljene kulture, uvrstimo naslednje kandidate:

- HRANA IN PIJAČE: *vino* (in poimenovanja posameznih sort, npr. *malvazija, refošk, kraški teran, cviček*), *jota, oljka, tartufi, refošk, kraški teran, cviček, slivovka, viljamovka, borovničev liker, brinovec, kraški pršut, panceta, idrijski žlikrofi, ajdovi žganci, kranjska klobasa, štruklji, jabolčni zavitek* (oz. *štrudel*, ki je poznan tudi v nemškem okolju), *pogača, potica, prekmurska gibanica, bučno olje*.
- OBJEKTI NARAVE: *Triglav, Velika Planina, Planota Nanos, Bled, Bohinj, kraške jame, vinska trta, reka Trenta, reka Soča, reka Krka, Slap Savica, Izvir Soče, Ljubljansko Barje, Otočec*.
- FAVNA IN FLORA: *človeška ribica, lipicanci, rjavi medved, kozorog, jelen, lipa, nagelj, stara trta*.
- ARTEFAKTI: *kozolec, pustne maske* (npr. *kurent*), *idrijska čipka, klopotec*.
- UMETNOST/LITERATURA: *Mrtvaški ples* (cerkev sv. Trojice v Hrastovljah), *Prešernov spomenik, Robbov vodnjak, Brižinski spomeniki, Zdravljica, Krst pri Savici*.
- ARHITEKTURA: *Ljubljanska tržnica, Žale, Tromostovje, ljubljanski nebotičnik, bela Ljubljana*.
- FIKTIVNI IN STVARNI LIKI: iz mitologije: *Kresnik, Zeleni Jurij, deseti brat*¹¹, ljudskega izročila: *Lepa Vida, Martin Krpan*, leposlovja: *Peter Klepec, Kralj Matjaž, Cankarjeva* (oz. *cankarjanska mati, Hlapec Jernej, Zlatorog, Urška, povodni mož, družbenega življenja: Šavrinke* (npr. *jajčari-ce, krušarice, perice*), *Aleksandrinke*, stvarni liki:

8 Poudariti velja, da so termini »skript«, »shema« in »scenarij« povezani s konceptualnimi »okvir« oz. »model«, ki so se prvotno uporabljali v raziskavah umetne inteligence in kognitivne znanosti Schanka in Abelsona (1977). Na področju jezikoslovja se s kulturnimi »skripti«, »shemami« oz. »scenariji« ukvarjajo še kognitivni jezikoslovci in etnolingvisti (gl. na primer pregled predmetne literature na temo univerzalnosti in kulturne specifičnosti čustvenih scenarijev v Będkowska-Kopczyk, 2012).

9 Da so tovrstna popotovanja eden od značilnih slovenskih kulturnih scenarijev, gl. npr. seznam slovenskih literarnih poti na https://sl.wikipedia.org/wiki/Slovenske_literarne_poti.

10 Najin pristop se torej nekoliko razlikuje od tistega, ki je predstavljen v Nagórko (2004) (gl. 2.2.).

11 Več mitoloških likov, izrazitih za slovensko kulturo, najdemo mdr. v Šmitek (2011).

Primož Trubar, France Prešeren, Veronika Dese-niška.

- INŠTITUCIJE: *Križanke, Cankarjev dom, Metelkova mesto, Pekarna, Lent, Opera, Planica* (kot kraj), *Aljažev stolp*.
- OBIČAJI/TRADICIJE: *pustovanje, kurentovanje, trgatev, martinovo in martinovanje, Škofjeloški pasijon*.
- DRUŽBENI DOGODKI: *popotovanje iz Litije do Čateža, Cankarjeva literarna pot, Pot Cankarjeve matere, zlata lisica, Planica, brucevanje*.
- (AVTO)STEREOTIPI: *poštenost, delavnost, pridnost, disciplina, neagresivnost (hlapčevski narod), prepirljivost, fovšija (tudi foušija), nagnjenost k individualizmu, depresivnost, samomorilnost* (gl. Musek (1997)).
- DUŽBENI KONSTRUKTI: *Bratstvo in enotnost, Na sončni strani Alp*.

