

onalnega gledišča odgovarja vezniški konstrukciji *čim... tem* s sufiksialno stopnjevanimi pridevniki. Obsegu in funkcijam te konstrukcije moramo zaradi njene izoliranosti z ozirom na druge slovanske jezike posvetiti posebno raziskavo.

IV. Sklep

Kontekstna pogojenost rabe opisnih oblik stopnjevanja je v luči prikazanega gradiva jasnejša kot semantična pogojenost, čeprav je v mnogih primerih posledica morfoloških nujnosti. Odvisnosti od konteksta zahtevajo proučevanja na obsežnejšem gradivu in določitev tipov soseščine s prav tako klasifikacijo za druge slovanske jezike. Specifičnost tu raziskovanega problema je v tem, da obstajata za izražanje ene gramatične kategorije (stopnje) elementa sintetizma in analitizma obenem. Njuni razmerji v posameznih jezikih sta lahko različni. Treba je raziskati, ali je različna tudi kontekstna pogojenost njune rabe.

Prevedel

Marko Kranjec

France Novak

SAZU v Ljubljani

SLOVENSKI POSLOVNI JEZIK*

Slovenski poslovni jezik je v praksi, v šolah in v teoriji v slabem položaju. Glavni dokazi za to trditev so: zelo pogostna jezikovno neprimerna poslovna besedila, ne dovolj učinkovito učenje te jezikovne zvrsti v raznih šolah in njena jezikovna neobdelanost.

Pri dosedanjem obravnavanju poslovnega jezika so nekako vsi po vrsti pozabljali na bistveno stvar, namreč na jezikoslovno stran vprašanja. Menim, da je do tega prišlo tudi zato, ker je bilo v naši zavesti preveč zakoreninjeno prepričanje, da je knjižni jezik, ki se rabi na različnih področjih, v bistvu nerazčlenjen; vendar je različnost uporabe jezika na raznih področjih znana v našem jezikoslovju že precej dolgo, saj je npr. A. Breznik poznal že ime za posebnosti uporabe jezika na raznih področjih, in sicer *vrsto jezika*; med temi vrstami je najpogosteje omenjal umetnostni, časnikarski in znanstveni jezik (O časopisni slovenščini, DS XLVI, 1933). Ko smo si prizadevali, da bi ozdravili nezadovoljivo stanje poslovnega jezika, smo pozabili na njegove stilne posebnosti, na jezikoslovno plat vprašanja, in začeli klicati na pomoč politične, nacionalne in emocionalne faktorje, kakor da bi ti res lahko vso stvar dokončno rešili. Ne rečem, da ti faktorji niso bili v marsičem udeleženi pri slabem stanju našega poslovnega jezika; zato se je, ko smo jih razgibali, stanje v marsičem izboljšalo, zlasti v večjem upoštevanju slovenščine v poslovanju. Opažamo tudi, da bo treba na te stvari še opo-

* Referat, ki je bil v nekoliko drugačni obliki prebran na strokovnem seminarju o sodobnem knjižnem jeziku v Celju, 25. septembra 1971.

zarjati, ker se slovenščina v nekaterih vrstah poslovnih besedil na domačem ozemlju še zanemarja; vendar samo z aktiviranjem teh faktorjev nismo naredili dovolj za resnično pravilno gojenje našega poslovnega jezika, zlasti ne za njegovo spoznavanje, utrjevanje in razvijanje, za določanje njegove pravilnosti ipd.

Jezikoslovci se moramo tega vprašanja lotiti torej bolj jezikoslovno, kot se je to delalo doslej. Preden bomo pa lahko to napravili, moramo vedeti, kateri jezik je to, kakšne so njegove zvrstne značilnosti in kakšno je njegovo današnje stanje.

1

Ime *poslovni jezik* niti ni najbolj posrečeno, ker ne izraža vse vsebine pojma. Prejšnji avtorji uporabljajo to ime večinoma v ožjem smislu. V zavesti povprečnega človeka je precej tesno povezano s pojmom *poslovni svet*, zato označuje zlasti jezik trgovcev in gospodarstvenikov. B. Urbančič ga omejuje na »delo uradov in podjetij«, jezik zakonov pa šteje npr. v znanstveni stil (JP I, 1965, 222—223 in JiS VII, 1961/62, 201); J. Toporišič imenuje *poslovni jezik* »jezik državnih ustanov in uprav sploh« (SKJ 3, 96); J. Pogačnik pa pojmuje *poslovni stil* širše, ker šteje vanj kot podzvrst tudi publicistični stil; po njegovem »se uporablja v opravljanju praktičnih in javnih delovanj (politika, uprava, prosveta, zdravstvo, industrija, trgovina, vojska, časnikarstvo ipd.)« (JP II, 1967, 235—236).

