


# Moderne importord i språka i Norden

Titel:	Finlandssvensk	
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. 103-114	
URL:	<a href="http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/min/issue/archive">http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/min/issue/archive</a>	

© 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.

## 7. Finlandssvensk

Bente Selback  
Bergen

### 7.1. Materiale

I den finlandssvenske delen av undersøkinga er det ekserpert seks avisnummer. Materialet har eit samla omfang på litt over 240 000 ord. Dei avisene som er undersøkte, er fire nummer av *Hufvudstadsbladet* og to av *Vasabladet*. Tre avisnummer er henta frå 1975 og tre frå 2000. Dei undersøkte avisnummera er:

*Vasabladet*, 9.9.75

*Vasabladet*, 12.9.00

*Hufvudstadsbladet*, 8.4.75

*Hufvudstadsbladet*, 8.9.75

*Hufvudstadsbladet*, 4.4.00

*Hufvudstadsbladet*, 9.9.00

*Hufvudstadsbladet* er ei abonnementsavis som kjem ut i Helsingfors. *Vasabladet* har me rekna som ei regionalavis. Ho er òg ei abonnementsavis. I det finlandssvenske materialet manglar me altså aviser som dekkjer kategoriane lokalavis og laussalsavis.

Det finlandssvenske materialet har eit relativt lite omfang samanlikna med dei fleste andre språka. Det er først og fremst meint som eit supplement til det sverigesvenske materialet. Finlandssvensk følgjer den sverigesvenske språknormeringa òg når det gjeld importord (Mattfolk m.fl. 2004: 222). Det er interessant å sjå på om det likevel finst skilnader i resultatata mellom dei to språksamfunna.

I ein del tilfelle er det finlandssvenske materialet i minste laget. Når me deler det opp i underkategoriar, vert nokre av gruppene så små at resultatata er usikre. Det kjem me nærare tilbake til under handsaminga av dei ulike resultatata.

### 7.2. Frekvensen av moderne importord

Tabell 7.1 viser at me til saman fann 1 541 forekomstar av moderne importord i dei finlandssvenske avisene. Dei representerer 764 ulike leksem. Eitt leksem kan vera brukt mange gonger i teksten. Til dømes vert leksemet *sponsor* brukt tre gonger i det finlandssvenske materialet:

**VASABLADET**  
**HBL**  
**HUFVUDSTADSBLADET**

- 1) ”den brasilianska olympiska kommitténs *sponsor*” (*Hufvudstadsbladet*, 9.9.00)
- 2) ”utomstående *sponsorer* satsar allt mer pengar” (*Hufvudstadsbladet*, 4.4.00)
- 3) ”med hans personliga *sponsors* namn” (*Hufvudstadsbladet*, 9.9.00)

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

Tabell 7.1: Moderne importord i dei finlandssvenske 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>
Finlandssvensk	1 541	764	242 511	64

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 64 vera moderne importord. Dei utgjer altså 0,64 % av den samla teksten. Det talet er ein god del lågare enn det tilsvarende talet for sverigesvensk som er på 1,09 % (sjå seksjon 6.2.). Det kan altså sjå ut til at ein i finlandssvensk er meir puristisk innstilte. Likevel er det viktig at ein ikkje legg for mykje i dette resultatet som gjeld det samla materialet, fordi samansetjinga av det

**Vasa tog**  
**time out**  
**med Sports**  
**borgen**

**VASA**  
 Markus West  
 tel 3260 276

---

Vasa Sport får vänta en vecka på beskedet om Vasa stad beviljar

(*Vasabladet* 12.9.2000)

sverigesvenske og det finlandssvenske materialet er ulikt. Særleg viktig er det at 45 % av det sverigesvenske materialet er annonsetekst, mot berre 12 % av det finlandssvenske. Det skuldast rett og slett at avisene varierer så mykje med omsyn til fordelinga av annonsetekst og redaksjonell tekst. Men me veit at annonseteksten har ein mykje høgare importordprosent samanlikna med den redaksjonelle teksten. Det kan vera med på å forklara kvifor det er så stor skilnad på sverigesvensk og finlandssvensk. For å kunna seia om det er ein reell skilnad mellom dei to språksamfunna, må me dela materialet opp i ulike teksttypar, slik me skal gjera under seksjonane 7.4. og 7.5. I kapittel 9 vert resultatata frå den finlandssvenske delen av undersøkinga samanlikna med resultatata frå

dei andre språksamfunna i Norden.

For alle importorda er det registrert kva ordklasse dei høyrer til. Tabell 7.2 viser fordelinga på ordklasse.

