

Mag. Nataša Logar

Fakulteta za družbene vede

## **Spričevalo stroke: njen slovar**

Prispevek predstavlja nastajanje terminološkega slovarja slovenskega izrazja odnosov z javnostmi. Projekt, ki združuje strokovnjake odnosov z javnostmi in jezikoslovce, poteka v dveh fazah: v prvi fazi, ki se je zaključila julija 2007, je nastal korpus besedil te stroke. V prispevku je opisan nastanek, vsebina in zgradba korpusa ter dva primera njegove analize. V drugi fazi projekta bo iz korpusa nastal razlagalni slovar malega obsega z angleškimi prevodnimi ustreznici in s podatki o tipičnem besedilnem okolju, v katerem se termini pojavljajo. Koncept slovarja sledi najnovejšim spoznanjem sodobnega korpusnega jezikoslovja.

### **1 Uvod**

Nič ni nenavadnega, da pobuda za izdelavo terminološkega slovarja pride s strani stroke same, pa vendar je v času, ko se mnogim strokovnjakom (pa ne kjerkoli, ampak celo na univerzi) zdi, da se da vse bolje povedati v angleščini kot v slovenščini, pozitivno presenetljiva naslednja misel: "Jezik je osnovno orodje vsakega poklica. Brez njega ni mogoče misliti, še manj se sporazumevati. Dokler ne bo mogoče o odnosih z javnostmi misliti in se o njih sporazumevati v slovenskem jeziku, težko govorimo o slovenskih odnosih z javnostmi /.../. Nujno potrebujemo pojmovnik odnosov z javnostmi z razlagami in priporočeno rabo ter slovarje/prevode v ostale svetovne jezike" (Verčič, 1998, 12).

Izziv za izdelavo slovarja odnosov z javnostmi je sprejel Center za družboslovnoterminološko in publicistično raziskovanje Fakultete za družbene vede, kjer je skupina treh jezikoslovc (Monika Kalin Golob, Tina Verovnik in avtorica tega prispevka) pripravila koncept slovarja, ga dorekla z Dejanom Verčičem in se skupaj s Pristopom, d. o. o, kot glavnim donatorjem s pogodbo zavezala k njegovi izdelavi. Projekt vodi M. Kalin Golob.

### **2 Zbiranje besedil**

Sodobni splošni in terminološki (ter drugi) slovarji nastajajo na podlagi korpusov, tj. velikih zbirk avtentičnih besedil v elektronski obliki, zbranih po vnaprej določenih merilih. Pri nas terminološkega slovarja, ki bi v celoti nastal na podlagi korpusa, še nima nobena stroka.

Zajeti vsa besedila nekega strokovnega področja, četudi gre za mlado stroko, kakršna so odnosi z javnostmi, je nemogoča naloga. Kljub krovnemu načelu "več je boljše" pomeni vsako zbiranje besedil za korpus zato nujno tudi izbiranje in pomeni slediti težnji po

reprezentativnosti vzorca (Biber, 1993, 243; Biber, Conrad in Reppen, 1998, 246; Kennedy, 1999, 60; Leech, 1991, 27). Meril za gradnjo korpusa strokovnih besedil je več (Atkins, Clear in Ostler, 1992; Biber, 1993, 243; Gorjanc, 2005; Kennedy, 1999, 63; Pearson, 1998, 58–62), mi smo pri gradnji korpusa besedil odnosov z javnostmi upoštevali naslednja:

- a) besedilna vrsta: izvirni znanstveni članek, strokovni članek, znanstvena monografija, zbornik, magistrsko delo, priročnik, intervju, uvodnik, kolumna itd.;
- b) velikost: število besed, število avtorjev, število besedil itd.;
- c) avtorstvo: zlasti vplivnost, kompetentnost in uveljavljenost avtorjev ter njihova razpršenost;
- č) branost: deloma ugotovljiva po številu izposoj v knjižnicah, nakladi, obisku spletnih strani itd.;
- d) prenosnik: tiskani in elektronski;
- e) objavljenost: pri tiskanem prenosniku izdana in neizdana besedila, pri elektronskem prenosniku javna, interna in zasebna dostopnost besedil;
- f) čas: besedila po letu 1990;
- g) prevodnost: izvirna slovenska in prevedena besedila.

