

Publicistikas valodas vieta funkcionālo paveidu un stilu sistēmā

The Place of Mass Media Language within the System of Functional Sub-Types and Styles

Ilze Lokmane

Latvijas Universitātes Filoloģijas fakultāte
Latviešu un vispārīgās valodniecības katedra
Visvalža iela 4a, Rīga, LV-1050
ilokmane@latnet.lv

Rakstā analizētas valodas funkcionālo paveidu un funkcionālo stilu klasifikācijas problēmas un publicistikas valodas vieta valodas stilistikajā sistēmā. Terminu *funkcionālais paveids* un *funkcionālais stils* latviešu valodniecībā tradicionāli lietoti kā sinonīmi, jo tiek atzīts, ka valodas lietojuma joma nepieciešami nosaka izmantojamo valodas līdzekļu atlasī. Zināma atbilde starp cilvēku darbības jomām un tajās izmantoto valodu patiešām pastāv, tomēr valodas līdzekļu izvēle noteiktā saziņas situācijā (īpaši daiļliteratūrā un publicistikā) pārsniedz viena stila robežas. Publicistikā tiek izmantoti gan lietišķā un zinātniskā, gan sarunvalodas un poētiskā stila elementi. Tādēļ būtu lietderīgi minētos jēdzienus šķirt: funkcionālais paveids ir situatīvi nosacīts un balstīts uz lietojuma jomas, turpretim funkcionālais stils nosakāms pēc valodas līdzekļu atlasī. Mūsdienu valodas sistēmā publicistikas valoda uzskatāma par funkcionālo paveidu. Publicistikas valodā izveidojies daudz žanru, tie mainās un turpina diferencēties. Tāpat kā funkcionālajā paveidā var izmantot vairākus stilus, arī runas žanri var kombinēt dažādu stilu elementus.

Balstoties uz kvalitatīvām un kvantitatīvām valodiskām pazīmēm, funkcionālie stili vērtējami attieksmē pret neitrālo jeb vispārlietojamo valodu: pazeminātais stils (sarunvalodas stils) un paaugstinātie stili (poētiskais, lietišķais un zinātniskais stils). Publicistikas valoda izmanto gan stilistiski pazeminātus, gan stilistiski paaugstinātus valodas līdzekļus. Par īpaša publicistikas vai, precīzāk, publicistiskā stila eksistenci varētu liecināt alūzijas, proti, apzināts šī stila elementu izmantojums citos paveidos (zinātniskajā literatūrā, daiļliteratūrā), tomēr šī stila valodiskās pazīmes un mijiedarbe ar citu stilu līdzekļiem vēl jāpētī.

Atslēgvārdi: publicistikas valoda, funkcionālais paveids, funkcionālais stils, runas žanrs, saziņas joma, valodas stilistika, runas stilistika.

Latviešu valodniecībā tradicionāli tiek aplūkoti pieci funkcionālie stili jeb valodas funkcionālie paveidi: 1) zinātniskais stils, 2) lietišķo rakstu stils, 3) sarunvalodas stils, 4) publicistikas stils, 5) daiļliteratūras stils. Šāda pieeja ar nelielām terminoloģiskām atšķirībām nostiprinājusies gan teorētiskajā literatūrā (sk., piem., Rozenbergs 1995, 82), gan valodas prakses rokasgrāmatās un skolu praksē. Piecu stilu sistēma ir populāra arī slāvu valodniecībā. Piemēram, Grigorijs Solganīks (*Григорий Яковлевич Солганик*) norāda, ka minētā funkcionālo stilu tipoloģija balstās uz valodas funkcijām un katrā stilā noteikta funkcija izvirzās priekšplānā: zinātniskajā stilā – informatīvā un izziņas funkcija, lietišķajos rakstos – sabiedrisko attiecību regulēšanas funkcija (viena no valodas sociālajām

funkcijām), sarunvalodā – saziņas funkcija, publicistikā – ietekmējošā funkcija, daiļliteratūrā – estētiskā funkcija. Katra funkcija prasa no valodas noteiktas iezīmes (piemēram, precizitāti, objektivitāti, tēlainību utt.), un laika gaitā valoda izveido īpašus līdzekļus šo mērķu sasniegšanai. Citiem vārdiem sakot, katrs stils atlasa no valodas tos līdzekļus, kas vislabāk var veikt tam izvirzītos uzdevumus (Солганик 2003, 173–174).

