


Moderne importord i språka i Norden

Titel:	Finsk	
Forfatter:	Bente Selback	
Kilde:	Moderne importord i språka i Norden III. Fire dagar i nordiske aviser. Ei jamføring av påverknaden i ordforrådet i sju språksamfunn., 2007, s. 115-125	
URL:	http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/min/issue/archive	

© Novus AS 2007

Betingelser for brug af denne artikel

Denne artikel er omfattet af ophavsretsloven, og der må citeres fra den. Følgende betingelser skal dog være opfyldt:

- Citatet skal være i overensstemmelse med „god skik“
- Der må kun citeres „i det omfang, som betinges af formålet“
- Ophavsmanden til teksten skal krediteres, og kilden skal angives, jf. ovenstående bibliografiske oplysninger.

8. Finsk

Bente Selback
Bergen

8.1. Materiale

I den finske delen av undersøkinga har det samla materialet eit omfang på 470 000 ord. Den redaksjonelle teksten, som samla er på om lag 410 000 ord, er henta frå 12 avisnummer frå fem ulike aviser. Det er ekserpert seks avisnummer frå 1975 og seks frå 2000.

Dei undersøkte avisnummera er:

Helsingin Sanomat, 11.4.75

Helsingin Sanomat, 6.9.75

Helsingin Sanomat, 7.4.00

Helsingin Sanomat, 9.9.00

Ilta-Sanomat, 10.4.75

Ilta-Sanomat, 6.4.00

Aamulehti, 11.4.75

Aamulehti, 7.4.00

Forssan Lehti, 4.9.75

Forssan Lehti, 7.9.00

Maaseudun Tulevaisuus, 4.9.75

Maaseudun Tulevaisuus, 7.9.00

HELSINGIN SANOMAT

ILTA-SANOMAT

AAMULEHTI

FORSSAN LEHTI

MAASEUDUN TULEVAISUUS

Helsingin Sanomat er ei stor abonnementsavis, som vert gjeven ut i hovudstaden. *Ilta-Sanomat* er òg ei hovudstadsavis. Ho kjem ut på ettermiddags- / kveldstid, og er ei tabloidavis, som vert seld i laussal. *Aamulehti* er ei stor regionalavis utgjeven i Tammerfors. Avisa *Forssan Lehti* kjem ut i Forssa. Ho må reknast som ei lokalavis eller eventuelt som ei svært lita regionalavis. Den siste avisa, *Maaseudun Tulevaisuus*, kjem ut i Helsingfors, men vert helst lesen av jordbrukarar på landet rundt omkring i Finland. Stoffområdet i avisa er økonomi, særleg landbruk.

Annonseteksten er ekserpert fullgodt i berre to av desse avisnummera, nemleg *Helsingin Sanomat* frå 6.9.75 og 9.9.00, og me avgrensar oss til det materialet nedafor. Det gjev eit annonsemateriale på 61 000 ord. Det finske annonsematerialet er ikkje mindre enn for fleire av dei andre språka, men sidan det ikkje er henta frå alle avisene i utvalet vårt, vert det samla materialet metodisk sett annleis enn for dei andre språka, og difor har me valt å halda den redaksjonelle teksten og annonseteksten kvar for seg i gjennomgangen av dei finske resultatata.

8.2. Frekvensen av moderne importord

Tabell 8.1 viser at me til saman fann 882 førekomstar av moderne importord i den redaksjonelle teksten i dei finske avisene. Desse førekomstane fordeler seg på 543 ulike leksem. Eitt leksem kan vera brukt meir enn ein gong i materialet. Ordet *bingo* er til dømes brukt tre gonger i det finske materialet. Det er difor talt opp tre gonger under førekomstane, men berre éin gong under leksema. Tala som vert presenterte i den vidare handsaminga av resultata, gjeld førekomstane, ikkje leksema, dersom ikkje anna vert presisert.