Ozavestitvi in konkretizaciji naštetih meril je sledila prva faza zbiranja besedil, ki je potekala od aprila do maja 2006, druga pa od decembra 2006 do marca 2007. Zlasti v drugi fazi so bili k sodelovanju z besedili povabljeni številni strokovnjaki odnosov z javnostmi. Od avtorjev smo pridobivali le besedila v elektronski obliki, za skeniranje ali pretipkavanje se namreč zaradi finančnih in časovnih razlogov nismo odločili. Odziv s strani strokovnjakov za odnose z javnostmi je bil izredno pozitiven, hkratkne želje po uspešno zaključenem projektu, ki so nam jih sporočali, pa kažejo na veliko potrebo po slovarju. Zbrali smo 297 besedil, ki jih je skupaj napisalo 153 avtorjev. Vsa besedila so zaščitena z avtorskimi pogodbami.

### **3 Vsebina korpusa**

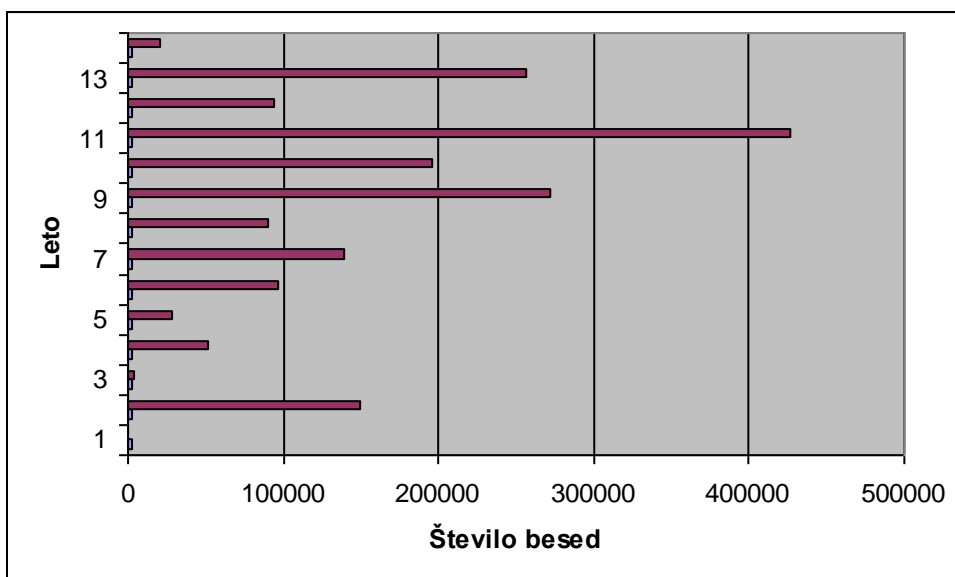
*Korpus besedil odnosov z javnostmi KoRP* je od julija 2007 prosto dostopen na svetovnem spletu na naslovu: <http://www.korp.fdv.uni-lj.si>. Pred njegovo uporabo je potrebna le brezplačna registracija, s katero uporabnik prek elektronske pošte dobi uporabniško ime in geslo.

KoRP vsebuje 10 monografij (celotna *Zbirka PR Založbe GV, Pristop k odnosom z javnostmi* (1997), *ABC javnega nastopanja* (1998), *Donos na komuniciranje* (2000), *Tehnike odnosov z javnostmi* (1995)), posebno številko *Akademije MM* (6/2000), 3 posebne številke *Teorije in prakse* (4/1999, 4/2001, 5/2002), 6 zbornikov, 5 magistrskih del, 20 diplomskih del, 39

