


Moderne importord i språka i Norden

| | | |
|------------|---|---|
| Titel: | Sverigesvensk |  |
| 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. 87-102 | |
| 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.

6. Sverigesvensk

Bente Selback
Bergen

6.1. Materiale

Det sverigesvenske materialet har eit samla omfang på rundt 450 000 ord. Materialet er fordelt på seks avisnummer frå fire ulike aviser. Det er med to avisnummer frå 1975 og fire frå 2000. Dei to avisnummera frå 1975 har eit relativt stort omfang. Det gjer at storleiken på det svenske materialet frå 1975 er om lag like stort som for dei andre språka sjølv om det berre er henta frå to avisnummer.

Dei undersøkte avisnummera er:

Dagens Nyheter, 8.4.75

Dagens Nyheter, 4.4.00

Expressen, 6.9.75

Expressen, 9.9.00

Göteborgs-Posten, 11.9.00

Sundsvalls Tidning, 6.4.00



Av avisene som er med her, er *Dagens Nyheter*, *Göteborgs-Posten* og *Sundsvalls Tidning* abonnementsaviser, medan *Expressen* er ei tabloidavis som vert seld i laussal. *Dagens Nyheter* og *Expressen* er hovudstadsaviser med riksdekning, medan *Sundsvalls Tidning* og *Göteborgs-Posten* er regionalaviser. *Göteborgs-Posten* kjem ut i Göteborg og dekkjer Vest-Sverige, medan *Sundsvalls Tidning* særleg fokuserer på områda Sundsvall, Timrå, Ånge og Nordanstig.

Nokre av avisene har med ulike vedlegg. Desse vedlegga er òg ekserperte. Det gjeld *Göteborgs-Posten* frå 11.9.00 som har to annonsevedlegg, eit for ei bokmesse og eit for tekniske produkt, *Sundsvalls Tidning* frå 6.4.00 som har eit annonsevedlegg for tekniske produkt og eit redaksjonelt TV-vedlegg, og *Expressen* frå 9.9.00 som har eit redaksjonelt vedlegg om ulike køyretøy.

Det varierer mykje frå avis til avis kor mange importord me finn. Til dømes har *Expressen* frå september 2000 ein importordprosent på 0,8, medan i *Göteborgs-Posten* frå september 2000 er prosenten nesten dobbelt så høg (1,5). Gjev desse tala eit representativt bilete av til dømes tilhøvet mellom abonnements- og laussalsaviser? I det danske materialet er tendensen den motsette med flest importord i laussalsavisa (sjå seksjon 5.1.). Skilnaden mellom dei to avistypene kan like gjerne spegla tilfeldig variasjon frå dag til dag, det kan ha samanheng med kva vedlegg som er med i kvart nummer, eller med fordelinga av annonsetekst og redaksjonell tekst. I *Expressen* er nesten 90 % av den samla tekstmengda redaksjonell tekst. I *Göteborgs-Posten* er under

40 % redaksjonell tekst, noko som vil trekkja opp den totale importordprosenten mykje. Me veit ikkje om den store skilnaden i samansetjinga av avisene berre gjeld for dei nummera me har valt ut, eller om dei representerer ein generell skilnad mellom desse avisene. Ettersom materialet vårt er relativt lite, er det utsett for tilfeldige variasjonar.



6.2. Frekvensen av moderne importord

Aller først skal me sjå på det sverigesvenske materialet som ein heilskap.

Tabell 6.1: Moderne importord i dei sverigesvenske avisene

| <i>Språk</i> | <i>Talet på forekomstar av importord</i> | <i>Talet på importerte leksem</i> | <i>Totalt tal på løpeord</i> | <i>Forekomstar av importord per 10 000 ord</i> |
|---------------|--|-----------------------------------|------------------------------|--|
| Sverigesvensk | 4 895 | 1 970 | 449 829 | 109 |

Tabell 6.1 viser at me til saman fann 4 895 forekomstar av moderne importord i dei sverigesvenske avisene. Dei representerer 1 970 ulike leksem. Eit leksem kan vera brukt mange gonger og i ulike bøyingsformer. *Carport* er til dømes brukt tre gonger i det sverigesvenske materialet:

- 1) ”Garage och *carport*.” (*Sundsvalls Tidning*, 6.4.00)
- 2) ”Källare med bl a gillestuga, pannrum, hobbyrum, tvättstuga m m. *Carport*.” (*Göteborgs-Posten*, 11.9.00)
- 3) ”Monteringsfärdiga garage, *carports* och förråd.” (*Göteborgs-Posten*, 11.9.00)

Ordet er talt opp tre gonger under forekomstane. Alle dei tre forekomstane representerer det same leksemet (*carport*). Altså er det berre talt opp éin gong under leksema. Tala som vert presenterte i den vidare handsaminga av resultatata, gjeld forekomstane, ikkje leksema, dersom ikkje anna vert presisert.

Dersom me ser talet på importerte forekomstar i høve til det totale talet på løpeord i avisene, ser me at av 10 000 ord vil 109 vera moderne importord. Dei utgjer altså 1,09 % av den løpande teksten. Om me jamfører med finlandssvensk, er talet der mykje lågare (0,64 %). Det ser altså ut til å vera store skilnader mellom dei to variantane av svensk. Resultatet frå sverigesvensk liknar derimot på det norske med 1,11 %. Viser det at finlandssvensk er mykje meir puristisk enn sverigesvensk og norsk?

Det er problematisk å jamføra prosentane på dette nivået. Årsaka er at samansetjinga av materialet varierer mykje mellom dei ulike språksamfunna. I finlandssvensk er ein større del av materialet frå 1975 enn i sverigesvensk. Samstundes er den delen av materialet som er annonsetekst, mykje mindre i finlands-

svensk enn i sverigesvensk. Me veit at importordprosenten jamt over er mykje høgare i annonsetekst enn i redaksjonell tekst og mykje høgare i 2000 enn i 1975. Den reelle skilnaden mellom dei to variantane av svensk treng difor ikkje vera så stor som desse tala tyder på. For å kunna seia noko meir om det må materialet brytast ned på undervariablane.