Mūsdienu lingvistikā piecu stilu sistēma nereti tiek apšaubīta. Visvairāk iebildumu parasti izraisa daiļliteratūras stils, kas pārstāv visu nacionālo valodu un kurā savdabīgi tiek izmantoti citu stilu elementi (sk., piem., Freimane 1993, 35), kā arī publicistikas stils, kas daudzveidībā tuvojas daiļliteratūras valodai.

Tādējādi bez piecu stilu sistēmas lingvistikā pazīstamas arī citas. Piemēram, krievu valodniece Irina Arnolda (*Ирина Владимировна Арнольд*) tuvāk raksturo četrus stilus – poētisko, zinātnisko, publicistikas un sarunvalodas stilu (Арнольд 1981, 250–278) – un apšaubā daiļliteratūras stila kā vienota valodas paveida eksistenci, jo māksliniecisku efektu visbiežāk panāk tieši ar dažādu stilu sakausējumu (Арнольд 1981, 249). Inta Freimane, atsaucoties uz čehu valodnieku pētījumiem, nosauc četrus funkcionālos paveidus: 1) sarunvaloda (balstās uz komunikatīvo funkciju), 2) lietišķā valoda (balstās uz praktiski speciālo funkciju), 3) zinātnes valoda (balstās uz teorētiski speciālo funkciju) un 4) poētiskā valoda (balstās uz estētisko funkciju) (Freimane 1993, 33). Savukārt krievu valodnieks Vladimirs Gaks (*Владимир Григорьевич Гак*) raksturo trīs galvenās cilvēku dzīves sfēras ar tām atbilstošiem stiliem: 1) sadzīve, kam atbilst stilistiski pazemināta valoda jeb sarunvaloda, 2) sabiedriskais darbs un sabiedriskās attiecības, kam atbilst specializēta (zinātniskā un lietišķo rakstu) valoda, 3) mākslinieciskā jaunrade, kam atbilst stilistiski paaugstināta jeb poētiskā valoda (Гак 1977, 51). Kā redzam, ne I. Freimanes, ne V. Gaka dalījuma publicistikas valoda kā īpašs paveids netiek minēta. Vienota publicistikas stila eksistenci apšaubā arī Jurijs Skrebņevs (*Юрий Михайлович Скребнев*) (Скребнев 2000, 169–170) un citi autori.

Atgriežoties pie latviešu valodniecībā tradicionālās piecu stilu sistēmas, jāatzīst, ka visi minētie stili patiešām nav viena līmeņa parādības.

Zinātniskais un lietišķo rakstu stils ir relatīvi viegli raksturojams, jo ir samērā daudz pazīmju, kas atšķir šos valodas paveidus no citiem un no vispārlietojamās valodas. Turklāt jāuzsver, ka valodas līdzekļu atlases ziņā zinātniskais stils un lietišķo rakstu stils ir samērā tuvi: abos stilos tiek plaši izmantoti svešvārdi terminu funkcijā un citi abstraktas nozīmes vārdi, abiem stiliem raksturīga daudznozīmīgu vārdu specializācija jeb lietojums tikai vienā nozīmē, nominalizācija jeb pastiprinātas nomena lietošanas tendence, sarežģītas struktūras saliktu pakārtotu un jauktu saliktu teikumu, kā arī garu apzīmētāju virkņu izmantojums, samērā stingras un lēni mainīgas normas un citas pazīmes.

Sarunvalodu samērā viegli raksturot tāpēc, ka atšķirību no citiem funkcionālajiem paveidiem lielā mērā nosaka pretstats starp runas un rakstu valodu. Piemēram, runāts teksts ir ierobežots laikā, tādējādi uztverams lineāri, turpretim rakstītu tekstu var lasīt lēni vai ātri un nepieciešamības gadījumā pārlasīt. Runāts teksts ir spontāns, slikti strukturēts (jo runātājs reizē domā un runā), tam raksturīgs valodas līdzekļu pārdaudzums, ko klausītājs nereti pat nepamana. Īpaši svarīgi ir tas, ka runātā tekstā daļu informācijas sniedz uzsvars, intonācija, žesti, mīmika.