Tabell 8.1: Moderne importord i redaksjonell tekst i dei finske avisene

<i>Språk</i>	<i>Talet på førekomstar av importord</i>	<i>Talet på importerte leksem</i>	<i>Totalt tal på løpeord</i>	<i>Førekomstar av importord per 10 000 ord</i>
Finsk	882	543	410 656	22

Tabell 8.2: Moderne importord i annonsetekst i dei finske avisene

<i>Språk</i>	<i>Talet på førekomstar av importord</i>	<i>Talet på importerte leksem</i>	<i>Totalt tal på løpeord</i>	<i>Førekomstar av importord per 10 000 ord</i>
Finsk	401	250	60 980	66

Dersom me ser talet på førekomstar av importord i høve til det totale talet på løpeord i avisene, ser me at av 10 000 ord vil 22 vera moderne importord. Det gjev ein importordprosent på 0,22 i den redaksjonelle teksten, og det er lite i den nordiske samanhengen.

Tabell 8.2 inneheld dei tilsvarende resultatata for annonseteksten. Her har me funne totalt 401 førekomstar av moderne importord fordelte på 250 ulike leksem. Importordprosenten i annonseteksten er på 0,66. Det er tre gonger så mange importord i annonseteksten samanlikna med den redaksjonelle teksten. Begge dei finske teksttypene har få importord samanlikna med dei fleste av dei undersøkte språka. Dei finske resultatata minner mest om dei islandske. Der har me funne 0,1 % importord i den redaksjonelle teksten og 0,6 % i annonseteksten. Til samanlikning er dei tilsvarende tala i finlandssvensk 0,5 % og 1,4 %.

For alle importorda er det registrert kva ordklasse dei tilhøyrrer. Tabell 8.3 og 8.4 viser fordelinga på ordklassane i den redaksjonelle teksten og i annonseteksten. Det store fleirtalet av importerte ord er substantiv. Dei utgjer 94 % av alle førekomstane av importord i den redaksjonelle teksten og 96 % i annonseteksten. Prosentdelen med substantiv er tydeleg større enn i dei andre undersøkte språka. Den nest største gruppa er adjektiva. Dei står for rundt 3 % av alle førekomstane i den redaksjonelle teksten og for 2 % i annonseteksten. I tillegg har me funne døme på importerte verb (2 % av førekomstane i begge teksttypene) og adverb (0,6 % av førekomstane i den redaksjonelle teksten og 0,3 % i annonseteksten). Det er liten skilnad mellom korleis

førekomstane og leksema fordeler seg på ordklassane. Den sterke overvekta av substantiv mellom importorda går òg att i alle dei andre undersøkte importørspråka, men finsk ligg likevel signifikant høgare enn dei andre, jf. seksjon 9.5.

Tabell 8.3: Moderne importord etter ordklasse i redaksjonell tekst i finsk

<i>Ordklasse</i>	<i>% førekomstar</i>	<i>% leksema</i>
Substantiv	94,3	92,3
Adjektiv	3,2	4,2
Verb	1,9	2,8
Adverb	0,6	0,7
Til saman	100,0	100,0

Tabell 8.4: Moderne importord etter ordklasse i annonsetekst i finsk

<i>Ordklasse</i>	<i>% førekomstar</i>	<i>% leksema</i>
Substantiv	95,8	96,0
Adjektiv	2,0	2,0
Verb	2,0	1,6
Adverb	0,3	0,4
Til saman	100,1	100,0

8.3. Eksportørspråk

I det finsk materialet er eventuelle importord frå dei skandinaviske språka (svensk, dansk og norsk) tekne med i tillegg til importorda frå andre språk. Tabell 8.5 og 8.6 viser korleis fordelinga er mellom dei ulike eksportørspråk.

