

## Lietišķais stils plašsaziņas līdzekļos *Official Business Style in the Mass Media*

**Līga Vogina**

Latvijas Universitātes Filoloģijas un mākslas zinātņu fakultāte  
Latviešu un vispārīgās valodniecības katedra  
Visvalža iela 4a  
liga.vogina@lu.lv

Plašsaziņas līdzekļiem ikvienā sabiedrībā ir noteiktas funkcijas. Tiem ir informatīvā, izglītojošā, arī izklaidējošā un audzinošā funkcija. Ikviens raksts presē ir paredzēts noteiktai auditorijai, tādēļ arī valoda katrā rakstā atšķiras. Paturot prātā veicamo funkciju, plašākai saziņai tiek lietoti vairāk vai mazāk kodificēti un normēti valodas līdzekļi.

Šī raksta pamatuzdevums ir izpētīt, cik lielā mērā presē tiek lietots lietišķais stils un kuras no šī funkcionālā paveida pazīmēm vēl aizvien ir atrodamas gan žurnālos, gan laikrakstos. Plašsaziņas līdzekļi ir pētījumiem piemērots avots, jo tie vistiešāk un visātrāk atspoguļo norises valodā. Tā kā plašsaziņas līdzekļos, piemēram, ikdienas laikrakstos, liela daļa rakstu ir paredzēta lasītāju informēšanai, piemērots ir emocionāli neitrāls izteiksmes veids, tātad lietišķais stils.

Valodas materiālu veido divi tekstu paveidi: sludinājumi, kas publicēti laikrakstā *Diena* 2007. gadā, un analītiski raksti, kas publicēti laikrakstā *Dienas Bizness* un žurnālā *Lietišķā Diena* 2008. gadā.

Analizējot ekscerpētos piemērus, autore konstatējusi, ka tekstos ir saglabātas lietišķā stila galvenās pazīmes, piemēram, neitralitāte, ko panāk, izvēloties verbu ciešāmās kārtas formas. Vērojama standartizācija, kad tekstā lieto visiem zināmas, pierastas frāzes. Analizētais valodas materiāls atklāj, ka lietišķais valodas stils ir arī svešvārdiem un terminiem bagāts. Savukārt par kodolīgumu, kas teorētiskajā literatūrā minēts kā viena no lietišķā stila raksturīgākajām pazīmēm, var runāt visai reti. Presē arvien vairāk ir vērojama liekvārdība, kas bieži robežojas ar tukšvārdību. Raksta autore uzskata, ka tas saistāms ar demokratizācijas tendenci valodā, kad tiek nojauktas robežas starp valodas funkcionālajiem stiliem.

Pētījums atklāj pārmaiņas valodā – pirms kāda laika funkcionālo stilu robežas bija skaidri nosakāmas, turpretī pašlaik tas vairs nav tik viegli izdarāms.

**Atslēgvārdi:** lietišķais stils, neitralitāte, liekvārdība, standartizācija.

Valodas līdzekļu izvēli katrā situācijā nosaka mērķauditorija – gan cilvēku vecums, gan dzimums, gan nodarbošanās, gan arī rakstītāja vai runātāja attiecības ar mērķauditoriju. Jo plašāka auditorija ir jāuzrunā, jo stilistiski un emocionāli neitrālāki valodas līdzekļi jāizvēlas. No visiem funkcionālajiem valodas stiliem tieši lietišķais stils ir visneitrālākais.

