

# TERMINOLOGIJA ODNOSA S JAVNOŠĆU U SLOVENSКОM JEZIKU

**Nataša Logar Berginc :: Dejan Verčič :: Monika Kalin Golob**

ZNANSTVENI ČLANAK - PRETHODNO PRIOPĆENJE / UDK 659.4(=163.6)(038), 8:004.9(=163.6)(038) /  
PRIMLJENO: 12.02.2013.

**SAŽETAK** Rad ima dva polazišta: (a) razvoj slovenskoga (i hrvatskoga) jezika na području znanosti i struka sve više ograničava usko shvaćena internacionalizacija visokoga školstva i znanosti; (b) u digitalnom dobu područja uporabe gube oni jezici koji su premalo poduprti jezičnom tehnologijom. Na primjeru slovenskoga nazivlja odnosa s javnošću<sup>1</sup> prikazujemo kako je moguće suočiti se s jednim i s drugim: u projektu TERMIS na temelju prethodno izgrađenoga korpusa stručnih tekstova KoRP, koji je lematiziran i označen morfosintaktičkim kategorijama i slobodno dostupan na internetu, najprije smo programom LUIZ identificirali jednorječne i višerječne terminološke kandidate, a zatim smo automatski pomoću alata Sketch Engine i njegove aplikacije Skice riječi pomoću alata GDEX također dobili tipičnu tekstnu okolinu i najbolje rječničke primjere. Infrastruktura koja nastane u projektu bit će slobodno dostupna nakon njegova završetka (lipanj 2013.). Rječnik će sadržavati 2000 pojmova iz područja odnosa s javnošću i moći će se smatrati modelom prema kojemu bi mogli nastajati suvremeni terminološki rječnici i drugih struka.

## KLJUČNE RIJEČI

JEZIČNA POLITIKA, DIGITALIZACIJA, TERMINOLOGIJA, TERMIS, KORPUS, AUTOMATSKA EKSTRAKCIJA TERMINOLOŠKIH KANDIDATA, INTERNETSKI RJEČNIK

*Bilješka o autorima*

**Nataša Logar Berginc** :: Fakulteta za društvene vede, Univerza v Ljubljani, Slovenija ::  
nataša.logar@fdv.uni-lj.si

**Dejan Verčič** :: Fakulteta za društvene vede, Univerza v Ljubljani, Slovenija ::  
dejan.vercic@fdv.uni-lj.si

**Monika Kalin Golob** :: Fakulteta za društvene vede, Univerza v Ljubljani, Slovenija ::  
monika.kalin-golob@fdv.uni-lj.si

<sup>1</sup> Ovdje koristimo naziv odnosi s javnošću (jednina) a ne odnosi s javnostima (kako je službeno prihvaćeno u slovenskom) zbog hrvatskog jezika (više o tome u poglavlju *Odnosi s javnošću u Sloveniji i u svijetu*).

## UVOD

Slovenski jezik određuje nacionalni identitet Slovenaca kao što hrvatski jezik određuje nacionalni identitet Hrvata. Gotovo istodobno kad su ta dva naroda stvorila svoje države, njihovi su se jezici našli pred novima izazovima: (a) još tješnjim jezičnim suživotom u novim oblicima međunarodnih povezivanja, osobito u Europskoj uniji, i (b) digitalizacijom, koja osim brojnih koristi za jezike može imati i negativne nuspojave – među njima i ekstremnu nuspojavu u obliku jezične smrti (Crystal, 2000; Kornai, 2012). U nastavku ćemo prikazati kako smo na oba izazova odgovorili na primjeru slovenske terminologije odnosa s javnošću i pokušali objasniti zašto je riječ o primjeru u koji bi se bilo moguće i pametno ugledati.

### Jezična politika: jezici struka, znanosti i visokoga školstva

U Sloveniji i Hrvatskoj posljednjih su se godina pojavila nova jezičnopolitička pitanja na više područja – u Sloveniji primjerice uređenje slovenskoga jezika kao drugoga i stranoga jezika te jezika manjina i doseljenika, a u vezi s razvojem znanosti i struka (osobito zbog bolonjske reforme i težnje za internacionalizacijom, koja je, između ostaloga, donijela želju za većom razmjenom studenata i nastavnika te istraživača) u prvom je planu pitanje razvoja stručnoga jezika, odnosno uporabe jezika u visokom školstvu i znanosti (Stabej, 2010; Humar i Žagar Karer, 2010; *Nacionalni program za jezičnu politiku 2012. – 2016.: nacrt*; Kalin Golob, 2012; Kalin Golob i dr., 2012). Usko shvaćena internacionalizacija, koja se interpretira kao što veća ponuda visokoškolskih programa na engleskome jeziku, mogla bi donijeti odustajanje od slovenskoga jezika kao nastavnoga jezika slovenskoga visokog školstva (u sadašnjem zakonodavstvu deklarativno, doduše, još uvijek jedinoga visokoškolskog jezika, uz nekoliko iznimaka), što za jezik, gledano sociolingvistički, znači gubitak važnoga područja uporabe. Nedavno provedena usporedna studija o nastavnom jeziku u visokom školstvu u Sloveniji i odabranim europskim zemljama (Kalin Golob i dr., 2012: 19) ponovila je zaključak Ine Druviete (2007: 2) da je primjerice u Nizozemskoj, Danskoj, Švedskoj i Njemačkoj sve više diplomanata koji tečno govore engleski, a istodobno su nekompetentni kao stručnjaci na službenom jeziku svoje države. U *Novom okviru za strategiju o višejezičnosti u Europskoj uniji (A New Framework, 2005: 11)* Europska komisija upozorava da težnja zemalja u kojima se ne govori engleski za nastavom na engleskom jeziku umjesto na vlastitom jeziku može imati neslućene posljedice za vitalnost njihovih jezika. Odgovorna jezična i državna politika u Sloveniji i u Hrvatskoj razumjet će koliko je važno očuvanje jezika u punom funkcionalnom opsegu, što nikako nije u suprotnosti s ostvarivanjem zajedničkoga europskoga visokoškolskog prostora – baš naprotiv: ono pridonosi njemu (Kalin Golob i dr., 2012: 23).

### Opremljenost jezika za doba digitalizacije

Iz dvaju opširnijih istraživanja provedenih 2012. godine može se sažeti nekoliko važnih podataka:

>Kornai (2012; također Krek u Pucelj, 2012) je utvrdio da se od 252 jezika prisutna na Wikipediji samo 16 smatra sigurnima, 83 živima (među njima su također slovenski i hrvatski jezik), 90 je graničnih, a 40 već mrtvih.

>Istraživanje META-NET-a, koje je proučavalo 30 europskih jezika, pokazalo je da je od 30 istraživanih jezika u digitalnom dobu čak 21 jezik premalo poduprt jezičnom tehnologijom, odnosno da je ugrožen – među njima su i slovenski i hrvatski jezik (Krek, 2012b; Tadić, Brozović-Rončević i Kapetanović, 2012). Digitalna ugroženost slovenskoga jezika uključuje premalu potporu u procesiranju govora, strojnom prevođenju i strojnoj analizi tekstova, a kod jezičnih izvora (korpusi pisanih i govorenih tekstova i sl.) slika slovenskoga jezika prilično je povoljna (Krek, 2012c). Stanje je u hrvatskom jeziku nešto lošije (Krek, 2012c), ali treba istaknuti da je, između ostaloga, upravo u tijeku izgradnja *Hrvatskoga nacionalnog korpusa* (<http://www.hnk.ffzg.hr/>; Tadić, 2003). Ključno je dakle za oba jezika donošenje osnovnih jezičnopolitičkih i istraživačkih usmjerenja o razvoju suvremenih jezičnih izvora, priručnika, alata i usluga. To u jednakoj mjeri vrijedi za pojedine dijelove nacionalnih jezika, a u nastavku ćemo na primjeru odnosa s javnošću razmišljati prije svega o jezicima struka – jezična smrt započinje naime upravo tada kad se jezik na nekim područjima uopće više ne upotrebljava (Crystal, 2000: 21).