Lahko opazimo, da predlagane leksikalne enote ne tvorijo homogene skupine. To je posledica vsaj dveh dejavnikov. Kot prvega lahko navedemo dejstvo, da te besede poimenujejo različne vidike življenja, torej se nanašajo tako na duhovno kot družbeno in materialno kulturo. S tem je povezano tudi dejstvo, da izhajajo iz različnih plasti slovenščine – med njimi najdemo navadna poimenovanja konkretnega in abstraktnega ter na primer lastna imena iz slovenskega leposlovja, poimenovanja institucij ali splošnih objektov. Predlagani izbor seveda ni izčrpen.

Čeprav sva kandidatke za ključne besede skrbno izbrali z upoštevanjem, da so te besede izrazite v slovenskem kulturnem prostoru, kar pomeni, da se nanašajo na koncepte, ki so usidrani in predstavljajo pomemben del kulture te družbe, mora biti vsaka od predlaganih enot natančno analizirana. Da je *vino* ena od ključnih besed slovenske kulture, potrjuje na osnovi raziskave slovenskih pregovorov s to besedo Będkowska-Kopczyk (2007); besedi *klopotec* je posvečena raziskava v Będkowska-Kopczyk, Antloga (2016). V nadaljnjem bova predstavili podrobnejšo interdisciplinarno analizo dveh enot, in sicer *hlapca Jerneja* in *Cankarjevo mati*.

ANALIZA

Za analizo sva izbrali dve leksikalni enoti, ki ju lahko razumemo kot ključni besedi slovenske kulture, in sicer lika, ki izvirata iz literature in sta bodisi izmišljena (*hlapec Jernej*) bodisi je za likom resnična oseba (*Cankarjeva mati*). Oba lika sta bila oblikovana na že obstoječih stereotipnih podobah o Slovencih in kot taka prešla v kulturo in jezikovno rabo ter dalje razvijala nove pomene v vsakdanjem in publicističnem jeziku. Analiza skuša nakazati, da nam lahko jezik nudi globlji vpogled v razumevanje slovenske kulture, njenih vrednot, konvencij in stereotipov, ki se »koncentrirajo« in odražajo prav v ključnih besedah.

Identifikacija in analiza ključnih besed je potekala po predlogu Anne Wierzbicke (1997), pri čemer sva

s korpusno analizo ugotavljali pogostost pojavljanja izbranih besed v vsakdanjem, publicističnem jeziku ali na posebnem pomenskem področju. S pomočjo iskalnika Google sva preverjali prisotnost teh besed v popularni kulturi oz. vsakodnevnem življenju Slovencev (gl. npr. poimenovanja podjetij, klubov itd.).

Hlapec Jernej in Cankarjanska/Cankarjeva mati

Hlapca Jerneja poznamo v slovenskem kulturnem prostoru kot lik iz Cankarjeve povesti *Hlapec Jernej in njegova pravica*, ki je nastala v času Cankarjevega aktivnega političnega udejstvovanja. Pisatelj je z zavedanjem nizkega položaja kmečkega proletariata ter željo in prizadevanji za oblikovanje pravičnejše socialne države ustvaril lik hlapca, ki po smrti gospodarja in ukazu njegovega sina, naj zapusti posest, občuti globoko krivico in se odloči sam poiskati tisto, kar mu po njegovem prepričanju pripada. Čeprav so različni vidiki opredeljevanja pravice in krivice v omenjeni povesti prinašali različne literarne interpretacije, ki so se spreminjale tudi skladno z različnimi političnimi nazori, je hlapec Jernej kot lik, s katerim se je slovensko ljudstvo bolj ali manj z lahkoto poistovetilo, zaživel tudi kot ekspresivno izražena prisposoba zatiranih slovenskih delavcev brez pravičnega plačila. »V Cankarjevi kritiki družbe se je zgostila sto let trajajoča izkušnja slovenskega naroda: socialno zatiranje, ki ga je opisoval v svojih delih, sega iz kapitalistične dobe daleč nazaj v fevdalno« (Avsenik Nabergoj, 2005, 297).