predavanj in druge strokovne ter poljudnostrokovne prispevke (celotni seznam besedil z natančnimi bibliografskimi podatki je dostopen na korpusovi spletni strani). Kljub prizadevanjem več ljudi nam z izjemo dveh ni uspelo dobiti besedil, izdanih pred letom 1995, saj v elektronski obliki v arhivih ne obstajajo več, tako da v KoRP npr. ni revije *Pristop* (1993–1995) in monografije *ABC PR: Odnosi z javnostmi na prvi pogled* (1990). Prav tako smo dobili le dva prispevka iz *Teorije in prakse* 4/1998 in le del zbornika *Preskok v odnose z javnostmi* (1998). Besedil, ki smo jih želeli dobiti, je bilo še nekaj, vendar v nekaterih primerih zaradi zadržkov avtorjev, deloma pa tudi zato, ker smo morali fazo zbiranja besedil zaključiti, do njih nismo uspeli priti. Ker pa za gradnjo korpusov velja, da se korpus naknadno dopolnjuje in spreminja še potem, ko so bile njegove slabosti prepoznane s strani različnih uporabnikov, v prihodnosti predvidevamo še eno fazo pridobivanja besedil, h kateri so avtorji besedil o odnosih z javnostmi že vnaprej vabljeni kot besedilodajalci.

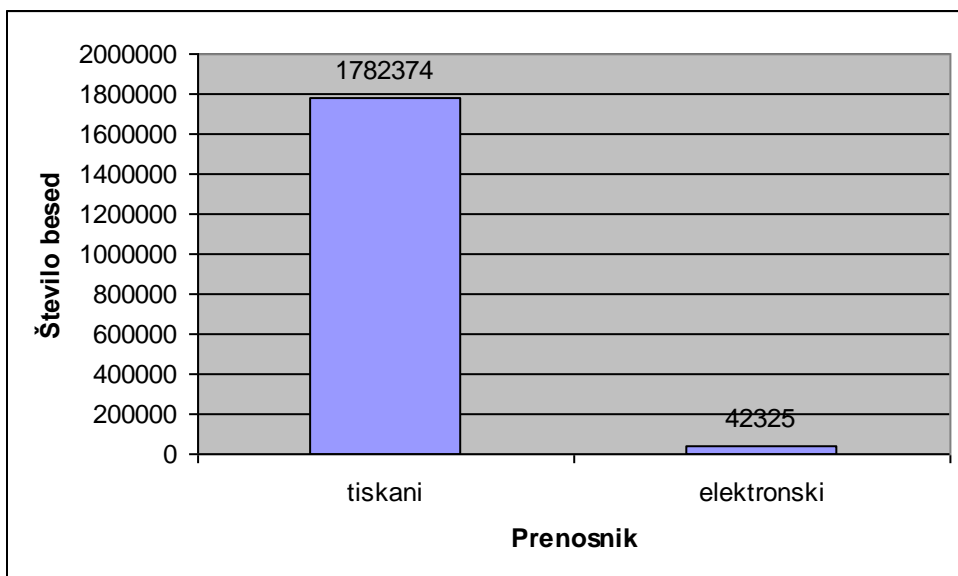
#### 4 Zgradba korpusa

V KoRP je 1,824.699 besed. Gre za enojezični, sinhroni in pisni korpus strokovnih besedil. Kolikšno število besed je v katerem od njegovih delov glede na čas, prenosnik, zahtevnost, prevedenost in lektoriranost, kažejo Slike 1–5.