For alle importorda er det registrert kva ordklasse dei høyrer til. Tabell 6.2 viser fordelinga på ordklasse i det sverigesvenske materialet.

Tabell 6.2: Moderne importord i sverigesvensk etter ordklasse

| <i>Ordklasse</i> | <i>% førekomstar</i> | <i>% leksem</i> |
|------------------|----------------------|-----------------|
| Substantiv | 87,2 | 89,1 |
| Adjektiv | 9,9 | 8,3 |
| Verb | 2,9 | 2,4 |
| Adverb | 0,1 | 0,2 |
| Til saman | 100,1 | 100,0 |

Det store fleirtalet av importerte ord er substantiv. Dei utgjer 87 % av førekomstane. Den nest største gruppa er adjektiva. Det gjeld 10 % av alle førekomstane. Berre 3 % er verb. Prosentfordelinga av leksema er om lag den same.

Dei sverigesvenske resultatane viser dei same tendensane som dei andre undersøkte språka. Substantiv er den klart største gruppa med rundt 90 % av alle importorda i alle mottakerspråka. Den nest største gruppa er adjektiva, og den tredje største er verb.

6.3. Eksportørspråk

I det sverigesvenske materialet er det ikkje teke med eventuelle importord frå dei andre skandinaviske språka (dansk og norsk). Importorda frå andre språk fordeler seg slik tabell 6.3 viser.

Tabell 6.3: Moderne importord i sverigesvensk etter eksportørspråk

| <i>Eksportørspråk</i> | <i>% førekomstar</i> | <i>% leksem</i> |
|-----------------------|----------------------|-----------------|
| Engelsk | 92,0 | 91,3 |
| Tysk | 2,6 | 1,2 |
| Andre | 2,1 | 3,3 |
| Internasjonalismar | 1,2 | 1,8 |
| Fransk | 0,9 | 0,9 |
| Italiensk | 0,8 | 0,9 |
| Spansk | 0,3 | 0,7 |
| Til saman | 99,9 | 100,1 |

Det store fleirtalet av importorda kjem, ikkje overraskande, frå engelsk. Så mykje som 92 % av dei registrerte førekomstane har engelsk opphav. Det høge talet går att i alle dei undersøkte språka (sjå kapittel 9). Til dømes kjem 88 % av dei danske importorda og 91 % av dei norske frå engelsk. Om me jamfører med finlandssvensk, er det heller ikkje nokon skilnad. Her er 91 % frå engelsk. Engelskdominansen seier noko om kor stor påverknaden frå den engelskspråklege verda har vore etter 1945. Det er ikkje berre snakk om ord frå eitt særskilt felt, men frå mote, underhaldning, arbeidsliv, teknikk, kultur osv., altså ein meir gjennomgripande påverknad.

Utanom engelsk utgjer tysk den største gruppa. 2,6 % av førekomstane av moderne importord høyrer til denne gruppa. Døme på tyske ord i materialet er *kombi*, *kassler*, *keso* og *lederbosen*. Det er likevel berre snakk om ein liten del av den totale ordimporten. Prosenten er litt lågare for leksema enn for førekomstane. Det tyder på at det er snakk om få ulike ord, men at eit par av dei er relativt hyppige i bruk.

PRO inviger boulebana på Tjörn

Nu har Tjörns PRO invigt sin nya boulebana i Kållekärr på Tjörn och i ett strålände agustiväder (25 grader) kunde 64 spånstiga pensionärer rulla sina bouleklot över det nya underlaget. 16 banor blev det och notan slutade på 125 000 kronor.
- Precis så här skall det gå till, sade Allan Axelsson, ordfö-

(Göteborgs-Posten 11.9.2000)

Gruppa av 'andre' er ei samanslåing av importord som kjem frå språk me finn få døme på importord frå. Ord frå denne gruppa er *klezmerorkester* (jiddisk), *qigong* (kinesisk), *capoeira* (portugisisk) og *sushi*

(japansk). Her er det snakk om einskildord, ikkje ein generell påverknad.

Internasjonalismane er for det meste ord som har opphav i gresk eller latinsk språkstoff, og som er spreidde i mange språk. 1,2 % av førekomstane av importord i dei svenske tekstane tilhøyrer denne gruppa. Prosenten er litt høgare for leksema (1,8 %). Det tyder på at desse internasjonalsmane er relativt sjeldne i bruk. Døme på ord frå denne gruppa er *caner*, *latex*, *autism* og *dyslexi*. Internasjonalsmane ber ofte preg av å vera del av eit internasjonalt fagspråk. Nokre av dei har etter kvart òg vorte vanlege i allmennspråket.

Det svenske materialet inneheld òg mindre grupper av ord frå fransk (0,9 % av førekomstane), italiensk (0,8 %) og spansk (0,3 %). Fransk har tidlegare vore ein stor eksportør av ord, men tala viser at svensk har importert få ord frå fransk etter andre verdskrigen. Døme på franske ord er *au-pair*, *boule*, *existentiell* og *scart*. Dei franske orda er, på same måte som dei engelske og tyske, henta frå mange ulike semantiske felt. Dei spanske og italienske orda er henta frå meir avgrensa felt. Dei fleste italienske orda er nemningar for mat og drikke, til dømes *cappuccino*, *focacciabröd*, *gnocchi*, *linguini*, *penne*, *pizza* og *tiramisú*. I 1975-materialet er det til saman tre førekomstar av to italienske leksem. I 2000 er talet stige til 36 førekomstar av 19 ulike leksem. Det tyder på at mange av dei italienske orda er komne inn i siste delen av den perioden me har undersøkt. Dei fleste av dei spanske orda er henta frå mat (*taco*, *nachos*) eller musikk / dans: *cha-cha-cha*, *cumbia*, *flamenco*, *mambo*, *merengue* og *salsa*. Påverknaden frå desse språka er altså mykje meir avgrensa.

6.4. Sjanger

I seksjon 6.2. såg me på den samla mengda av moderne importord i det sverigesvenske materialet. Men importorda er ikkje jamt fordelte i avisene. Nokre tekstar inneheld mange fleire importord enn andre. Det er difor interessant å prøva å dela tekstane opp til dømes etter om det er snakk om redaksjonell tekst eller annonsetekst.