Tabell 8.5: Moderne importord etter eksportørspråk i redaksjonell tekst i finsk

<i>Eksportørspråk</i>	<i>% førekomstar</i>	<i>% leksema</i>
Engelsk	85,0	84,7
Internasjonalismar	6,9	5,2
Svensk	2,4	3,3
Fransk	1,5	2,0
Spansk	1,2	0,4
Italiensk	1,1	1,8
Andre	0,8	1,3
Japansk	0,6	0,7
Russisk	0,5	0,6
Til saman	100,0	100,0

Tabell 8.6: Moderne importord etter eksportørspåk i annonsetekst i finsk

<i>Eksportørspåk</i>	<i>% førekomst</i>	<i>% leksem</i>
Engelsk	94,3	93,2
Andre	2,0	2,4
Internasjonalismar	1,8	2,0
Svensk	1,5	1,6
Fransk	0,3	0,4
Tysk	0,3	0,4
Til saman	100,2	100,0

Engelsk er det klart dominerande eksportørspåket. I den redaksjonelle teksten er 85 % av førekomstane importerte frå engelsk. I annonseteksten er engelskdominansen endå større. Her er så mykje som 94 % av førekomstane av importord frå engelsk. Det seier noko om kor dominerande påverknaden frå den engelskspråklege verda har vore etter andre verdskrigen – også i Finland.

Internasjonalismane er den nest største gruppa i den redaksjonelle teksten med rundt 7 % av førekomstane. Internasjonalismar er ord som oftast har sitt opphav i latin eller gresk, og som er spreidde i mange språk. Ofte er desse orda ein del av eit internasjonalt fagspråk, til dømes *angina pectoris*, *anoreksia* og *diabetes*. I annonsetekstane er denne gruppa mindre dominerande. Her er 1,8 % av førekomstane av importord internasjonalismar.

Elles er svensk (2,4 % av førekomstane i den redaksjonelle teksten) og fransk (1,5 % av førekomstane i den redaksjonelle teksten) dei språka som har eksportert

flest ord til finsk i den aktuelle perioden. Dei utgjør likevel berre ein liten del av den totale ordimporten.

Tabellane viser at det er nokre mindre skilnader i prosentfordelinga om ein samanliknar førekomstane med leksema. Til dømes ser me at spansk står for 1,2 % av førekomstane i den redaksjonelle teksten, men berre for 0,4 % av leksema. Det tyder at det er snakk om få ulike ord, men at dei vert brukte ganske ofte. Til dømes vert leksemet *chili* brukt 13 gonger.

Importerte matord i det finske materialet:

(Der det ikkje er opplyst om bøyingsform, står ordet i nominativ eintal)

broileri, chapata, chili, croissant, donitsit (nominativ fleirtal), excelso, falafel, feta, gourmet, graavisuolattu, hot dog, jyväbroileri, kassler, kebabia (partitiv eintal), ketchup, lasagne, lollorosso, musaka, myslit (nominativ fleirtal), pestokastike, pizza, tomaattiketchupia (partitiv eintal)

8.4. Sjanger

I seksjon 8.2. såg me på den samla mengda av moderne importord i dei finske avisene. Tala viste at det var store skilnader alt etter om det dreidde seg om

redaksjonell tekst eller annonsetekst. Slike skilnader finst òg om ein deler tekstane vidare inn etter sjanger.

Tabell 8.7: Moderne importord i finsk etter sjanger

Tal i kursiv: tekstgrunlaget < 10 000 ord.¹

<i>Sjanger</i>	<i>Talet på førekomstar av importord</i>	<i>Talet på importerte leksem</i>	<i>Totalt tal på løpeord</i>	<i>Førekomstar av importord per 10 000 ord</i>
Tekstannonse	170	115	13 838	123
Annonse i annonsedel	231	144	47 142	49
Temastoff	7	6	1 576	44
Omtale	48	44	13 548	35
Portrett	72	50	20 908	34
Reportasje	66	51	24 270	27
Leiar, kronikk, kommentar	65	50	25 036	26
Melding	50	45	22 269	23
Petit	31	25	13 412	23
Nyhendeartikkel	446	256	201 866	22
Lesarbrev	37	26	17 362	21
Intervju	9	8	6 979	13
Notis	51	41	58 522	9
Alle	1 283	*2	466 728 ³	27