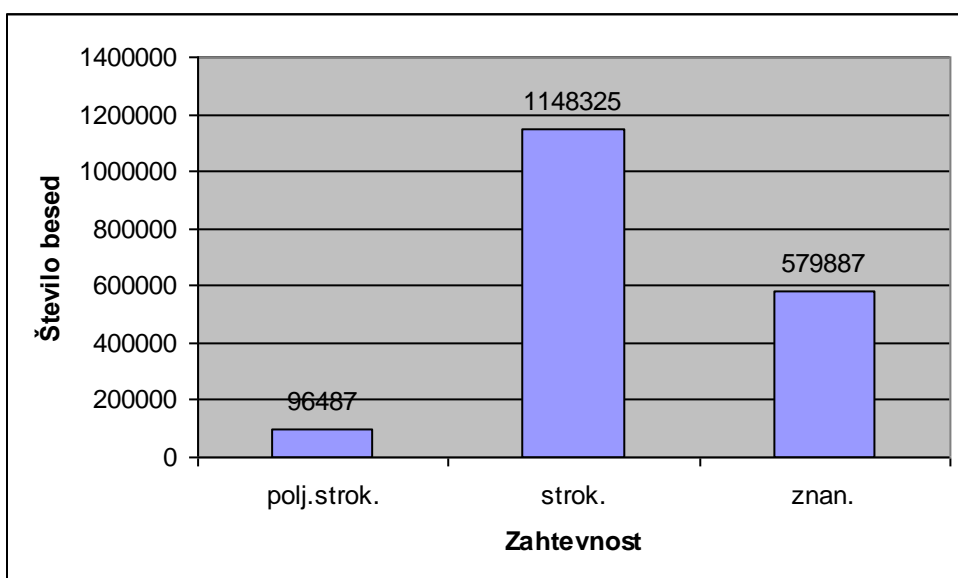


Slika 1: Število besed v KoRP glede na letnico izida oz. nastanka besedil.

(Legenda: 1 = 1994, 2 = 1995, 3 = 1996, 4 = 1997, 5 = 1998, 6 = 1999, 7 = 2000, 8 = 2001, 9 = 2002, 10 = 2003, 11 = 2004, 12 = 2005, 13 = 2006, 14 = 2007)

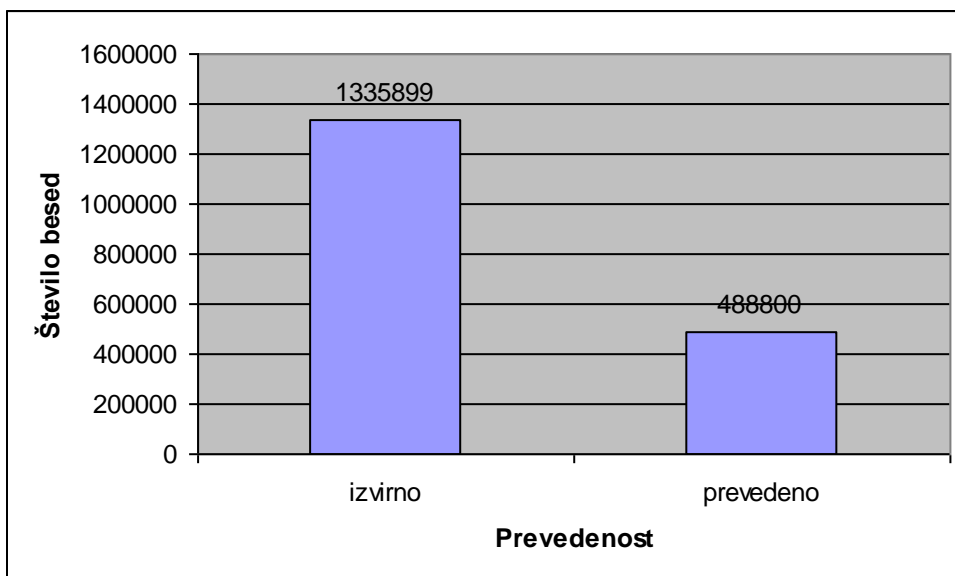


Slika 2: Število besed v KoRP glede na prenosnik besedil.