Tabell 6.4: Moderne importord i sverigesvensk etter teksttype

| <i>Teksttype</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> |
|--------------------|--|-----------------------------------|------------------------------|--|
| Annonsetekst | 3 428 | 1 305 | 202 326 | 169 |
| Redaksjonell tekst | 1 467 | 789 | 247 503 | 59 |
| Alle | 4 895 | *1 | 449 829 | 109 |

Tabell 6.4 viser at teksttypen svært avgjerande for kor mange importord me kan venta oss å finna i ein avistekst. I annonseteksten er 1,7 % av alle orda moderne importord. I den redaksjonelle teksten er det tilsvarende talet 0,6 %. Det vil seia at importorda er nesten tre gonger så vanlege i annonsetekst som i redaksjonell tekst. Det må karakteriserast som ein etter måten stor skilnad. Den store skilnaden på dei to teksttypane er eit mønster som går att i alle dei undersøkte språksamfunna (sjå kapittel 9).

I seksjon 6.2. såg me at det var stor skilnad i den totale importordprosenten for sverigesvensk (1,09 %) og finlandssvensk (0,64 %). 45 % av den totale sverigesvenske tekstmengda er annonsetekst. I finlandssvensk er berre 12 % av materialet annonsetekst. I den finlandssvenske annonseteksten er importordprosenten på 1,4 og i den redaksjonelle teksten på 0,5. Skilnaden mellom sverigesvensk og finlandssvensk er altså ikkje så veldig stor når me deler opp på teksttypar, i alle fall ikkje i den redaksjonelle teksten. Det ser ikkje ut til at purismen er så mykje sterkare i dei finlandssvenske redaksjonane enn i dei sverigesvenske. Skilnaden mellom dei to språka ligg mest i at den sverigesvenske annonseteksten har litt fleire importord. Det kan dessutan vera at skilnader i samansetjinga av dei to annonsemateriaala kan ha noko å seia. I dei sverigesvenske avisene finst det eit relativt stort materiale som dekkjer annonsetypane bil og båt og teknikk. Det er emneområde som har mange importord (sjå seksjon 6.5.).

Korleis kan me så forklara at skilnaden på annonsar og redaksjonell tekst er så stor? Dei to teksttypane har ulike kjenneteikn. Det me har kalla redaksjonell tekst, er for det meste produsert av journalistane i avisa. Dei må for det første ta omsyn til

¹ Tala på importerte leksem er rekna ut i dei to teksttypane kvar for seg. På grunn av at somme av leksema er dei same i dei to oppteljingane, kan det vera misvisande å slå dei to tala saman. Talet for all teksten samla står i tabell 6.1.

den offisielle språknormeringa. For det andre har ein del aviser egne retningslinjer for korleis importord skal handsamast. Det kan òg finnast korrekturlesarar som endrar i det journalistane skriv.

Kor mange importord ein bruker, kan vera med på å styra korleis teksten vert oppfatta av lesarane. Tekstar med mange importord kan verka ungdommelege, uhoøgtidelege eller munnlege i forma. I mange tilfelle er det ikkje eit slikt inntrykk avisene ønskjer å formidla. Avistekstane skal framstå som saklege og truverdige. Då kan mange importord gje feil assosiasjonar.

Sverige otillgängligt för handikappade

(Sundsvalls Tidning 6.4.2000)

Sjølve oppbygginga av teksten og setningane kan vera annleis i redaksjonelle tekstar samanlikna med annonsetekstar. Dei redaksjonelle tekstane inneheld hovudsakleg heile setningar. Tekstane er relativt lange, og dei gjev ei samanhengande utgreiing av emnet for teksten. Det gjer at det er relativt langt mellom nøkkelorda.

Annonsane skil seg frå den redaksjonelle teksten på fleire måtar. Dei har som oftast som mål å selja eit eller anna produkt. Det er viktig for annonsørane å vekkja merksemda til lesarane. Det kan dei mellom anna gjera ved å bruka utalandske ord. Dei kan òg ønskja å knyta særlege assosiasjonar til produktet, til dømes at det er ungdommeleg, nyskapande, eksotisk, høgteknologisk eller profesjonelt, eller dei ønskjer å leia tankane til det landet produktet kjem frå. Då kan det vera føremålstenleg å bruka importord.

Mange av produkta som vert selde, har sitt opphav i utlandet. Gjennom import av produktet importerer ein òg ord og uttrykk som er knytte til det. Annonsørane tek seg ikkje alltid bryet med å finna nasjonale uttrykksmåtar i staden.

Annonsar skil seg òg frå redaksjonelle tekstar ved å vera mykje kortare. Annonsørane må betala etter storleiken på annonsen. Dessutan må annonsane vera så korte at lesarane gidd å lesa heile teksten. Annonsar inneheld ofte ufullstendige setningar der formorda (slike som *det, är, som*) er utelatne. Formorda er mest alltid arveord, og dermed har dette følgjer for dei relative tala. Det er berre dei viktigaste orda som er med, noko som kan vera med på å forklara kvifor det er spesielt høg frekvens av importord i annonsetekstar.

Det er ikkje berre mellom redaksjonell tekst og annonsetekst me finn skilnader i mengda av moderne importord. Slike skilnader kan me òg finna om me deler dei to tekststypene vidare inn etter sjanger (jf. tabell 6.5). Talet på importord varierer mykje etter tekstsjangeren. Tabellen viser ein variasjon frå 1,7 til 0,5 % importord mellom dei ulike sjangrane. Dei to annonsesjangrane, tekstannonsar og annonsar i annonsedelen, skil seg ut på toppen av lista over kva sjangrar som har flest moderne importord. Det er ein skilnad mellom dei. Annonsane i annonsedelen har 173 importord per 10 000 ord, medan tekstannonsane, det vil seia dei annonsane som står på sider i avisa som òg inneheld redaksjonell tekst, har noko mindre, nemleg 148 importord per 10 000 ord.