Tabell 7.2: Moderne importord i finlandssvensk etter ordklasse

<i>Ordklasse</i>	<i>% førekomst</i>	<i>% leksem</i>
Substantiv	89,6	86,0
Adjektiv	7,0	9,4
Verb	3,1	4,2
Adverb	0,3	0,3
Interjeksjonar	0,1	0,1
Til saman	100,1	100,0

Det store fleirtalet av importorda er substantiv. Dei står for nær 90 % av førekomstane av importord. 7 % er adjektiv og 3 % er verb. Tala for dei importerte leksema er litt annleis. Her utgjer substantiva 86 %, medan adjektiva utgjer vel 9 % og verba 4 %. Det viser at substantiva har fleire førekomst av kvart leksem enn det adjektiva og verba har.

Den store overvekta av importerte substantiv svarar til resultatane frå dei andre språka i Norden (sjå kapittel 9). I sverigesvensk er 87 % av førekomstane av importord substantiv. I finsk er substantivprosenten endå høgare med 94 % i den redaksjonelle teksten og 96 % i annonseteksten.

### 7.3. Eksportørspåk

I finlandssvensk er det ikkje teke med eventuelle importord frå sverigesvensk, norsk eller dansk. Importorda frå andre språk fordeler seg slik tabell 7.3 viser:

Tabell 7.3: Moderne importord i finlandssvensk etter eksportørspåk

<i>Eksportørspåk</i>	<i>% førekomst</i>	<i>% leksem</i>
Engelsk	90,5	88,9
Tysk	2,2	1,3
Andre	1,9	3,3
Internasjonalismar	1,4	1,8
Russisk	1,0	1,0
Fransk	1,0	0,8
Finsk	0,9	1,4
Italiensk	0,6	0,9
Arabisk	0,5	0,5
Til saman	100,0	99,9

Det store fleirtalet av importorda kjem, ikkje overraskande, frå engelsk. Om lag 90 % av førekomstane av moderne importord har engelsk opphav. Det viser at den engelskspråklege verda har vore det klart viktigaste kontaktområdet for finlandssvensk i tida etter 1945. Det høge talet på importord frå engelsk går òg att i dei andre

undersøkte importørspåka. Til dømes er det tilsvarande talet i sverigesvensk 92 %, medan det i dansk er 88 %.

Utanom dei engelske orda finn me ein del import frå tysk (2,2 % av førekomstane). Det er ord som til dømes *kassler*, *gesamtkunst* og *polterabend*. Denne gruppa er likevel forsvinnande lita samanlikna med dei engelske orda. 1,0 % av alle førekomstane er franske. Det gjeld ord som *pommes frites*, *eksistensiell* og *volatil*. Undersøkinga viser altså at fransk og tysk, som tidlegare har vore dominerande eksportørspåk, berre i svært avgrensa grad har prega det finlandssvenske ordtilfanget etter andre verdskrigen. Det finlandssvenske materialet inneheld òg nokre importord frå russisk (1,0 % av førekomstane) og dessutan ein del internasjonalar (1,4 % av førekomstane). Internasjonalarne er for det meste ord som har sitt opphav i gresk eller latin, og som er spreidde i mange språk. Desse gruppene er svært små samanlikna med engelsk.

Berre 0,9 % av førekomstane av importord i finlandssvensk kjem frå finsk. Det er eit låg tal i høve til den tette kontakten som finst mellom desse språka. Prosenten er litt høgare for leksema (1,4 %). Det tyder på at dei importerte orda er relativt sjeldne i bruk. Dei finlandssvenske avisene inneheld i tillegg reint finskspråklege tekstar, men dei er haldne utafør i denne undersøkinga.

Gruppa av 'andre' (1,9 %) er ei samanslåing av importord som kjem frå språk me finn få døme på importord frå. I dei finlandssvenske avisene finn me til dømes *karate* frå japansk, *kelemer* frå jiddisk og *taekwondo* frå koreansk.

#### 7.4. Sjanger

Under seksjon 7.2. såg me på den samla mengda av moderne importord i dei finlandssvenske avisene. 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 7.4: Moderne importord i finlandssvensk etter tekststyp

<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	410	191	29 381	140
Redaksjonell tekst	1 131	603	213 130	53
Alle	1 541	*1	242 511	64

<sup>1</sup> Tala på importerte leksem er rekna ut i dei to tekststypene 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 7.1.

Teksttype er, som tabell 7.4 viser, svært viktig for kor mange importord me kan venta oss å finna. I annonseteksten er det 140 førekomstar av importord per 10 000 løpeord, medan det i den redaksjonelle teksten berre er 53. Annonseteksten inneheld altså nesten tre gonger så mange importord.