Viens no plašsaziņas līdzekļu tekstu paveidiem, kurā patiešām atrodams lietišķais stils, ir sludinājumi. Latviešu valodas vārdnīcā ievietots skaidrojums – sludinājumi ir ‘īsi paziņojumi iedzīvotājiem’ (LVV 2006, 1016). Tie var būt gan darba piedāvājumi, gan sludinājumi par nekustamo īpašumu, kā arī paziņojumi par izsolēm, aptaujām, konkursiem vai adreses maiņu. Sludinājumi parasti ir adresēti diezgan plašam lasītāju lokam. Jo uzrunājamo cilvēku skaits ir lielāks, jo rūpīgāk

jāizvēlas atbilstoši valodas līdzekļi. Jāpatur prātā lietišķo tekstu uzdevums – izteikt saturu iespējami precīzāk. Regīna Kvašīte uzskata – “lai teksts neradītu pārpratumus, administratīvajā komunikācijā ir nepieciešams lietot standartizētu, oficiāli apstiprinātu terminoloģiju, kas nodrošina viennozīmību, precizitāti un konkrētību” (Kvašīte 1996, 7). To var teikt ne vien par terminiem, ko lieto oficiālai saziņai, bet par valodas līdzekļiem kopumā. Tātad, lietišķajam stilam raksturīgie standartizētie valodas līdzekļi ikvienam palīdz saņemt precīzu, nepārprotamu informāciju. Taču standartizācija ļauj arī taupīt tekstam atvēlēto vietu un padara sludinājumus pārskatāmākus. Otrs tekstu paveids, kurš izmantots valodas piemēru ekscerpēšanai, ir analītiski raksti par ekonomiku un politiku.

Lietišķais stils ir oficiālu dokumentu, paziņojumu stils. “Ar dažādu lietišķo tekstu starpniecību lietišķais stils realizē valsts un pārvaldes institūciju sakarus ar iedzīvotājiem, kā arī nodrošina iestāžu, uzņēmumu un organizāciju sadarbību” (Kvašīte 1996, 1). Tāpat to lieto arī laikrakstos vai žurnālos, atspoguļojot informāciju, piemēram, par politiku vai ekonomiku.

Lietišķais stils no citiem valodas funkcionālajiem stiliem atšķiras ar noslēgtību un relatīvu noturīgumu attīstības ziņā (Kvašīte 1996, 5). Analizējot sludinājumu tekstus, jāteic, ka tajos vēl aizvien atrodamas frāzes un konstrukcijas, kuras raksturīgas krievu valodai. Taču sarunvalodā šobrīd vairāk jūtama angļu valodas ietekme. Interesanti, ka analītiskajos rakstos par ekonomiku vērojama angļu valodas ietekme, kaut arī tie gluži tāpat kā sludinājumi pārstāv lietišķo stilu. Jāpatur prātā, ka daudzas nozares vai tehnoloģijas mūsu sabiedrībai vēl ir maz zināmas, tādēļ arī ar tām saistīto rakstu valoda ir nelatviskām konstrukcijām bagāta.

Lietišķajam valodas stilam ir vairākas raksturīgas pazīmes. Jānis Rozenbergs pirmo minējis emocionālu **neitralitāti** (Rozenbergs 1995, 86). Ekscerpētais valodas materiāls atklāj, ka emocionāla neitralitāte patiešām ir viena no lietišķajiem tekstiem raksturīgākajām pazīmēm. Regīna Kvašīte pētījumā par mūsdienu lietišķajiem tekstiem uzsverusi, ka “lietišķajos tekstos daudzveidīgas funkcijas veic dažādas verba kategorijas” (Kvašīte 1996, 17). To apliecina analizētais valodas materiāls – tieši darbības vārdu dažādās formas palīdz paust informāciju neitrāli. Neitralitāti var izteikt ar verbu ciešamās kārtas formām, piemēram,  *tiek aicināts darbā* (D) vai  *tiek meklēts* (D). Minētajos piemēros darītājs jeb subjekts paliek neatklāts, tādējādi saglabājas arī augsta vispārīguma pakāpe. Neitralitāte izpaužas, lietojot arī darāmās kārtas trešās personas verbu formas –  *lielākais kokapstrādes uzņēmums aicina darbā grāmatvedi* (D) vai  *uzņēmums piedāvā stabilu atalgojumu* (D). Šī lietišķā stila pazīme visbiežāk atklājas sludinājumos, taču arī dažādos analītiskos rakstos žurnālisti lieto verbu ciešamās un darāmās kārtas trešās personas formas. Ar lietišķu, oficiālu valodu var paust lietišķu attieksmi, “kurā it kā nav jūtams teksta autora subjektīvais vērtējums. [...] autors nedod satura stilistisku vērtējumu, tieši otrādi – akcentē savas neitrālās pozīcijas” (Rozenbergs 1995, 106). Analizējot gan sludinājumos, gan rakstos lietotos valodas līdzekļus, jāteic, ka ļoti bieži vērojami centieni distancēties no sacītā vai rakstītā. Te lietderīgi minēt vairākus piemērus:

*.. privātajā sfērā līdzekļi tiek administrēti un izmantoti efektīvāk nekā valsts institūcijās ..* (DB)

*Veselības ministrijas izstrādātais obligātās apdrošināšanas koncepcijas projekts paredz trīs variantus. Līdz gada beigām plānots vienoties par to, vai*

*ārstu civiltiesiskā atbildība tiks apdrošināta, iesaistot privātos apdrošinātājus, veidojot kompensācijas fondu, vai arī izmantojot abus risinājumus kompleksi.* (DB)

Minētie teikumi pierāda, ka darbības vārdu ciešamās kārtas formas ļauj it kā norobežoties no situācijas, nepaužot savu attieksmi.

*Ja apdrošināšana tiks noteikta par obligātu, šī pakalpojuma sniedzējiem, iespējams, sākumā, kamēr sistēma tiek pilnībā ieviesta, pat jārēķinās ar zaudējumiem šajā segmentā.* (DB)

Šajā piemērā darbības vārda vajadzības izteiksmes forma zināmā mērā arī rada neitralitātes nokrāsu.

Sludinājumu tekstos ļoti bieži tiek lietotas verbu nenoteiksmes formas. No vienas puses, infinitīvs “stingri uzsver nepieciešamību katrā ziņā, noteikti izpildīt attiecīgo darbību” (Skujiņa 2003, 63), bet, no otras puses, tas ir piemērots neitralitātes izteikšanai, tādēļ sludinājumu tekstu sadaļā, norādot amata pienākumus, raksta *apkopot datus, informēt klientus* vai *organizēt biroja darbu* (D). Piemērā nenoliedzami ir izteikta nepieciešamība pildīt nosauktos pienākumus, tomēr, lietojot darbības vārdu infinitīva formas, nevis vajadzības izteiksmes formas, tā nav tik stingri uzsvērta.

Līdzās neitralitātei jāmin arī **kodolīgums**, piemēram, darba sludinājumos ļoti bieži rakstīts vien darbības vārds *piedāvājam* vai *saņemsiet* bez personas vietniekvārda, jo personas nozīme tāpat ir uztverama no verba formas. Tādējādi var runāt par valodas līdzekļu ekonomiju. Tā ir pozitīva tendence, jo lasītāja uztvere netiek nogurdināta ar vairākkārt atkārtotu informāciju. Kodolīgums it īpaši ir svarīgs tādos sludinājumos, kuros darbavietai vai vakancei ir ļoti garš, sarežģīts nosaukums, piemēram:

*Īpašu uzdevumu ministra sabiedrības integrācijas lietās sekretariāts izsludina atklātu konkursu uz vakanto Budžeta un finanšu departamenta Grāmatvedības uzskaites nodaļas pārvaldes vecākā referenta darbinieka amatu.* (D)

Sludinājumā objektīvu iemeslu dēļ gan darbavietai, gan vakancei ir ļoti garš nosaukums – tas saistīts ar iestādes sarežģīto struktūru, kur viena nodaļa pakārtota citai. Šādā gadījumā pārējais sludinājuma teksts – kandidātam izvirzītās prasības un uzņēmuma piedāvājumi – jāveido iespējami koncentrēti.