## ODNOSI S JAVNOŠĆU U SLOVENIJI I U SVIJETU

Počeci suvremenih odnosa s javnošću sežu u prapovijest – ljudi oduvijek pokušavaju utjecati na druge ljudi komuniciranjem. Zato početke slovenskih odnosa s javnošću nalazimo u svim ključnim trenucima stvaranja slovenskoga jezika i nacije:

- > u Brižinskim spomenicima iz ranoga srednjeg vijeka (najvjerojatnije prije 1000. godine naše ere), koji sadržavaju najstarije tekstove na slovenskom jeziku, a služili su kao putni biskupski priručnici;
- > u djelima prvaka slovenskoga protestantizma Primoža Trubara (1508.–1586.), koji nije bio samo prvi veliki slovenski komunikator već i prvi pisac o važnosti komuniciranja;
- > u oblikovanju i uporabi slogana *Ujedinjena Slovenija* (1848.) te u političkim taborima koji su se pod njim odvijali 1868.–1871.;
- > u izdavanju slovenskoga tiska sredinom 19. stoljeća, osobito u formiranju tvorničkih glasila na početku 20. stoljeća;
- > u slovenskoj partizanskoj i revolucionarnoj propagandi, koja je u drugoj polovici 20. stoljeća prešla u samoupravno informiranje, obavještavanje, sporazumijevanje i dogovaranje.

Povijest odnosa s javnošću različiti autori u različitim dijelovima svijeta opisuju različito. Za sjevernoameričke autore suvremeni odnosi s javnošću započeli su u 19. stoljeću u SAD-u (Heath, 2005), a nakon Drugoga svjetskog rata SAD ih je izvezio po svijetu (v. Motion i dr., 2009, za Australaziju; Inoue, 2009, za Japan; Kim, 2009, za Koreju; Flodin, 2009, za Švedsku; Muzi Falconi, 2009, za Italiju; Rebeil Corella i dr., 2009, za Meksiko). Za britanske istraživače odnosi s javnošću započeli su uporabom komunikacijskih tehnologija (tiska i telegrafa) pri upravljanju njihovim imperijem (L'Etang, 2004; White, L'Etang i Moss, 2009), tako da autori iz njihovih nekadašnjih kolonija nalaze začetke odnosa s javnošću u svojim državama pod utjecajem Britanije, a ne SAD-a (v. Chay-Németh, 2009, za Singapur; Koper, Babaleye i Jahansoozi, 2009, za Nigeriju; Mbeke, 2009, za Keniju). Nijemci su našli

samonikle začetke kod sebe: pruski *Ministerial-Zeitungsbüro* godine 1841. na vladinoj strani i slavne industrijalce (Alfreda Kruppa, Emila Rathenaua i Wenera von Siemensa) na gospodarskoj strani (Bentele i Wehmeier, 2009). Za Europljane iz srednje i istočne Europe odnosi s javnošću u njihovim državama pojavili su se tek devedesetih godina 20. stoljeća (v. Lawniczak, Rydzak i Trębecki, 2009, za Poljsku; Verčič, 2009, za Sloveniju; Rogojinaru, 2009, za Rumunjsku; Tsetsura, 2009, za Rusiju), iako neki autori nalaze odnose s javnošću u svojim zemljama još i prije (Hajoš i Tkalac, 2004, za Hrvatsku; Szondi, 2009, za Mađarsku). Međutim i Betteke van Ruler (2009), koji je korijen suvremenih nizozemskih odnosa s javnošću našao u 18. stoljeću u prosvjetiteljstvu te u lokalnoj zamisli *voorlichting*, priznaje da je suvremeni izraz za odnose s javnošću, *public relations* (sic!), došao u Nizozemsku tek u kasnim četrdesetim godinama 20. stoljeća. Kako zaključuju Keith Thurley i Hans Wirdenius (1989: 25), do 20. stoljeća u europskim jezicima nije bilo posebnoga izraza za pojam *management*, a isto vrijedi i za odnose s javnošću: odnosi s javnošću menadžerski su koncept sjevernoameričkoga podrijetla (Sriramesh i Verčič, 2012; Sriramesh i White, 1992; Verčič i Grunig, 2000: 12). Odatle proizlazi i problem njegova prijevoda na druge jezike. Odnosi s javnošću su u američkom engleskom jeziku "*menadžment komuniciranja između organizacije i njezinih javnosti*"<sup>1</sup> (Grunig i Hunt, 1984: 6), kod kojega su "javnosti uvijek posebne" pa je "opća javnost" logično nemoguća (Grunig i Hunt, 1984: 138). U tom su smislu "public relations" uvijek "odnosi s javnostima" (u pluralu), dok se u arapskom jeziku te germanskim i slavenskim jezicima (s izuzetkom slovenskog) govori o singularnoj javnosti. Da originalni američki izraz nije jasan ni u standardnom britanskom engleskom, može se zaključiti iz ove izjave poznate britanske profesorice odnosa s javnošću na Metro-politanskom sveučilištu u Leedsu: "Odnosi s javnošću imaju puno šire značenje nego što im se obično daje u Europi, gdje se obično odnose na vanjsko komuniciranje s usredotočenošću na odnose s medijima" (Gregory, 2011: 92). Zbog svih tih jezičnih nedoumica u Europi se upotrebljavaju drugi nazivi za isto područje, kao što su na primjer *komunikacijski menadžment* i *strateško komuniciranje*.

Na slovenskom jeziku odnosi s javnošću do devedesetih godina 20. stoljeća zvali su se "kontakti s javnošću". Godine 1990. na osnivačkoj skupštini novoga udruženja dogovoreno je da će se ubuduće struka zvati "odnosi s javnostima" te je izašla i prva knjiga s tim naslovom (Gruban i dr., 1990). Bilo je nekoliko prigovora od strane nekih slovenista da je "javnost" u slovenskom jeziku imenica koja ima samo jedninu i da zato novi naziv nije pravilan, ali je prevladala spoznaja (usp. npr. Verovnik, 2002) da je pravilno imenovanje struke na slovenskom jeziku od sudbonosne važnosti za njezin daljnji razvoj. I obratno: da se slovenski jezik neće razvijati ako se ne bude razvijalo njegovo stručno nazivlje – pa i na području odnosa s javnošću.

## RJEČNIK SLOVENSKEGA NAZIVLJA ODNOSA S JAVNOŠĆU

Odnosi s javnošću kulturna su praksa i profesija. Njihovo ime i osnovni pojmovi izrazito su američki i gotovo neprevodivi na mnoge jezike – na arapski te na većinu germanskih i slavenskih jezika (van Ruler i Verčič, 2002, 2005; van Ruler i dr., 2004; Verčič, 2000; Verčič i

<sup>1</sup> Kosi tisak u originalu.

dr., 2001). To potiče zanimljiva pitanja profesionalnoga postojanja i razvoja s jedne strane (Verčič, 2002, 2004, 2009; Verčič, Grunig i Grunig, 1996) te jezično-kulturnoga razvoja s jezičnom politikom s druge strane (Kalin Golob i Logar Berginc, 2008a, 2008b): teško je govoriti o slovenskim odnosima s javnošću ako se ne mogu imenovati njihovi osnovni pojmovi na slovenskom jeziku; i istodobno – kako smo već ustanovili – teško je govoriti o živosti jezika koji nije sposoban na svim područjima stvoriti vlastito nazivlje. Da bismo se istodobno i cjelovitije suočili s objema poteškoćama, 2010. godine šest slovenskih istraživačkih ustanova predložilo je Javnoj agenciji za istraživačku djelatnost Republike Slovenije u sufinanciranje istraživački projekt s naslovom *Terminološke baze podataka kao osnova stručnih znanja: model sistematizacije nazivlja*.