Tabell 6.5: Moderne importord i sverigesvensk etter sjanger

Tal i kursiv: tekstgrunlaget < 10 000 ord.²

| <i>Sjanger</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> |
|------------------------------|--|---|----------------------------------|--|
| Annonse i annonsedel | 2 998 | 1 140 | 173 271 | 173 |
| Tekstannonse | 430 | 244 | 29 055 | 148 |
| Temastoff | 17 | 15 | 1 372 | 124 |
| Petit | 63 | 41 | 7 813 | 81 |
| Leiar, kronikk, kommentar | 203 | 113 | 25 677 | 79 |
| Omtale | 126 | 92 | 17 734 | 71 |
| Intervju | 102 | 75 | 16 274 | 63 |
| Reportasje | 227 | 122 | 36 223 | 63 |
| Melding | 80 | 67 | 12 859 | 62 |
| Lesarbrev | 52 | 37 | 9 491 | 55 |
| Notis | 228 | 164 | 43 733 | 52 |
| Portrett | 52 | 42 | 10 386 | 50 |
| Nyhendeartikkel | 317 | 207 | 65 941 | 48 |
| Alle | 4 895 | * | 449 829 | 109 |

Korleis kan ein forklara skilnaden mellom dei to teksttypane? Annonsane i annonsedelen er ofte små rubrikkannonsar. Her vert det ikkje brukt unødvendig mange ord. Det kunne gjera at det vart ekstra tett mellom importorda, for desse annonsane vender seg gjerne til spesielt interesserte. Ein les til dømes ikkje annonsar for bruktbilar med mindre ein vurderer å kjøpa / selja bil eller har ei spesiell bilinteresse. Annonsorane kunne difor leggja vekt på å ramsa opp ulike spesifikasjonar og gjerne bruka fagspråk. Det kan opna for fleire importord. Men denne forklaringa er nok ikkje heilt god, for det danske materialet viser motsett tendens.

Like viktig er det nok at det varierer mykje kva produkt det vert annonsert for i dei to annonsesjangerane. Til dømes er 93 % av bil- og båtannonsane og 85 % av teknikkannonsane plasserte i annonsedelen. Det er dei to emneområda som inneheld flest importord (sjå seksjon 6.5.).

Av dei redaksjonelle tekstane skil temaartiklane seg ut med mange importord. Her er 1,2 % av løpeorda moderne importord. (Rettnok er tekstmengda relativt lita for denne kategorien.) Det er ikkje så overraskande at denne sjangeren ligg høgt mellom dei redaksjonelle tekstane. Temastoffet er ofte skriva i ein meir uformell stil enn mange av dei andre tekstane i avisa. Her kan journalistane tillata seg å bruka ulike språklege verkemiddel for å skapa visse assosiasjonar eller stemningar hjå

² 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.

lesarane. Det kan kanskje opna for ei mindre restriktiv haldning til bruk av importord? Det er vanskeleg å seia om dette stemmer ut frå det materialet som er med her. Materialet er lite fordi det er få tekstar av denne sjangeren i avisene. Det høge talet på importord stammar særleg frå ein IT-tekst. Han inneheld mange ord som *digital*, *IT-show*, *skanner*, *virtuell* osv. Truleg er det emnet meir enn sjangeren som gjer at han inneheld så mange slike ord.

Den redaksjonelle sjangeren som har nest flest importord, er petitane. Her er 0,8 % av den løpande teksten importord. I denne kategorien har me plassert diverse småstoff (sjå innleiingskapittelet). Dei importorda me har funne under denne kategorien, er henta frå ei rekkje ulike tydingsområde: *aurabealing*, *bikini*, *bingo*, *chutney*, *date*, *hip-hopare*, *sexy*, *TV* osv. Det er mogleg at importorda kjem litt tettare i denne sjangeren fordi det er snakk om korte og konsentrerte tekstar. Ei anna forklaring er at emnet for mange av tekstane er underhaldning. Det er eit emneområde som har mange importord (jf. seksjon 6.5.).

Kamp mot mobbing

(Sundsvalls Tidning 6.4.2000)

ekspertar på eit eller anna fagområde. Språket kan då verta prega av at ein bruker ord som ikkje er så vanlege i daglegspråket, og det kan opna for ein del internasjonale fagtermar. Me ser av døma på ord frå denne kategorien at ein del av dei er mindre vanlege i daglegspråket: *androgen steroid*, *destination*, *empati*, *integration*, *segregation*, *stagflation*, *tecnicolor* m.fl.

Det er elles interessant å leggja merke til at fleire av dei vanlegaste avissjangerane varierer lite med omsyn til importordfrekvensen. Både intervju, reportasjar og meldingar har mellom 0,62 og 0,63 % importord.

Nedst på lista finn me nyhendeartiklar med 0,48 % importord. Nyhendeartiklane er den aller vanlegaste sjangeren i den redaksjonelle delen. Det vil seia at i store delar av avisa er det denne importordfrekvensen som gjeld. Dei vanlegaste tekstane kan altså ikkje seiast å ha noko sterkt preg av moderne importord.

Leiarane, kronikkane og kommentarane har om lag like mange importord som petitane. Importordprosenten er på 0,79. Det er tekstar som ofte er skrivne av personar som er

6.5. Emne

Den tredje problemstillinga (sjå kapittel 1) dreidde seg om korleis mengda av importord varierer med kva som er emnet for teksten. I tabell 6.6 er importorda i den redaksjonelle teksten delte inn etter emne.

Det er eitt emneområde som skil seg klart ut med omsyn til mengda av importord i den redaksjonelle teksten. Det er tekstar som handlar om ungdom, eller som vender seg særleg til ei ungdommeleg målgruppe. Her er importordprosenten på 1,8. (Men avisene inneheld lite stoff av denne typen.) Tendensen til at

ungdomsstoffet har mange importord, går òg att i fleire av dei andre språksamfunna, til dømes i finlandssvensk og dansk.

