

Ved De, hvorfor det hedder en bjørnetjeneste?

Begrebet bjørnetjeneste stammer fra La Fontaines fabel om bjørnen, der ville jage en flue bort fra sin sovende herres ansigt. Den gjorde det med en sten og knuste derved hans pande.

Det ved de færreste unge. Og ud af denne uvidenhed springer en ny definition. Så i den nye udgave af Den Danske Ordbog beskrives en bjørnetjeneste både som en dårlig tjeneste og en meget stor tjeneste. Det er ikke det første eksempel på, at hvis tilstrækkeligt mange bruger et begreb forkert, forsvinder den oprindelige mening.

Et begreb som forfordelt bruges så lemfældigt, at man aldrig rigtig ved, om man er blevet snydt eller ej. Lemfældig betød i øvrigt oprindeligt at udvise forsigtighed. Men de færreste moderne virksomheder ønsker sig en økonomidirektør, der kan beskrives som lemfældig.

Til gengæld accepterer de fleste moderne virksomheder, at deres medarbejdere hele tiden går ind i noget.

”I ERHVERVSLIVET
HAR MAN IKKE
PROBLEMER MED SPROGET.
MAN HAR JO SOM BEKENDT
KUN UDFORDRINGER”

Folk sidder bomstille og går ind i den ene problemstilling efter den anden. Man skulle tro, der var en hel del blå øjne og brodne pander, når man hele tiden går ind i noget. Men der er jo selvfølgelig tale om en mental bevægelse – og i øvrigt ikke noget, man gør for sine blå øjnes skyld.

Derfor skal man også fortsætte bevægelsen. Man går ind i noget og starter noget op. Det lille ”op” lyder mere dynamisk end for eksempel sideværts. Men vi skal nok være glade, så længe vi ikke bliver lukket ned. Det er jo trods alt mere definitivt end bare

at blive lukket. I erhvervslivet har man ikke problemer med sproget. Man har jo som bekendt kun udfordringer. Til gengæld kan de kommende års største udfordring for mange virksomheder meget vel blive kommunikation med omverdenen.

Vi bruger sproget til at delagtiggøre andre i vores tankegange. En tankegang, der er uklart formuleret, ender som uklart formidlet. Og jo mere vi ruller os i floskler og vælter os i ligegyldigheder, jo sværere bliver det at forstå, hvad vi siger og tænker. Med stigende risiko for at blive aldeles misforstået. Reklamebureauet, der taler de unges sprog, kan for eksempel foreslå sloganet: ”Gør børn i den 3. verden en bjørnetjeneste. Støt Børnefonden”.

Det er op til os alle sammen og hver især at gøre noget ved det. Hvis det samme ord på samme tid kan have to fuldstændigt modsatte betydninger, kan to plus to vel også blive nul. Forstår De, hvad vi mener?

MENSCH