## Projekt

Projekt je kratko nazvan TERMIS (<http://www.termis.fdv.uni-lj.si/>). Traje od srpnja 2011., a završit će u lipnju 2013. Njegov je cilj izrada terminološkoga rječnika odnosa s javnošću koji će biti besplatno dostupan na internetu na adresi [www.termiana.net](http://www.termiana.net). Ciljevi su projekta ovi:

>Izrada slobodno dostupne internetske rječničko-intertekstualne terminološke baze podataka za struku odnosi s javnošću koja će sadržavati 2000 pojmova s objašnjenjima, prijevodnim paralelama za pojmove na engleskom jeziku i prikaz tipične tekstne okoline. Svaki pojam imat će mogućnost preklopa u specijalizirani korpus tekstova odnosa s javnošću KoRP (Logar, 2007) te korpus slovenskoga jezika Gigafida ([www.gigafida.net](http://www.gigafida.net); Logar Berginc i sur., 2012).

>Razvoj tehnološke infrastrukture u kojoj će biti integriran proces izgradnje specijaliziranoga korpusa, automatskoga identificiranja terminologije te prijenos liste potencijalnih pojmova u mrežni alat za izradu i sređivanje rječničkih natuknica na način koji će tehnološki i terminografski neukom stručnjaku omogućiti brz početak terminološkoga rada na svojem stručnom području. Infrastruktura će nakon završetka projekta biti slobodno dostupna na internetu.

U projektu pratimo korpusni pristup leksikografiji i terminografiji te najnovije spoznaje s leksikografijom povezanih jezičnih tehnologija (npr. Atkins i Rundell, 2008; Bergenholtz i Tarp, 1995; Biber, Conrad i Reppen, 1998; Halliday i sur., 2004; Hanks, 2008; Logar i Vintar, 2009; Logar Berginc i dr., 2012), a s jezičnotehnološkoga vidika može se istaknuti troje: korpus tekstova odnosa s javnošću koji predstavlja cijelu struku odnosa s javnošću u Sloveniji; automatsko identificiranje terminoloških kandidata iz korpusa i automatska ekstrakcija tekstne okoline zajedno s dobrim rječničkim primjerima.

## Korpus tekstova odnosa s javnošću

Korpus je jedinstvena, standardno označena i strukturirana zbirka autentičnih tekstova nastala prema unaprijed određenim mjerilima i s određenim ciljem, dostupna u elektroničkom obliku i opremljena alatima koji omogućuju višeslojno traženje i statističku obradu podataka (Aijmer i Altenberg, 1991; Biber, Conrad i Reppen, 1998; Bowker i Pearson, 2002: 9; Čermák, 2005/1995: 137, itd.). Na osnovi korpusa stručnjaci za pojedina područja i jezikoslovci koji sudjeluju u pripremi terminoloških rječnika ili terminoloških zbirki

podataka mogu svoju interpretaciju osloniti na podatke dobivene iz jezične uporabe (Logar Berginc i dr., 2012: 135). Takav pristup primjetno kvalitativno i kvantitativno nado-građuje, mogli bismo reći i objektivizira, terminografiju koja se zasniva na slučajnim ispisima i subjektivnom osjećaju jedne osobe ili manje skupine stručnjaka (Logar Berginc, 2008; Logar Berginc i Gorjanc, 2008; Logar Berginc, 2009).

TERMIS proizlazi iz korpusa tekstova odnosa s javnošću KoRP ([http://nl.ijs.si/noske/sl-spec.cgi/first\\_form?corpname=korp\\_sl](http://nl.ijs.si/noske/sl-spec.cgi/first_form?corpname=korp_sl)). Korpus je lematiziran i označen morfosintak-tičkim kategorijama (Erjavec, 2003: 70-71; Erjavec i Vintar, 2004: 100; Gorjanc, 2005: 56-70; Grčar, Krek i Dobrovoljc, 2012) i dostupan također u alatu Sketch Engine (<http://www.sketchengine.co.uk/>), koji između ostaloga omogućava automatsko generiranje tekstnih skica (Kilgarriff i Rundell, 2002; Kilgarriff i sur., 2004; Krek i Kilgarriff, 2006; Krek, 2012a; Slika 1, Slika 2). KoRP sadrži 1,8 milijuna riječi. Jednojezičan je, sinkron, pisani i statički korpus stručnih tekstova. Zadovoljavanjem unaprijed definirane mreže mjerila za prikupljanje i izbor tekstova pokušava što bolje predstavljati čitavu struku odnosa s javnošću u Sloveniji.

Korpus: **KoRP**

Zadetkov: **1882** (857.7 na milijon)

Prva / Prejšnja Stran 1 od 95 Pojdi Naslednja / Zadnja

Slika 1

**Dio konkordancijskoga niza pojma ugled u KoRP-u**

Marketing in odnosi z jav... (2002)	izdelkov, upravljanja blagovne znamke in	ugleda	podjetja, tržne penetracije in razvoja
Delovno mesto v podjetju (1998)	povzamemo po Blacku (1993:11) v nekaj besedah:	ugled	, dojemljivost, kredibilnost, zaupanje,
Delovno mesto v podjetju (1998)	le z namenom, da se ohrani ali izboljša	ugled	organizacije, ampak, da se s komunikacijskimi
Donatorski program Tobačn... (2006)	kulturnim projektom v preteklosti višala	ugled	podjetja v javnosti in da jim je bila slednja
Donatorski program Tobačn... (2006)	komuniciranja s potrošniki ima namen utrjevanja	ugleda	Tobačne Ljubljana in s tem posredno tudi
Donatorski program Tobačn... (2006)	Ob upoštevanju dejstva, da korporativni	ugled	vpliva tudi na privlačnost izdelkov, pa
Donatorski program Tobačn... (2006)	izdelkov, pa je logično, da ima grajenje	ugleda	korporacije, ki ima omejeno oglaševanje
Donatorski program Tobačn... (2006)	Ljubljana. Povezava je smiselna ne le zaradi	ugleda	tradicionalnega dogodka, pač pa tudi zato
Odnosi z lokalno skupnost... (2006)	podjetju in dogajanjih, trajnost odnosov,	ugled	podjetja. Vsem javnostim je bila namenjena
Ob 15-letnici PRSS (2006)	komuniciranjem gladila konflikte, upravljala	ugled	, vplivala na razvoj demokratičnosti družbe
Ob obletnici (2006)	kažejo, da odnosi z javnostmi izgublajo	ugled	. Zaradi lastne nezrelosti, ki je seštevek
Na poti ... (2006)	izboljšati stanje v stroki in pridobiti	ugled	v širšem okolju, če ne začnemo pri sebi

Kdo je najbolje komunicir... (2006)	seveda pa posledično tudi ne dovolj visokim	ugledom	v očeh splošne javnosti. Vodstvo se je
Kdo je najbolje komunicir... (2006)	prepoznavnost povečali za 22 odstotkov,	ugled	za 42 odstotkov, investicijsko privlačnost
Kdo je najbolje komunicir... (2006)	v Sloveniji. Kljub nadpovprečno visokemu	ugledu	in prepoznavnosti med poslovno javnostjo
Kdo je najbolje komunicir... (2006)	ustrezno sledila ocena prepoznavnosti in	ugleda	družbe v splošni javnosti. Hkrati omejen
Kdo je najbolje komunicir... (2006)	utrditev imena, povečanje prepoznavnosti in	ugleda	družbe v očeh splošne javnosti, smo morali
Kdo je najbolje komunicir... (2006)	smo slovenske raziskave prepoznavnosti in	ugleda	v očeh poslovne in splošne javnosti, dnevne
Kdo je najbolje komunicir... (2006)	kako je bila izvedena raziskava? Analiza	Ugled	2004, Kline&Partner, maj 2004, analiza
Kdo je najbolje komunicir... (2006)	Ugled 2004, Kline&Partner, maj 2004, analiza	Ugled	2005, Kline&Partner, maj 2005; mesečne