Analizējot lietišķus rakstus, nākas konstatēt, ka visai reti tajos atklājas kodolīgums. Gan *Lietišķajā Dienā*, gan *Dienas Biznesā* ir daudz ļoti garu, grūti uztveramu un vispārīgu teikumu, kas patiesībā neko jaunu lasītājam nepavēsta. Tātad var runāt par kodolīgumam pretēju parādību, proti, **liekvārdību** vai pat **tukšvārdību**. Gribas piekrist Ilzei Lokmanei, kura liekvārdību nodēvējusi par izplatītu valodas kaiti (Lokmane 2005, 31). Plašsaziņas līdzekļos patiešām var atrast daudz spilgtu liekvārdības piemēru. Te var minēt dažus:

*.. viens no svarīgākajiem darbiem, ko īsteno Biotēka ar savas mājaslapas (www.bioteka.lv) starpniecību, ir ieviest skaidrību jēdzienos.* (LD)

Šis teikums lasītājam nesniedz informāciju par to, kādu nozari minētais uzņēmums pārstāv un kādi ir tie jēdzieni, kuri jāpaskaidro.

*.. drīzumā Latvia Tours nāks klajā ar jauniem produktiem, kas būs saistīti ar jaunām tehnoloģijām, tai skaitā internetu. (LD)*

Arī šajā teikumā trūkst domas skaidrības. Zināms vien tas, ka *Latvia Tours* pārsteigs ar kādu jaunumu. Tomēr negribas piekrist, ka internets būtu ierindojams starp jaunām tehnoloģijām.

*Ir grūti izpētīt, cik liela ir reklāmsuvenīru loma uzņēmuma korporatīvā imidža veidošanā, taču tā nemaz nav tik maza .. (LD)*

Šis piemērs liek domāt par to, ka žurnālists, veidojot rakstu, nav varējis saprast, vai reklāmsuvenīri ir vai nav svarīgi uzņēmuma tēla veidošanā. Pārlietu liela centība izteikties pēc iespējas “smalkāk” un gudrāk bieži vien rada pretēju iespaidu.

*Mums tur ir sadarbības partneris, kam ir interese sadarboties .. (LD)*

Teikumā skaidri redzama atkārtotā, kas liek domāt vien par tukšām frāzēm, jo tas taču visiem tāpat ir skaidrs – ja reiz ir sadarbības partneris, tad viņš ir ieinteresēts sadarboties.

*Savukārt .. Normunds Horsts Db pastāstīja, ka reāli attiecīgās institūcijas varētu kaut kā pārbaudīt situāciju, jo ir likumi, kas aizliedz pārdot preci zem pašizmaksas, taču būs lielas grūtības pierādīt dempingu. (DB)*

Šajā piemērā būtu lietderīgi precizēt, kas domāts ar vārdu savienojumu *attiecīgās institūcijas* un kādi ir tie likumi, kas aizliedz pārdot preci par zemāku cenu nekā pašizmaksa.

Sludinājumos nosauktās vakances bieži vien varētu uzrakstīt īsāk, piemēram, *referenta darbinieka amats* vietā rakstot *referenta amats*, tomēr dažkārt šāda šķietama liekvārdība sniedz ļoti svarīgu informāciju. Valsts iestādes sludinājumos bieži norāda – *referenta darbinieka amats* vai *referenta ierēdņa amats*. Valsts civildienesta likumā noteikts, ka darbinieks var tikt iecelts par ierēdni, ja viņš atbilst noteiktām prasībām. Tātad ne katrs darbinieks var kļūt arī par ierēdni.

Liekvārdību, kā uzskata I. Lokmane, “neapzināties kā valodas kļūdu un to pat nepamanām” (Lokmane 2005, 32), tādēļ plašsaziņas līdzekļos tā vēršas tikai plašumā. Te jāmin piemērs, kurā patiešām ir liekvārdība:

*Tiek izsludināts konkurss uz Galvenās pārvaldes Transporta departamenta autovadītāja darbinieka amata vietu. (D)*