Danes je v nekoliko drugačni družbeni situaciji, ne v želji po vzpostavitvi »pravične države« kot v ozadju literarne predloge, pač pa v sprijaznjenju z njenim razpadanjem, glavni lik povesti zopet aktualen, tokrat kot novodoben, sodoben hlapec Jernej. Zdaj ni več hlapec služabnik, ki išče pravico in obenem upa in verjame, da jo najde, ampak je hlapec kot prisposoba za slovenskega delavca, ki je suženj politike in države – pošten, vendar podrejen, izkoriščan delavec, v najskrajnejšem pomenu tudi vnaprejšnji poraženec družbenega sistema, v katerem pravice včasih niti nima smisla več iskati. Čeprav za ključno besedo stoji izmišljeni lik iz literature, je zaradi zasnovanosti na že obstoječem mitu o hlapčevstvu z utrjevanjem narodnih stereotipov v slovenski kulturi ta leksikalna enota pridobila poseben status in razvila več pomenov na različnih področjih delovanja družbe.

Mit o Slovencih kot hlapčevskem in zatiranem narodu je povezan z mitom o izgubljeni državi Karantaniji in nenehnim hrepenenjem po njej oziroma po osvoboditvi izpod vseskozi prisotnega zaslužnja drugih velikih narodov. »Hlapčevska percepcija, ki je bila v precejšnji meri tudi sestavni del zgodnjega slovenskega znanstvenega zgodovinopisja, je ustvarila več stereotipov, ki sestavljajo celoto mita, funkcionirajo pa tudi vsak zase« (Repe, 2007, 123).

Musek (1997) pa izpostavi še drugačen vidik stereotipa hlapčevskega naroda, in sicer kot obrambno pisho-

loško prvino slovenskega naroda. Nekdo, ki je »hlapčevske narave«, se namreč ne bo pritoževal, če bo v podrejenem položaju, ravno obratno, s tem bo zadovoljen, ker mu takšna pozicija ustreza. Tarnal bo tisti, ki je po naravni dominanten, pa je v podrejenem položaju in se s tem nikakor ne more sprijazniti, torej narod, ki je »frustriran v svojih težnjah po dominiranju in neodvisnosti«.

Raba ključne besede *hlapec Jernej* je, sodeč po analizi pogostosti rabe v korpusu Gigafida, v publicističnih besedilih počasi naraščala od začetka novega tisočletja, kar za polovico pa se povečala po letu 2007. S tem sovpada čas, ko se je začelo v Sloveniji tudi medijsko najbolj množično govoriti o gospodarski krizi. Tudi semantična analiza gradiva je pokazala, da je glavni in najbolj rabljen pomen ključne besede *hlapec Jernej* prav sinonim za vse bolj zapostavljene delavske pravice in številne brezposelne, ki so čez noč ostali brez službe. Pridružuje se spoznanje, da svetu vlada krivičnost, zakoni pa so prilagojeni potrebam vladajočih, kot prikazuje zglede (1) in (2). V teh pomenih ga lahko označimo za pasivnega oziroma poraženega hlapca Jerneja, ki se je s hlapčevstvom že sprijaznil in ki kot ključna beseda slovenske kulture skladišči kontinuirano nezadovoljstvo slovenskega delavca z družbenim položajem in pripadajočimi pravicami.