Prva / Prejšnja Stran 1 od 95 Pojdi Naslednja / Zadnja

**ugled (samostalnik) KoRP frekvenca = 1882 (857.7 na milijon)**

S_s-koga-česa	590	3.1	S_v_rodil-s	522	2.8
obnovitev	39	10.8	Krka	17	9.48
merjenje	65	10.4	podjetje	192	9.17
graditev	27	10.11	panoga	17	9.03
upravljanje	59	8.87	organizacija	135	8.17
izgrajevanje	8	8.71	korporacija	7	8.13
povezanost	11	8.42	profesija	5	7.71
grajenje	8	8.36	stroka	6	7.16
oblikovanje	21	8.35	poklic	4	7.06
fenomen	7	8.3	znamka	37	6.91
stopnja	27	8.26	agencija	7	6.64
proučevanje	8	8.24	oseba	4	6.05
definicija	13	8.1	Slovenija	4	5.8
ohranjanje	7	8.04	družba	6	5.76
steber	5	8.01	država	4	5.17
vzdrževanje	7	7.87	odnos	8	2.89
gradnja	6	7.82			
ogrožitev	4	7.78			
korist	9	7.69			
ustvarjanje	7	7.59			
izboljšanje	5	7.52			
krepitev	4	7.48			
zaščita	4	7.32			
vzpostavitev	4	7.22			
vrednost	14	7.14			
raziskava	17	7.12			

Slika 2

Dio leksičke skice  
pojma *ugled* u alatu  
Leksičke skice  
(Sketch Engine)

## Identificiranje terminoloških kandidata

Postoji više pristupa identificiranju terminoloških kandidata, a kod gotovo svih riječ je o kombinaciji jezikoslovnoga znanja o prirodi pojmova te korištenju matematičkih svojstava raspodjele riječi i nizova riječi u korpusima (Vintar, 2008: 100; Vintar, 2009: 346-347 i tamo navedena literatura). Kako je podrobnije objašnjeno u Logar Berginc i dr. (2012), iz korpusa KoRP uz pomoć programa LUIZ (Vintar, 2010) željeli smo dobiti pojedinačne terminološke kandidate od jedne riječi (imenice, glagole, pridjeve i priloge) te višerječne terminološke kandidate (imeničke i glagolske kolokacije). Rezultat identificiranja bili su popisi na kojima je bilo ukupno 16 190 jednorječnih jedinica (bez vlastitih imena), odnosno 47 007 višerječnih jedinica (bez vlastitih imena), kao što su: *javnost, organizacija, komuniciranje, medij, ugled; izvijestiti, komunicirati, govoriti; robna marka, lokalna zajednica, ciljna javnost, integrirano marketinško komuniciranje, cjeloviti grafički identitet, dan otvorenih vrata* itd. Popise su pregledala dva stručnjaka odnosa s javnošću, potvrđeno je nešto više od 2000 pojmova s gornjeg popisa pa smo zatim u sljedećoj fazi istraživanja analizirali tekstne okoline.

## Automatska ekstrakcija tekstne okoline i rječničkih primjera

Iztok Kosem, Polona Gantar i Simon Krek (2012) u vezi s oblikovanjem leksičke baze za slovenski jezik (<http://www.slovenscina.eu/spletni-slovar/leksikalna-baza>; Gantar, 2009) napisali su: "Odluka o provedbi automatske ekstrakcije leksičkih podataka iz korpusa (...) proizlazi iz potrebe za skraćanjem vremena i smanjenjem troškova pri izradi rječničkih priručnika te s druge strane iz novih mogućnosti koje pružaju suvremeni alati za analizu velikih rječničkih korpusa." (Kosem, Gantar i Krek, 2012: 118)

Isti razlozi, a i zajednička suradnja u TERMIS-u i projektu *Sporazumijevanje na slovenskom jeziku* (<http://projekt.slovenscina.eu/Vsebine/SI/Domov/Domov.aspx>), u sklopu kojega nastaje spomenuti leksički opis suvremenoga slovenskog jezika, vodili su nas u primjenu postupka pri kojemu smo dobili relevantne podatke o tekstnoj okolini odabranoga pojma ili terminološke veze riječi putem alata Sketch Engine, odnosno njegove aplikacije Skice riječi. Jedina potrebna promjena bila je prilagodba API skripte (engl. Application Programming Interface) i konfiguracije alata GDEX za dobivanje dobrih primjera iz korpusa (više u Kosem, Gantar i Krek, 2012; Krek, 2012a; Kilgarriff i sur., 2004; Kosem i dr., 2011). Tako smo već raščlanjene podatke o tipičnoj tekstnoj okolini za pojedinačne imeničke i glagolske termine (1100 natuknica) zajedno s najboljim primjerima iz korpusa dobili za samo nekoliko sati. Za termin *ugled* prikazujemo ih na Slici 3 - kako se vidi, potrebna je naknadna redakturna jezikoslovca, ali je postupak na taj način vremenski puno kraći i manje zahtjevan, a ujedno je objektivniji jer dobivene podatke inače moramo preurediti i djelomično ih izbrisati, a važno je da su već prikupljeni i ne treba ih tražiti te ručno izdvajati iz mnoštva korpusnih konkordancija, kako prikazuje Slika 1 gore.



### ugled samostalnik

#### sbz0 SBZ2

[obnovitev, merjenje, graditev, upravljanje, izgraevanje, povezanost, grajenje, oblikovanje, fenomen, stopnja, proučevanje, definicija, ohranjanje, steber, vzdrževanje, gradnja, ogrozitev, korist, ustvarjanje, izboljšanje, krepitev, okrnitev, zaščita, utrjevanje, vzpostavitev] *ugleda*

> *Študija primera v tretjem poglavju je zasnovana na teoriji diskurzivne obnovitve **ugleda**, ki sistematično ponuja posamezne strategije (različne vsebinske zasnove sporočil).*

> *Različne strategije diskurzivne obnovitve **ugleda** bomo po posameznih predpostavkah dejanskega stanja prikazali tudi grafično.*

#### SBZ0 sbz2

*ugled* [Krka, podjetje, panoga, organizacija, korporacija, profesija, stroka, poklic, znamka, Britanija, agencija, ministrstvo, oseba, direktor, Slovenija, družba, član, dejavnost, država, odnos]

> *Zaposleni v Krki pa po pričakovanjih **ugled** Krke ocenjujejo še bolje kot strokovna javnost oziroma ga precenjujejo.*

> *Ugotavljala sem range po posameznih skupinah ter ključne značilnosti oziroma dejavnike, ki vplivajo na **ugled** Krke.*

#### pbz0 SBZ0

[korporativen, slab, dober, Krkin, ugoden, močen, uničen, visok, pozitiven, sekundaren, velik, splošen, dolgoročen, nacionalen, lasten, mednarodni, organizacijski, pomemben] *ugled*

> *Ekonomski vrednost korporativnega **ugleda** je lahko po Fombrunu merjena na različne načine.*

> *Menedžerji so spoznali, da je dolgotrajna ekonomska vrednost v močnem korporativnem **ugledu**.*

### Slika 3

#### Dio automatski dobivene okoline i primjeri uporabe za pojam *ugled*\*

\*Formula sbz0 SBZ2 znači imeničku sintagmu u kojoj je razmatrani pojam u jezgri i u drugom padežu (velika štampana slova, broj 2), a ispred nje je imenička sintagma koja može biti u bilo kojem padežu (zato broj 0); takve složene skraćnice bit će u zadnjem obliku rječnika pojednostavljene, pa će biti razumljive i nejezikoslovcima. Za svaku vezu, npr. obnova + ugled, mjerenje + ugled, gradnja + ugled dobili smo, doduše, po dva primjera, ali ih na slici 3 zbog opsega prikazujemo samo za prvu vezu kod svake strukture.