Tomēr arī sarunvaloda nav viendabīga. Jautājums par to, cik līmeņu ir sarunvalodā un kā tos norobežot, noteikti ir atsevišķa pētījuma objekts.

Atšķirībā no zinātniskā stila, lietišķo rakstu stila un sarunvalodas stila raksturojuma, publicistikas un daiļliteratūras valodu kopumā raksturot grūti. Iespējams konstatēt tikai dažas ļoti vispārīgas pazīmes. Piemēram, varētu teikt, ka daiļliteratūras (varbūt precīzāk – mākslas) valodas galvenās iezīmes ir tēlainība un neprognozējamība (tātad valodas jaunrade), bet šīs pazīmes raksturo arī daļu sarunvalodas, atsevišķus publicistikas žanus, turklāt tēlus izmanto arī zinātniskos un populārzinātniskos tekstos izpratnes atvieglošanai.

Gan runāti, gan rakstīti publicistikas teksti no valodas līdzekļu atlases viedokļa ir ļoti dažādi.

Publicistikā konstatējams svešvārdu un citu abstraktas nozīmes vārdu pārdaudzums (kā lietišķos un zinātniskos tekstos):

Tā ir pašreizējā izejošā dispozīcija, iespējams, nepietiekamu debašu un nepietiekamas argumentācijas kontekstā. (TV raidījums Kas notiek Latvijā?)

Latvijā inovatīvajā jomā esam visai nozēlojamā pozīcijā. Valstij būtu nepieciešama prioritāte attiecībā uz inovācijām. (Nedēļa)

Publicistikas valodai nereti piemīt stereotipiskums un loģikas trūkums (kā sliktai lietišķo rakstu vai zinātnes valodai). Piemēri no dažādiem televīzijas ziņu raidījumiem:

Transporta līdzeklis ir paaugstinātas bīstamības avots.

Tas veicinātu klientu pieejamību pakalpojumam.

– Kāda ir galvenā slepkavības versija? – Galvenā versija ir tāda, ka šis uzņēmējs ir nodarbojies ar uzņēmējdarbību.

Publicistikā, tāpat kā zinātniskajā un lietišķo rakstu stilā, mēdz lietot garus sarežģītas struktūras teikumus:

Nekustamo īpašumu tirgus dalībnieki zina stāstīt, ka neskaidrais Krievijas ekonomikas stāvoklis mudinot mūsu kaimiņvalsts bagātos pilsoņus ieguldīt naudu Latvijas nekustamajos īpašumos, neraugoties uz to, ka cenas īpašumiem Latvijā esot pārāk augstas (te jāpiebilst, ka īpašumu iegāde Latvijā Ukrainas un Krievijas pilsoņiem atvieglo t. s. Šengenas vīzas iegūšanu – lai gan tas, no otras puses, rada jautājumu, vai Latvijā kāds kontrolē šādu pircēju reputāciju, jo diemžēl minētās vīzas kāro ne tikai likumpaklausīgi cilvēki, un Latvijai var gadīties atbildēt uz nepatīkamiem citu Eiropas Savienības dalībvalstu jautājumiem, ja, teiksim, Spānijā tiks aizturēti Krievijas razbainieki, kuri vīzu ieguvuši, pateicoties īpašumiem Latvijā). (Nedēļa)

Savukārt tēlainība tuvina publicistikas valodu sarunvalodai un daiļliteratūrai:

Pirms sākt cept jaunas sabiedrības integrācijas pamatnostādnes, būtu jānoskaidro, kāpēc tad vecās kopš dzimšanas gulējušas skapī nelietotas un nevalkātas. (Neatkarīgā Rīta Avīze)

Daudz tēlainu valodas līdzekļu ir reklāmas tekstos: *Suzuki Swift ir ass, ar sportisku personību apveltīts.*

Publicistikā (īpaši reklāmā), tāpat kā sarunvalodā, vērojama pārspīlēta valodas līdzekļu izvēle: *Maksimālas acis – tik lielas un satriecošas!*

