

# Vpliv stopnje ustreznosti terminološkim načelom in avtoritete avtorja termina na uveljavljenost terminov v odnosih z javnostmi

*Katja Lumbar*

Cobiss: 1.01

Prispevek obravnava vpliv stopnje ustreznosti terminološkim načelom in avtoritete njihovih avtorjev na uveljavljenost terminov v odnosih z javnostmi. Statistična analiza temelji na izboru terminov iz tiskanega gradiva s področja odnosov z javnostmi od leta 1989 do 2004, ko se je vzpostavil osnovni terminološki korpus, odnosi z javnostmi pa so doživeli svoj vzpon in dosegli legitimnost.

**Ključne besede:** terminologija, odnosi z javnostmi, uveljavljenost terminov, terminološka načela, avtoriteta avtorja

## **The Influence of the Degree of Conformity to Terminological Principles and the Authority of the Creator of a Term on Establishment of Terms in Public Relations**

This article deals with the influence of the degree of conformity to terminological principles and the authority of their creators on the establishment of terms in public relations. The statistical analysis is based on a selection of terms from printed material in public relations from 1989 to 2004, when a basic terminological corpus was created, and public relations asserted itself and achieved legitimacy.

**Keywords:** terminology, public relations, establishment of terminology, terminological principles, creator's authority

## 0 Uvod

Oblikovanje in razvijanje strokovnega izrazja sta pomembna cilja vsake stroke. Žal pa je oblikovanje ustreznega izrazja področje, h kateremu nekatere, predvsem mlajše stroke še niso pristopile strokovno in dovolj odgovorno, zato so njihovi terminološki sistemi neurejeni in pomanjkljivi. Kar nekaj jezikoslovcev je že opozarjalo na to, da je pri ustvarjanju strokovnega izrazja potrebno sodelovanje stroke in jezikoslovja (Korošec 1972; Leder 1986; Kalin Golob 2001b), kar naj bi tudi prispevalo k večjemu in hitrejšemu uveljavljanju terminov. V prispevku na primeru odnosov z javnostmi ugotavljamo, koliko izbrana dejavnika – stopnja ustreznosti terminološkim načelom in avtoriteta avtorja termina – vplivata na uveljavljenost terminov. Na osnovi

statistične analize izpeljujemo, kako pomembno je pri reševanju terminoloških vprašanj upoštevati strokovni in jezikoslovni vidik.

Cruse idr. (2002: 863) ugotavljajo, da dejstvo, da sta standardizacija in poenotenje strokovnega izrazja pomembna naloga strokovnih področij, še ne pomeni, da morajo oz. so lahko vsi izrazi standardizirani. V mnogih primerih do standardizacije ne pride zaradi dogovora, temveč je rezultat boja med sopomenskimi termini, tudi zaradi jezikovnega razvoja. Tako mnogo predpisanih oz. predlaganih terminoloških standardov ne doseže svojega namena med uporabniki in zato mnogo starih terminov »preživijo«. To še dodatno potrjuje, kako pomembna je raba, ki predstavlja enega izmed osrednjih dejavnikov za uveljavljenost terminov; neupoštevanje rabe namreč le motivira rabo dvojníc. B. Urbančič (1973: 9) je prepričan, da bomo stalnost in enotnost knjižnega jezika dosegli le ob upoštevanju funkcijskega vidika z merilom splošne rabe in primernosti. Po njegovem mnenju je jezikovno sredstvo dobro le, če je v knjižni praksi splošno sprejeto, zavzema točno določeno mesto v jezikovnem sistemu in opravlja dodeljeno funkcijo. Če je v splošnem jeziku razširjeno, so mu dopuščene celo določene pomanjkljivosti.

T. Verovnik (2002: 761) meni, da ne glede na to, kako strogo terminološki dogovor v svojih znanstvenih/strokovnih in ožjemu krogu bralcev namenjenih besedilih upošteva stroka, splošno rabo veliko bolj oblikujejo poljudna besedila s širšim dometom in iz virov, ki jim bralci že vnaprej pripisujejo verodostojnost. Skladno s tem v prispevku s statistično analizo raziskujemo vpliv avtoritete avtorjev terminov na njihovo uveljavljenost.

Raziskava temelji na izhodiščih kognitivne in konceptualne teorije ter teorije kompetence. Konceptualna teorija daje osrednje mesto pojmu, ki obstaja neodvisno od pomena, je enopomenski oz. nedvoumen ter ne predvideva pomenskega razvoja. P. Faber Benítez (2009: 111) nasprotno poudarja, da lahko isti pojem označuje več različnih terminov in da se ena jezikovna oblika lahko nanaša na več kot en pojem. Poleg tega imajo lahko termini različne skladenjske projekcije ter drugačen pomen v različnih kontekstih oz. glede na pojmovni fokus. K. Packeiser (2009: 79) opozarja na podcenjenost terminov v tradicionalni teoriji in na nujno povezavo jezikovnega sistema (*langue*), področja govora (*parole*), referenčnega sveta (na katerega se pojem nanaša) in zunajjezikovne realnosti.

Kognitivni pristop utemeljuje, da se delo terminologov oz. tvorcev terminologije začne z ustvarjanjem strukture pojmov, ki združujejo znanje določene stroke; šele nato iščejo poimenovanja za vsak pojem v tej strukturi, kar je skladno z vidikom konceptualne teorije. Cruse idr. (2002: 270) ugotavljajo, da so pomeni narejeni iz psiholoških predstav, kar pojasnjuje, da deloma nadzorujejo jezikovno oblikovanje in razumevanje. Ker so del kognitivnega sistema, to omogoča jezikovno rabo. Uporabniki terminov so večinoma strokovnjaki, ki se ukvarjajo z nekim področjem. Uporabljajo jih zato, da bi se izrazili, izmenjali misli ter organizirali strukturo svoje stroke. Vsak objekt, na katerega se nanašajo, je samo njihova miselna predstava, ki je organizirana v pojem. Teoretično bi lahko vsak posameznik tvoril lasten pojem za vsak objekt.