## Primjer rječničke natuknice: ugled

Krajnji oblik rječničke natuknice za pojam *ugled* bit će, doduše, vidljiv tek na mjestu za koje je predviđena, tj. na internetskom portalu [www.termania.net](http://www.termania.net), gdje će joj se moći dodati zvučni snimak izgovora, prikaz ili skrivanje više/manje podataka, a u korpusu KoRP i Gigafida itd. ugrubo je riječ o ovom sastavu (prikazujemo samo raščlanjenost prve strukture, tj. sbz0 SBZ2 sa Slike 3, s primjerima samo kod prve sintagme):

### >ugled

*Ugled izražava splošno mnjenje o posameznikih, skupinah, organizacijah ali drugih stvarah, ki jih ocenjujemo. Smisel pripisovanja ugleda je v predvidevanju prihodnjih dejanj: od subjektov z visokim ugledom pričakujemo dobro, od tistih z nizkim pa zlo. Odnosi z javnostmi so pogosto definirani kot stroka, ki se ukvarja z grajenjem in negovanjem ugleda organizacij. V nekaterih organizacijah imajo glavni komunkatorji naziv 'glavnega upravljavca ugleda' (angl. Chief Reputation Manager).*

*V poslovnem svetu ima ugled ekonomsko vrednost, saj ugledni subjekti lažje in ceneje prihajajo do virov, ki jih potrebujejo pri svojem delu: ljudje se raje odločajo delati za bolj ugledne organizacije, banke jim ceneje posojajo denar, lažje prihajajo do oblastnih dovoljenj ... Gospodarsko je ugled eden od virov konkurenčne prednosti, računovodsko se lahko vrednoti kot neopredmeteno sredstvo, in pravu pa prihaja do izenačevanja varstva pravic fizičnih in pravnih oseb v zvezi z medijskimi napadi na njihov ugled. Zato vse več podjetij in drugih organizacij strateško upravlja s svojim ugledom, in sicer z raziskovanjem ter upoštevanjem širših družbenih pričakovanj, upravljanju čim boljših odnosov s svojimi deležniki in s komuniciranjem. Zato so pomembne sestavine upravljanja z ugledom tudi upravljanje spornih tem, upravljanje s tveganji in krizni menedžment s kriznim komuniciranjem. Pogosta so tudi izračunavanja uglednostnega kapitala, ki je razlika med tržno in knjigovodsko vrednostjo podjetja. Najbolj enostavno si je vrednost uglednostnega kapitala mogoče predstavljati kot razliko med likvidacijsko vrednostjo podjetja (med tistim, kar bi dobili, če bi podjetje prodali po kosih kot zemljišča, stavbe, opremo in drugo oprijemljivo in nesporno lastnino) in vrednostjo, ki jo lahko dosežemo, če podjetje prodamo kot celoto. V tem smislu ima lahko ugled tako pozitivne kot negativne vrednosti. Finančno poslovanje in ugled sta sicer vzajemno povezana: visoki zasluži praviloma prinašajo višji ugled, ta pa povratno prispeva k višjim zaslužkom. V sociologiji je ugled sestavina kulturnega kapitala. Ugled je produkt števila ljudi, ki nas poznajo, in njihovih predstav o nas. Čeprav je ugled javna podoba o nas, lahko v različnih javnostih uživamo različno vrednotenje in imamo torej več različnih ugledov. Ugled se tudi preliva: na vrednosti ugleda podjetja vpliva kakovost izdelčnih in storitvenih znamk, panoga, v kateri posluje, država porekla ali njegovo vodstvo – vse to pa velja tudi povratno.*

### >reputation<sup>en</sup>

*"Za razumevanje strategij za obnovitev ugleda je ključen razmislek o naravi napadov oziroma pritožb, ki spodbujajo reakcije /organizacije, op. M. D./ ali ustvarjajo krizo /.../"*

*Za ogrožitev ugleda organizacije je torej bolj odločilno, da ciljne javnosti organizacijo oziroma v njej zaposlenega posameznika zaznavajo kot ne/odgovornega za določeno dejanje oziroma da določeno dejanje zaznavajo kot ne/škodno družbenemu ali naravnemu okolju*

Več...

Kad korisnik rječnika klikne na *Više...* (Več...), dobit će strukture i sintagme, a korpusni primjeri otvorit će se tek nakon klika na strukturu:

### imenica<sub>0</sub> + imenica<sub>2</sub>

[diskurzivna obnovitev, graditev, izgrajevanje, grajenje, oblikovanje, ohranjanje, vzdrževanje, gradnja, ustvarjanje, izboljšanje, krepitev, zaščita, utrjevanje, vzpostavitev] *ugleda*

Klik na imenica<sub>0</sub> + imenica<sub>2</sub> otvara primjere:

>Študija primera v tretjem poglavju je zasnovana na teoriji diskurzivne obnovitve *ugleda*, ki sistematično ponuja posamezne strategije (različne vsebinske zasnove sporočil).

>Različne strategije diskurzivne obnovitve *ugleda* bomo po posameznih predpostavkah dejanskega stanja prikazali tudi grafično.

I tako u nastavku:

**imenica<sub>0</sub> + imenica<sub>2</sub>**

[ogrozitev, okrnitev] *ugleda*

- > Za ogrozitev **ugleda** organizacije je bistveno, da določenemu dejanju nasprotujejo ciljne (in ne katerekoli) javnosti.
- > Kot je bilo že rečeno, je za ogrozitev **ugleda** zaznava realnosti pomembnejša od same realnosti, kar nam povsem preprosto razloži, zakaj so v takih trenutkih potrebni odlični odnosi z javnostmi.

**imenica<sub>0</sub> + imenica<sub>2</sub>**

[merjenje, stopnja] *ugleda*

- > Po naših izkušnjah podjetja najpogosteje merijo učinkovitost odnosov z javnostmi posredno, z merjenjem **ugleda** podjetja ali položaja blagovne znamke.
- > Perceptijsko merjenje **ugleda** panog sem izvedla v okviru raziskave, kjer sem anketirance v vseh treh javnostih spraševala po najbolj oziroma najmanj uglednih panogah.

**imenica<sub>0</sub> + imenica<sub>2</sub>**

[steber] *ugleda*

- > Osredotočila sem se na farmacevtsko podjetje Krka in z izračunom uglednostnega količnika izpostavila vseh šest ključnih stebrov **ugleda**.
- > Zdravniki in farmacevti so ocenili ta steber **ugleda** s povprečno oceno 6,4, kar je najvišja ocena med vsemi stebri v različnih javnostih.

**imenica<sub>0</sub> + imenica<sub>2</sub>**

[povezanost, korist] *ugleda*

- > V nadaljevanju bom tako temeljiteje predstavila tretjo Fombrunovo obliko povezanosti **ugleda** in finančne vrednosti - uglednostnega kapitala.
- > Ko pa so ugotavljali stopnjo povezanosti **ugleda** in poznanosti v farmacevtski dejavnosti s srednjimi vrednostmi ocen, so ugotovili, da se Krka in Lek uvrščata v prvo skupino, Bayer Pharma in Pliva Ljubljana v tretjo in Kemofarmacija v četrto, torej med nepoznana in neugledna farmacevtska podjetja.

**imenica<sub>0</sub> + imenica<sub>2</sub>**

[proučevanje, definicija] *ugleda*

- > Po njegovem pa je še bolj kot blagovna znamka pomembno ime, zato pri proučevanju **ugleda** predstavi tudi pomen imena.
- > Praktično vrednost nalogi bom dodala s proučevanjem **ugleda** in uglednostnega kapitala v farmacevtski industriji v Sloveniji, s poudarkom na slovenskem farmacevtskem podjetju Krka.