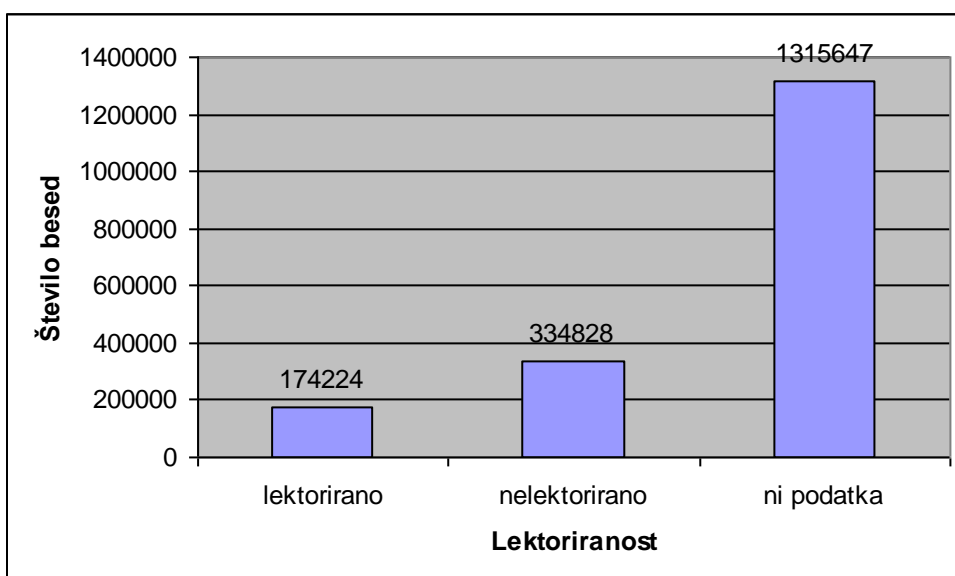


Slika 3: Število besed v KoRP glede na zahtevnost besedil.

(Legenda: polj.strok. = poljudnostrokovno, strok. = strokovno, znan. = znanstveno)



Slika 4: Število besed v KoRP glede na prevedenost oz. izvirnost besedil.



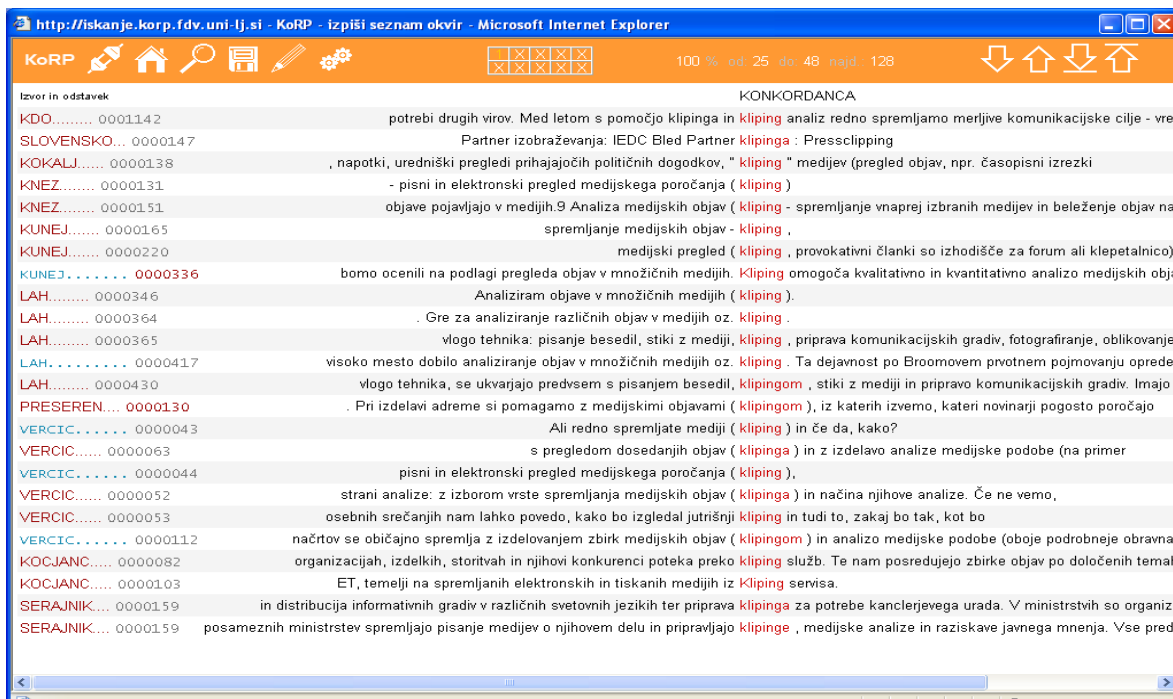
Slika 5: Število besed v KoRP glede na lektoriranost besedil.