1. Slovenski hlapci Jerneji delamo več, delamo za manj ali nič, delamo dlje. In se postavljamo z na kredit zgrajenimi hišami in na lizing kupljenimi avtomobili pa na 12 obrokov plačanimi dopusti. (Gigafida)
2. V opravičilo te anomalije ne bom omenjal dohodkov raznih direktorjev in stečajnih upraviteljev, ki ne glede na svojo sposobnost in uspeh dela dobivajo mesečno bajne vsote in se ne sekirajo, če se večja število hlapcev Jernejev na cesti. (Gigafida)

Razdeljenost slovenske družbe na samovšečne in objestne oblastnike, ki izkoriščajo tisti drugi del družbe, hlapce, reveže in sužnje, se je iz literarne predloge ohranila tudi v pomenskem obsegu ključne besede. Za hlapcem Jernejem se namreč poleg pomena človeka, ki se mu godi krivica, skriva tudi upornik, raziskovalec in iskalec pravice – če ga postavimo v opozicijo prvemu, t. i. »aktivni hlapec Jernej«, ki poziva k akciji, upor in iskanju pravice, gl. (3).

3. Dobra stotinja Mutinih delavcev se je kot hlapec Jernej postavila za svojo tovarno, za delo, za kruh. (Gigafida)

Tak upor pa je lahko tudi neuspešen in brez zelenih rezultatov, kot nam je znano že iz literarne predloge. Hlapec Jernej je v tem primeru prisposoda za skupino ljudi z neuresničeni in neuslišani zahtevami o nečem, kar naj bi jim pravzaprav pripadalo, nihče pa ni za nastali položaj pripravljen prevzeti odgovornosti, gl. zglede (4). Raba izkazuje tudi pomen osamljenosti v takem boju oziroma poziv k združevanju, kolektivnosti, povezovanju, kot prikazuje zglede (5).

4. Med tem se ilegalci kot hlapci Jerneji borijo za svoje pravice. Pišejo Kanglerju. Jih ne sprejme. Ni odgovora. Pišejo ministru Simonitiju. Jih ne sprejme. Ni odgovora. Pišejo sindikalnim izpostavam. Ni odgovora. Pišejo centralam. Ni odgovora. (Gigafida)
5. Delavec je danes kot hlapec Jernej. Preveč je prepuščen sam sebi. Sindikatov je preveč, vsak pa pripada določeni politični stranki. Komu pa potem pripadamo delavci? (Gigafida)

Da gre za eno od ključnih besed slovenske kulture, dokazujejo tudi priložnostne ali stalnejše rabe, prenovitve, besedne igre oziroma besedne zveze kot *dežela hlapca Jerneja 'Slovenija', bolj papeški od papeža in hlapčevski od hlapca Jerneja, sindrom hlapca Jerneja, iti po poti hlapca Jerneja, hlapci Jerneji in Jernejke* itd. Pomemben pokazatelj rabe leksikalne enote v kulturnem kontekstu je tudi množinska oblika (*Slovenci smo rojeni za hlapce Jerneje*), številni naslovi publicističnih besedil kot npr. *Potomci hlapca Jerneja se nezadržno množijo in grozijo*¹², *Naj živi hlapec Jernej*¹³, *Hlapec Jernej in njegova krivica*¹⁴ ipd. in celo poimenovanje določenih družbeno ranljivih skupin slovenskega prebivalstva kot *hlapci Jerneji* v znanstvenih monografijah (gl. (6)) pa pričajo o usidranih konceptih v slovenski družbi in hkrati o pomembnosti te leksikalne enote v njeni kulturi.

6. »In kakšen je ta svet, v katerem vladajo Kantorji? To je svet meščanske, buržoazne države, v kateri sicer kraljuje pravo, a po deželi blodijo hlapci Jerneji, zaman iščoč svojo pravico [...] Država torej ne podreja hlapcev Jernejev zaradi eksploatacije, temveč »zgolj« zagotovi politično podreditev razreda, ki je v proizvodnem procesu že podrejen kapitalu.« (Milohnič, 2016, 9–10)

Ivan Cankar pa je poskrbel, da smo v slovenskem kulturnem prostoru ponotranjili ne samo hlapčevsko usodo, temveč v idealizirani obliki še mit trpeče, iz marijanskega kulta izvirajoče, tudi t. i. cankarjanske matere.¹⁵ Z njegovim opusom se je namreč utrdila stereotipna podoba

12 <http://plagiator-plagiator.blogspot.si/2013/07/potomci-hlapca-jerneja-se-nezadrzno.html>. Dostop: 5. 5. 2016.