Vsi govorci obvladajo besedišče, sestavljeno iz vrste besed, ki so skupne in znane vsem govorcem, in le določene besede z bolj omejeno rabo, ki so skupne samo

strokovnjakom, ki delajo v okviru iste stroke in si delijo znanje o njenem besedišču. Iz tega izhaja, da je strokovna kompetenca strokovno znanje oz. poznavanje pojmov določene stroke. Vsi jezikovno kompetentni govorniki obvladajo slovnico svojega jezika že zato, ker so njegovi govorniki. Vsak izraz bi bil absurden, če govorec ne bi poznal njegovega referenta. Kar govorec ve ali zna o jeziku, je njegova jezikovna oz. lingvistična kompetenca, kar pa ve o predmetnem svetu, je njegova zunajjezikovna oz. ekstralingvistična kompetenca (npr. govorniki vedo, v katerih okoliščinah lahko uporabljajo določeno besedo). Govorniki dejansko poznajo podatke o svojem jeziku le delno. Pripadajo določeni jezikovni skupnosti, v kateri so lahko prisotne interferenice zaradi stika z drugimi jeziki. Sistem jezika torej ni tako homogen, kot to predstavlja lingvistična teorija kompetence. Na vse govornike vpliva njihov geografski izvor, družbena skupina in generacija, ki ji pripadajo. Poleg tega pa tvorijo izraze glede na specifične komunikacijske situacije z različnimi funkcijskimi variantami ali registri, ki ustrezajo situaciji. Ko se govorec bolj spozna z določenim strokovnim področjem dejanskega sveta, spremeni svoje znanje v pojmovne strukture, v katerih vsak pojem obsega določeno mesto in ima določeno vrednost. Pojmovne strukture torej odsevajo strokovno znanje o določenem predmetu, zato je med strokovnjaki možnih več pogledov na določena razmerja med pojmi. Struktura znanja se lahko spremeni iz dveh razlogov: lahko se spremeni neki aksiom, kar pomeni, da morajo biti vsi prejšnji pojmi spremenjeni skladno z novo dimenzijo, lahko pa nastane nov pogled, ki ne bo spremenil prejšnjega izraza, vendar pa se bo njegov položaj v aksiomu spremenil.

Odnosi z javnostmi se kot mlada stroka še vedno srečujejo s težavami pri oblikovanju svoje terminologije. M. Humar (2004) izpostavlja, da se je z osamosvojitvijo Slovenije leta 1991, s spremembo družbenih razmer, vključevanjem v evropske in svetovne gospodarske tokove ter svobodnim pretokom informacij v Sloveniji močno povečal dotok tujejezičnega izrazja, predvsem angloameriškega. Nekateri nove bliskovito razvijajoče se stroke morajo posloveniti skoraj vse izraze, saj prihaja to znanje iz tujih jezikovnih okolij in so tako poimenovanja na začetku samo tuja. Enako je bilo na začetku razvoja odnosov z javnostmi, pri čemer je bilo nekaj poimenovanj tudi iz časa samoupravnega socializma (npr. *samoupravno informiranje* in *obveščanje v združenem delu*), ki so jih po osamosvojitvi z načrtno jezikovno politiko na hitro zamenjali. M. Kalin Golob (2001b: 252) izpostavlja, da se zavest o nujnosti slovenskega strokovnega izrazja izgublja predvsem pri mlajših strokah in znanostih ter pri njihovih nosilcih, strokovnjakih. Kljub temu so izsledki jezikovne analize terminologije odnosov z javnostmi spodbudni, saj kažejo, da se z razvojem stroke število tujk zmanjšuje in večino terminov strokovnjaki poskušajo posloveniti. Prevzeti izrazi so se naravno prilagodili na fonološki (pretežno po (angleškem) izgovoru) in morfološki ravni. Citatnosti je manj; pojav citatnih besed je le posledica brezbrizne ali slabše avtorjeve oz. uporabnikove izbire, pomanjkanja strokovne ali jezikovne kompetence in le redko poimenovalne praznine, saj se strokovni pojmi ne razvijajo več tako hitro kot na začetku razvoja stroke. Njen pojmovni svet je že praktično izdelan, posledično pa tudi večina slovenskih poimenovanj, le da nekatera še niso uveljavljena (Lumbar 2006: 102). Zato strokovnjaki, predvsem v vsakdanji rabi, pogosto uporabljajo prevzete besede.