Diez vai Transporta departaments meklē darbinieku autovadītājam; šķiet, ka piedāvātais amats ir *autovadītājs*. Šādi piemēri apliecina, ka dažkārt pats rakstītājs, gribēdams izteikties lietiski, aizmirst, ko patiesībā vēlēties pateikt. Kā jau minēts iepriekš, šādi sludinājumi ir grūti uztverami, pat smieklīgi. Domājams, ka plašsaziņas līdzekļos liekvārdība vai pat tukšvārdība ir skaidrojama ne tikai ar žurnālista uzdevumu aizpildīt noteiktu laukumu laikrakstā vai žurnālā, uzrakstot noteiktu rakstu zīmju skaitu, bet arī ar grūtībām formulēt savu viedokli. Tas redzams gan žurnālistu rakstītos rakstos, gan arī sludinājumos. Autori cenšas iespējami pilnīgāk atspoguļot visu informāciju, piemēram, *pieredze darbā sekretāres amatā*. Šo prasību varētu pārveidot, iztiekot vai nu bez vārda *darbs*, vai vārda *amats*. Liekvārdība atklājas šādos piemēros – *sīkāka papildus informācija; iepriekšēja*

*pieredze*. Te nākas konstatēt, ka viena vārda nozīme jau ir cita vārda nozīmes sastāvā. Vārds *pieredze* Latviešu valodas vārdnīcā skaidrots kā ‘praktiskajā darbībā gūto zināšanu, prasmju kopums’ (LVV 2006, 841), tātad, ja *pieredze* vispār ir, tad tā ir iepriekš iegūta. Arī prasība *augstākā izglītība ekonomikas, finanšu, vadības zinību, jurisprudences, personālvadības jomā* liek domāt, ka lietderīgāk būtu minēt prasību *augstākā izglītība* vai rakstīt *augstākā izglītība eksaktajās zinātnēs*.

Svarīgi būtu atcerēties, ka jau pats stila nosaukums pasaka priekšā, kā būtu veidojami teikumi. Vārdam *lietišķs* ir šāda nozīme ‘nopietns; tāds, kas savā runā, rīcībā pievēršas tikai būtiskajam, vajadzīgajam, nozīmīgajam’ (LVV 2006, 596). Tātad, nolemjot rakstīt lietišķu rakstu vai paziņojumu, būtu daudz rūpīgāk jāizvēlas komunikatīvajai situācijai un mērķim piemēroti valodas līdzekļi.

J. Rozenbergs norādījis, ka lietišķajam stilam ir raksturīga arī **dokumentalitāte** (Rozenbergs 1995, 86). Šo pazīmi sludinājumos var atrast itin bieži. Piemēram, izsludinot zemesgabala izsoli, tiek norādīts, cik ilgi var iesniegt pieteikumus uz izsoli, kad un kur tā notiks. Tātad sludinājumā varam redzēt dokumentiem raksturīgo struktūru. Norādīts datums un norises vieta ir tas, kas nodrošina dokumenta, šajā gadījumā sludinājuma, spēkā esamību. Vēl var minēt īpašu lietišķo rakstu iezīmi – kārtas numuru, kadastra vai reģistrācijas numuru, kas tiek minēts oficiālos paziņojumos, piemēram, par zemes pārdošanu. Izsoļu vai cenu aptauju sludinājumos bieži ir norādīta naudas summa, kas ir kāda objekta cena vai pirmā iemaksa par objektu. Atbilstoši lietišķajam stilam ar cipariem rakstītā summa tiek vēlreiz uzrakstīta ar vārdiem, piemēram, *izsoles objekta sākumcena ir Ls 283 000 (divi simti astoņdesmit trīs tūkstoši latu)* (D).

Savukārt analizēto rakstu valoda atklāj dokumentalitāti no cita skatpunkta – tas ir informācijas secīgums kādā laika nogrieznī. Piemēram:

*Nesen augustā Db rakstīja par dempinga aizdomām ceļu būvē, bet nu šāda problēma, iespējams, skārusi arī betona ražotājus.* (DB)

Šajā teikumā ir atsauce uz *Dienas Biznesā* iepriekš iztīrātā tematu, bet atklājas arī informācijas pārdaudzums. Pietiktu, ja sacītu *nesen Db rakstīja*. Šī raksta publikācija arī ir augustā, tādēļ par iepriekšējo rakstu ir neiederīgi teikt – *augustā Db jau rakstīja*.