13 <http://www.rtvlo.si/blog/na-tito/naj-zivi-hlapec-jerneji/97737>. Dostop: 5. 5. 2016.

14 <http://www.delo.si/novice/slovenija/hlapec-jerneji-in-njegova-krivica.html>. Dostop: 5. 5. 2016.

15 Pisano tudi *Cankarjeva mati*.

slovenske matere, nesebične, trpeče, garaške ženske, ki se žrtvuje za dom, otroke in moža. Analiza potrjuje, da je stereotip cankarjanske matere tako močno usidran v slovensko kulturno zavest, da lahko govorimo o eni od ključnih besed slovenske kulture, gl. (7) in (8).

7. Drži, da kot Slovenke in Slovenci še posebno povezujemo posameznikovo moralnost s tem, koliko se žrtvuje za druge. To zlasti velja za ženske. Cankarjanska mati je pač še vedno prototip moralne Slovenke. (Gigafida)
8. Mislim, da so se na tej točki močno poglobili občutki krivde. Cankarjanska mati ima pri nas žal dolgo ukoreninjeno tradicijo. (Gigafida)

Kot kaže, pa je bil lik cankarjanske matere povezan tudi z družbenim položajem žensk v prejšnjih stoletjih in razumevanjem njihove vloge v družbi, saj se s spreminjanjem razumevanjem in emancipiranjem žensk v družbi spreminja tudi odnos moških do koncepta žrtvujoče se ženske, kot prikazuje (9).

9. Moški spoštujejo samo cankarjanske matere, pa saj jih niti ne spoštujejo, pričakujejo žrtvovanje, saj so tudi oni eni veliki otroci. Počasi jim bo odklenalo, saj so ženske čedalje bolj izobražene, samozavestnejše in osveščene in niso odvisne od moških, kot so bile naše babice. (Gigafida)

Motiv trpeče matere je bil pri pisatelju, kot je sam zapisal tudi v pismu Ani Lušinovi 6. avgusta 1902, avtobiografske narave. Vesna Mikolič (Mikolič, 2014a, 7) poudarja pomen nacionalnega duha, ki ga lahko dokažemo prav z jezikom. V turizmu se to odraža kot t. i. znamčenje (ang. branding) države, tj. oblikovanje blagovne znamke neke države kot turistične destinacije in njenih specifičnih turističnih proizvodov. Nedvomno to počnemo s Cankarjevo materjo Nežo Pivk, ki ji je zaradi specifičnega kulturnega pomena danes v Mežnarjevi hiši na Vrzdencu postavljena spominska soba, vsako leto pa se lahko 26. decembra odpravimo na 14 kilometrov dolgo pohodniško pot *Pot Cankarjeve matere* od Vrzdenca do Vrhnike. Države in posamezne turistične destinacije namreč skušajo ustvarjati svoje osebnosti, močne ikone in simbole, ki so osnovani na emocionalnih povezavah naroda (Kline, Berginc, 2003, 1044). Na spletu in televiziji se pojavljajo številne parodične predelave motiva trpeče cankarjanske matere, ki se pretirano žrtvuje za svoje otroke,¹⁶ v eni novejših knjig s humornimi literarnimi predelavami pa avtor Boštjan Gorenc Pižama zapiše, da bi »modna mrha Cankarjevi materi dala dva palca dol«.¹⁷ Cankarjanska mati je kot termin za poimenovanje mater z določenim načinom vzgoje otrok prisotna v številnih psiholoških, zdravstve-

nih, filozofskih in socioloških razpravah. Prisotnost neke leksikalne enote v popularni kulturi, pogost motiv v književnosti (Wierzbicka, 1997, 16), zastopanost v blagovnih znamkah turističnih destinacij, pri t. i. brendiranju države (Mikolič, 2014) torej utemeljujejo izbiro teh leksikalnih enot kot ključnih besed slovenske kulture.