V terminologiji odnosov z javnostmi najpogosteje prihaja do prevzemanja iz angleškega jezika. Vzrok je predvsem v njihovem angloameriškem izvoru, od koder so se prenašali znanje in novi pojmi, kaže pa se v tem, da je v tej stroki še danes tretjina prevzetih izrazov, skoraj polovica pa je kombinacij prevzetih in domačih sestavin (Lumbar 2006: 87). Kot pravi M. Kalin Golob (2001b: 235), je pri tvorjenju terminov zelo pomembno, da je domača beseda vsestransko enakovredna in pravočasno tvorjena. V nasprotnem primeru lahko prihaja do več različic terminov, ki v stroki ustvarjajo le zmedo. T. Verovnik (2002: 758) ugotavlja, da je v odnosih z javnostmi zaradi angleškega vpliva veliko sopomenk, ki so vezane na rabo v različnih socialnih zvrsteh oz. podzvrsteh, predvsem žargonizmov. Po Cruse idr. (2002: 863) so tudi žargonske besede lahko klasificirane kot termini, čeprav ne ustrezajo terminološkemu načelu jezikovne ustreznosti in niso standardizirane. V praksi so namreč zelo vsebinsko natančne in krajše. T. Verovnik (2002: 758) meni, da te sicer izpolnjujejo zahtevo po ustaljenosti in enumnosti, saj se uporabljajo z enako željo po natančnosti, kot se uporabljajo strokovni izrazi v strokovnih besedilih, toda to le kaže na neurejenost strokovnega izrazja v odnosih z javnostmi.

Dvojnice so ena izmed osrednjih značilnosti izrazja odnosov z javnostmi. Največ jih izvira iz prevzemanja, precej pa je tudi razvojnih dvojníc in dvojníc glede na število besed. To so predvsem tiste za poimenovanje stroke, njenih področij in izvajalcev (Lumbar 2006: 93). Tudi zaradi te problematike je nujno, da stroka čim prej poenoti svojo terminologijo in poskrbi za njen načrtni razvoj, skladno z razvojem svojega pojmovnega sveta, slovenskega knjižnega jezika in družbe nasploh.

V nadaljevanju na primeru odnosov z javnostmi predstavljamo statistično analizo izrazja te stroke, v kateri smo ugotavljali, ali je uveljavljenost terminov odvisna od avtoritete njihovih avtorjev in stopnje ustreznosti terminološkim načelom.

## 1 Opredelitev spremenljivk in teoretičnega modela

**1.1** Odvisna spremenljivka **uveljavljenost terminov** pomeni razširjenost termina med njegovimi uporabniki, kar potem postane norma.

Prva neodvisna spremenljivka **avtoriteta avtorja termina** je ugled ali vpliv, ki si ga avtor pridobi s svojim znanjem oz. izobrazbo, časom delovanja v svoji stroki in dejavnim prispevkom k razvoju področja (s številom bibliografskih enot). Avtorjev terminov v odnosih z javnostmi je več. To so lahko strokovnjaki s tega področja, prevajalci in jezikoslovci, študenti ali nejezikoslovni vsevedi, ki pišejo o tem področju. V naših virih so bili avtorji le strokovnjaki za odnose z javnostmi in jezikoslovci, med katere smo uvrstili tudi prevajalce.

Druga neodvisna spremenljivka **stopnja ustreznosti terminološkim načelom** pomeni, koliko avtorji pri tvorjenju izrazov upoštevajo normo tvorjenja strokovnega izraza, kar so pravzaprav terminološka načela. Drugi avtorji in standardi navajajo različna terminološka načela, zaradi potrebne omejitve raziskovalnega dela smo vanj vključili prilagojena štiri načela iz standarda ISO 704 (1985: 12), ki opredeljuje jezikovno pravilnost, natančnost, kratkost, zmožnost tvorjenja besedne družine in enopomenskost.

## UVELJAVLJENOST TERMINOV V ODNOSIH Z JAVNOSTMI

H1 ↗

↖ H2

### **Avtoriteta avtorja termina**

Število bibliografskih enot

Število let v stroki

Stopnja izobrazbe

### **Stopnja ustreznosti terminološkim načelom**

Jezikovna ustreznost<sup>1</sup>

Pomenska natančnost

Zmožnost tvorjenja besedne družine

Dolžina<sup>2</sup>

### **Slika 1: Teoretični model**

Na podlagi teoretičnih izhodišč in modela smo postavili dve hipotezi:

**H1:** Večja kot je avtorjeva avtoriteta, večja je možnost, da se termin uveljavi.

Avtor termina, ki ima v stroki avtoriteto, je strokovno kompetenten, dela že več let v stroki in dejavno prispeva k njenemu razvoju s strokovnimi objavami, bo imel verjetno večji vpliv na uveljavljenost določenega termina kot nekdo, ki nima avtoritete.

**H2:** Višja kot je stopnja ustreznosti terminološkim načelom, večja je možnost, da se termin uveljavi.

Termin, beseda ali besedna zveza z zahtevanimi lastnostmi – z jezikovno ustreznostjo, zmožnostjo tvorjenja besedne družine, enopomenskostjo oz. natančnostjo in kratkostjo – ima večjo možnost, da se uveljavi, ker strokovni izraz brez teh lastnosti uporabnike načeloma moti. Uporabniki poznajo jezik in njegovo slovnico, prav tako imajo določeno znanje o predmetnem svetu, na podlagi katerega spontano presojujejo o ustreznosti terminov in se odločajo za njihovo rabo.

**1.2** V raziskavi smo uporabili dve metodi:

- (a) kvalitativno metodo, in sicer analizo besedila in jezikovno analizo, na podlagi katerih smo iz virov izbrali termine, ki smo jih vključili v raziskavo;
- (b) kvantitativno analizo, ki smo jo izvedli z vprašalnikom in podatke obdelali v programskem orodju SPSS.

Za empirično preverjanje našega modela smo predhodno določili vzorčni in časovni okvir ter tiskane medije, ki smo jih vključili v analizo. Časovni okvir je zajemal obdobje od leta 1989 do 2004. Analizirali smo 72 člankov iz časopisov in revij *Pristop*, *PiaR*, *Kreativni marketing*, *MM*, *Delo*, *Podjetnik*, *Teorija in praksa* ter naslednje strokovne knjige: *ABC PR*, *Pristop k odnosom z javnostmi*, *Preskok*

<sup>1</sup> Tu je mišljena jezikovna ustreznost v najožjem smislu odstopanja od norme, kot npr. citatnost in žargonskost.