Tabell 8.7 viser at det er dei to annonsesjangrane, tekstannonsar og annonsar i annonsedelen, som ligg øvst på lista over importord. I tekstannonsane, det vil seia dei annonsane som står på sider i avisa som òg inneheld redaksjonelt stoff, er det 123 førekomstar av importord per 10 000 løpeord, medan det i annonsane i annonsedelen er 49. Dette er ein svært stor forskjell. Ei

Tutkintapyyntö geenitekniiikan valvonnasta

"Osalla geenitekniiikan valvojista omia patentteja"

(*Maasendun tulevaisuus* 7.4.2000)

mogleg forklaring på denne skilnaden kan vera at annonsane for ulike typar produkt har fått ulik plassering i avisa. Mengda av importord kan variera ganske mykje etter kva som er emnet for annonsen (sjå seksjon 8.5.).

Ei anna forklaring kan liggja i kven annonsorane er. Tekstannonsane er oftast sette inn av

¹ Kursiverte tal viser til at tekstgrunlaget for kategorien er på under 10 000 løpeord, dvs. at det verkelege talet på førekomstar er justert opp i frekvensutrekninga i siste kolonnen.

² Tala på importerte leksem er rekna ut i kvar sjanger for seg. På grunn av at somme av leksema er dei same i fleire sjangrar, kan det vera misvisande å slå dei to tala saman.

³ I det finske materialet for redaksjonelt stoff har framsidetekstar på i alt 4 908 løpeord ikkje vorte merkte for sjanger, og det gjer at summen av løpeord her ikkje er summen av tabell 8.1 og 8.2.

ulike profesjonelle firma, medan ein del annonsar i annonsedelen er sette inn av privatfolk. Kan henda vel dei ulike ord når dei skal skriva ein annonse. Dei profesjonelle kan tenkjast å ha eit meir fagprega og spesialisert språk. Det kan opna for fleire importord.

Av dei redaksjonelle tekstane er det dei tekstane i avisa som her har fått sjangernemninga temastoff, det vil seia ulike tema-, dokumentar- og bakgrunnstekstar, som inneheld flest importord (0,44 %). Slike temareportasjar er ofte skrivne i ein meir uformell stil enn mange av dei andre tekstane i avisa. Det kan vera at journalistane her tillet seg å bruka fleire importord, til dømes for å skapa visse assosiasjonar eller stemningar hjå lesarane. Me bør likevel vera litt forsiktige med å tolka for mykje ut av talet på importord her fordi det totale omfanget av tekstar i denne gruppa er relativt lite i det finske materialet. Talet på importord kan vera styrt av dei emna som dei få aktuelle tekstane tek opp.

Om me ser vekk frå temastoffet, er det omtalane som inneheld flest importord. Her er 35 av 10 000 ord moderne importord. Omtale er ein sjanger som ofte vert brukt til å fortelja om filmar, TV-program eller ulike tilskipingar, som til dømes konsertar. Det er mogleg at emnet her er like viktig som sjanger med tanke på frekvensen av importord. Døme på ord frå omtalane er *blues*, *fotorealismi*, *hitti*, *quickstep*, *rockstara* og *stand up*.

Elles ser me at mange av dei vanlegaste avissjangrane som nyhendeartiklar, meldingar og reportasjar har mellom 20 og 30 importord per 10 000 ord. Det kan tyda på at sjanger i mange tilfelle har lite å seia for kor mange importord det er i ein redaksjonell tekst. På same nivået ligg òg leiarartiklane.