ZAKLJUČEK

V tem članku sva najprej približali predpostavke, na katerih temelji teorija ključnih besed kulture Wierzbicke, in jo kritično primerjali z drugimi pristopi, to je teorijo kulturnoznačilnih besed Newmarka in teorijo kulturemov, ki sta jo razvila Poyatos in Oksaar. Ugotovili sva, da je za razumevanje tako kulturnoznačilnih besed kot ključnih besed kulture nujno širše kulturno ozadje, vendar so samo te zadnje ključ do razumevanja globljih plasti kulture oz. duhovne kulture, kar sva ponazorili z zgledom slovenske besede *Triglav*. Pri razumevanju razlike med ključnimi besedami in kulturemi sva se sklicevali na razlago Nagórko. Avtorica je med kulturemi izločila »kultureme v ožjem smislu« in jih je poistovetila s ključnimi besedami kulture.

Nato sva navedli nekaj predlogov besed, ki zrcalijo specifične zunanje in notranje vidike življenja slovenske kulturne skupnosti, in opravili poglobljeno semantično analizo dveh zgledov. Kandidate za ključne besede sva skrbno izbrali z upoštevanjem naslednjih dejstev, in sicer, da so te besede izrazite v slovenskem kulturnem prostoru, kar pomeni, da se nanašajo na koncepte, ki so usidrani in predstavljajo pomemben del kulture te družbe, da so te besede lahko poimenovanja lokalnih oz. regijskih posebnosti (npr. primorska *jota*) in da te besede lahko spadajo tudi med ključne (oz. vsaj pomembne) besede v drugih kulturnih krogih (npr. *klopotec* v Avstriji, nem. *Klapotetz*). Najin predlog seveda ni izčrpen, lahko pa je osnova za nadaljnje raziskave.

Jezikovna analiza poimenovanj likov iz slovenskega leposlovja je pokazala, da se v izbranih ključnih besedah slovenske kulture, ki skladiščijo kulturni spomin naroda in se vse uporabljajo bodisi v novih pomenih v vsakdanjem, publicističnem jeziku bodisi v popularni kulturi, prehrabni in živilski industriji, v turizmu, pri znamčenju države itd., skrivajo in potrjujejo tudi t. i. nacionalni avtostereotipi, ki so pomemben del nacionalne identitete in samopodobe. Ni naključje, da sta lika za izbranimi ključnima besedama tako ali drugače povezana z literaturo in sta v slovenskem jeziku razvila toliko različnih pomenov. Jezikovna zavest je namreč v veliki meri povezana z nacionalno, za Slovence pa še toliko pomembnejša, saj sta ravno jezik in literatura skozi zgodovino odigrala ključno vlogo pri gradnji nacionalne identitete.

16 Gl. https://www.youtube.com/watch?v=O_kRcDZgyEE. Dostop 5. 5. 2016.

17 Gl. <http://siol.net/trendi/kultura/bostjan-gorenc-pizama-cankarjevi-mami-bi-modna-mrha-dala-dva-palca-dol-404682>. Dostop 5. 5. 2016.

KEY WORDS OF SLOVENE CULTURE.
AN INTERDISCIPLINARY APPROACH

Agnieszka BĘDKOWSKA-KOPCZYK

Karl-Franzens-Universität, Graz, Institut für Slavistik, Merangasse 70/1, 8010 Gradec, Avstrija
e-mail: agnieszka.bedkowska-kopczyk@uni-graz.at

Špela ANTLOGA

Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta, Aškerčeva 2, 1000 Ljubljana
e-mail: spela.antloga@gmail.com

SUMMARY

In this article, which draws on Anna Wierzbicka's theory of key words and Fernando Poyatos' and Els Oksaar's theory of culturemes, we discuss words which refer to culture-specific inner and outer aspects of the life of the Slovene community. The key words of a given culture are words which not only name culture-specific phenomena but which are also prominent (or salient) in this culture. This means, for instance, that these words are frequently used and develop meanings in various domains.