## 5 Ogléd korpusa

Vsa besedila so v KoRP vidna le do enega odstavka naenkrat (do odstavka pridemo s klikom na njegovo številko – gl. drugi stolpec na Sliki 6), vendar je to dovolj velika enota, ko iščemo podatek o rabi nekega termina, korpus pa je kot baza podatkov uporaben tudi za iskanje razlag, bibliografskih enot tujih avtorjev ipd. (v času oddaje tega besedila za tisk je v pripravi tudi priložnik za iskanje po korpusu, ki bo dostopen na korpusovi spletni strani). KoRP lahko razumemo kot bazo znanja slovenskih odnosov z javnostmi.

Iskanje po korpusu je po osvojitvi le nekaj pravil enostavno. Lahko iščemo po celem korpusu (*osnovno iskanje*) ali le po njegovem delu, npr. samo po besedilih, ki so izšla v določenem letu ali letih, samo po izvirnih znanstvenih člankih, samo po besedilih enega avtorja itd. (*razširjeno iskanje*). Besedila so opremljena z bibliografskimi in drugimi podatki, ki so zapisani v t. i. glavi dokumenta (Slika 7), tako da je avtorstvo, letnica izida, založba idr. uporabniku korpusa ves čas razvidno (do teh podatkov pridemo s klikom na *izvor* – gl. prvi stolpec na Sliki 6).

Poleg števila pojavitev iskalnega pogoja (samostalnik *kliping* se npr. v KoRP pojavi 128-krat – gl. podatek v naslovni vrstici na Sliki 6) nam program, s katerim analiziramo korpus (gre za Amebisov konkordančnik ASP32), omogoča npr. tudi opazovanje statistično značilnega besedilnega okolja, abecedno urejanje zadetkov glede na besede spredaj in zadaj ter shranjevanje spisikov.



Slika 6: Del konkordančnega niza termina *kliping* v KoRP.

Avtor: Pedja Ašanin Gole  
 Naslov: Od celibata in dominacije do integriranih organizacijskih komunikacij  
 Število avtorjev: 1  
 Vrsta besedila:  
     Izvorni znanstveni članek:x  
 Ustroj dokumenta:  
     Enobesedilni:x  
 Dostopno tudi na svetovnem spletu:  
     Ne:x  
 Opombe:

Čas pridobitve: maj 2006
Način pridobitve: e-pošta
Format pridobitve: PDF
Pretvorba iz:
Končne različice:x
Letnica: 2000
Zahtevnost:
Znanstveno:x
Prenosnik (primarni):
Tiskani:
Izdano:
Publikacija: Akademija MM
Urednik: D. Verčič, P. Ašanin Gole, N. Serajnik Sraka
Letnik: IV.
Številka: 6
Stran: 21–28
Prevedenost:
Izvirno:x
Lektorirano:
Da:x

Slika 7: Primer glave dokumenta v KoRP.

## 6 Dva primera analize korpusa

Iz korpusa je mogoče razbrati več podatkov, ki bodo aktualni za slovar: kolikšno je število pojavitev; ali je iskani izraz tudi del večbesednega termina; ali za isti pojem obstaja več poimenovanj; včasih je v korpusu tudi razlaga itd., seveda pa je samo v korpusu razvidno tipično besedilno okolje, v katerem se termin pojavlja, in samo iz korpusa lahko dobimo avtentične primere rabe. V celoti slovarja ni mogoče izdelati samo na osnovi korpusa – zlasti razlage bodo v uredniškem postopku prispevali področni strokovnjaki in pri njih si bomo pomagali tudi s tujimi slovarji –, vendar pa je korpus nepogrešljivo slovaropisno orodje, kar bomo skušali v nadaljevanju prikazati s primeroma *kliping* in *oglas*. Prikazano je nastalo zgolj z analizo korpusa KoRP in brez posvetovanja s področnimi strokovnjaki, zato nima dokončne slovarske vrednosti.

### 6.1 *Klipping*

Termin *klipping* pomeni glede na podatke v KoRP dvoje:

- a) 'spremljanje vnaprej izbranih medijev in beleženje objav na podlagi ključnih besed, ki zadevajo organizacijo' (dejanje), in
- b) 'zbirko objav, ki nastane pri takem spremljanju' (rezultat dejanja).