8.5. Emne

Problemstilling 3 i seksjon 1.3. handlar om korleis mengda av importord varierer med kva som er emnet for teksten. I tabell 8.8 er importorda i den redaksjonelle teksten delte inn etter emne.

Det er klart flest moderne importord i tekstar som handlar om populærvitskap, forbrukar- og helsestoff. På dette emneområdet er nesten 0,7 % av orda importerte. Det er dobbelt så mange som på det emneområdet som har nest flest importord, nemleg ungdomsstoff (0,3 %). Når me finn så mange importord i tekstar om populærvitskap, helse og forbruk, har det nok med det å gjera at det i desse tekstane vert brukt mykje fagspråk. Mange omgrep vil vera henta frå ein internasjonalt vitskapleg terminologi. Døme på ord frå desse tekstane er *algoritmi*, *angina pectoris*, *DNA-näyte*, *geeniteknikka* og *laser*.

Ungdomsstoffet er gjerne tekstar om populærkultur som popmusikk, filmstjerner og fjernsynsprogram. Her ser me at det vert brukt etter måten mange importord. Mykje av det som vert omtalt, er utalandske personar eller fenomen som er importerte frå utlandet, og då helst frå engelskspråklege land. I tillegg er tekstane gjerne skrivne i eit språk som ein trur vil appellera til ei ungdommeleg målgruppe, og då vert det ofte brukt mange engelske ord. Døme på ord frå desse tekstane er *beibi* og *disko*.

Tabell 8.8: Moderne importord i finsk etter emne i redaksjonell tekst

Tal i kursiv: tekstgrunnlaget < 10 000 ord.

<i>Emne</i>	<i>Talet på forekomstar av importord</i>	<i>Talet på importerte leksem</i>	<i>Totalt tal på løpeord</i>	<i>Førekomstar av importord per 10 000 ord</i>
Populærvitenskap, forbrukar og helse	58	32	8 782	66
Ungdom	11	5	3 328	33
Økonomi	150	82	48 050	31
Sport	130	91	49 267	26
Kriminalitet	21	16	8 212	26
Fritid	36	28	14 436	25
Kultur	186	143	80 891	23
Utariks	97	52	42 465	23
Underholdning	4	4	1 844	22
Lokal	61	43	30 815	20
Innariks	101	64	79 102	13
Politikk	26	20	40 265	7
Personalialia	1	1	3 199	3
Alle	882	*	410 656	22

Det mest slåande er likevel at talet på importord er lågt på dei aller fleste emneområda. Færrest importord er det innafør emna politikk (0,07 %) og personalialia (0,03 %). Tekstane innafør området politikk dreier seg hovudsakleg om saker innafør det lokale eller nasjonale området. Som tabellen viser, har òg begge desse områda

Tabell 8.9: Moderne importord i finsk etter emne i annonsetekst

Tal i kursiv: tekstgrunnlaget < 10 000 ord.

<i>Annonseemne</i>	<i>Talet på forekomstar av importord</i>	<i>Talet på importerte leksem</i>	<i>Totalt tal på løpeord</i>	<i>Førekomstar av importord per 10 000 ord</i>
Daglegvarer	37	32	2 538	146
Teknikk	126	72	9 435	134
Andre	72	52	6 071	119
Mote	16	14	1 566	102
Fritid	104	71	10 829	96
Kontakt	11	8	2 300	48
Underholdning	4	4	2 228	18
Stillingar	15	13	8 490	18
Bil og båt	10	8	6 122	16
Bygg	6	4	11 401	5
Alle	401	*	60 980	66

etter måten få importord. Gruppa personalia er hovudsakleg kortare omtalar av livet til eit menneske i samband med jubileum, dødsfall eller nyttilsetjingar. Her vert det nesten utan unnatak bruk heimlege ord.

I annonseteksten er daglegvarer det emneområdet som har flest importord. Her er 1,5 % av løpeorda importerte etter 1945, noko som er høgare enn i nokon andre tekstar i dei finske avisene, men tekstgrunnlaget er for lite til å stå sterkt på dette.