Elles er det emneområdet underholdning som har flest importord (1,1 %). I dei norske og danske avisene finn me tilsvarande tal. Underholdningstekstane inneheld 1,2 % importord i både norsk og dansk. Underholdningsstoffet er gjerne tekstar om populærkultur som musikk, filmar og fjernsynsprogram. Det viser att i dei importorda me finn: *action, animation, countryrockband, hip-hopare, LP-skiva, popsångare, rockvideo, soft music, story, stuntkvinna* osv. Ordet *TV* førekjem hyppig i desse tekstane. Det er brukt 21 gonger. I tillegg kjem 32 ulike samansetjingar som inneheld *TV: TV-bild, TV-chef, TV-filmexpert, TV-bus, TV-kultserie, TV-reporter, TV-ruta, TV-soffa, TV-såpa, TV-vård* osv. Mykje av populærkulturen er produsert i utlandet. Han vert så introdusert i Sverige. Samstundes som produkta vert importerte, importerer ein òg ord og uttrykk som er knytte til dei. Mange av desse kulturuttrykka er retta mot ungdom, og det er grunn til å tru at det særleg er dei som tek i bruk importorda som kjem inn på denne måten. I avisomtalen vert dei nye orda tekne i bruk til dømes i omtalen av musikken på ei plate. Slik kan avisene vera med på å spreia nye uttrykk til lesarane.

Tabell 6.6: Moderne importord i sverigesvensk etter emne i redaksjonell tekst

Tal i kursiv: tekstgrunnlaget < 10 000 ord.

| <i>Emne</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> |
|---|--|---|----------------------------------|--|
| Ungdom | 33 | 8 | 1 873 | 176 |
| Underholdning | 252 | 167 | 23 425 | 108 |
| Populærvitenskap, forbrukar og helse | 220 | 108 | 22 360 | 98 |
| Økonomi | 154 | 105 | 16 910 | 91 |
| Fritid | 24 | 13 | 2 876 | 83 |
| Politikk | 220 | 125 | 35 544 | 62 |
| Kultur | 186 | 132 | 31 962 | 58 |
| Sport | 202 | 142 | 41 563 | 49 |
| Utariks | 66 | 54 | 21 098 | 31 |
| Lokal | 30 | 24 | 10 576 | 28 |
| Personalialia | 28 | 25 | 11 729 | 24 |
| Innariks | 35 | 25 | 16 640 | 21 |
| Kriminalitet | 17 | 13 | 10 947 | 16 |
| Alle | 1 467 | * | 247 503 | 59 |

I tekstane med emneområdet populærvitenskap, forbrukar og helse er 98 av 10 000 ord moderne importord. I desse tekstane vert det til dømes brukt ord som *betablockerare, bleeding denim, concertumör, EQ-kompetens, fissionsreaktor, salmonella* og *satellit*. Når me finn

relativt mange importord på dette feltet, kan det ha samanheng med at det vert brukt mykje fagspråk i desse tekstane. Mange av orda vert truleg ikkje brukte så mykje i dagleglivet. Sjølv om mange vil kjenna til uttrykka, vert dei helst brukte av fagfolk. Dei påverkar truleg i mindre grad språket til lesarane. Orda i denne gruppa er henta frå ulike fagfelt, men det er særleg mange medisinske termar. Det speglar truleg at avisene er svært opptekne av helsestoff.

Utariks, lokal, personalia, innariks og kriminalitet er alle stoffområde med mellom 0,2 og 0,3 % importord. Dette er emne som er vanlege i den redaksjonelle delen av ei avis. Store delar av den redaksjonelle teksten må altså seiast å innehalda få importord. Aller minst importord i det sverigesvenske materialet finn me i tekstar som omhandlar kriminalitet. Her er berre 16 av 10 000 ord importerte etter 1945. (På dette punktet skil sverigesvensk seg frå finlandssvensk, der me har funne så mykje som 119 importord per 10 000 ord. Det finlandssvenske materialet er likevel så lite i denne kategorien at skilnaden kan skuldast tilfeldige tilhøve.)

Tabell 6.7 viser fordeling på ulike emneområde i annonseteksten.

Tabell 6.7: Moderne importord i sverigesvensk 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>Forekomstar av importord per 10 000 ord</i> |
|--------------------|--|-----------------------------------|------------------------------|--|
| Teknikk | 975 | 381 | 12 100 | 806 |
| Bil og båt | 714 | 171 | 28 369 | 252 |
| Fritid | 243 | 137 | 13 317 | 183 |
| Mote | 37 | 31 | 2 136 | 173 |
| Kontakt | 5 | 5 | 309 | 162 |
| Daglegvarer | 32 | 27 | 2 245 | 143 |
| Andre | 256 | 118 | 21 629 | 118 |
| Underhaldning | 663 | 303 | 57 657 | 115 |
| Stillingar | 370 | 251 | 35 356 | 105 |
| Bygg | 133 | 83 | 29 208 | 46 |
| Alle | 3 428 | * | 202 326 | 169 |

Det som først og fremst kjenneteiknar annonsetekstane, er at talet på importord jamt over ligg høgare enn i den redaksjonelle teksten på nesten alle emneområda. Det er eitt annonseemne som skil seg svært tydeleg ut. Det er annonsane for tekniske produkt som PC-ar, fjernsyn og mobiltelefonar. Her er så mykje som litt over 8 % av alle orda moderne importord. Det må seiast å vera eit høgt tal. Døme på ord me har funne her, er *browser*, *display*, *handsfree*, *joystick*, *scanner* og *widescreen*. Dei aller fleste orda har opphav i engelsk.

Dersom me jamfører med dei andre mottakarspråka, ser me at dei tekniske annonsane har mange importord overalt. I finlandssvensk er det 6,7 % importord i desse annonsane, i norsk 7,2 % og i dansk 5,2 %. I sverigesvensk er teknikkannonsane ei stor gruppe mellom anna fordi fleire avisnummer har eigne annonse-

vedlegg for tekniske produkt, men i ein del av dei andre språka er materialgrunnlaget mindre. Talet på importord kan variera mykje frå produkt til produkt. Til dømes vil det vera færre importord i omtalen av eit kjøleskap enn av ein PC. Det kan vera skilnader mellom språka i kva produkt som er omtalte i teknikkannonsane. Det er ikkje registrert nærare i undersøkinga. Slike skilnader kan ha påverka kor høg importordfrekvensen vert. Hovudkonklusjonen må likevel vera at teknikk er eit område der svært mange nye importord vert tekne opp.