Tidlegare såg me at den totale importordfrekvensen i finlandssvensk var mykje lågare enn den sverigesvenske. I det finlandssvenske materialet fann me 0,64 % importord, i sverigesvensk 1,09 %. I det finlandssvenske materialet er 12 % av den samla tekstmengda annonsetekst. Det er mykje mindre enn i dei undersøkte sverigesvenske avisene. Der er 45 % annonsetekst. Ein del av skilnaden mellom dei to variantane av svensk skuldast samansetjinga av materialet. Når me deler det inn i annonsetekst og redaksjonell tekst, er ikkje skilnaden like stor. I sverigesvensk har den redaksjonelle teksten 0,59 % importord. Han skil seg altså ikkje så mykje frå dei finlandssvenske resultatane. Purismen ser ikkje ut til å vera så mykje sterkare i dei finlandssvenske redaksjonane. I annonseteksten er skilnaden mellom finlandssvensk og sverigesvensk litt større. Der har sverigesvensk 1,7 % importord.

Kvifor er det så stor skilnad på teksttypene? I annonsane er ein oftast ute etter å selja eit eller anna produkt. Det er viktig å presentera produktet for eventuelle kjøparar, og det skal gjerast med færrest moglege ord. Det er berre det viktigaste som er teke med, til dømes ei opprømsing av tekniske spesifikasjonar der det gjerne vert brukt utalandske termar. Importorda kan då koma tettare enn i andre tekstar.

Ei anna årsak til at me finn mange importord i annonsane, kan vera at annonsørane ønskjer å vekke spesielle assosiasjonar, få merkemda til lesarane eller trekke til seg spesielle kjøpargrupper. Det kan dei prøva å oppnå gjennom bruk av ord frå framandspråk, gjerne engelsk.

Dessutan er den redaksjonelle teksten stort sett skriven av journalistane i avisa, som legg vekt på den saklege formidlinga og mindre på å appellera.

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 teksttypene vidare

inn etter sjanger. Tabell 7.5 viser at dei tekstane i avisa som her har fått sjangernemninga temastoff, det vil seia ulike tema-, dokumentar- og bakgrunnstekstar, inneheld svært mange importord samanlikna med dei andre teksttypene, nemleg 3,7 %. Det talet bør me likevel ikkje leggja for mykje vekt på fordi det totale omfanget av tekstar i denne gruppa er lite. Det kan difor vera tilfeldig at denne gruppa kjem så høgt her. Talet på importord kan vera styrt av dei emna som dei få aktuelle tekstane tek opp. Ein stor del av orda kjem til dømes frå ein temaartikkel som handlar om eit par ungdommar som testar gatekjøkkenmat. I den samanheng vert det brukt mange ord som *hamburgare*, *milkshake* osv. I sverigesvensk er òg temareportasjar den sjangeren der det vert brukt flest importord i den redaksjonelle teksten.

*N-G. Wiik körde snabbast  
i Torsvikens "rallycross"*

(*Vasabladet* 9.9.1975)

Tabell 7.5: Moderne importord i finlandssvensk etter sjanger

Tal i kursiv: tekstgrunlaget < 10 000 ord.<sup>2</sup>

<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>
Temastoff	78	24	2 100	371
Tekstannonse	308	147	17 510	176
Annonse i annonsedel	102	56	11 871	86
Portrett	5	5	897	56
Nyhendeartikkel	459	250	82 988	55
Omtale	70	57	12 986	54
Lesarbrev	49	34	9 092	54
Leiar, kronikk, kommentar	123	77	22 859	54
Reportasje	91	71	19 825	46
Melding	49	38	10 959	45
Notis	188	141	42 520	44
Intervju	12	12	4 786	25
Petit	7	7	4 118	17
Alle	1 541	*	242 511	64



(Vasabladet 9.9.1975)

Utanom temastoffet er det dei to annonsesjangrane som inneheld flest importord. I tekstannonsane, altså dei annonsane som står på sider i avisa som òg inneheld redaksjonelt stoff, er nesten 1,8 % av orda importord. I annonsedelen av avisa er det tilsvarende talet på knapt 0,9 %, altså berre halvparten så mange. Ei mogleg forklaring på denne skilnaden kan vera at annonsane i dei ulike delane handlar om ulike emne. Til dømes kan mange annonsar for tekniske produkt, som inneheld mange importord (sjå seksjon 7.5.), vera plasserte som tekstannonsar, medan til dømes eigedomsannonsar med få importord er plasserte i annonsedelen.

Ein annan skilnad kan vera kven annonsørane er. Tekstannonsane er sette inn av ulike profesjonelle firma, medan ein del annonsar i annonsedelen er sette inn av privatfolk. Det kan tenkjast at dei vel ulike ord når dei skal skriva ein slik tekst. Det kan til dømes vera at private ikkje bruker like mange fagtermar. Om det er slik, kan me ikkje gje noko sikkert svar på fordi undersøkinga ikkje har kartlagt kven annonsørane er.

<sup>2</sup> Kursiverte tal viser til at tekstgrunlaget for kategorien er på under 10 000 løpeord, dvs. at det verkelege talet på forekomstar er justert opp i frekvensutrekninga i siste kolonnen.