Nest flest importord finst i dei tekniske annonsane, altså i annonsar for til dømes mobiltelefonar, TV-apparat, datamaskiner og liknande. På dette feltet går utviklinga svært snøgt, og det kjem stadig inn nye ord, først og fremst frå engelsk. Døme på ord frå denne kategorien er *wap-ominaisuus*, *sound-on-sound*, *skanneri*, *keyboard* og *CD-ROM*.

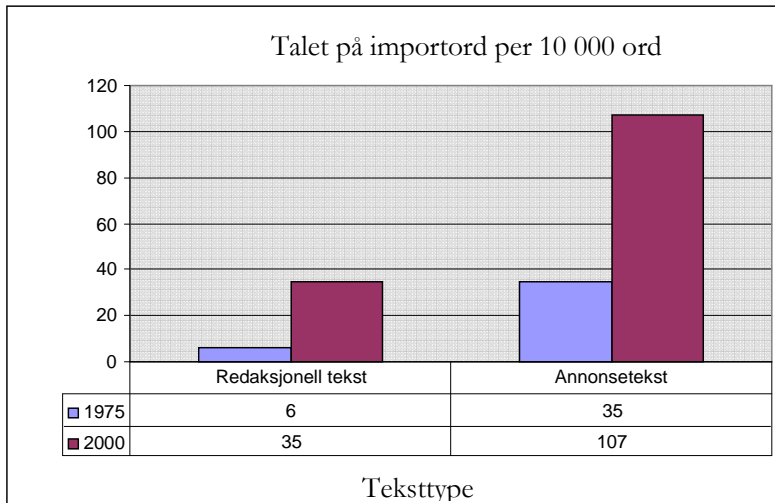
Færrest importord finst det i annonsane for bilar og båtar (0,16 %) og i bygg- og eigedomsannonsane (0,05 %). I fleire av dei andre språka ligg annonsar for bilar og båtar høgt oppe på listene over dei annonseemna som har flest importord. Når det ikkje er tilfelle i finsk, tyder det på at ein medvite har funne nasjonale nemningar på dette feltet.

8.6. *Utvikling over tid*

Ei problemstilling i prosjektet dreidde seg om korleis omfanget av moderne importord har utvikla seg i etterkrigstida. I granskinga har me brukt aviser frå to årstal, 1975 og 2000. Det er undersøkt om eit importord er kome inn i språket før eller etter 1945, men ikkje om det kom inn før eller etter 1975. Me har difor berre høve til å samanlikna perioden 1945–1975 med perioden 1945–2000. Det er nokså sjølvsagt at det vil vera fleire importord i avisene frå 2000 enn i avisene frå 1975. Men det er interessant å sjå på kor stor auken er, og på om han er like stor på alle område. Diagram 8.10 viser utviklinga innafør annonsetekst og redaksjonell tekst.

Diagrammet viser at det er klart flest importord i annonseteksten både i 1975 og i 2000. I 1975 var det seks gonger så mange importord i annonseteksten (0,35 %) som i den redaksjonelle teksten (berre 0,06 %). I 2000-materialet er det tre gonger så mange importord i annonseteksten (1,07 %) som i den redaksjonelle teksten (0,35 %). Den prosentvise skilnaden mellom dei to teksttypene ser altså ut til å ha jamna seg noko ut.