Prvi pomen je v korpusu izkazan samo 2-krat, zato smo si natančneje ogledali le drugega.

Kot smo videli že zgoraj, se *kliping* v korpusu pojavi 128-krat, od tega 7 pojavitev prinaša ime podjetja. Izvira iz angleškega (*press-clipping*). Ta se v korpusu v slovenskem sobesedilu pojavi 10-krat, a v 7 primerih le kot (izvorna) sopomenka:

navaja analizo medijskih objav, t. i. press clipping  
spremljanje in analiza medijskih objav (press clipping).  
z vrednotenjem medijskih objav (press clipping)  
službo za spremljanje objav (clipping service),  
Medijskoodnosni praktiki te objave (clippings) potem skrbno preučujejo  
analiza medijskih objav (press clipping);  
z evaluacijo medijskih objav (press clipping)  
individualni obiski novinarjev, press-clipping, sporočila za javnost  
Tudi kvalitativna analiza clippingov pokaže  
Press Clippingi ipd.

Gradišnik je pri prevodu knjige *Tehnike odnosov z javnostmi* (1995) za ta pojem rabil termin *objavka*, ki se v korpusu pojavi 28-krat, a tega izraza ne rabi noben drug avtor. Druge sopomenke, ki so deloma razvidne že iz zgornjega konkordančnega niza, so bolj opisi oz. razlage (v oklepaju je število pojavitev): *zbirka objav v medijih* (1), *pregled medijskih objav* (1), *pregled medijskih zapisov* (1), *pregled medijskega poročanja* (2), *pregled objav* (3), *medijski pregled* (3), *objave v množičnih medijih* (5) in *zbirka medijskih objav* (17).

Termin *kliping* rabi več avtorjev, med drugim trije tudi v znanstveni monografiji. Je oblikoslovno prevzet in besedotvorno produktiven, čeprav komaj: *klipinška (storitev)* se v korpusu pojavi 2-krat; 14-krat se pojavi v zapisu narazen tudi kot prvi del zloženke oz. kot prilastek pred samostalniškim jedrom: *kliping služba*, *kliping analiza*, *kliping zbirka*. Pred večbesednim terminom (pravzaprav opisom) *zbirka medijskih objav* ima *kliping* normativno prednost iz dveh razlogov: večje uveljavljenosti in kratkosti. Citatni *clipping* v terminologiji odnosov z javnostmi ni (več) aktualen. V KoRP ni razvidno, da bi bil *kliping* že tudi del večbesednih terminov.

Iz povedanega je mogoče oblikovati naslednji okvirni slovarski zapis:

<b>objavka</b> NEUSTREZNO gl. <i>kliping</i>
--

<b>kliping</b> <u>razlaga</u> : <i>zbirka medijskih objav</i> ( <u>angl.</u> : <i>press clipping</i> )
--

<u>primeri rabe</u> :
-----------------------



*Klipingi so pokazali velik medijski odziv / Za merjenje uspešnosti komunikacijskega projekta smo izbrali kliping. / Tri slovenske agencije za kliping so nam dale podatke o tem, kaj je treba vedeti pri branju analiz medijskih objav*

sopomenka: NEUSTREZNO objavka

## 6.2 Oglas

Termin *oglas* se v korpusu pojavi 717-krat. V primerjavi s *klipingom* je pri *oglasu* mogoče takoj opaziti, da tvori tudi večbesedne termine (večbesedni termini bodo v slovarju sicer samostojna gesla), npr. *časopisni oglas*. Za *oglas* je v korpusu mogoče dobiti zgolj del razlage: '*v mediju zakupljen prostor ali čas*', tako da bo dokončno razlago treba oblikovati s pomočjo drugih virov, prav tako v korpusu ni razvidna angleška prevodna ustreznica. V KoRP se 87-krat pojavi tudi kot termin neustrezna sopomenka *reklama*.