**imenica<sub>0</sub> + imenica<sub>2</sub>**

[upravljanje] *ugleda*

- > Več sodelujočih iz manjših podjetij je menilo, da ima veliko vlogo pri upravljanju **ugleda** internet.
- > Kot smo videli, so skupine novic pomembne za upravljanje **ugleda**, spletna mesta pa igrajo ključno vlogo pri proaktivni komunikaciji podjetij.

## imenica<sub>0</sub> + imenica<sub>2</sub>

[fenomen] *ugleda*

> *Skozi proučavanje fenomena **ugleda** v okviru pričujočega dela sem naletela na številna vprašanja, dileme in nejasnosti.*

> *S fenomenom **ugleda** se ukvarjajo raziskovalci številnih področij, od ekonomije, psihologije do odnosov z javnostmi.*

## ZAKLJUČAK

Na primjeru projekta TERMIS, u sklopu kojega nastaje rječnik slovenskoga nazivlja odnosa s javnošću, pokušali smo prikazati kako je moguće odgovoriti na dva izazova s kojima se suočava slovenski (pa i hrvatski) jezik: u vrijeme nužnosti internacionalizacije struka i međunarodnoga otvaranja njezinih nositelja za punu funkcionalnost nacionalnoga jezika može se pobrinuti tako da ga digitalno u cijelosti podupremo pri čemu si možemo pomoći upravo alatima koje je donijela digitalizacija. Izradu terminološkoga rječnika ubrzali smo i pojeftinili jezičnotehnološkim znanjem, a pokazali smo također kakvi mogu biti oblik, opseg i jezična kvaliteta rječnika ako za njihov nastanak koristimo korpus, ako programiramo te ako koristimo internet. Prikazano shvaćamo kao model prema kojemu bi u razmjerno kratkom vremenu do svojih rječnika, koji su zapravo sistematski uređene podatkovne zbirke znanja, mogle doći i druge slovenske struke i znanosti, a uz nekoliko prilagodbi infrastrukture primjeren je i za druge jezike. Sadašnji i budući stručnojezični izvori stići će do srednje, mlade i mlađe generacije samo ako budu internetski i besplatno dostupni, ako budu suvremeni i redovito ažurirani te ako budu davali brze odgovore na tekuće terminološke nedoumice - kod svakoga većeg napora korisnik će, doduše, biti u kušnji da možda radije odabere engleski jezik, a ako ga bodovni i habilitacijski sveučilišni ili istraživački propisi potaknu na to, učinit će to još i prije.

## ZAHVALA

Istraživanje prikazano u ovom radu razvijeno je u sklopu projekta *Terminološke baze podataka kao osnova stručnih znanja: model sistematizacije nazivlja* (<http://www.termis.fdv.uni-lj.si/>), koji pod ugovorom br. 1000-11-274193 financira Javna agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije, a sufinanciraju Pristop d.o.o. i Gospodarska zbornica Slovenije. Projekt je podržan i od strane sponzora: Elektro Ljubljana d.d., Mercator d.d., Pošta Slovenije d.o.o. i Zavarovalnica Maribor d.d.

## Literatura

- >Aijmer, Karin i Altenberg, Bengt, ur. (1991) *English Corpus Linguistics*. London, New York: Longman.
- A New Framework Strategy for Multilingualism* (2005). Bruselj: Komisija Evropske skupnosti.
- >Atkins, Beryl T. Sue i Rundell, Michael (2008) *The Oxford Guide to Practical Lexicography*. New York: Oxford University Press.
- >Bentele, Günter i Wehmeier, Stefan (2009) From Literary Bureaus to a Modern Profession: The Development and Current Structure of Public Relations in Germany, str. 407-429, u: Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (ur.) *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*. New York, London: Routledge.
- >Bergenholtz, Henning i Tarp, Sven, ur. (1995) *Manual of Specialised Lexicography*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- >Biber, Douglas, Conrad, Susan i Reppen, Randi (1998) *Corpus Linguistics: Investigating Language Structure and Use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- >Bowker, Lynne i Pearson, Jennifer (2002) *Working with Specialized Language*. London, New York: Routledge.
- >Chay-Németh, Constance (2009) Becoming Professionals: A Portrait of Public Relations in Singapore, str. 155-174, u: Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (ur.) *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*. New York, London: Routledge.
- >Crystal, David (2000) *Language Death*. Cambridge: Cambridge University Press.
- >Čermák, František (2005/1995) Jezikovni korpus: sredstvo in vir spoznanj, str. 137-171, u: Gorjanc, Vojko i Krek, Simon (ur.) *Študije o korpusnem jezikoslovju*. Ljubljana: Krtina.
- >Druviete, Ina (2007) *Management of Language Diversity in Higher Education Establishments*, estudijas.lu.lv/mod/page/view.php?id (05.06.2012.).
- >Erjavec, Tomaž (2003) Označevanje korpusov, *Jezik in slovnstvo* 48 (3-4): 61-76.
- >Erjavec, Tomaž i Vintar, Špela (2004) Korpus kot podpora slovarju informacijskega izraza slovenskega jezika, *Uporabna informatika* 12 (2): 97-106.
- >Flodin, Bertil (2009) Public Relations in Sweden: A Strong Presence Increasing in Importance, str. 471-483, u: Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (ur.) *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*. New York, London: Routledge.
- >Gantar, Polona (2009) Leksikalna baza: vse, kar ste vedno želeli vedeti o jeziku, *Jezik in slovnstvo* 54 (3/4): 69-94.
- >Gorjanc, Vojko (2005) *Uvod v korpusno jezikoslovje*. Domžale: Založba Izolit.
- >Grčar, Miha, Krek, Simon i Dobrovoljc, Kaja (2012) Obeliks: statistični oblikoskladenjski označevalnik in lematizator za slovenski jezik, str. 89-94, u: Erjavec, Tomaž i Žganec Gros, Jerneja (ur.) *Zbornik Osme konference Jezikovne tehnologije*. Ljubljana: Institut Jožef Stefan.
- >Gregory, Anne (2011) The State of the Public Relations Profession in the UK: A Review of the First Decade of the Twenty-First Century, *Corporate Communication: An International Journal* 16 (2): 89-104.
- >Gruban, Brane, Maksimovič, Meta, Verčič, Dejan i Zavrl, Franci (1990) *ABC PR: Odnosi z javnostmi na prvi pogled*. Ljubljana: Tiskovno središče.
- >Grunig, James E. i Hunt, Todd (1984) *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- >Hajoš, Boris i Tkalac, Ana (2004) Croatia, str. 83-94, u: van Ruler, Betteke i Verčič, Dejan (ur.) *Public Relations and Communication Management in Europe: A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter.
- >Halliday, Michael, Kirkwood, Alexander, Teubert, Wolfgang, Yallop, Colin i Cermáková, Anna (2004) *Lexicology and Corpus Linguistics: An Introduction*. London: Continuum.
- >Hanks, Peter (2008) *Lexicology*. New York: Routledge.
- >Heath, Robert L. (2005) Antecedents of Modern Public Relations, str. 32-36, u: Heath, Robert L. (ur.) *Encyclopedia of Public Relations 1*. Thousand Oaks, CA: Sage.