*2006. gadā Latvia Tours izveidojis īpašu produktu korporatīvajiem klientiem Business Plus, kuram izveidota arī īpaša mājaslapa internetā.* (LD)

Šis piemērs atspoguļo notikumu secīgumu, tātad arī saistāms ar dokumentalitāti.

*Saražoto elektrību GDG holdings, atbilstoši MK noteikumiem, realizēs Latvenego, bet siltumu patērēs cūkkopības kompleksā.* (DB)

Te redzama atsauce uz Ministru Kabineta noteikumiem, kurus nozares lietpratēji pārzina. Atsaukšanās uz citu oficiālu dokumentu vai dokumenta daļu ir vērojama arī sludinājumos, piemēram, *pieteikuma vēstuli 14 dienu laikā pēc sludinājuma publicēšanas laikrakstā “Latvijas Vēstnesis” sūtīt Personāldaļai* (D). Kā zināms, *Latvijas Vēstnesis* ir Latvijas laikraksts, kurā tiek publicēti oficiāli lēmumi, likumu grozījumi u. tml.

Atsauci uz citu dokumentu atspoguļo arī teikums *atbilstība Valsts civildienesta likuma 7. panta prasībām* (D).

Lietišķajos rakstos var iztikt ar samērā nelielu vārdu krājumu, jo lietišķo rakstu galvenais uzdevums ir sniegt precīzu, nepārprotamu informāciju. Šī mērķa sasniegšanai nav nepieciešams plašs sinonīmu vai frazeoloģismu klāsts. R. Kvašīte novērojusi, ka lietišķajos rakstos “valoda ir standartizēta, plaši lietotjami valodas trafareti, šablوني, konstrukcijas vai savienojumi, kas regulāri atkārtojas” (Kvašīte 1996, 5). Tas ļauj izveidot dažādus dokumentu paraugus, veidlapas un anketas. Aplūkojot sludinājumus, varam teikt, ka arī tie tiek veidoti pēc īpašiem paraugiem. Darba sludinājumā ir pieņemts iekļaut sadaļu ar prasībām, kādas tiek noteiktas kandidātiem. Parasti tiek sniegta informācija par pienākumiem, kādi ir veicami attiecīgajā amatā. Tiek minēti arī visi ieguvumi, kuri nākamajam darbiniekam būs, strādājot tieši šajā uzņēmumā.

Ļoti svarīga ir informācija par sazināšanās un pieteikšanās veidiem – pa pastu, e-pastu, tālruni vai faksu. Šī informācija ir tikpat obligāta kā, piemēram, līguma noslēgšanas datums. Citādi gan sludinājums, gan līgums nav uzskatāms par derīgu.

Laikrakstu un žurnālu valodā vērojamā **teikumu nominalizācija**, proti, no verbiem atvasinātu lietvārdu lietošana darbības nosaukšanai, savā ziņā arī ir noteiktu paraugu ievērošana. Šādos gadījumos lietvārdi ir atvasināti ar izskaņu -šana, kas izsaka procesuālu nozīmi, piemēram, *rezerves daļu pasūtījumu noformēšana un servisa izsaukumu koordinēšana; pieredze līgumu slēgšanā un līgumsaistību vadīšanā vai Rīgas Vides aizsardzības fonds uzsāk projektu pieteikumu pieņemšanu*.