Nekateri avtorji delijo ta jezik v manjše skupine, kot so uradniški, uradni, trgovski jezik ipd.

J. Toporišič imenuje del jezika, ki ga imam jaz še za poslovni jezik, *praktično strokovni jezik*, nekatera besedila pa uvršča v skupino *praktično sporazumevalni jezik*, npr. poročila, naznanila, opozorila (SKJ 3, 95—96). Te razlike v omejitvah so razložljive in razumljive, če upoštevamo to, da so posamezne avtorje pri klasifikaciji vodili različni kriteriji in tudi nekoliko različne potrebe.

Pri določitvi, kaj obsega poslovni jezik, sem se naslonil na praktično delovno in uradno funkcijo besedil. Tako sem prišel do ugotovitve, da so v poslovnem jeziku sestavljena vsa tista besedila, ki jih uporabljajo razne skupnosti ali posamezniki pri svojem uradnem delovanju. Največkrat uporabljajo ta jezik posamezniki v imenu kake ustanove, gospodarske organizacije, upravnega organa, društva ali kake druge organizacije. Če bi mu poskušali dati opisno ime, bi lahko rekli *uradni delovni jezik*. Lahko bi ga imenovali tudi *uradovalni jezik*.

Jezik sodišč, med drugim tudi jezik zakonov, je potemtakem poslovni jezik, medtem ko spada jezik strokovnih in znanstvenih sestavkov ter predavanja na pravnih fakultetah o temah tega področja v znanstveno zvrst. Tudi jezik, ki ga uporablja vojska pri vsakdanjem delovanju s poveljevanjem vred, štejemo v poslovni jezik. Poslovni jezik je tudi jezik, v katerem si dopisujejo šole s različnimi občinskimi in republiškimimi organi, medtem ko spada jezik, v katerem učitelji podajajo strokovna spoznanja, v znanstveni stil, in sicer na nižjih stopnjah zlasti v poljudnoznanstveno podzvrst, na visokih šolah pa v znanstveno.

Govorni poslovni jezik je običajno manj skrben kot pisni. Pogosto ima tudi vrsto značilnosti jezika privatnega sporazumevanja, pogovornega jezika in narečij. Glavne razlike med pisnim in govornim poslovnim jezikom so v bistvu podobne

razlikam med tema dvema oblikama v drugih jezikovnih zvrsteh. Izvirajo zlasti iz načina oblikovanja besedila in iz izraznih možnosti, ki jih ima v nasprotju s pisano besedo živa beseda ali pa celo neposredni stik¹.

Kljub nekaterim pogovornim prvinam ne moremo govornega jezika v poslovnem svetu ločiti od poslovnega jezika, ker je njun namen isti: oba se uporabljata za uradno sporazumevanje pri delu in o delovnih vprašanjih. Govorni poslovni jezik se najpogosteje uporablja pri telefoniranju, sprejemanju strank, na sejah in drugod. Treba je opozoriti, da se v okviru govornega poslovnega jezika oziroma v njegovi neposredni bližini oblikujejo tudi žargoni ali slangi, ki zaradi svoje neknjižnosti ne spadajo v poslovno zvrst knjižnega jezika.

Ker se poslovni jezik uporablja na številnih in precej različnih področjih, ne moremo pričakovati, da bi bil povsod enak. Skupne so samo glavne stilne značilnosti, ki ga ločijo od drugih zvrsti knjižnega jezika; poleg teh pa ima na vsakem področju še svoje posebne poteze. Jezik posameznega področja imenujemo podzvrst. Glavne podzvrsti poslovnega jezika bi bile: trgovski, gospodarski, bančniški, upravni, vojaški, sodnijski, diplomatski jezik itd.

Kdor piše trgovske spise, mora, če hoče biti dober delavec, poznati glavne stvari iz splošnega poslovnega jezika, natančno pa njegovo trgovsko podzvrst. V poklicnih šolah moramo zatorej učiti poslovni jezik zlasti glede na delovno področje, za katero šola vzgaja.