Literārās un neliterārās sarunvalodas ekspansija plašsaziņas līdzekļos sasniegusi milzu apmērus. Varētu teikt, ka pēdējos gadu desmitos ir mainījusies publicistikas stilistiskā norma uz sarunvalodas pusi. Ir mainījusies laikmeta gaume un valodas izjūta. Publicistikā tiek izmantoti ļoti ekspresīvi slengismi, arī vulgārismi:

Ļoti podīgs dizains un visvisādi stilīgi priekoli, sākot ar “Mumij Troļļ” solistu Ilju L. Asinssūcēja frizierīša veidolā, reālistiski “uzblieztu” “Aeroflot” lidmašīnas katastrofu .. (TV Izklaide)

Tas šajā dziesmā rada nenormālu kačku. (Sīrups)

Hoķī nevar atnākt un luņot. (Sīrups)

Publicistikas valoda dažkārt ir agresīva, vērojama tieksme pēc sensācijas, skandāla. Ironija, pat sarkasms plašsaziņas līdzekļu tekstos liecina, ka tiek izsmiets pilnīgi viss:

Kritiķu jociņi par Misteru Gudrīti, kas iemācījies vienu fišku – veco dziesmu par vampīru savstarpējām razborkām – ietērt izcili krutā, stilīgā jauno tehnoloģiju dizainā .. (TV Izklaide)

Pēdējos gadu desmitos vērojāmās pārmaiņas publicistikas valodā izskaidrojamas galvenokārt ar to, ka publicistika straujāk par citiem funkcionālajiem paveidiem reaģē uz pārmaiņām sabiedriskajā dzīvē. Publicistikas valodu jūtami ietekmējusi politiskās sistēmas un plašsaziņas līdzekļu funkciju maiņa, vārda un preses brīvība, konkurence plašsaziņas līdzekļu starpā (СОСРЯ, 664–675).

Dažkārt par pilnīgi jaunu funkcionālo paveidu, kas atzarojies no publicistikas valodas, uzskata interneta valodu. Tīmeklī lietotā valoda ir savdabīgs runas un rakstu valodas sajaukums. Kā uzsver Deivids Kristals (*David Crystal*), interneta valodas neparastumu nosaka elektroniskā saziņas līdzekļa īpatnības: tas ir elektronisks, globāls, interaktīvs un ļauj sazināties tādos veidos, kas principiāli atšķiras no citām mums zināmām semiotiskām situācijām (Crystal 2006, 26).

Lai noskaidrotu publicistikas vietu funkcionālo stilu sistēmā, pievērsīsimies stilu klasifikācijas pamatam.

Funkcionālo stilu jeb funkcionālo paveidu klasifikācija balstās uz divām pazīmju grupām: pirmkārt, lingvistiskās (valodiskās) pazīmes jeb valodas līdzekļu atlase, otrkārt, ekstralingvistiskās (ārpusvalodiskās) pazīmes jeb saziņas joma. Viens no stilistikas pamatatzinumiem ir tāds, ka šīs pazīmju kopas ir simetriskas, respektīvi, saziņas joma nepieciešami nosaka noteiktu valodas līdzekļu atlasī. Masu saziņu parasti uzskata par vienu saziņas jomu, tomēr redzam, ka te izvēlētie valodas līdzekļi ir ļoti dažādi atkarībā no žanra un adresāta. Tieši tas pats vērojams daiļliteratūras jeb mākslas valodā, zināmā mērā arī sarunvalodā.

Tādēļ, pēc raksta autores domām, mūsdienu stilistikā būtu lietderīgi šķirt latviešu lingvistiskajā tradīcijā sinonīmiski lietotos jēdzienus **funkcionālais paveids** un **funkcionālais stils**. Funkcionālais paveids ir nosakāms pēc funkcionēšanas sfēras, tātad tas ir situatīvi nosacīts, turpretim stilu nosaka pēc valodas līdzekļu atlases.