<sup>2</sup> Pri tem gre predvsem za število besed v terminu, kjer imajo prednost krajši, to so enobesedni termini.

v odnose z javnostmi, Odnosi z mediji, zbornik Teorija in praksa slovenskih odnosov z javnostmi 1990–2000 in prevod Tehnike odnosov z javnostmi. Poleg teh smo proučili še prvo diplomsko nalogo s področja odnosov z javnostmi avtorice Biserke Povše, diplomsko nalogo Helene Ilič, magistrsko nalogo Dejana Verčiča in raziskovalno poročilo Odnosi z javnostmi v Sloveniji. V prvem koraku smo iz zgoraj navedenih virov izpisali vse strokovne izraze, ki načeloma ustrezajo osnovnim terminološkim načelom in po našem mnenju sodijo v meje stroke odnosov z javnostmi. Za vsak termin smo zapisovali, kdaj, kje in pri katerem avtorju se je v analiziranem vzorcu virov pojavil prvič.

Proučevana enota analize je bil posamezni izraz kot proizvod konkretnih ljudi. Pri vsakem smo merili stopnjo njegove uveljavljenosti glede na stopnjo ustreznosti terminološkim načelom in avtoriteto avtorja termina.

V vprašalnik smo vključili 82 terminov, in sicer ne naključno, temveč smo v izbor poskusili vključiti čim bolj raznovrstne termine glede na njihovo razširjenost, stopnjo ustreznosti terminološkim načelom in njihove avtorje. Zanimalo nas je tudi, koliko so se posamezni termini uveljavili med tremi skupinami uporabnikov (skupaj 100 anketirancev), in sicer med skupino jezikoslovcev (26 %), skupino strokovnjakov za odnose z javnostmi (30 %), ki so tudi sicer najpogostejši uporabniki in tvorci terminov, in skupino študentov (44 %) iz študijskih smeri tržno komuniciranje in komunikologija. Stopnja odziva je bila 30-odstotna.

V vzorcu smo imeli 79 % žensk in 21 % moških. Med študenti obeh smeri je bilo več žensk, tako tudi med strokovnjaki za odnose z javnostmi in jezikoslovci. Med slednjimi je bilo v vzorec zajetih največ profesorjev slovenskega jezika, ki so tudi lektorji, ter nekaj prevajalcev in urednikov. Največji delež so v vzorcu predstavljali študenti, zato je tudi delež oseb brez delovnih izkušenj največji: 37 %.

## 2 Razlike v ustreznosti terminološkim načelom in uveljavljenosti terminov glede na uporabnike

Za pregled razlik med uporabniki smo uporabili analizo variance (gl. preglednico 1).<sup>3</sup>

Primerjava povprečij kaže, da jezikoslovci vidno odstopajo od drugih skupin pri izrazih, ki so ozko strokovni oz. so res samo del stroke odnosov z javnostmi (npr. *adrema*, *kliping*, *brifing*). Pomembno izstopa jezikovna občutljivost jezikoslovcev, ki ne uporabljajo oz. ne bi uporabili prevzetih ali tujih izrazov, medtem ko so študenti za to manj občutljivi, saj brez zadržkov uporabljajo nekatere citatne izraze, kot sta *output* in *lobbing*. Strokovnjaki za odnose z javnostmi uporabljajo prevzete in citatne termine le v primeru, ko so že razširjeni in bolj pomensko natančni (npr. *komunikator*, *piarovec*, *no comment*). Odstopanja od povprečja so pri strokovnjakih predvsem zaradi večje rabe terminov, sledijo pa jim študenti, ki se držijo povprečja. Povprečna vrednost jezikovne ustreznosti je pri jezikoslovcih nižja zaradi odnosa do prevzetih in citatnih izrazov (npr. *praktik PR*, *spin doctor*, *latentne javnosti*), tvorjenkah s predložno zvezo *odnosi z javnostmi* (verjetno jih je zmotila množinska raba sicer

<sup>3</sup> Podatki iz analize so dostopni v osebнем arhivu avtorice članka.

neštevnega samostalnika *javnost* v vlogi desnega prilastka) in nekaterih neologizmih. To smo predvidevali, saj so pri jezikovni ustreznosti jezikoslovci kompetentni strokovnjaki, ki so znali pravilno presoditi o knjižnosti izrazov. Na splošno se je pokazalo, da so tudi strokovnjaki in študenti jezikovnokulturno dobro ozaveščeni.

**Preglednica 1:** Razlike v povprečnih vrednostih uveljavljenosti terminov in terminoloških načel glede na uporabnike<sup>4</sup>

	Uveljavljenost terminov	Jezikovna ustreznost	Zmožnost tvorjenja bes. družine	Pomenska natančnost	Dolžina
Strokovnjaki za odnose z javnostmi	2,8	2,2	2,3	2,5	2,6
Jezikoslovci	1,9	1,9	1,9	2,1	2,4
Študenti	2,4	2,2	2,2	2,3	2,5
Povprečje	2,4	2,1	2,1	2,3	2,5

Primerjava povprečij pri zmožnosti tvorjenja besedne družine kaže, da strokovnjaki odstopajo od povprečja samo v primeru, ko vprašanja niso razumeli in so zato izraze, ki so jih bolje poznali, tudi bolje ocenili (da se z njimi da tvoriti besedne družine), vendar je to redko. Enako je pri študentih; večinoma se gibljejo v povprečju. Jezikoslovci z odstopanji pri izrazih *output*, *kliping*, *briefing*, *adrema* le dokazujejo svojo strokovno kompetenco, razen pri *demantiju*. Verjetno ga ne poznajo tako dobro kot strokovnjaki, ki pogosto uporabljajo tudi uveljavljeni glagol *demantirati*.