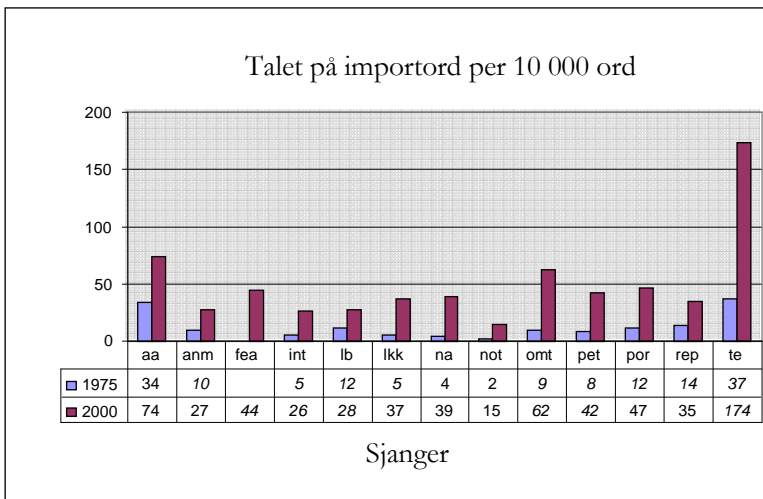
Diagram 8.10: Moderne importord i finsk fordelt på årstal og teksttype



Dersom me deler teksttypene vidare inn etter sjanger, kan me sjå meir detaljert på kva tekstar som har hatt størst endring i mengda av importord (sjå diagram 8.11).

Diagram 8.11: Moderne importord i finsk fordelt etter årstal og sjanger

Forkortingar: aa = annonse i annonsedelen, anm = melding, fea = tema, int = intervju, lb = lesarbrev, lkk = leiar, kronikk, kommentar, na = nyhendeartikkel, not = notis, omt = omtale, pet = petit, por = portrett, rep = reportasje, te = annonse i tekstdelen. Tal i kursiv: tekstgrunnlaget < 10 000 ord.



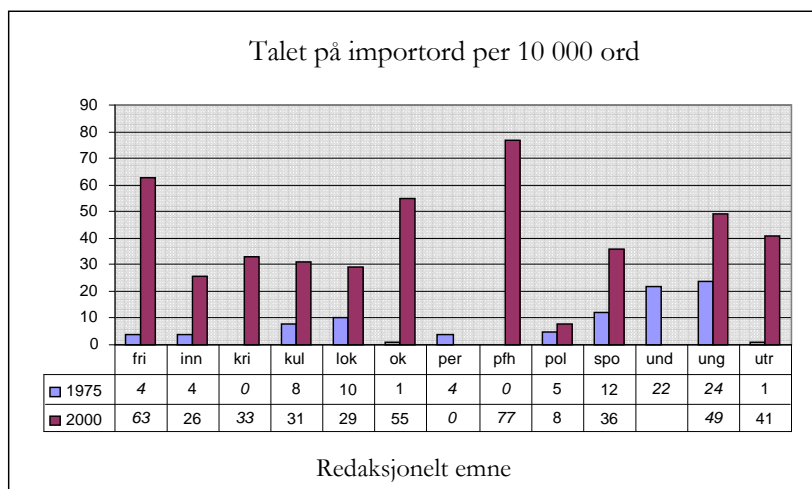
Det har, som diagrammet viser, vore ein stor auke i talet på importord frå 1975 til 2000 i alle sjangrane. Det er tekststansane som har flest importord i både 1975 (0,4 %) og i 2000 (1,7 %). Det er likevel ikkje her den største prosentvise auken har vore. Den finn me i tre av dei redaksjonelle sjangrane. Talet på importord i nyhendeartiklane er tidobla frå 4 til 39 importord per 10 000 ord. I notisane og i leiarane, kronikkane og kommentarane er importorda meir enn sjudobla. (Den tome ruta under 'fea' viser at det ikkje er materiale for temastoff i 1975.)

Nyhendeartiklane har ein svært låg frekvens av importord i 1975, og sjølv om auken til år 2000 er stor, har sjangeren framleis ikkje spesielt mange importord samanlikna med dei andre sjangrane.

Diagram 8.12 viser korleis utviklinga har vore på dei ulike emneområda i den redaksjonelle teksten.