Jāatceras, ka paraugi parasti ir ļoti vispārināti, tie tiek izmantoti par pamatu, kuru katrs var papildināt ar nepieciešamo informāciju. Vispārinājums ir saistīts ar **standartizāciju**. Sludinājumos un arī analītiskos rakstos atrodamas standartizētas frāzes, piemēram, *veikt cenu aptauju, arī CV un motivācijas vēstuli sūtīt, konkurētspējīgs atalgojums, izaugsmes iespējas, sakarā ar apjoma palielināšanos, sakārtota darba vide* vai *atkārtoti nodots izsolē un atkārtoti izsludina atklātu konkursu*. Standartizācija ir noderīga, jo ļauj sakārtot informāciju pēc iepriekš izveidota, pārdomāta parauga. Jāpiekrīt J. Rozenberga viedoklim, ka “literārās valodas standartizējumi ir noderīgi nepārprotamai un koncentrētai izteiksmei” (Rozenbergs 1995, 87). Tomēr standartizācija var būt arī nevēlama, jo bieži sludinājumā ir tik vispārīga informācija, ka lasītājs tā arī negūst priekšstatu par piedāvājumu vai prasībām. Piemēram, vārdu savienojums *konkurētspējīgs atalgojums* darba meklētājam nesniedz objektīvu informāciju, jo darba devēja viedoklis par konkurētspējīgu atalgojumu var krietni atšķirties no darba meklētāja viedokļa. Kā lai saprot sludinājumu, kurā apkopējai tiek solīta sakārtota darba vide vai krāvējam tiek solītas izaugsmes iespējas? Darba sludinājumā par prasību minot komunikabilitāti vai precizitāti, darba devējs nevar būt pārliecināts, ka pieteiksies darbinieks, kuram piemīt šādas īpašības. Varam secināt, ka tās ir vien tukšas frāzes, kuras pieņemts rakstīt sludinājumos.

Lietišķais stils plašsaziņas līdzekļos noteikti saistāms arī ar **svešvārdu un terminu** lietojumu. Analizētais valodas materiāls atklāj, ka sludinājumos un arī analītiskajos tekstos ir ļoti daudz šādu vārdu. Svešvārdu plašais lietojums skaidrojams ar vēlmi izteikties lietišķi, atbilstoši augstajam, oficiālajam stilam. Tādā gadījumā var teikt, ka svešvārdi ne vienmēr ir vajadzīgi. Tomēr jāpatur



prātā, ka sniegtā informācija bieži vien rakstīta kādas jomas speciālistiem. Tādēļ svešvārdu lietojums var būt arī iederīgs. Interesanti, ka parasti izjūtam krievu valodas ietekmi latviešu valodā, bet pret angļu valodas ietekmi, kā saka V. Skujiņa, “nav nepieciešamās aiztures” (Skujiņa 2003, 73). Šajā vietā lietderīgi minēt dažus piemērus:

*Tagad Dimdiņi ir pirmie, kas savus kāpostus piedāvā daudz modernākā iepakojumā, ar šo jauno produktu uzsākot ekspansiju eksporta tirgū.* (LD)

Svešvārdu vārdnīcā vārds *ekspansija* skaidrots kā ‘darbības diapazons vai apjoma paplašināšana’ (ISV 2005, 191). Šajā teikumā varētu iztikt bez svešvārda, kas ne tikai apgrūtina teikuma uztveri, bet arī piešķir teikumam smagnēju skanējumu. Tā vietā varētu sacīt *ar šo jauno produktu paplašinot darbību*.

*.. visbiežāk izejvielas, kas tiek iegādātas no bioloģiskajiem audzētājiem trešajās pasaules valstīs, šādiem produktiem tiek pirktas pēc fair trade jeb godīgas tirdzniecības, nodrošinot strādniekiem labus darba apstākļus un ilgtermiņa garantijas.* (LD)

Minētajā piemērā redzam terminu *fair trade*, kas tulkots latviski. Te var diskutēt par to, vai angļu valodas termins ir nepieciešams, ja jau tam ir piemērots tulkojums latviešu valodā. Tomēr šķiet, ka šajā teikumā angļu valodas termina minēšana uzskatāma par lasītāja redzesloka paplašināšanu.