2

Za učenje in za kultiviranje našega poslovnega jezika se zdi, da je v sedanjem času najpomembnejše spoznavanje njegovih zvrstnih značilnosti. Zavedati se moramo, da so med poslovno zvrstjo in drugimi zvrstmi velike stilne razlike. Lepote poslovnega jezika ne smemo iskati v drugih jezikovnih zvrsteh, ampak v njem samem, v tistih izraznih načinih, ki so za naloge poslovnega jezika najbolj naravni.

Posebnosti poslovne zvrsti moramo iskati v tem, kako in po katerih pravilih uporabljajo pisci poslovnih besedil skupne enote knjižnojezikovnega sistema. Da bomo te posebnosti pravilno razumeli in ocenjevali, jim je treba najti vzročno zvezo z nalogami poslovnih besedil. Druge zvrsti, ki opravljajo drugačne naloge, uporabljajo jezikovno izrazno bogastvo drugače. *Ekspresivni izrazi* so na primer zelo značilni za umetnostni jezik, ker izraža poleg vsebine tudi čustveni odnos; poslovni jezik je pa prav nasproten — uraden, hladen, zato zanj ekspresivni izrazi ne samo da niso značilni, ampak jih v navadnih okoliščinah sploh ne uporablja. Tiste jezikovne pojave, za katere ne moremo odkriti utemeljenosti v nalogah besedil, lahko štejemo med napake ali pa med slabše izrazne možnosti.

Za dobro poznavanje poslovnega jezika bi torej morali napraviti dve stvari: prvič, odkriti splošna pravila o uporabi izraznih sredstev v poslovnih besedilih; drugič, natančno analizirati vsa glavna izrazna sredstva in načine poslovnega jezika.

¹ Prim.: Breda Pogorelec, *Sintaktične napake v šolskih nalogah*, Jis I, 1955/56, 202 in *Vprašanja govornega jezika*, JP I, 1965, 132—156; Jože Toporišič, *Slovenski pogovorni jezik*, SR 18 (1970), 55—70 in *Pogovorni jezik* v SKJ 4, 61—72.

Če hočemo poiskati splošna pravila, se moramo najprej ustaviti pri informativni nalogi te zvrsti. Za prenašanje informacij pa služijo predvsem nevtralna izrazna sredstva in strokovni izrazi. Informacija mora biti jasna in nedvoumna, zato so v tej zvrsti pogostne ustaljene formulacije (vzorci). Poslovanje zahteva hitro reševanje zadev, zato morajo biti poslovni spisi kratki; ukvarjajo se navadno z ozko problematiko. Poslovni spis je pogosto le člen v verigi spisov, zato je v njem navadno veliko sklicevanj na spise, s katerimi je povezan (npr. korespondenčni spis), oziroma na spise, na katerih sloni (npr. odločba). Tudi obrazci spadajo med najsplošnejše poteze poslovnega jezika; potrebni so zaradi natančnosti in enostavnosti poslovanja. Preglednost spisa ni v nobeni drugi zvrsti tako poudarjena kakor v tej, zato morajo biti nekateri podatki zmeraj na istem mestu. Če pridenemo še odsotnost ekspresije, ki smo jo že omenili, bi bili pglavilni obrisi pravil, po katerih uporablja poslovna zvrst izrazno bogastvo jezika, očrtani. Splošna pravila o uporabi izraznih sredstev so v posameznih podzvrsteh poslovnega jezika in tudi že v posameznih žanrih precej različno uporabljena. To je odvisno od tega, katera naloga je pri žanru (besedilu) važnejša. V nekaterih bančnih spisih, je npr. denarna vsota izražena s številko in z besedo, medtem ko v cenikih besednega izraza ni.