We go on to suggest a typology of words which can serve as a basis for a lexicon of the key words of Slovene culture. It is proposed that the list of key words of Slovene culture should include words which are prominent on a regional level (e. g., jota 'Istrian stew') and words which are also prominent in neighbouring countries (e. g., Slovene kranjska klobasa and Krainer Wurst in Austria) or even on a multicultural level (e. g., the motif of lepa Vida 'beautiful Vida' which is known in Mediterranean culture). The list of key words of Slovene culture (which is of course not exhaustive) comprises the following types of lexical items: names of food and drink, objects of nature, fauna and flora, artefacts, items related to art and literature, architectural objects, fictive and real figures, institutions, customs, traditions, social events, stereotypes (including autostereotypes), and social constructs.

Finally, we present an interdisciplinary analysis (i.e. language-, literature-, culture- and social-based) of two expressions which derive from the names of well-known literary figures, namely the servant Jernej and the Cankarian mother and account for their status as key words of Slovene culture. They are both used in the contemporary Slovene language; moreover, the servant Jernej even forms idiomatic expressions or sayings. The usage of both expressions indicates that they are strongly related to the stereotypes on which the literary figures were based, i.e. the stereotype of a servant deprived of his rights and thirsting for justice (the servant Jernej), and the stereotype of a self-sacrificing and submissively repressive mother (the Cankarian mother). Their usage indicates also that the expressions revitalise these stereotypes in the Slovene collective memory. On this basis we classified both expressions as key words of Slovene culture.

Keywords: cultural linguistics, key words of culture, culturemes, stereotypes, cultural scripts

VIRI IN LITERATURA

GF – Gigafida – korpus Gigafida. Zbirka slovenskih besedil. <http://www.gigafida.net/> (20. 10. 2015).

SSF – Keber, Janez (2011): Slovar slovenskih frazemov. www.fran.si (5. 11. 2015).

SSKJ – Slovar slovenskega knjižnega jezika. www.fran.si (20. 10. 2015).

SES – Snoj, Marko (1997): Slovenski etimološki slovar. www.fran.si (5. 11. 2015).

Vodnik, France (1977): Poljsko-slovenski slovar. Ljubljana, Državna založba Slovenije.

Avsenik Nabergoj, I. (2010): Hrepenenje in skušnjava v svetu literature: motiv Lepe Vide. Ljubljana, Mladinska knjiga.

Będkowska-Kopczyk, A. (2007): Jazykový obraz vína ve slovinské kultuře (na příkladu přísloví). V: Raclavská, J. (ur.): Parémie Národů Slovanských III. Sborník příspěvků z mezinárodní konference konané v Ostravě ve dnech 21.–22. 11. 2006. Ostrava, Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, 107–117.

Będkowska-Kopczyk, A. (2012): Cross-cultural linguistic explorations of emotion scripts and their practical implications. V: Pavera, L., Pospíšil, I. et al. (ur.): Filologie, areál a praxe. Inovativnost v současných filologických oboreh. Praga, Verbum, 80–98.

Będkowska-Kopczyk, A., Antloga, Š. (2016): Klopotec kot ena ključnih besed slovenske kulture. V: Jesenšek, M. (ur.): Rojena v narečje. Akademikinja prof. Dr. Zinki Zorko ob 80-letnici. Maribor, Bielsko-Biala, Budapest, Kansas & Praha, Mednarodna založba Oddelka za slovanske jezike in književnosti, Filozofska fakulteta, 545–560.

Bellmann, G. (1971): Slavoteutonica: Lexikalische Untersuchungen zum slawisch-deutschen Sprachkontakt im Ostmitteldeutschen, *Studia linguistica Germanica* 4. Berlin & New York, De Gruyter.