**Mästaren Michanek deppar
"Speedway är inte roligt längre"**

Utanom dei tekniske annonsane er det annonsar for bilar og båtar som har flest importord i det sverigesvenske materialet. Dei har ein importordprosent på 2,5. I desse annonsane finst det ord som *airbag*, *billeasing*, *daycruiser* og *spoiler*. Me har funne til saman 714 førekomstar av 171 ulike leksem. Det viser at ein del leksem er hyppige i bruk. Ein del ord som til dømes *airbag*, *metallic*, *pick-up*, *offroad* og *servo* er truleg gått inn i daglegspråket, medan andre uttrykk som *security-lås*, *colour concept*, *night panel* og *shadowline* nok helst vert brukte av annonsørane.

(Dagens Nyheter 6.9.1975)

I det sverigesvenske materialet er det færrest importord i bygg- og eigeomsannonsane. Her er det berre 0,5 % av løpeorda importerte etter 1945. Resultatet samsvarar godt med resultatata frå finlandssvensk. Der er det òg registrert ein importordprosent på 0,5. Bygg og eigeom er eit av dei emneområda som har færrest importord i dei fleste av dei undersøkte mottakarspråka. Dette ser altså ikkje ut til å vera eit felt der det kjem inn mange nye ord utifrå.

6.6. Utvikling over tid

Den fjerde problemstillinga (sjå seksjon 1.3.) 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.

Tabell 6.8: Moderne importord i sverigesvensk etter årstal

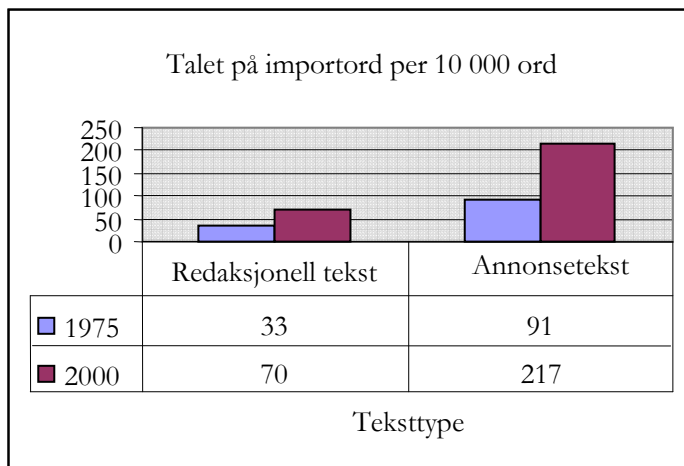
| År | Talet på førekomstar av importord | Talet på importerte leksem | Totalt tal på løpeord | Førekomstar av importord per 10 000 ord |
|------|-----------------------------------|----------------------------|-----------------------|---|
| 2000 | 3 953 | 1 569 | 299 234 | 132 |
| 1975 | 942 | 504 | 150 595 | 63 |
| Alle | 4 895 | * | 449 829 | 109 |

Mengda av moderne importord har, som tabell 6.8 viser, auka frå 1975 til 2000. Det er ikkje overraskande. Dei fleste av orda frå 1975-materialet er like aktuelle i 2000, til dømes *apelsinjuice*, *bikini*, *bingo*, *jackpot*, *musical* og *tepp*. Andre ord finn me ikkje att i

materialet frå 2000. Det gjeld til dømes *hippiesekt*, *kassettspelare*, *svart-hvit-TV* og *telex*. Sjølv om desse orda ikkje finst i materialet, er ikkje det det same som at dei ikkje framleis er i bruk. Men dei er ikkje like aktuelle som dei var på 70-talet. Det er dessutan viktig å hugsa på at sidan materialet vårt er avgrensa, vil utvalet av ord vera tilfeldig. Mange relativt vanlege importord vil ikkje vera representerte. Andre ord kan vera med sjølv om dei slett ikkje er vanlege i bruk. Materialet frå 2000 inneheld mange nye ord som ikkje er med i 1975. Det kan til dømes vera ord for nye matrettar som *sushi* (1982), nye musikkformer som *hiphop* (1983) eller tekniske nyvinningar som *webb* (1995) og *CD-ROM* (1985)³.

Det interessante er ikkje at talet på importord har auka, men kor stor auken er. I 1975-materialet er frekvensen av importord på 63 per 10 000 ord. I år 2000 er han på 132 per 10 000 ord. Det vil seia at mengda av importord er dobla. I finlandssvensk er dei tilsvarande tala 34 per 10 000 ord i 1975 og 86 per 10 000 ord i 2000. Finlandssvensk har altså færre importord for begge årstala, men den prosentvise auken er likevel litt større. Om me jamfører med dansk, er importordmengda der tredobla, medan det norske materialet viser ei femdobling frå 1975 til 2000. Denne variasjonen mellom landa kan delvis ha samanheng med at materiala ikkje er sette saman på same måten. Utviklinga har vore ulik i ulike teksttypar. Det er difor naudsynt å bryta materialet meir ned for å sjå på utviklingstendensane. Diagram 6.9 viser utviklinga innafør annonsetekst og redaksjonell tekst.

Diagram 6.9: Moderne importord i sverigesvensk fordelt på årstal og teksttype



Me ser at for begge åra var det flest moderne importord i annonseteksten. I 1975 var det tre gonger så mange importord i annonsetekst (91 per 10 000 ord) som i redaksjonell tekst (33 per 10 000 ord). I 2000 var det 70 importord per 10 000 ord i den

³ Årstala for *sushi*, *webb* og *CD-ROM* er henta frå den danske nyordboka (Jarvad 1999). Truleg kom orda inn i svensk på om lag same tida. *Hiphop* er registrert frå 1983 i *Nationalencyklopedins ordbok*, og frå året etter i nyordboka for dansk.

redaksjonelle teksten og 217 i annonseteksten. Omfanget av importord har altså auka i begge teksttypene, og den forholdsvise auken er om lag like stor i begge teksttypene.