Pri primerjavi povprečij za pomensko natančnost lahko povzamemo, da so razlike pri strokovnjakih za odnose z javnostmi pri ozko strokovnih izrazih, ki jih tudi najbolj razumejo (npr. *interno glasilo*, *kliping*, *medijski izplen*, *okoljski odnosi z javnostmi*, *orodja odnosov z javnostmi*, *piarovec*, *vročeproblemske javnosti*, *zemljevid deležnikov in javnosti*), zato jih tudi lahko ocenijo kot pomensko natančne, medtem ko jih drugi uporabniki, predvsem jezikoslovci, ocenijo težje. Iz tega razloga so jih drugi ocenili bolj negativno. Zanimivo je, da so odstopali tudi pri terminu *ekonomska propaganda*, kar bi lahko povezali s tem, da izraza verjetno niso razumeli v smislu prvotnega izraza za dejavnosti odnosov z javnostmi, ki so se pozneje razvili v stroko, ampak kot reklamo (razvidno iz navedb med dvojnicami). Študenti so bili v splošnem bližje skupini strokovnjakov (izstopali so le pri *demantiju*, *embargu*, *izjavi za tisk* in *sporočilu za medije*, za katere niso bili tako prepričani o njihovi natančnosti), kar potrjuje, da so že bolj strokovno kompetentni kot jezikoslovci.

Primerjava povprečij pri dolžini kaže zelo malo razlik, in sicer le pri *issue management*, *no comment* in *programu komunikacijske podpore*, kjer se intervali zaupanja prekrivajo, od drugih skupin pa malo odstopajo jezikoslovci, ki se jim zdijo manj ustrezni. Nasprotno pa strokovnjake za odnose z javnostmi dolžina pri npr. *okoljskih odnosih z javnostmi*, *press centru*, *vladnih odnosih z javnostmi*, *zemljevidu*

<sup>4</sup> Višja kot je vrednost v preglednici, večja je povprečna vrednost uveljavljenosti terminov med skupinami (na 5-stopenjski lestvici) oz. ustreznosti posameznim terminološkim načelom (na štiristopenjski lestvici).

*deležnikov in javnosti, komunikaciji z lokalno skupnostjo ter orodjih odnosov z javnostmi* ni motila, vendar razlike med povprečji skupin niso večje od 0,5.

### **3 Vpliv stopnje ustreznosti terminološkim načelom in avtoritete avtorjev terminov na uveljavljenost terminov – analiza na ravni termina**

Osnovno bazo podatkov, ki smo jih zbrali z anketiranjem, smo preoblikovali tako, da je termin postal enota raziskovanja. Neodvisno spremenljivko – ustreznost terminološkim načelom – smo dobili tako, da smo vsakemu terminu pripisali povprečno vrednost ocene ustreznosti terminološkim načelom vseh uporabnikov. Sestavili smo jo iz povprečja vrednosti na pokazateljih (jezikovna ustreznost, pomenska natančnost, zmožnost tvorjenja besedne družine in dolžina), ki smo jih merili na štiristopenjski lestvici. Za analizo podatkov smo uporabili regresijsko analizo.<sup>5</sup> Izsledki so pokazali, da med terminološkimi načeli dejansko obstaja dovolj močna povezanost, da lahko upravičimo njihovo skupno poimenovanje – stopnja ustreznosti terminološkim načelom.

Vpliv stopnje ustreznosti terminološkim načelom in avtoritete avtorja termina na uveljavljenost terminov smo preverili z regresijskim modelom na 82 izbranih terminih. S to analizo smo skušali ugotoviti, v kolikšni meri lahko pojasnimo variabilnost odvisne spremenljivke – uveljavljenosti izraza – z neodvisnimi spremenljivkami. Izkazalo se je, da med avtoriteto avtorja in ustreznostjo terminološkim načelom ni povezanosti ( $r = 0,18$ ;  $p = 0,12$ ). To pomeni, da je več kot 5-odstotno tveganje, da bi lahko potrdili povezanost. Med ustreznostjo terminološkim načelom in uveljavljenostjo terminov je močna povezanost ( $r = 0,73$ ;  $p < 0,01$ ). Med avtoriteto avtorja in uveljavljenostjo terminov pa se je pokazala manjša povezanost ( $r = 0,36$ ;  $p > 0,01$ ).

Glede na to, da smo postavili hipotezi, ki govorita o pozitivnem vplivu ustreznosti terminološkim načelom in avtoritete avtorja termina, smo pri regresijski analizi uporabili enostranski test. Ugotovili smo, da obe neodvisni spremenljivki pomembno vplivata na uveljavljenost terminov, vendar je ustreznost terminološkim načelom pomembnejša (po  $\beta$  in  $t$ ). Vpliv avtoritete avtorja na uveljavljenost lahko potrdimo pri manj kot 1-odstotnem tveganju ( $\beta = 0,24$ ), prav tako vpliv ustreznosti terminološkim načelom ( $\beta = 0,68$ ).