Diagram 8.12: Moderne importord i finsk fordelt på årstal og redaksjonelt emne

Forkortingar: fri = fritid, inn = innariks, kri = kriminalitet, kul = kultur, lok = lokal, ok = økonomi, per = personalia, pfh = populærvitenskap, forbrukar og helse, pol = politikk, spo = sport, und = underholdning, ung = ungdom, utr = utariks. Tal i kursiv: tekstgrunnlaget < 10 000 ord.



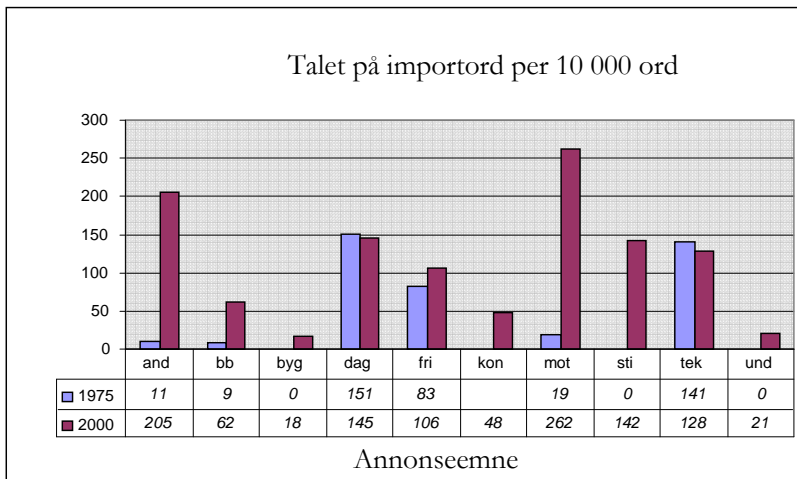
På dei fleste emneområda er det ein stor auke i importorda frå 1975 til 2000. I 1975 er det ungdomstekstane som har flest importord i den redaksjonelle delen. Talet er likevel ikkje høgare enn 0,24 %. Populærvitenskap, forbrukar og helse er det emnet som har flest importord i år 2000 med 0,8 %. I 1975 fann me ikkje eit einaste importord i desse tekstane.

Andre område som har stor prosentvis endring frå 1975 til 2000, er økonomistoffet (frå 0,01 % til 0,55 %) og utariksstoffet (frå 0,01 % til 0,41 %). Begge desse emneområda har god dekning i avisene frå begge årstala. Det skulle difor vera mogleg å lita på at dette resultatet er rett.

I diagram 8.13 vert utviklinga i annonseteksten vist. I annonseteksten aukar òg talet på importord på dei aller fleste emneområda. Unntaket er annonsar for

daglegvarer og for tekniske produkt. Her ser me faktisk ein liten reduksjon. I daglegvareannonsane går talet ned frå 1,51 % til 1,45 % moderne importord. I dei tekniske annonsane er det ein reduksjon frå 1,41 % til 1,28 %. Dette er dei to emneområda som har flest importord i 1975. I 2000 har moteannonsane flest importord (med 2,62 %), men her er materialet så lite at tala vert usikre.

Diagram 8.13: Moderne importord i finsk fordelte etter årstal og annonseemne
 Forkortingar: and = andre, bb = bil og båt, byg = bygg og eigedom, dag = daglegvarer, fri = fritid, kon = kontakt, mot = mote, sti = stillingar, tek = teknikk, und = underhaldning. Tal i kursiv: tekstgrunnlaget < 10 000 ord.



8.7. Oppsummering

Det finske materialet inneheld relativt få importord. Av dei importorda me har funne, er det nesten berre substantiv, og engelsk er det dominerande eksportør-språket. Annonstekstane inneheld mange fleire importord enn dei redaksjonelle tekstane. Aller flest er det i annonsar for daglegvarer og for tekniske produkt. Frå 1975 til 2000 har talet på importord auka mykje i alle sjangrar og på nesten alle emneområde.