Izrazna sredstva in izrazni načini, ki so značilni za poslovni jezik, so zelo številni. Iz te množice naj tu navedem vsaj nekatere, ki sem jih odkril v gradivu sam ali pa me je nanje opozorila jezikoslovna literatura o poslovnem jeziku, in sicer: 1. oseba množine, v kateri je navadno odpošiljatelj spisa; 2. oseba množine, v kateri je naslovljenec; velelnik v navodilih; raba trpnika; s podatki natrpani stavki; umetno skonstruirani stavki; naštevanje; sestavljeni predlogi (glede na); obilica predložnih izrazov (na podlagi tega in tega; na vaš predlog); modeli ali vzorci; obrazci; strokovni izrazi; odsotnost pogovornih, ekspresivnih in slikovitih izrazov; uradovalne fraze; samostalniško izražanje; starinske formulacije; mednarodne formulacije; kratice; nebesedni izrazni znaki; sklicevanje na druge spise; krajevna in časovna določenost sestavka; tesna povezanost z upravno-pravno ureditvijo države.

Če bi hoteli za vsa ta izrazna sredstva in načine ugotoviti, kje, kdaj in zakaj so primerni in kje je boljše kako drugo izrazno sredstvo, bi morali opraviti veliko dela. Samo na podlagi takih analiz pa bi lahko nastajali nujno potrebni učbeniki poslovnega jezika.

Pomembna značilnost poslovnega jezika so na primer formulacije, ki se pogosto ponavljajo. Taki so uvodni in zaključni stavki pa tudi prehodne zveze. Do ponavljanj prihaja zaradi tega, ker imamo v poslovnem svetu zelo veliko ponavljajočih se položajev, ki so po svojem okviru podobni, po bistveni, vsakokratni vsebini se pa razlikujejo. Tako pride tudi do tega, da se lahko ogrodje vsebine za izražanje takih položajev ponavlja, spreminja pa se bistvena vsebina besedila. Iz takih ponavljajočih se formulacij dobimo *vzorke*, v katerih ostane prostor za vsakokratno vsebino. Najbolj znani vzorci, ki jih srečujemo v poslovnem jeziku, so vzorci za nakaznice, naročilnice, obvestila, odločbe, pogodbe, pravilnike, prošnje, vabila, zapisnike, uvodni in končni stavki telefonskih pogovorov, uvodni stavki za sestanke in seje ipd.

Za posamezne tipe besedil imamo navadno več variant vzorcev, ki jih lahko uporabimo v različnih okoliščinah.

Uporaba vzorcev še ne pomeni, da je individualna jezikovna ustvarjalnost zadušena; če se uporabniku posreči najti boljšo formulacijo, kot je vzorec, se mu lahko odpoje. Pri popravljanju vzorcev je pa vendarle treba paziti, da delamo tako, kot zahtevajo splošna jezikovna načela, ne pa kot godi našemu okusu. Tudi iz zgodovine našega jezika je znano, da se vzorci poslovnega jezika močno spreminjalo z razvojem in izpopolnjevanjem jezika sploh.

Vzorci za pismene izdelke v poslovnem jeziku pomenijo pomoč pri delu. Ne moremo pričakovati od poslovnih ljudi, da bi vsak spis začeli sestavljati od temeljev; za tako delo niso vsi najbolj usposobljeni, bilo pa bi tudi dokaj zamudno, saj je dobra nova formulacija ustvarjalno dejanje. Razumljivo pa je, da morajo takšni vzorci ustrezati normi knjižnega in poslovnega jezika.

Ker so torej vzorci pomembna lastnost poslovnega jezika, se jih morajo ljudje, ki dan na dan pišejo taka besedila, učiti. Učijo pa se jih lahko na več načinov: prvič, iz prakse, in sicer tako, da z analizo ugotovijo, kateri vzorci so najprimernejši; drugič, iz priročnikov, in tretjič, v šolah. Z upravičenostjo lahko rečemo, da smo se doslej premalo zavedali pomena, ki ga ima učenje takih vzorcev.

Ker imamo razmeroma veliko tipov besedil v poslovnem jeziku, se morajo ljudje naučiti kar veliko vzorcev. Vendar to število ni tako obsežno, da bi ga ne zmožal povprečno sposoben človek, posebno še zaradi tega, ker se lahko omeji na tiste, ki jih potrebuje na svojem delovnem mestu.