Z neodvisnima spremenljivkama smo pojasnili 57 % variabilnosti spremenljivke uveljavljenost terminov, kar je veliko; iz tega lahko sklepamo, da drugi dejavniki niso tako pomembni. S statistično značilnim modelom<sup>6</sup> smo torej dobili najpomembnejše dejavnike, ki vplivajo na uveljavljenost terminov. Na osnovi analize pa smo potrdili hipotezi o vplivu avtoritete avtorja termina in stopnje ustreznosti terminološkim načelom na uveljavljenost terminov.

<sup>5</sup> Analiza je podrobneje predstavljena v magistrskem delu avtorice članka z naslovom *Problematika strokovnega izrazja v odnosih z javnostmi*, ki je dostopna na [http://dk.fdv.uni-lj.si/magistrska/pdfs/mag\\_Lumbar-Katja.PDF](http://dk.fdv.uni-lj.si/magistrska/pdfs/mag_Lumbar-Katja.PDF).

<sup>6</sup> F-statistika, ki predstavlja razmerje med pojasnjeno in nepojasnjeno varianco, znaša 54,8 pri manj kot 1-odstotnem tveganju.



#### 4 Vpliv skupin avtorjev na uveljavljenost izbranih terminov

Predvideli smo, da bo višja stopnja uveljavljenosti terminov, ki so jih tvorili strokovnjaki za odnose z javnostmi, saj imajo večjo avtoriteto med praktiki kot jezikoslovci in bolje razumejo strokovne pojme, zato jih tudi bolj natančno poimenujejo. Domnevo smo preizkušali s T-testom, ki testira razlike med povprečji dveh neodvisnih vzorcev. Povprečna vrednost uveljavljenosti terminov pri strokovnjakih znaša 3,6, medtem ko je povprečna vrednost pri jezikoslovcih 4,1. Stopnja uveljavljenosti terminov, ki so jih tvorili jezikoslovci, je tako večja od stopnje uveljavljenosti terminov, ki so jih tvorili strokovnjaki za odnose z javnostmi ( $t = -2,3$ ; tveganje je manj kot 5-odstotno).

#### 5 Povprečja uveljavljenosti terminov glede na ustreznost posameznim terminološkim načelom

Iz raziskave<sup>7</sup> je razvidno, da so se bolj uveljavili izvorno slovenski izrazi kot spojenke in citatne besede. To tudi kaže na dejstvo, da so se z leti termini večinoma poslovenili. Pri jezikovni ustreznosti med bolj uveljavljenimi termini izstopajo le prevzeti termini (*PR*, *piarovec*, *press center*, *no comment*). Presenetljivo je, da imajo višje vrednosti, torej naj bi bili manj ustrezni, tudi izrazi jezikovnega tvorca Branka Gradišnika (npr. *javnostništvo* in *seznanilka*) in termin *izložek komuniciranja* avtorjev Grubana, Verčiča in Zavrla. To povezujemo s tem, da so verjetno uporabniki izraze, ki jih ne poznajo oz. ne uporabljajo, pogosteje ocenili za neustrezne pri naslednjih vprašanjih o ustreznosti terminološkim načelom. Med jezikovno ustreznostjo in zmožnostjo tvorjenja besedne družine v vrednostih ni bilo večjih razlik. V splošnem se je pokazalo, da večina obravnavanih terminov po mnenju uporabnikov ustreza vsem obravnavanim načelom oz. so neustreznost zaznali le strokovnjaki na svojih področjih (jezikoslovci na ravni jezikovne ustreznosti, pri prevzetih besedah in poslovenjenih izrazih ali neologizmih, ki se še uveljavljajo oz. se niso uveljavili; strokovnjaki za odnose z javnostmi pri pomenski natančnosti in rabi). Med manj uveljavljenimi termini pa se je pokazalo, da so uporabniki občutljivi tudi na pomensko natančnost, ki se med vsemi dejavniki najbolj povezuje z uveljavljenostjo terminov.

#### 6 Sklep

Z raziskavo smo želeli preveriti vpliv stopnje ustreznosti terminološkim načelom in avtoritete avtorja termina na uveljavljenost terminov v odnosih z javnostmi. Z neodvisnima spremenljivkama smo pojasnili 57 % variabilnosti spremenljivke uveljavljenost terminov, s čimer se je potrdilo, da drugi dejavniki niso tako pomembni kot izbrana dva. Analiza je pokazala, da obe spremenljivki pomembno vplivata na

<sup>7</sup> Podrobna analiza uveljavljenosti terminov je dostopna v osebнем arhivu avtorice.

uveljavljenost terminov, torej sta hipotezi potrjeni, model pa se je izkazal kot statistično značilen.

Glede na rezultate analize med uporabniki po posameznih spremenljivkah se je pokazala večja uveljavljenost terminov med strokovnjaki za odnose z javnostmi, ki tudi pripisujejo večji pomen pomenski natančnosti terminov in manj drugim dejavnikom. Spodbudno je, da so jezikovnokulturno ozaveščeni in se zavedajo, kateri termini so bolj in kateri manj ustrezni. Vprašanja o zmožnosti tvorjenja besedne družine nihče od uporabnikov verjetno ni najbolje razumel, zato je bilo pri tem dejavniku veliko neodločnih odgovorov (»niti da niti ne«). Jezikoslovci so jasno pokazali svojo strokovno kompetenco pri jezikovni ustreznosti, pri zmožnosti tvorjenja besedne družine pa niso bili tako prepričljivi. Ozko strokovnih izrazov večinoma ne poznajo. Predvidevali smo, da se bodo študenti pokazali kot manj strokovno kompetentni, vendar ni bilo tako, predvsem ne pri rabi in pomenski natančnosti. Njihova posebnost je, da so bolj naklonjeni tujim izrazom kot druge skupine. Pri odnosu do dolžine terminov med uporabniki ni bilo posebnih razlik.