- >Humar, Marjeta i Žagar Karer, Mojca, ur. (2010) Nacionalni jeziki v visokem šolstvu. Ljubljana: Založba ZRC, ZRC SAZU, <http://bos.zrc-sazu.si/knjige/Nacionalni%20jeziki%20v%20visokem%20%C5%A1olstvu.pdf> (23.12.2012.).
- >Inoue, Takashi (2009) An Overview of Public Relations in Japan and the Self-Correction Concept, str. 122-139, u: Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (ur.) *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*. New York, London: Routledge.
- >Kalin Golob, Monika (2012) Jezik slovenskega visokega šolstva: med zakonodajo, strategijo in vizijo, str. 95-110, u: Gorjanc, Vojko (ur.) *Slovanski jeziki iz preteklosti v prihodnost*. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete.
- >Kalin Golob, Monika i Logar Berginc, Nataša (2008a) Globalisation and the Formulation of Technical Terms: Is there Still a Need for Terminology in National Languages?, *Strani jezici* 4: 435-540.
- >Kalin Golob, Monika i Logar Berginc, Nataša (2008b) Terminologija odnosov z javnostmi: od upoštevanja terminoloških načel do pridobivanja podatkov iz besedil, *Teorija in praksa* 6: 663-677.
- >Kalin Golob, Monika, Stabej, Marko, Stritar, Mojca i Červ, Gaja (2012) *Primerjalna študija o učnem jeziku v visokem šolstvu v Republiki Sloveniji in izbranih evropskih državah*, [http://www.mizks.gov.si/fileadmin/mizks.gov.si/pageuploads/Slovenski\\_jezik/FDV\\_-\\_ucni\\_jeziki\\_v\\_visokem\\_solstvu.pdf](http://www.mizks.gov.si/fileadmin/mizks.gov.si/pageuploads/Slovenski_jezik/FDV_-_ucni_jeziki_v_visokem_solstvu.pdf) (21.12.2012.).
- >Kilgarriff, Adam, Rychly, Pavel, Smrz, Pavel i Tugwell, David (2004) *The Sketch Engine*, str. 105-116, u: Williams, Geoffrey i Vessier, Sandra (ur.) *Proceedings of the 11th Euralex International Congress*. Lorient: Universite de Bretagne-Sud.
- >Kilgarriff, Adam i Rundell, Michael (2002) Lexical Profiling Software and its Lexicographic Applications: A Case Study, u: Braasch, Anna i Povlsen, Claus (ur.) *EURALEX 2002 Proceedings*. Copenhagen: University of Copenhagen, <http://macmillandictionaries.com/MED-Magazine/November2002/Word-Sketches.PDF> (23.12.2012.).
- >Kim, Yungwook (2009) Professionalism and Diversification: The Evolution of Public Relations in South Korea: str. 140-154, u: Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (ur.) *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*. New York, London: Routledge.
- >Koper, Eric, Babaleye, Taye i Jahansoozi, Julia (2009) Public Relations Practice in Nigeria, str. 289-305, u: Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (ur.) *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*. New York, London: Routledge.
- >Kornai, András (2012) *Language Death in the Digital Age*, [http://videolectures.net/metaforum2012\\_kornai\\_language/](http://videolectures.net/metaforum2012_kornai_language/) (13.11.2012.).
- >Kosem, Iztok, Gantar, Polona i Krek, Simon (2012) Avtomatsko luščenje leksikalnih podatkov iz korpusa, str. 117-122, u: Erjavec, Tomaž i Žganec Gros, Jerneja (ur.) *Zbornik Osme konference Jezikovne tehnologije*. Ljubljana: Institut Jožef Stefan.
- >Kosem, Iztok, Husak, Miloš i McCarthy, Diana (2011) GDEX for Slovene, str. 151-159, u: Kosem, Iztok i Kosem, Karmen (ur.) *Proceedings of eLex, Bled 11-12 November 2011*. Ljubljana: Trojina, Institute for Applied Slovene Studies.
- >Krek, Simon (2012a) New Slovene Sketch Grammar for Automatic Extraction of Lexical Data. *SKEW3, tretja mednarodna delavnica orodja Sketch Engine*. Brno.
- >Krek, Simon (2012b) *Slovenski jezik v digitalni dobi / The Slovene Language in the Digital Age*, <http://www.meta-net.eu/whitepapers/e-book/slovene.pdf> (16.10.2012.).
- >Krek, Simon (2012c) *Predstavitev bele knjige Slovenski jezik v digitalni dobi*, [http://videolectures.net/is2012\\_krek\\_bela\\_knjiga/](http://videolectures.net/is2012_krek_bela_knjiga/) (22.12.2012.).
- >Krek, Simon i Kilgarriff, Adam (2006) *Slovene Word Sketches*, [http://nl.ijs.si/is-ltc06/proc/12\\_Krek.pdf](http://nl.ijs.si/is-ltc06/proc/12_Krek.pdf) (13.10.2012.).
- >L'Etang, Jacquie (2004) *Public Relations in Britain: A History of Professional Practice*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- >Ławniczak, Ryszard, Rydzak, Waldemar i Trębecki, Jacek (2009) Public Relations in an Economy and Society in Transition: The Case of Poland, str. 503-526, u: Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (ur.) *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*. New York, London: Routledge.

- >Logar Berginc, Nataša (2008) Gradivo: metodološki temelj leksikalnih jezikovnih opisov, str. 45-53, u: Kalin Golob, Monika, Logar Berginc, Nataša i Grizold, Anton (ur.) *Jezikovna prepletanja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- >Logar Berginc, Nataša (2009) Korpusi v terminografiji: umik potrebe po introspektivni presoji, str. 319-327, u: Ledinek, Nina, Žagar, Mojca i Humar, Marjeta (ur.) *Terminologija in sodobna terminografija*. Ljubljana: Založba ZRC, ZRC SAZU.
- >Logar Berginc, Nataša (2012) Slovene Terminologies / TERMIS: Preserving Slovene Terminology in a Globalising World. *International Innovation: Disseminating Science, Research and Technology*, str. 79-81. Bristol: Research Media, [http://www.termis.fdv.uni-lj.si/files/Slovene\\_Terminologies.pdf](http://www.termis.fdv.uni-lj.si/files/Slovene_Terminologies.pdf) (16.10.2012.).
- >Logar Berginc, Nataša, Grčar, Miha, Brakus, Marko, Erjavec, Tomaž, Arhar Holdt, Špela i Krek, Simon (2012) *Korpusi slovenskega jezika Gigafida, KRES, ccGigafida in cckRES: gradnja, vsebina, uporaba*. Ljubljana: Trojina, zavod za uporabno slovenistiko; Fakulteta za družbene vede.
- >Logar Berginc, Nataša i Gorjanc, Vojko (2008) Če bogoslovec ne prepíše vira in če slovar nima korpusa (o gradivni verodostojnosti slovarjev), str. 69-83, u: Jesenšek, Marko (ur.) *Od Megiserja do elektronske izdaje Pleteršnikovega slovarja*. Maribor: Filozofska fakulteta, Oddelek za slovenske jezike in književnosti.
- >Logar Berginc, Nataša, Vintar, Špela i Arhar Holdt, Špela (2012) Luščenje terminoloških kandidatov za slovar odnosov z javnostmi, str. 135-140, u: Erjavec, Tomaž i Žganec Gros, Jerneja (ur.) *Zbornik Osmе konference Jezikovne tehnologije*. Ljubljana: Institut Jožef Stefan. Logar, Nataša (2007) *Korpusni pristop k pridobivanju in predstavitvi jezikovnih podatkov v terminoloških slovarjih in terminoloških podatkovnih zbirkah: doktorska disertacija*. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
- >Logar, Nataša i Vintar, Špela (2008) Korpusni pristop k izdelavi terminoloških slovarjev: od besednih seznamov in konkordanc do samodejnega luščenja izrazaj, *Jezik in slovstvo* 5: 3-17.
- Mbeke, Peter Oriare (2009) Status of Public Relations in Kenya, str. 306-327, u: Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (ur.) *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*. New York, London: Routledge.
- >Motion, Jury, Leitch, Shirley i Clife, Simon (2009) Public Relations in Australasia: Friendly Rivalry, Cultural Diversity, and Global Focus, str. 101-121, u: Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (ur.) *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*. New York, London: Routledge.
- >Muzi Falconi, Toni (2009) Public Relations in Italy: Master of Ceremonies in a Relational Society, str. 484-502, u: Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (ur.) *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*. New York, London: Routledge.
- >Nacionalni program za jezikovno politiko 2012–2016: osnutek, [http://www.mizks.gov.si/fileadmin/mizks.gov.si/pageuploads/zakonodaja/predlogi/kultura/NPJP12-16\\_osnutek\\_april\\_2012.pdf](http://www.mizks.gov.si/fileadmin/mizks.gov.si/pageuploads/zakonodaja/predlogi/kultura/NPJP12-16_osnutek_april_2012.pdf) (27.11.2012.).
- >Pucelj, Gregor (2012) Vsaj 21 evropskim jezikom grozi digitalno izumrtje, *Delo*, 28. september, <http://www.delo.si/druzba/znanost/vsaj-21-evropskim-jezikom-grozi-digitalno-izumrtje.html> (30.10.2012.).
- >Rebeil Corella, María Antoineta, Montoya Martín del Campo, Alberto i Hidalgo Toledo, Jorge Alberto (2009) The Public Relations Industry in Mexico: From Amateurship to the Construction of a Discipline, str. 676-703, u: Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (ur.) *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*. New York, London: Routledge.
- >Rogojinaru, Adela (2009) Challenges of Revived Democracies: The Rise of Public Relations in Romania, str. 547-574, u: Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (ur.) *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*. New York, London: Routledge.
- >Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (2012) Introduction, str. 1-7, u: Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (ur.) *Culture and Public Relations: Links and Implications*. New York, London: Routledge.
- >Sriramesh, Krishnamurthy i White, Jon (1992) *Societal Culture and Public Relations*, str. 597-614, u: Grunig, James E. (ur.) *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- >Stabej, Marko (2010) *V družbi z jezikom*. Ljubljana: Trojina, zavod za uporabno slovenistiko.