3

Pred leti so se jezikovne slabosti na nekaterih področjih tako razbohotile, da so povzročale že razne politične probleme. To je potem sprožilo Pismo o jeziku (NR XIV, 1965, št. 10, str. 208). Stvari je posvetilo precej svojega dela tudi zborovanje slavističnega društva v Mariboru oktobra 1966. Ta dejavnost je v javnosti poživila tudi zanimanje za poslovni jezik. Kritiki so postali pogumnejši, ker so čutili tudi politično podporo. Delovne in druge organizacije so pa deloma pod pritiskom kritike, deloma pa zaradi jezikovnega osveščanja pokazale večje zanimanje za poslovni jezik. Poleg poživljanja normalne skrbi za jezik je to pismo sprožilo tudi nekatere pretirane puristične težnje.

Pri ocenjevanju sedanjega stanja nismo enotni niti jezikoslovci niti praktiki. Ocenjevanje je odvisno od človekovega pogleda na jezik, od tega, katera besedila kdo bolj pozna, in od tega, kateri generaciji pripada; poleg tega se nekateri še zdaj ne zavedajo, da je poslovni jezik posebna zvrst knjižnega jezika in da mora biti že po svojem bistvu stilno drugačen kot recimo umetnostni jezik.

Neenako ocenjevanje poslovnega jezika marsikaterega uporabnika bega, da ne ve, komu bi verjel; zato ubira pot, ki je odvisna od raznih slučajnih okoliščin, ali pa ga sploh nič ne zanima jezikovni problemi in dela, kot da je vse, kar napiše, dobro. Ko sem preiskoval poslovni jezik iz gradiva najrazličnejših podjetij, ustanov in društev, sem ugotovil, da pišejo nekatere organizacije neprijemno boljši jezik kot druge. Včasih je jezikovna raven odvisna od enega ali dveh požrtvovalnih in jezikovno nadarjenih piscev. Skrb za dober poslovni jezik pogosto zahteva dobra organizacija dela, uspešnost podjetja, odvisnost od mno-

žičnega kupca; neredko zahteva dober jezik tudi vodilno osebje. V takih podjetjih ali ustanovah se do pisanega izdelka vedejo podobno kot do drugih izdelkov: ko gre iz rok, mora biti solidno izdelan.

Med pojavi v poslovnem jeziku, ki so do sedaj navadno veljali za napake, imamo lahko tudi vrstne značilnosti. Med take bi šteli tiste pojave, ki so v poslovnem jeziku že dobro utrjeni in niso v nasprotju z objektivno normo, čeprav jih nekateri jezikoslovci oziroma priročniki in uporabniki preganjajo. Jezikoslovje, ki se naslanja na resnično stanje, jim priznava mesto, kakršno pač imajo. V drugo skupino štejemo jezikovne pojave ali procese, ki so v sedanjem jeziku živi, nimajo pa v knjižnem jeziku utrjenega položaja. Tu dobimo skoraj vse procese, ki delujejo v jeziku, razen tistih, ki so značilni za umetnostni jezik (slikoviti izrazi). Najpogostejši so pojavi in procesi iz vseh vrst govornega jezika. Nekateri bodo sčasoma dobili svoje mesto v knjižnem jeziku, drugi se bodo kmalu izgubili, pozabili. V tretjo skupino štejemo prave napake. To so pojavi, ki nastanejo po kakšni pomoti, nejasnosti; niso vezani na jezikovne procese, zato odzamejo jezikovnemu sredstvu informativno sposobnost. Take napake pripeljejo v nerazumljivost, če vsebina ni razvidna iz konteksta. Obstoj vseh teh stvari in različno gledanje nanje dokazujeta, da številni uporabniki poslovnega jezika ne poznajo natančno meje med uporabnimi in neuporabnimi jezikovnimi sredstvi. To se pravi, da izbira izraznih sredstev za poslovna besedila še ni povsem utrjena; verjetno pa popolna enotnost v tem sploh ni dosegljiva.

V govornem poslovnem jeziku je v glasovju še veliko prvin pogovornega jezika in narečij, čeprav danes opažamo, da iz njega razmeroma hitro izginjajo narečne in krajevne pogovorne posebnosti. V *oblikoslovju* je razmeroma malo odklonov, pač zato ker je oblikovni sistem v vsakem jeziku zelo trden, pa tudi šole imajo pri tem lepe uspehe. Najpogostejši odkloni so: maskulinizacija srednjega spola (*oba podjetja*), izguba dvojine (*izbrati dve terase; pred dvema meseci*), napačna sklanjatev osebnih imen (z *Janezom Petelinom* ali s *Petelin Janezom* ali opuščanje sklanjatve). Na področju ustvarjanja novih oblik (besedotvorje) so zlasti deležni kritike nekateri tipi imen podjetij in izdelkov.