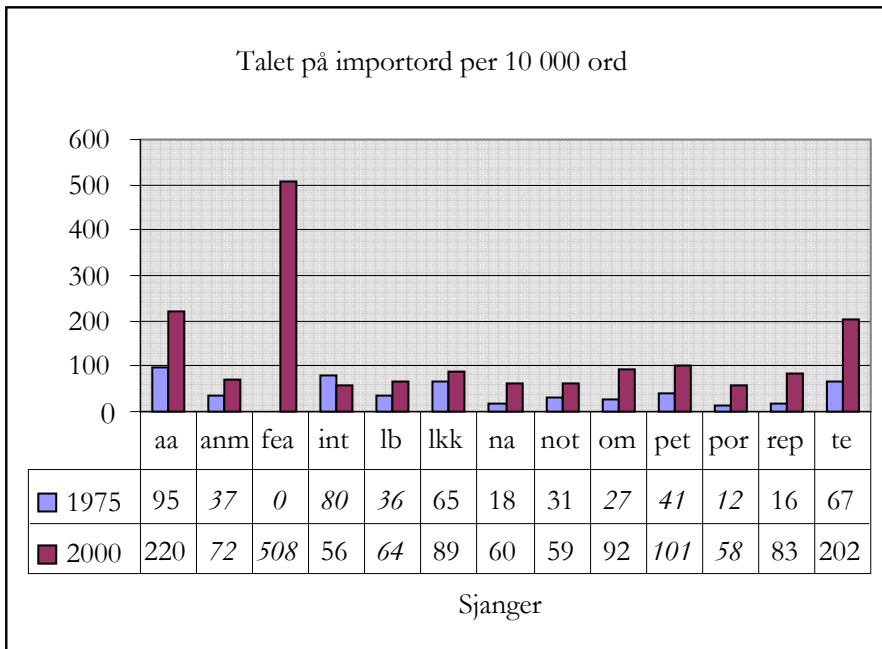
For begge åra ser det ut til at redaksjonane er meir forsiktige enn annonsørane med å ta i bruk importord. Det kan ha samband med at dei kjenner seg meir bundne av eller har andre språknormer enn annonsørane.

Det treng ikkje berre vera sjølve språkbruken og språkhaldningane som har endra seg. Ei anna moglegheit er at avisjargrane har endra seg, eller at emna for tekstane er annleis i 2000 enn dei var i 1975. På same måte kan det tenkjast at annonsane har endra seg. Er det til dømes fleire annonsar for utalandske produkt i 2000 enn det var tidlegare? Det er ikkje kartlagt i denne undersøkinga, men me kan sjå ein viss skilnad i samansetjinga av annonsematerialet mellom dei to årstala. I 1975-avisene er ein større del av totalmaterialet annonsar for bygg og eigedom og stillingsutlysingar. I 2000-avisene dominerer kategorien underhaldning. Alle desse er område som har relativt få importord. Vårt materiale er for lite til å seia om skilnaden mellom dei to åra viser ei generell endring i samansetjinga av annonsemateriale.

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 (diagram 6.10).

Diagram 6.10: Moderne importord i sverigesvensk fordelt etter årstal og sjanger

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



Det har vore ein auke i talet på importord frå 1975 til 2000 i nesten alle sjangrane. Unnataket er intervju. Her har det vore ein reduksjon (frå 80 til 56 importord per 10 000 ord). Det er vanskeleg å sjå noko forklaring på kvifor talet på importord går ned i akkurat denne sjangeren.

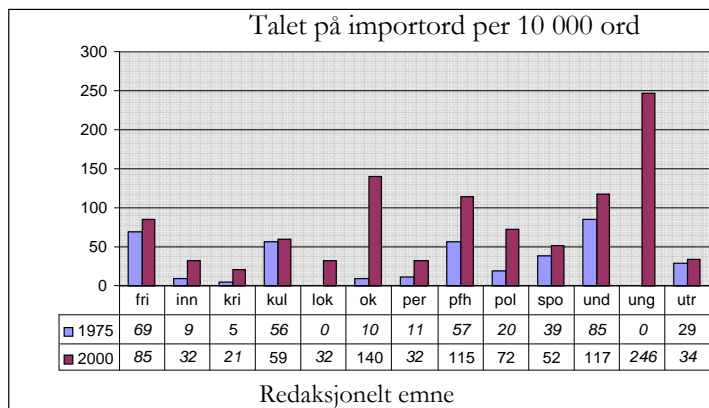
I alle andre sjangrar har talet på importord auka. Den aller største auken finn me i temaartiklane, men her er materialet så lite at dette resultatet ikkje er representativt. Alle importorda frå 2000 er funne i ein temareportasje frå ei IT-messe. Her er det truleg emnet meir ein sjangeren som har ført til hyppig bruk av importord.

Dei to annonsesjangrane, annonse i annonsedel og annonse i tekstdel, har mange importord både i 1975 og i 2000. Begge åra er det annonsane i annonsedelen som inneheld aller flest importord. Auken har vore størst i tekstannonsane. Her er mengda av importord tredobla. Det er likevel ikkje her den aller største prosentvise auken har vore. Den finn me i nokre av dei redaksjonelle sjangrane. I vanlege avis-sjangrar som reportasjar, portrett, omtalar og nyhendeartiklar har den prosentvise auken vore større enn i annonsane. Mengda av importord er likevel mykje lågare enn i annonsesjangrane.

Det kan òg vera interessant å sjå nærare på korleis utviklinga har vore på ulike emneområde (diagram 6.11).

Diagram 6.11: Moderne importord i sverigesvensk fordelt etter årstal og redaksjonelt emne

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



På alle dei redaksjonelle emneområda er det ein auke frå 1975 til 2000. Men endringa har ikkje vore like stor på alle felt.