Iz povedanega je mogoče oblikovati naslednji okvirni slovarski zapis:

**reklama** NEUSTREZNO gl. oglas

**oglas** razlaga: /.../ (angl. /.../)

tipično besedilno okolje: [dober, prepoznaven] oglas; [objava, obseg] oglasa; [objaviti, videti, predvajati] oglas; oglas za [avtomobil, delovno mesto]

primeri rabe:

*vseh problemov ni mogoče rešiti z dobrimi oglasi / Marlborove cigarete so postale slavne zaradi oglasa s kavboji. / Oglas v tanjši reviji bo v splošnem videlo in prebralo več ljudi kot oglas v debelejši izdaji iste publikacije. / Kaj vam je oglas hotel povedati? / Oglasi za pralne praške so ponavadi dolgočasni / Neodplačno objavljeni oglasi morajo biti posebej označeni kot taki.*

sopomenka: NEUSTREZNO reklama

**GL.** (večbesedni termini): časopisni oglas, plačani oglas, radijski oglas, televizijski oglas, tiskani oglas

## 7 Nadaljnje delo

Kljub uporabnosti je korpus, katerega namen je izdelava slovarja, le polovični izdelek. Zamenjava ročnega pregledovanja listkovnega gradiva z računalniškim programom je pomenila revolucijo v slovaropisju. Avtomatska pridobitev liste besed s številom pojavitev v korpusu in nekateri drugi statistični postopki bodo pohitrili izdelavo geslovnika slovarja odnosov z javnostmi, z družitevijo moči jezikoslovcev in strokovnjakov odnosov z javnostmi pa je mogoče ob zagotovljeni finančni podpori v približno enem letu dodati še razlage in

angleške prevodne ustreznice h geselskim eno- in večbesednim terminom. Predvideli smo slovar malega obsega, ki bo pri sopomenskih terminih usmerjal k rabi tistega izraza, ki bo med uredniki dogovorjen kot najustreznejši. Ker je bilo spoznano, da je tudi v terminoloških slovarjih zaželen podatek o tipičnem besedilnem okolju, v katerem se termin pojavlja, bo v slovar odnosov z javnostmi vključen tudi ta.

Ob pomanjkanju raznovrstnih sodobnih jezikovnih priročnikov se je v slovenskem prostoru pokazalo, da korpusi lahko postanejo pomemben vir jezikovnih in drugih podatkov, in to ne le za raziskovalce jezikoslovce, ampak tudi za lektorje, prevajalce in pisce raznovrstnih besedil. Tudi strokovnjakom za odnose z javnostmi je kot eni prvih strok pri nas ponujen tak pripomoček – vabljeni so k njegovi uporabi, dopolnitvi in izboljšanju. Zakaj pa ne bi prav korpus in slovar slovenskega izrazja odnosov z javnostmi skupaj postala zgled za to, da uvodoma navedena Verčičeva misel ne bo več pozitivno presenetljiva, ampak strokovnjakom različnih strok preprosto samoumevna?

## **Literatura**

Atkins, Sue, Jeremy Clear in Nicolas Ostler, 1992: Corpus design criteria. *Literary and linguistic computing*, 7, 1, 1–16.

Biber, Douglas, 1993: Representativeness in corpus design. *Literary and linguistic computing*, 8, 4, 243–257.

Biber, Douglas, Susan Conrad in Randi Reppen, 1998: *Corpus linguistics: Investigating language structure and use*. Cambridge: Cambridge University Press.

Gorjanc, Vojko, 2005: *Uvod v korpusno jezikoslovje*. Domžale: Založba Izolit.

Kennedy, Graeme, 1999: *An introduction to corpus linguistics*. London, New York: Longman.

Leech, Geoffrey, 1991: The state of the art in corpus linguistics. V: K. Aijmer, B. Altenberg (ur.), *English corpus linguistics*. London, New York: Longman.

Pearson, Jennifer, 1998: *Terms in context*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Verčič, Dejan, 1998: Izobraževanje v odnosih z javnostmi. V: B. Gruban, D. Verčič, F. Zavrl (ur.), *Preskok v odnose z javnostmi*. Ljubljana: Pristop.