Līdzīgu domu izteikuši vairāki krievu valodnieki. Piemēram, Germans Orlovs (*Герман Александрович Орлов*) uzskata, ka jāšķir zinātnes valoda jeb zinātnes valodas funkcionālais paveids no zinātniskā stila, sarunvaloda jeb sarunvalodas funkcionālais paveids no sarunvalodas stila utt. (Орлов 1991, 50–53). Ikdienā sazinoties varam izmantot ne tikai sarunvalodas līdzekļus, bet arī paaugstinātā stila elementus – vārdus un sintaktiskas konstrukcijas. Tādējādi par sarunvalodas stilu varam uzskatīt valodas paveidu, kas ikdienišķā saziņas situācijā ir parasts, nemarķēts, savukārt sarunvalodas funkcionālais paveids ir visa neformālā saziņā lietotā valoda, kurā var izmantot arī citu stilu elementus. Arī J. Skrebņevs norāda, ka valodas funkcionālais paveids nav identificējams ar stilu un viena funkcionālā paveida ietvaros var būt vairāki stili. (Скребнев 2000, 15) Tātad zināma atbilde starp cilvēku darbības jomām un tajās izmantoto valodu patiešām pastāv, tomēr valodas līdzekļu izvēle noteiktā saziņas situācijā (īpaši daiļliteratūrā un publicistikā) pārsniedz viena stila robežas.

Problēmas funkcionālo stilu klasifikācijā rodas arī tāpēc, ka var ļoti dažādi norobežot un definēt saziņas jomas. Plašsaziņas līdzekļus kopumā var uzskatīt par vienu saziņas jomu, bet tikpat pamatoti masu saziņā saskatāmas vairākas saziņas jomas jeb sfēras.

Par būtiskām saziņas jomas pazīmēm, kas ietekmē valodas līdzekļu atlasīšanu, būtu uzskatāmas šādas:

- saziņas līdzeklis (mutvārdu vai rakstveida saziņa);
- saziņas kanāls (piemēram, prese, radio, televīzija, internets);
- adresāts (viens vai vairāki, piemēram, noteikta sabiedrības daļa) un tā sociālā loma;
- adresants (persona, personu grupa vai iestāde) un tā sociālā loma;
- saziņas interaktivitāte (tiešs vai netiešs saziņas partneru kontakts);
- saziņas mērķis un dominējošā valodas funkcija;
- saziņas vieta un laiks;
- saziņas tēma.

Jāpiebilst, ka uz vairāku pazīmju kopuma balstīta klasifikācija ir zināmā mērā problemātiska, proti, ja raksturojam saziņas jomas pēc visām pazīmēm uzreiz, jomas ir samērā šauras un to ir daudz.

Visbeidzot, funkcionālo stilu klasifikāciju apgrūtina tas, ka stili ir mainīgi, tie turpina attīstīties un diferencēties. Kā zināms, valodas specializācija ir viens no vispārīgiem valodas attīstības likumiem. Sākumā valoda ir viendabīga, vēlāk, attīstoties rakstībai, literatūrai, dažādām cilvēku darbības nozarēm, pastiprinās funkcionālās atšķirības. Tātad stilistiskā diferenciacija veidojas reizē ar literārās valodas attīstību (Мечковская 2001, 144–149). Tāpēc noteiktā nacionālās valodas attīstības posmā robežas starp funkcionālajiem stiliem var būt plūstošas un nav stingri novelkamas.

Funkcionālo stilu lingvistiskās pazīmes var raksturot no dažādiem viedokļiem.

Pirmkārt, tās var būt kvalitatīvas un kvantitatīvas. Kvalitatīvās pazīmes ir īpaši stilistiski marķēti dažādu līmeņu valodas līdzekļi (piemēram, sarunvalodas vārdi, stilistiski marķētas morfoloģiskas formas un sintaktiskas konstrukcijas).

Interesanti, ka stila līdzekļi mēdz būt daudznozīmīgi – viens un tas pats stilistiski marķētais valodas līdzeklis nereti sastopams vairākos stilos, parasti ar dažādām funkcijām. Piemēram, sintaktiski nepilnas struktūras tiek lietotas gan sarunvalodā (– *Kur tu?* – *Uz mājām.*), gan daiļliteratūrā (*Es dažreiz esmu nelaimīga. Dažreiz? Arvienu.*). Sarunvalodā tās runu īsina, turpretim daiļliteratūrā izsaka emocionālu un reizēm arī jēdzienisku papildinformāciju.