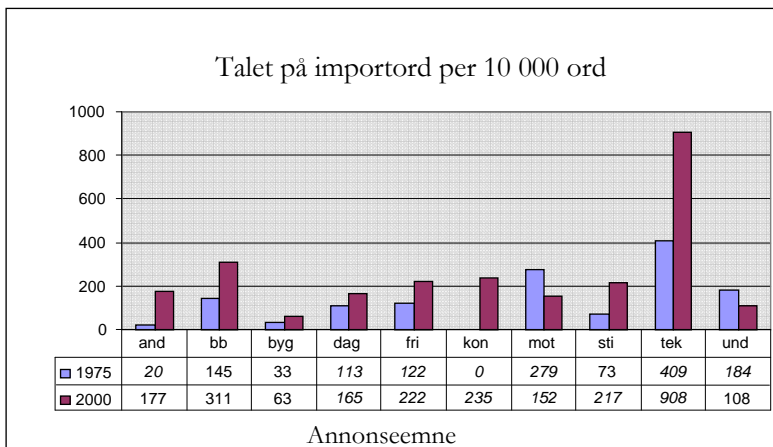
I ungdomsstoffet ser me ei svært stor endring (frå ingen til 2,5 % importord). (Men her er tekstgrunnlaget lite.) Eit anna område som har fått mange nye importord, er økonomistoffet. I 1975 har økonomi 10 importord per 10 000 ord, og det er eit av dei områda som har færrest importord. I 2000 er det talet stige til heile 140 importord per 10 000 ord, altså 1,4 % av alle orda. Det er fjorten gonger så mange. Økonomi er no det feltet som har flest importord om ein ser vekk frå ungdomsstoffet. Ein del av orda er knytte til næringslivet: *content management*, *crossmedia-kommunikasjon*, *spotmarknad* osv. Fleste importord kjem likevel frå tekstar som handlar om IT-sektoren. Her finn ein til dømes ord som *sajt*, *server*, *virtuell* og *webbverktøy*. Når økonomistoffet har så mange importord, har det nok samanheng med at det dekkjer noko av det same som dei tekniske annonsane. Det er område der endringane skjer raskt, og ordtilfanget har endra seg mykje etter krigen.

Andre emneområde har ikkje hatt like store endringar. Minst endring frå 1975 til 2000 har kulturstoffet. Her går talet på importord opp frå 0,56 til 0,59 %, Altså nesten inga endring. Om me jamfører dei importorda som er brukte i desse tekstane, ser me at det berre er fem leksem som er felles for dei to åra. Det vil likevel ikkje seia at ordtilfanget er skifta ut. Nesten alle orda frå 1975 kunne like gjerne vore brukte i 2000, og mange av orda frå 2000-materialet var komne inn i svensk alt i 1975. Det er nok helst tilfeldig kva ord som er representerte.

Diagram 6.12 viser utviklinga på ulike emneområde i annonseteksten.

Diagram 6.12: Moderne importord i sverigesvensk fordelt på årstal og annonseemne

Forkortingar: and = andre, bb = bil og båt, byg = bygg og eigeidom, dag = daglegvarer, fri = fritid, kon = kontakt, mot = mote, sti = stillingar, tek = teknikk, und = underhaldning. Tal i kursiv: tekstgrunnlaget < 10 000 ord.



Talet på importord aukar òg på dei fleste emneområda i annonseteksten. Unnataket er moteannonsane, som går ned frå 2,8 til 1,5 % importord, og underhaldningsannonsane, som går ned frå 1,8 til 1,1 % importord. Moteannonsar er relativt sjeldne i avisene, noko som gjer tala usikre. Når det gjeld underhaldningsannonsane derimot,

er det ei stor gruppe, særleg i 2000-avisene der denne kategorien er på nesten 53 000 ord. Ein stor del av materialet er henta frå eit annonsevedlegg i *Göteborgs-Posten* frå 11.9.00. Det er reklame for ei stor bokmesse. Vedlegget inneheld ei rekkje lengre tekstar som presenterer forfattarar og programmet for arrangementet. Når det er så pass få importord her, skuldast det at teksten i dette vedlegget liknar meir på den redaksjonelle teksten i avisene enn på dei tradisjonelle annonsane. Det gjer at det vert lenger mellom importorda enn det som elles er vanleg i annonsetekst.

Teknikk er det område som har klart flest importord både i 1975 og i 2000. I 1975 er importordprosenten på 4,1 %. I 2000 har han stige til 9,1 %. Det vil seia at i ein annonse for eit teknisk produkt vil nesten kvart tiande ord vera eit moderne importord. Det er eit svært høgt tal, og det er mykje høgare enn for alle dei andre emneområda. Altså er det på dette emneområdet det kjem inn aller flest importord i sverigesvensk. Noko anna som er verdt å merka seg, er at ordtilfanget endrar seg svært raskt på dette feltet. I dei tekniske annonsane frå 1975 er det brukt 36 ulike importerte leksem. I annonsane frå 2000 er det brukt 354 ulike. Av desse er det 9 leksem som er brukte begge åra, til dømes *TV*, *hi-fi* og *stereo*. Ikkje alle orda frå 1975 er like vanlege i 2000. Til dømes finn me ikkje att orda *kassettbandspelare*, *svart-vit-TV* og *transistorradio* i materialet frå 2000. Det kan sjølvsagt vera tilfeldig, men det speglar nok òg at desse orda ikkje er like aktuelle som dei var på 1970-talet. Samstundes er det svært mange av orda i 2000-materialet som ikkje fanst i det heile i 1975. Endringane i ordtilfanget viser den raske tekniske utviklinga. Ein del ord vil truleg vera ein del av ordtilfanget vårt i ein periode, men dei vil forsvinna etter ei stund. Mange av orda er dessutan å rekna som ei form for faguttrykk. Dei er brukte for å rekna opp ulike spesifikasjonar ved det tekniske utstyret. Truleg vil mange lesarar ikkje skjøna kva orda eigentleg tyder, men det har nok like mykje samanheng med manglande teknisk kunnskap som med at sjølve omgrepa ikkje har svensk opphav.

6.7. Oppsummering

Sverigesvensk er eit av dei undersøkte språka der me har funne flest importord. Det store fleirtalet av dei importorda som er registrerte, kjem frå engelsk. Substantiv er den dominerande ordklassen. Annonseteksten har tre gonger så mange importord som den redaksjonelle teksten. Aller flest importord er det i teknikkannonsane. Mengda av importord har auka mykje frå 1975 til 2000.

Referanse

- Jarvad, Pia. 1999. *Nye Ord. Ordbog over nye ord i dansk 1955-1998*. København: Gyldendal.
- Nationalencyklopedins ordbok. I: *Nationalencyklopedin. Multimedia 2000 plus*, CD-ROM. Malmö: Nationalecyklopedin.