Analizētie materiāli atklāj interesantu faktu – gandrīz ikvienā tekstā ir atrodamī šādi vārdi: *realizācija, apjomi, resursi, faktors, aspekts, sistēma, pakete, koeficients*. Bieži vien rodas iespaids, ka standartfrāzes un svešvārdus lieto tikai tādēļ, lai teksts šķistu nopietns. Tāpat lietišķais stils plašsaziņas līdzekļos izpaužas klišejisko, tipisko vārdu vai vārdu savienojumu veidā.

Valodas vienību analīze ļauj secināt, ka plašsaziņas līdzekļos lietišķais stils vēl aizvien tiek lietots. Lietišķajam stilam raksturīgākās pazīmes mijas ar citu valodas funkcionālo paveidu elementiem. Kopumā ir jūtami centieni rakstīt lietišķi, analītiski, bet bieži vien tekstu autori pārcenšas, lietojot svešvārdus un standartfrāzes nevietā vai pārāk daudz. Nobeigumā jāteic, ka tekstu valoda ir atkarīga no autoru izpratnes par to, kāds ir lietišķais stils vai kādam tam vajadzētu būt. Tādēļ būtu lietderīgi pievērst sabiedrības uzmanību atbilstošu valodas līdzekļu lietojumam noteiktās situācijās un, runājot Valentīnas Skujiņas vārdiem, arī atcerēties – “savu domu visprecīzāk var izteikt un cita domu visnepārprotamāk uztvert dzimtajā valodā” (Skujiņa 2003, 73).

## Avoti

(D) – laikraksts *Diena*, 2007.

(DB) – laikraksts *Dienas Bizness*, 2008.

(LD) – žurnāls *Lietišķā Diena*, 2008.

## Literatūra

(ISV) – *Ilustrētā svešvārdu vārdnīca*. Rīga : Avots, 2005.

(LVV) – *Latviešu valodas vārdnīca*. Rīga : Avots, 2006.

- Kvašīte, R. Mūsdienu lietišķie teksti lingvistiskā skatījumā. *Disertācijas kopsavilkums filoloģijas doktora grāda iegūšanai*. Rīga, 1996.
- Lokmane, I. Liekvārdība plašsaziņas līdzekļos. *Valodas prakse: vērojumi un ieteikumi*. Nr. 1. Rīga : LU Akadēmiskais apgāds, 2005, 31.–38. lpp.
- Rozenbergs, J. *Latviešu valodas stilistika*. Rīga : Zvaigzne ABC, 1995.
- Skujiņa, V. *Latviešu valoda lietišķajos rakstos*. Rīga : Zvaigzne ABC, 2003.

## Summary

There are specific functions for mass media in each society. Magazines and newspapers perform informative, educational, as well as entertaining functions. Every article in newspapers or magazines is addressed to a certain target group. Therefore, the language tools can differ in each article. More or less codified and standardized language tools can be used based on the function of the media.

The purpose of this article is to investigate whether official business language style is used in the mass media in Latvian and which features are still detected in magazines and newspapers. The mass media is appropriate source for research because it shows all changes occurring in a language. A considerable part of articles in daily newspapers is provided with an aim to inform the society. Appropriate language style for this purpose is an emotionally neutral business style.

Texts used for analysis represent two different types: advertisements published in the daily newspaper “Diena” during the year 2007 and analytical articles published in the magazine “Lietišķā Diena” and the newspaper “Dienas Bizness” during the year 2008.

Excerpted examples allow to establish that the official business language style still features in the mass media. One of the most important features is neutrality, which is achieved by choosing passive voice verb forms. Standardization is observable – the use of established, well known phrases. The analysed language material shows that official business style is also rich in foreign words and terms. But conciseness, even though mentioned in theory as a typical feature of business language, very rarely appears in the mass media. It is more common now to talk about redundancy of words in newspapers and magazines. The author of this article considers that this tendency is related to democratization of language, when it becomes difficult to draw boundaries among the functional styles of the Latvian language.

This investigation detects changes in the Latvian language – some time ago, the boundaries among functional styles were very clear, but nowadays elements of different language styles are more mixed.