V *skladnji* je veliko odklonov. Zlasti so opazni slabo zgrajeni, večkrat dokaj dolgi stavki, ki so pogosto na meji razumljivosti ali pa nerazumljivi. Tipične napake so: opuščanje roditeljskega imena v nikalnem stavku (*cement nismo naročili*), napačna oblika zaimka (*opravljali delo za sebe*), nenavadni predlogi (*napram našemu društvu; radi tega; razgovori po vprašanju; odločba od dne tega in tega; zgradbe od našega podjetja*), nenavadni vezniki (*dočim, v kolikor, kateri namesto ki*).

V *besedju* je razmeroma veliko prvin, ki v našem jeziku niso domače in so prišle kot posledica mešanja s tujimi poslovnimi jeziki, zlasti s poslovno srbohrvaščino. Navadno so po zunanosti podobne kaki naši besedi (*zaključiti pogodbo za skleniti pogodbo, izdobaviti za dobaviti, iznos za znesek, zemlja za deželo, zaviseti za biti odvisen*).

Zanimive so besede, ki so v poslovnem jeziku že dolgo in zelo razširjene, čeprav jih svetovalci in priročniki navadno preganjajo (*komad, nahajati se, odpremiti in družina, sledeč, odnosno*).

Na področju *sloga* imamo zelo pogosto opravka s slabostjo celotnega sestavka, z napačno izbiro besed, fraz, vzorcev, z napačnim besednim redom. Uporabniki na sploh premalo vedo o zvrstnih potezah poslovnega jezika.

Zelo pogostne so *pravopisne* napake pri postavljanju ločil (vejica pri *in* za stavkom s *ki*), pri pisavi velike začetnice (imena ustanov).

Kadar naša podjetja in organizacije delujejo tudi v drugih naših republikah, rešujejo jezikovne probleme v glavnem na tri načine, bodisi da izdajajo dvojezične spise, bodisi da se obračajo na sodelavce ali kupce v njihovem jeziku ali pa se s srbohrvaščino obračajo na vso Jugoslavijo, zlasti v tiskanih publikacijah. Redkejši so primeri, da se na vso Jugoslavijo obračajo v slovenščini. Največ protestov povzroča praksa, da se nekatera slovenska podjetja obračajo na domačega človeka v drugem jeziku, največkrat v srbohrvaščini. Ti pojavi, ki imajo v javnosti zelo negativen učinek, se ne dajo utemeljiti s kakimi tehtnimi razlogi. Početje je bilo že vsestransko pretehtano in obsojeno, vendar se še pojavlja. Stvar je škodljiva tudi zato, ker gre za krčenje funkcij jezika. S tem v zvezi je tudi nepotrebno izposojanje izraznih sredstev iz poslovne srbohrvaščine pri nekaterih piscih in v nekaterih dejavnostih. Najbolj so to pospeševali številni skupni zvezni obrazci v srbohrvaščini. Zaradi tega prihaja v našem poslovnem jeziku do podvajanja terminov in fraz, npr. *zaključni posel* proti domačemu *sklenjeni posel*; *zaključnica* proti *sklepnica*, *glasom odredbe* proti *po odredbi*. Nekateri obrazci so dvojezični; to bi bila najprimernejša rešitev za vse skupne obrazce.

Vzrokov za slabo obvladanje poslovnega jezika je več. Naše šole nimajo za tako delo dovolj primernih učbenikov niti dovolj primernih učiteljev. Premalo poučujejo uporabni jezik. Zamujajo se predvsem pri učenju sistema, tj. slovnice. Učencev ne uvajajo zmeraj dovolj živo v resnično jezikovno problematiko. Zato so absolventi naših šol včasih neobgljenčki že pri pisanju najpotrebnejših poslovnih spisov. Po nekaterih trditvah se stanje sedaj že izboljšuje.

Sestavljalci poslovnih besedil se včasih premalo zavedajo, da sme človek samo takrat, ko piše zase, pisati, kakor se mu zljubi; kadar pa piše za druge, se mora podrediti splošnim navadam in mora biti zelo pazljiv do jezika. Še posebno zaradi tega, ker je ugled pisane besede velik in je večinoma namenjena številnim bralcem.