- >Szondi, Gyorgy (2009) A Hungarian Rhapsody: The Evolution and Current State of Hungarian Public Relations, str. 575-599, u: Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (ur.) *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*. New York, London: Routledge.
- >Tadić, Marko (2003) *Jezične tehnologije i hrvatski jezik*. Zagreb: Exlibris.
- >Tadić, Marko, Brozović-Rončević, Dunja i Kapetanović, Amir (2012) *Hrvatski jezik u digitalnom dobu / The Croatian Language in the Digital Age*, <http://www.meta-net.eu/whitepapers/e-book/croatian.pdf> (30.10.2012.).
- >Thurley, Keith i Wirdenius, Hans (1989) *Towards European Management*. London: Pitman.
- >Tsetsura, Katerina (2009) The Development of Public Relations in Russia: A Geopolitical Approach, str. 600-618, u: Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (ur.) *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*. New York, London: Routledge.
- >van Ruler, Betteke, Verčič, Dejan, Buetschi, Gerhard i Flodin, Bertil (2004) A First Look for Parameters of Public Relations in Europe, *Journal of Public Relations Research* 1: 35-63.
- >van Ruler, Betteke (2009) Public Relations in the Polder: The Case of the Netherlands, str. 449-470, u: Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (ur.) *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*. New York, London: Routledge.
- >van Ruler, Betteke i Verčič, Dejan (2002) *The Bled Manifesto on Public Relations*. Ljubljana: Pristop Communications.
- >van Ruler, Betteke i Verčič, Dejan (2005) Europe, Practice of Public Relations, str. 297-301, u: R. L. Heath (ur.) *Encyclopedia of Public Relations 1*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- >Verčič, Dejan (2000) The European Public Relations Body of Knowledge, *Journal of Communication Management* 4: 341-354.
- >Verčič, Dejan (2002) Public Relations Research and Education in Slovenia, str. 157-173, u: Averbeck, Stefanie i Wehmeier, Stefan (ur.) *Kommunikationswissenschaft und Public Relations in Osteuropa-Arbeitsberichte*. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag.
- >Verčič, Dejan (2004) Slovenia, str. 375-386, u: van Ruler, Betteke i Verčič, Dejan (ur.) *Public Relations and Communication Management in Europe: A Nation-by-Nation Introduction to Public Relations Theory and Practice*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter.
- >Verčič, Dejan (2009) Public Relations in a Corporatist Country: The Case of Slovenia, str. 527-546, u: Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (ur.) *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*. New York, London: Routledge.
- >Verčič, Dejan, Grunig, Larissa A. i Grunig, James E. (1996) Global and Specific Principles of Public Relations: Evidence from Slovenia, str. 31-65, u: Culbertson, Hugh M. i Chen, Ni (ur.) *International Public Relations: A Comparative Analysis*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- >Verčič, Dejan i Grunig, James E. (2000) The Origins of Public Relations Theory in Economics and Strategic Management, str. 9-58, u: Moss, Danny, Verčič, Dejan i Warnaby, Gary (ur.) *Perspectives on Public Relations Research*. London: Routledge.
- >Verčič, Dejan, van Ruler, Betteke, Buetschi, Gerhard i Flodin, Bertil (2001) On the Definition of Public Relations: A European View, *Public Relations Review* 4: 373-387.
- >Verovnik, Tina (2002) Slovensko izrazje odnosov z javnostmi, *Teorija in praksa* 39 (5): 755-765.
- >Vintar, Špela (2008) *Terminologija: terminološka veda in računalniško podprta terminografija*. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete, Oddelek za prevajalstvo.
- >Vintar, Špela (2009) Samodejno luščenje terminologije - izkušnje in perspektive, str. 345-356, u: Ledinek, Nina, Žagar Karer, Mojca i Humar, Marjeta (ur.) *Terminologija in sodobna terminografija*. Ljubljana: Založba ZRC, ZRC SAZU.
- >Vintar, Špela (2010) Bilingual Term Recognition Revisited: The Bag-of-Equivalents Term Alignment Approach and its Evaluation, *Terminology* 16 (2): 141-158.
- >White, Jon, L'Etang, Jacque i Moss, Danny (2009) The United Kingdom: Advances in Practice in a Restless Kingdom, str. 381-406, u: Sriramesh, Krishnamurthy i Verčič, Dejan (ur.) *The Global Public Relations Handbook: Theory, Research, and Practice*. New York, London: Routledge.



## THE TERMINOLOGY OF THE PUBLIC RELATIONS FIELD IN THE SLOVENIAN LANGUAGE

Nataša Logar Berginc :: Dejan Verčič :: Monika Kalin Golob

**ABSTRACT** *This article includes two starting points: (a) the development of the Slovenian (and Croatian) language in science and professions is being increasingly limited by the narrow comprehension of internationalised higher education and science; (b) in the digital age, the fields of usage being lost in those languages are those not supported enough in terms of language technology. With the case of the Slovenian public relations terminology, we reveal that it is possible to confront both: on the basis of the previously formed corpus of professional texts, KoRP, which is linguistically earmarked and freely available online, and in the TERMIS project. We initially inferred one- or multi-word term candidates with the LUIZ programme, and then acquired the typical text environment and best dictionary examples automatically by means of the Sketch Engine tool and its application Word Sketches together with the GDEX tool. The infrastructure formed during the project will be freely available after the conclusion of the project (June 2013), and the dictionary, which will include 2,000 terms regarding public relations, may be understood as a model for the creation of modern terminology dictionaries of other professions as well.*

### KEY WORDS

LANGUAGE POLICY, DIGITALIZATION, TERMINOLOGY, TERMIS, CORPUS, AUTOMATIC TERM EXTRACTION, E-DICTIONARY

### Authors Note

**Nataša Logar Berginc** :: Faculty of Social Sciences, University of Ljubljana, Slovenia ::

natasa.logar@fdv.uni-lj.si

**Dejan Verčič** :: Faculty of Social Sciences, University of Ljubljana, Slovenia, ::

dejan.vercic@fdv.uni-lj.si

**Monika Kalin Golob** :: Faculty of Social Sciences, University of Ljubljana, Slovenia, ::

monika.kalin-golob@fdv.uni-lj.si