Kvantitatīvās pazīmes ir noteiktu valodas līdzekļu lietojuma īpatsvars. Pēc raksta autores domām, stilu raksturojumā kvantitatīvās pazīmes nereti ir svarīgākas par kvalitatīvajām. Piemēram, sintakses līmenī ir samērā maz stilistiski marķētu sintaktisku konstrukciju, proti, tādu, kas sastopamas tikai vienā stilā. Ja tādas tomēr atrodamas, leksiskās variēšanās iespējas tajās parasti ir ierobežotas, piemēram, sarunvalodas teikumos ir tā saucamie atbalsta vārdi, bez kuriem konstrukcija nevar pastāvēt: *Tā jau tu nāksi!* *Tā jau es tev stāstīšu!* *Gaidi vien!* *Stāsti vien!* Zinātnisko un lietišķo stilu raksturo liels saliktu pakārtotu teikumu un jauktu saliktu teikumu īpatsvars, tomēr šādu tipu teikumi ir vispārlietojami un sastopami arī citos stilos.

Otrkārt, stila līdzekļi raksturojami sintagmatiskā un paradigmātiskā aspektā. Paradigmatiskā aspektā stilistiski ekspresīvie valodas līdzekļi tiek pretstatīti stilistiski neitrāliem valodas līdzekļiem un cits citam. Piemēram, lai vārdu atzītu par stilistiski ekspresīvu, tam nepieciešams neitrāls sinonīms – stilistiski ekspresīvajiem vārdiem *pinkšķēt*, *bimbāt*, *īdēt*, *asaroties* u. c. ir neitrāls sinonīms *raudāt*. Tāad paradigmātiskais aspekts ir saistīts ar stila līdzekļu izvēli.

Sintagmatiskā aspektā tiek pētīta valodas līdzekļu mijiedarbe runā jeb tekstā. Proti, valodas vienība, kurai pašai par sevi nav stilistiskas ekspresijas valodas sistēmā, šādu ekspresiju var iegūt, mijiedarbojoties ar citiem valodas līdzekļiem tekstā. Interesanta sintagmatiskā aspekta izpausme ir tā, ka “savā” funkcionālajā paveidā valodas līdzeklis patiesībā ir neekspresīvs, ekspresija parādās, to lietojot “svešā” paveidā. Piemēram, sarunvalodas vārds vai slengisms publiskā runā ir daudz ekspresīvāks nekā neformālā saziņā. Sintagmatiskais aspekts stilistikā līdz šim nav pietiekami novērtēts, te pētījumi būtu padziļināmi.

Parigmatiskā un sintagmatiskā aspekta šķērums stilistikā saskan ar valodas kā abstraktas sistēmas un runas kā valodas konkrētās realizācijas jeb lietojuma šķērsumu. Lai risinātu stilu klasifikācijas problēmas, būtu lietderīgi šķirt valodas (funkcionālo) stilistiku un runas (teksta) stilistiku. **Valodas stilistika** nodarbojas ar valodas faktu – funkcionālo stilu kā relatīvi slēgtu, abstraktu valodas apakšsistēmu izpēti, turpretim **runas stilistika** – ar konkrētu tekstu jeb runas izpēti. Šādā skatījumā **funkcionālais stils** ir abstrakts valodas līdzekļu kopums, kas nodrošina optimālu saziņu noteiktā sfērā (Крылова 2006, 240).

Tādējādi esam nonākuši pie galvenā šajā rakstā izvirzītā jautājuma: vai publicistikas valoda ir uzlūkojama par patstāvīgu funkcionālo stilu? D. Kristals grāmatā par interneta valodu jautā: kā varam konstatēt, ka valodā izveidojies jauns funkcionālais stils? Diezgan droša zīme ir tā, ka runātāji veido alūzijas ar to citās saziņas situācijās, respektīvi, viena stila elementi kā alūzija tiek iesaistīti citā stilā (Crystal 2006, 20). Piemēram, komiskā televīzijas raidījumā var izmantot kariķētu lietišķo stilu, zinātniskā stila elementi tiek izmantoti daiļliteratūrā, nereti kā satīrisks izteiksmes līdzeklis:

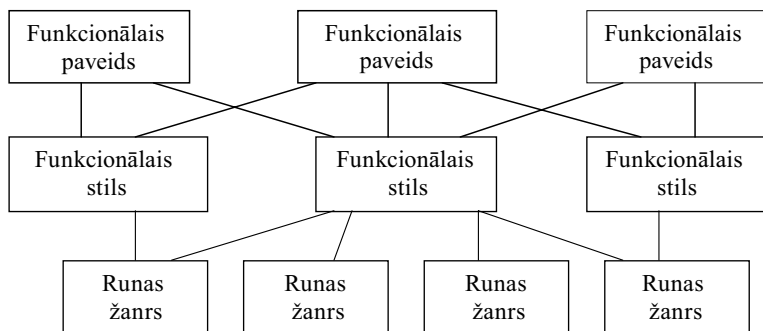
Tas, mani kungi un dāmas, nav itin nekas cits kā vien gars, kas, nākdams iz pāriras, nolaižas esmē un, savienodamies ar artista sirdsdedzi, īsteno spirituālu projekciju vielā jebšu matērijā, tādējādi dzemdēdams mākslas brīnumu. Un tikai viens indivīds no desmit tūkstošiem ir skaņots pietiekami smalki, lai spētu Universuma atvalkanos strāvojumus materializēt vai nu krāsās, skaņās, vārdos, vai, kas visgrūtāk, prātnieciskās atziņās. (A. Eglītis)

Vai publicistikas valodā ir kaut kas tik specifisks, ka varam nešaubīgi runāt par publicistikas stila eksistenci? Jādomā, ka publicistikas valoda šodien ir visa nacionālā valoda kopumā tāpat kā daiļliteratūras valoda. Gan daiļliteratūrā, gan publicistikā par normu kļuvusi dažādu stilu elementu sajaukšana.

Publicistikas valodas daudzveidību nosaka arī tas, ka ir izveidojies daudz žanru, tie mainās un turpina diferencēties. Zūd tādi iedarbīgi žanri kā avīžu ievadraksti, arī apraksti un feļtoni, savukārt popularitāti iegūst diskusija, intervija, esēja, komentārs, prognoze, žurnālistiska izmeklēšana (СЭСРЯ, 664–675). Vērojama ne tikai brīva dažādu stilu elementu, bet pat dažādu žanru kombinācija vienā rakstā. Daudz žanru ir interneta valodā.

Tāpēc galvenā plašsaziņas līdzekļu pētnieka uzmanība šodien būtu pievēršama runas stilistikai, lai uz uzkrātā materiāla bāzes varētu argumentēti risināt jautājumu par publicistikas funkcionālā stila eksistenci. Arī runas stilistika meklē vispārinājumu un konstatē tekstu tipus, bet tiem ir daudz zemāka vispārinājuma pakāpe nekā funkcionālajiem paveidiem un funkcionālajiem stiliem. Šie tipi ir **runas žanri**. Noteikta žanra teksts var būt viena stila paveids (piemēram, zinātniskas monogrāfijas žanrs vai iesnieguma žanrs) vai kombinēt dažādu stilu iezīmes (piemēram, populārzinātnisks raksts apvieno zinātniskā, publicistiskā un pat sarunvalodas stila elementus). Pasaules valodniecībā žanra nozīmē tiek lietots arī termins **reģistrs** (angļu val. *register*), piemēram, telefona sarunu reģistrs, sporta komentāru reģistrs, reklāmas reģistrs utt. (Halliday, Hasan 1976, 21–26).