Vsekakor so rezultati pokazali, da je strokovna kompetenca pri tvorjenju terminov zelo pomembna. Tako so, kot smo predvidevali, bolj strokovno na vprašanja o rabi in pomenski natančnosti odgovarjali strokovnjaki, na vprašanja o jezikovni ustreznosti in zmožnosti tvorjenja besedne družine pa jezikoslovci; študenti so dosegali povprečje oz. so se bolj nagibali k povprečju strokovnjakov za odnose z javnostmi.

Največ zanimanja in ustrezno izpolnjenih vprašalnikov je bilo med strokovnjaki za odnose z javnostmi, ki so tudi najbolj strokovno kompetentni in so izraze, razen novih tvorjenk, večinoma dobro poznali. Po mnenju uporabnikov je bil vprašalnik kar dolg in težek, zato smo bili s številom v celoti izpolnjenih vprašalnikov še toliko bolj zadovoljni. Največje težave so anketirancem povzročala točno določena vprašanja. Vprašalnik je predvideval, da bosta glavni skupini uporabnikov (jezikoslovci in strokovnjaki) težje odgovorili na vsaj dve vprašnji in zgornje ugotovitve so to potrdile. Jezikoslovci so imeli težave pri presojanju, ali so posamezni izrazi dovolj pomensko natančni, prav tako niso pisali izvernih dvojnic (le za bolj znane izraze) oz. so jih navajali zelo redko. Najredkeje so jih navajali študenti, kar je verjetno povezano z njihovo manjšo motiviranostjo za izpolnjevanje.

Ugotovili smo, da na uveljavljenost terminov najbolj vpliva pomenska natančnost izrazov, tej pa sledi jezikovna ustreznost. Vse povezave med neodvisnimi spremenljivkami so statistično značilne, najbolj pa sta povezani pomenska natančnost in jezikovna ustreznost ter jezikovna ustreznost in zmožnost tvorjenja besedne družine.

Tudi avtoriteta avtorja termina pomembno vpliva na uveljavljenost terminov, vendar manj kot stopnja ustreznosti terminološkim načelom. Pokazalo se je, da so se izvorno slovenski izrazi bolj uveljavili kot prevzeti, kar kaže, da so se slednji z leti poslovenili in oblikovali novi. Vendar pa slovenjenje in neologizmi glede na izsledke analize niso vedno najboljša rešitev, če je neki prevzeti izraz že uveljavljen in pomensko natančnejši, saj se velikokrat ti novi termini uveljavijo težje ali sploh ne (npr. termini Branka Gradišnika). Zgled termina *odnosi z javnostmi* potrjuje, da terminološki dogovor pomaga, vendar pa se še danes zelo pogosto v javnosti pojavlja termin *stiki z javnostjo* ali *odnosi z javnostjo*.

Raziskava je pokazala, kako pomembno in odgovorno delo je tvorjenje

strokovnih izrazov, česar bi se morali strokovnjaki za odnose z javnostmi, jezikoslovci oz. vsi uporabniki terminov bolj zavedati. Prednostna naloga strokovnjakov bi morala biti stalna skrb za terminologijo oz. tvorjenje novih poimenovanj skladno z njihovo strokovno kompetenco, jezikoslovci pa bi morali v sodelovanju z njimi poskrbeti, da bodo ta jezikovno ustrezna. Z ustanovitvijo delovne skupine t. i. vplivnih avtoritet bi bila pot do uveljavljenosti novih, ustreznih izrazov hitrejša in učinkovitejša. Stroka odnosov z javnostmi je odločilen korak že naredila s projektom TERMIS<sup>8</sup> in se tako načrtno usmerila k pomembnemu cilju vsake stroke: standardizaciji strokovnega izrazja.

## Viri

- Ašanin Gole – Verčič 2000 = Pedja Ašanin Gole – Dejan Verčič, *Teorija in praksa slovenskih odnosov z javnostmi: 1990–2000*, Ljubljana: Slovensko društvo za odnose z javnostmi, 2000.
- COBIB.SI = COBIB.SI: vzajemno-kataložna baza podatkov (<http://cobiss1.izum.si/scripts/cobiss?ukaz=BASE&bno=99999&id=1435092969448217>), dostop 20. 10. 2005.
- Hunt – Grunig 1995 = Todd Hunt – James E. Grunig, *Tehnike odnosov z javnostmi*, prev. Branko Gradišnik, Ljubljana: DZS, 1995.
- Gruban – Maksimovič – Verčič – Zavrl 1990 = Brane Gruban – Meta Maksimovič – Dejan Verčič – Franci Zavrl, *ABC PR: odnosi z javnostmi na prvi pogled*, Ljubljana: Tiskovno središče Ljubljana, 1990.
- Gruban – Verčič – Zavrl 1994 = Brane Gruban – Dejan Verčič – Franci Zavrl, *Odnosi z javnostmi v Sloveniji: raziskovalno poročilo*, Ljubljana: Pristop, 1994.
- Gruban – Verčič – Zavrl 1997 = Brane Gruban – Dejan Verčič – Franci Zavrl, *Pristop k odnosom z javnostmi*, Ljubljana: Pristop, 1997.
- Gruban – Verčič – Zavrl 1998 = Brane Gruban – Dejan Verčič – Franci Zavrl, *Preiskok v odnose z javnostmi: zbornik o slovenski praksi v odnosih z javnostmi*, Ljubljana: Pristop, 1998.
- Ilič 2004 = Helena Ilič, *Angleško-slovenski glosar terminov s področja odnosov z javnostmi: diplomatska naloga*, Ljubljana: Filozofska fakulteta, 2004.
- Povše 1989 = Biserka Povše, *Public relations in organizacijski marketing: diplomatska naloga*, Ljubljana: [B. Povše], 1989.
- Verčič 1995 = Dejan Verčič, *Odnosi z javnostmi: nastanek, zgodovina in teorije: magistrska naloga*, Ljubljana: [D. Verčič], 1995.
- Verčič – Zavrl – Rijavec 2002 = Dejan Verčič – Franci Zavrl – Petja Rijavec, *Odnosi z mediji*, Ljubljana: Pristop, 2002.