D'Andrade, R. G. (1993): Kulturowy aspekt poznania. V: Buchowski, M. & W. Burszta (ur.): Amerykańska antropologia kognitywna. Warszawa, Instytut Kultury, 274–296.

Fleischer, M. (1995): Das System der polnischen Kollektivsymbolik. Eine empirische Unter-Suchung. Frankfurt am Main, Peter Lang.

Fox, K. (2004): Watching the English. The Hidden Rules of English Behaviour. London, Hodder & Stoughton.

Goddard, C., Wierzbicka, A. (1995): Key words, culture and cognition. *Philosophica*, 55, 37–67.

Goddard, C., Wierzbicka, A. (2004): Cultural scripts: What are they and what are they good for? *Intercultural Pragmatics*, 2, 153–165.

Hall, E. T. (1990): The Hidden Dimension. New York, Anchor Books Edition.

Heyd, G. (1997): Aufbauwissen für den Fremdsprachenunterricht (DaF). Ein Arbeitsbuch. Kognition und Konstruktion. Tübingen, Narr Francke Attempto.

Kline, M., Berginc, M. (2003): Tržna znamka države: primer Slovenije. *Teorija in praksa*, 6, 1040–1057.

Kržišnik, E. (2005): Frazeologija v luči kulture. V: Stabej, M. (ur.): Večkulturnost v slovenskem jeziku, literaturi in kulturi: zbornik predavanj. Ljubljana, Center za slovenščino kot drugi/tuji jezik pri Oddelku za slovenistiko Filozofske fakultete, 67–81.

Milohnič, A. (2016): Umetnost v času vladavine prava in kapitala. Ljubljana, Maska.

Mikolič, V. (2014): Ključne besede kulture – ključ za razumevanje kultur. V: Jesenšek, M. (ur.): Jeziki, literatura in kulture v stiku. Maribor, Univerza, 285–298.

Mikolič, V. (2004a): (Spet) o identiteti. *Fontana: revija za književnost in kulturo*, 55/56. Koper, Fontana, 5–11.

Musek, J. (1997): Psihološke prvine narodne identite in analiza slovenske samopodobe. V: Nečak, D. (ur.): Avstrija, Jugoslavija, Slovenija. Slovenska narodna identiteta skozi čas. Ljubljana, Profima, 174–203.

Nagórko, A. (2004): Etnolingvistika i kulturemi u medujezičnom prostoru. *Rasprave Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovje*, 30, 131–143.

Newmark, P. (1988): Approaches to Translation. Hertfordshire, Prentice Hall.

Oksaar, E. (1988): Kulturemtheorie. Ein Beitrag zur Sprachverwendungsforschung. Göttingen, Vandenhoeck & Rupprecht.

Poyatos, F. (1976): Man beyond Words: Theory and Methodology of Nonverbal Communication. NYSEC Monographs, 15. Oswego, N.Y., New York State English Council.

Poyatos, F. (2002): Nonverbal Communication across Disciplines. Culture, sensory interaction, speech, conversation. Amsterdam & Philadelphia, John Benjamins Publ.

Repe, B. (2007): Mitske predstave pri Slovencih. V: Novak Popov, I. (ur.): Stereotipi v slovenskem jeziku, literaturi in kulturi (SSJLK, 43). Ljubljana, FF, 121–133.

Schank, R., Abelson, R. F. (1977): Scripts, plans, goals, and understanding. Hillsdale, NJ, Erlbaum.

Šmitek, Z. (2011): Mitološko izročilo Slovencev. Svetinje preteklosti. Ljubljana, Študentska založba.

Vermeer, H. J., Witte, H. (1990): Mögen Sie Zistosen? Scenes & frames & channels im translatorischen Handeln. Groos, Textcontext.

Wierzbicka, A. (1997): Understanding Cultures Through Their Key Words: English, Russian, Polish, German, Japanese. New York, Oxford University Press.

Žele, A. (2012): Pomensko-skladenjske lastnosti slovenskega glagola. Ljubljana, Založba ZRC, ZRC SAZU.