4

Na podlagi poznavanja zvrstnih značilnosti poslovnega jezika in njegovega sedanjega stanja bi lahko določili, kakšen naj bi bil primeren poslovni jezik, in našli pot, kako bi ga gojili. Poleg predlogov, ki sem jih omenil že med dosedanjo obravnavo, bi bilo treba opozoriti še na nekatere stvari. Pri določanju pravilnosti ne smemo biti togi, temveč moramo določiti mejo med primeri, ki so še zadovoljivi, in med primeri, ki več ne ustrezajo. Izrazna sredstva in načine je treba ocenjevati po sodobni rabi in po uporabnosti, ne pa po izvoru ali starosti. Za določanje uporabne vrednosti izraznih sredstev in načinov je treba zbrati vse sinonime in jim določiti medsebojno razmerje.

K odstranjenju napak bi lahko veliko prispevalo raziskovanje in poučevanje zvrsti. Pri takem poučevanju bi se povezovala sistem in uporaba sistema v poslovnih besedilih. Če učimo samo sistem (glasove, oblike, skladnjo, besedni zaklad), ga učenec sam od sebe ne zna uporabljati, kaj šele da bi ga lahko uporabljal tako, kot zahteva zvrst. Tudi metoda popravljanja učenčevega jezika ne zadošča v strokovnih šolah; z njo se lahko nauči kvečjemu osnov jezikovnega sistema.

Absolutnih ocen izraznih sredstev ali načinov se je treba izogibati, ker navadno ne dajejo dovolj uporabnega znanja ne za poslovni jezik, ne za druge zvrsti. Tako pove navodilo, da trpnika slovenščina nima rada, premalo; treba je jasno povedati, v katerih primerih oziroma v katerih besedilih je to izrazno sredstvo neobhodno potrebno oziroma primerno. Ker poslovni jezik ni enoten, bi bilo treba za vsako področje ali pa vsaj za važnejša področja posebej preštudirati izrazna sredstva in načine in določiti njihove vrednosti.

Poleg sproti citiranih del je treba omeniti še tole uporabljeno ali delno uporabljeno literaturo: Danijel Andolšek, Helena Furlan, *Poslovna korespondenca*, Ljubljana 1967; Alois Jedlička, Věra Formánková, Miloslava Rejmánková, *Základy české stylistiky*, Praga 1970; Halina Kurkowska, Stanisław Skorupka, *Stylistyka polska*, Varšava 1959; Jozef Mistrík, *Stylistika slovenského jazyka*, Bratislava 1970; številne članke o poslovnem jeziku v revialnem in dnevnem tisku in vrsto splošnih del, ki govore tudi o funkcijski razčlenjenosti knjižnega jezika.

NA ROBU SRBOHRVATSKEGA (IN SLOVENSKEGA) ETIMOLOŠKEGA SLOVARJA

3

Sbh. *maljiv*, sln. *maleti* in podobno

Pri Skoku, ERHS II 365, dobimo brez poizkusa razlage geslo *mâlživ* »slabunjav, (čovjek, žena, dijete), za koje se lepi svaka bolest« s pripombo, da se rabi v Srbiji. Enako osamljeno je sln. *maléti* »postati slabo«, npr. *mali mi pred očmi* »es wird mir dunkel vor den Augen«, *malelo mi je, noge me niso več mogle nositi* (Pleteršnik, SNS I 545). Drugi pomeni so še »fackeln, herumschwärmen«, *omaléti*, *zmaléti* »vermagern« in verjetno spada zraven tudi *zmaličiti* »verderben«.

Ker navaja Pokorny, VWb, str. 716 dalje, kar osem homonimnih osnov **mel-* poleg dveh **smel-* s številnimi prevojnimi alternacijami in z različnimi determinativi, je dokaj težavno natančneje opredeliti vrsto izoliranih besed v posameznih slovanskih jezikih. Tako je npr. sln. *mléviti*, *mlévím* »hin und her bewegen, hin und her wetzen« (Prekmurje) zaradi pomena laže povezati z gr. *mellō* »zögere« (pri Pokornyju je to **mel-* 3) kakor z r. *molóvítb* »scheinen, vorkommen« (tako Torbiörensso, LM I 98), kar bi bolj spadalo k **mel-* 8 pri Pokornyju, prim.