<sup>8</sup> Terminološka zbirka podatkov odnosov z javnostmi je nastala v raziskovalnem projektu Terminološke baze podatkov kot osnova strokovnih znanj: model za sistematizacijo terminologij. Projekt je pod vodstvom Nataše Logar potekal v letih 2011–2013. Zbirka je javno dostopna na <http://www.termania.net/>.

## Literatura

- Cabré 1999 = Maria Teresa Cabré, *Terminology: theory, methods and applications*, Amsterdam: John Benjamins, 1999.
- Cruse idr. 2002 = Alan Cruse – Franz Hundsniurscher – Michael Job – Peter Rolf Lutzeier, *Fachsprachen: ein Internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft = Languages for Special Purposes: an International Handbook of Special Language and Terminology Research*, Berlin – New York: Walter de Gruyter GmbH & Co., 2002.
- Faber 2009 = Pamela Faber Benítez, The cognitive shift in terminology and specialized translation, *MonTI, Monografías de Traducción e Interpretación*, 2009, 107–134.
- Humar 2004 = Marjeta Humar (ur.), *Terminologija v času globalizacije*, Ljubljana: ZRC SAZU, 2004.
- ISO-standard 704, 1985, *Principles and Methods of Terminology*, International Organization for Standardization, 12.
- Kalin Golob 2001a = Monika Kalin Golob, Družboslovno strokovno izrazje, *Družboslovne razprave* 17 (2001), št. 36, 119–122.
- Kalin Golob 2001b = Monika Kalin Golob, Tvorjenje komunikološkega izrazja ob prevajanju temeljnih komunikoloških del v: *Komunikološka hrestomatija* 1, ur. Slavko Splichal, Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, 251–260.
- Kalin Golob – Logar 2008 = Monika Kalin Golob – Nataša Logar, Terminologija odnosov z javnostmi: od upoštevanja terminoloških načel do pridobivanja podatkov iz besedil, *Teorija in praksa* 45 (2008), št. 6, 663–677.
- Korošec 1972 = Tomo Korošec, *Pet minut za boljši jezik*, Ljubljana: DZS, 1972.
- Leder 1986 = Zvonka Leder, O terminologizaciji jezikovnega znaka, v: *Slovenski jezik v znanosti* 1, ur. Ada Vidovič Muha, Ljubljana: Znanstveni inštitut Filozofske fakultete, 1986 (Razprave Filozofske fakultete), 195–201.
- Lumbar 2006 = Katja Lumbar, *Problematika strokovnega izrazja v odnosih z javnostmi: magistrska naloga*, Ljubljana: [K. Lumbar], 2006. (Tipkopis.)
- Packeiser 2009 = Kirsten Packeiser, *The General theory of Terminology: A Literature Review and a Critical discussion*, Copenhagen: Copenhagen Business School, 2009. ([http://studenttheses.cbs.dk/bitstream/handle/10417/655/kirsten\\_packeiser.pdf?sequence=1](http://studenttheses.cbs.dk/bitstream/handle/10417/655/kirsten_packeiser.pdf?sequence=1))
- Škiljan 1999 = Dubravko Škiljan, *Javni jezik: k lingvistiki javne komunikacije*, Ljubljana: Studia humanitatis, 1999.
- Urbančič 1973 = Boris Urbančič, *O jezikovni kulturi*, Ljubljana: Cankarjeva založba, 1973.
- Verovnik 2002 = Tina Verovnik, Slovensko izrazje odnosov z javnostmi, *Teorija in praksa* 39 (2002), št. 5, 755–765.
- Vidovič Muha 2000 = Ada Vidovič Muha, *Slovensko leksikalno pomenoslovje: govorica slovarja*, Ljubljana: Znanstveni inštitut Filozofske fakultete, 2000.

Žagar Karer 2011 = Mojca Žagar Karer, *Terminologija med slovarjem in besedilom: analiza elektrotehniške terminologije*, Ljubljana: Založba ZRC, ZRC SAZU, 2011.

**The Influence of the Degree of Conformity to Terminological Principles  
and the Authority of the Creator of a Term on Establishment  
of Terms in Public Relations**

Summary

This article deals with the influence of the degree of conformity to terminological principles and the authority of their creators on the establishment of terms in public relations. The statistical analysis is based on a selection of terms from printed material in public relations from 1989 to 2004, when a basic terminological corpus was created, and public relations asserted itself and achieved legitimacy. The correlation analysis indicates that the strongest connection among terminological principles is between linguistic suitability and ability to create a word family, and that semantic precision has the most influence on establishment of terms. Analysis of variance by users confirmed that in creating terms linguists primarily take into account linguistic suitability and ability to create a word family, whereas public relations experts primarily take into account semantic precision. The findings demonstrate that the authority of the creators of terms influences their establishment, and that the degree of conformity to terminological principles has even greater influence. Both factors investigated are important, and this should be borne in mind by all creators and users of specialized terminology.