Tātad funkcionālie paveidi, funkcionālie stili un runas žanri ir dažādu abstrakcijas pakāpju parādības un starp tiem nav tiešas atbildes jeb paralēlisma. Funkcionālajā paveidā var izmantot vairākus stilus, tāpat kā runas žanri var kombinēt dažādu stilu elementus. Tiesa gan, visos funkcionālajos paveidos kombinēšanas iespējas nav vienādi plašas, piemēram, lietišķajā saziņā tiek izmantoti gandrīz tikai lietišķā stila elementi. Funkcionālo paveidu, funkcionālo stilu un runas žanru attieksmes shematiski varam attēlot šādi:



Funkcionālo stilu tipoloģijā par pamatu izmantojama stilistikā plaši pazīstamā trīs stilu sistēma. Visi stilistiski ekspresīvie valodas līdzekļi attieksmē pret neitrālajiem (t. s. vispārlietojamo valodu) var būt vai nu stilistiski pazemināti, vai stilistiski paaugstināti (Скребнев 2000, 12).

pazemināts stils	neitrāls stils (vispārlietojamā valoda)	paaugstināts stils	
sarunvalodas stils		poētiskais stils	
		speciālie stili	zinātniskais stils
			lietišķais (lietišķo rakstu) stils

Jāuzsver, ka t. s. neitrālais stils jeb vispārlietojamā valoda ir abstrakcija, jo jebkurš konkrēts teksts ir noteikta stila (vai stilu sajaukuma) teksts. Vispārlietojamo valodu veido neitrāli valodas līdzekļi, kas lietojami visos stilos un uzskatāmi par sava veida normu, ar ko salīdzina stilistiski paaugstinātos un stilistiski pazeminātos valodas līdzekļus.

Secinājumi

Mūsdienu latviešu valodā pastāv publicistikas valoda kā valodas funkcionālais paveids, kurā funkcionē dažādu stilu elementi un kas apvieno dažādus žanrus. Pēc raksta autores domām, mūsdienu valodas sistēmā būtu pamats runāt arī par publicistikas vai, precīzāk, publicistisko stilu, kura eksistenci vislabāk apzināmies, ja tā elementus sastopam citos funkcionālajos paveidos, piemēram, zinātniskajā literatūrā vai daiļliteratūrā. Šī stila tipiskās pazīmes un mijiedarbe ar citu stilu elementiem publicistikas valodā vēl pētāma.

Avoti

Nedēļa

Neatkarīgā Rīta Avīze

Sīrups

TV Izklaide

Literatūra

Crystal, D. *Language and the Internet*. Cambridge : Cambridge UP, 2006.

Freimane, I. *Valodas kultūra teorētiskā skatījumā*. Rīga : Zvaigzne, 1993.

Halliday, M. A. K., Hasan, R. *Cohesion in English*. London and New York : Longman, 1976.

Rozenbergs, J. *Latviešu valodas stilistika*. Rīga : Zvaigzne ABC, 1995.

Арнольд, И. В. *Стилистика современного английского языка*. Ленинград : Просвещение, 1981.

Гак, В. Г. *Сопоставительная лексикология*. Москва : Международные отношения, 1977.

Крылова, О. А. *Лингвистическая стилистика*. Москва, 2006.

Мечковская, Н. Б. *Общее языкознание. Структурная и социальная типология языков*. Москва : Флинта, Наука, 2001.

- Орлов, Г. А. *Современная английская речь*. Москва : Высшая школа, 1991.
- Скребнев, Ю. М. *Основы стилистики английского языка*. Москва : Астрель, АСТ, 2000.
- Солганик, Г. Я. *Стилистика текста*. Москва : Флинта, Наука, 2003.
- СЭСРЯ – *Стилистический энциклопедический словарь русского языка*. Москва : Флинта, Наука, 2003.

Summary

The article deals with the problems of classification of functional sub-types or sub-languages and functional styles of the Latvian language. The traditional view that the terms *sub-type* and *style* should be used as synonyms is misleading, because there exist several sub-types in which the combination of different stylistic devices has become a kind of norm. The most characteristic examples are the language of fiction and the language of the mass media. Sub-languages should not be identified with styles: sub-language or functional sub-type is a language used in a given sphere, whereas style is a set of specific linguistic features.

Exploring the system of sub-types, styles and speech genres (registers) of a national language, we come to the conclusion that sub-type is the most general concept, style is a specificity of sub-type, and speech genre is a specificity of style. However, both sub-types and speech genres may combine elements of different styles. It is quite obvious that the language of the mass media is a functional sub-type of Modern Latvian. However, the existence of publicist or mass media style leaves much food for critical thought.