Mange av dei redaksjonelle sjangrane har om lag like mange importord. Notisar, meldingar, reportasjar, leiarar, kronikkar og kommentarar, lesarbrev, omtalar, nyhendeartiklar og portrett har alle mellom 0,44 % og 0,56 % importord. Det kan tyda på at sjanger har lite å seia for kor mange importord det er i redaksjonell tekst. Den store skilnaden ser ut til å vera mellom annonsetekst og redaksjonell tekst.

### 7.5. *Emne*

Mengda av importord varierer med emnet for teksten. Som tabell 7.6 viser, er det aller flest moderne importord i tekstar som er kategoriserte som underholdningsstoff (3,1 %) og ungdomsstoff (2,3 %). Det er gjerne tekstar om populærkultur som musikk, dans, film og fjernsynsprogram. Her ser me at det vert brukt etter måten mange importord (til dømes *salsa*, *punkband*, *disco*, *action* og *break dance*). I ungdomsstoffet vert det ofte lagt vekt på at tekstane er skrivne i eit språk som ein trur vil appellera til ei ungdommeleg målgruppe, og då vert det gjerne brukt mange engelske ord. *Vasabladet* frå 12.9.00 har satsa på denne målgruppa gjennom eit eige ungdomsvedlegg. Òg i sverigesvensk er ungdom og underholdning dei to emneområda i den redaksjonelle teksten der det er registrert flest importord.

Tabell 7.6: Moderne importord i finlandssvensk 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>
Underholdning	41	32	1 325	309
Ungdom	107	43	4 636	231
Kriminalitet	20	17	1 681	119
Populærvitskap, forbrukar og helse	84	51	12 034	70
Økonomi	132	63	19 088	69
Utariks	153	99	23 892	64
Fritid	21	18	3 341	63
Kultur	159	105	31 809	50
Politikk	71	49	18 153	39
Innariks	129	88	33 575	38
Lokal	87	51	24 105	36
Sport	108	81	32 840	33
Personalia	19	18	6 651	29
Alle	1 131	*	213 130	53



Færrast importord er det innafør emna lokalstoff (0,4 %), sport (0,3 %) og personalia (0,3 %). Det mest overraskande her er nok at sport kjem så langt nede på lista. Når ein les artiklar på sportssidene i avisene, får ein lett inntrykk av at det her finst ein del importord. Mange av desse orda, til dømes frå fotballverda, er frå perioden før 1945. Det vil seia at dei ikkje er tekne med i denne undersøkinga.

Tabell 7.7 viser korleis importorda i annonsetekstane er fordelte på ulike emneområde.

Tabell 7.7: Moderne importord i finlandssvensk 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>
Teknikk	83	63	1 243	668
Daglegvarer	14	12	266	526
Bil og båt	69	25	1 894	364
Kontakt	4	4	119	336
Fritid	30	23	2 578	116
Mote	4	4	344	116
Andre	173	47	14 954	116
Underhaldning	16	13	2 811	57
Bygg	13	10	2 451	53
Stillingar	4	4	2 721	15
Alle	410	*	29 381	140

Annonsane er kjenneteikna av at talet på importord er relativt høgt på dei fleste emneområde samanlikna med dei redaksjonelle tekstane. Det emneområdet som har klart flest importord, er dei tekniske annonsane. Her er importordprosenten på heile 6,7 %. I denne gruppa finn me annonsar for produkt som mobiltelefonar, datamaskiner og fjernsynsapparat. Desse annonsane inneheld mange ord som skal forklara dei ulike tekniske spesifikasjonane ved varene. Her finn ein ord som *dualband*, *wap-mobil*, *touch-programval*, *sound*, *superkeyboard* og *display*. Med den raske tekniske utviklinga kjem det inn stadig nye omgrep på dette feltet. Det store fleirtalet av orda kjem frå engelsk. Teknikk er eit emneområde som har mange importord i alle dei undersøkte mottakarspråka. I norsk er det 7,2 % importord i desse tekstane, i dansk 5,2 % og i sverigesvensk 8,1 %.

Eit anna felt som har mange importord, er annonsane for daglegvarer. Men det totale talet på ord er lite innafør denne sjangeren. Det kan difor tenkjast at den høge importordprosenten er tilfeldig.

Stillingsannonsane har færrast importord i det finlandssvenske materialet (0,15 %).

## 7.6. Utvikling over tid

Me har brukt aviser frå to årstal, 1975 og 2000. I granskinga har me avgjort om eit importord er kome inn i språket før eller etter 1945, men me har ikkje undersøkt om det kom inn før eller etter 1975. Difor har me berre høve til å samanlikna perioden 1945–1975 med perioden 1945–2000.

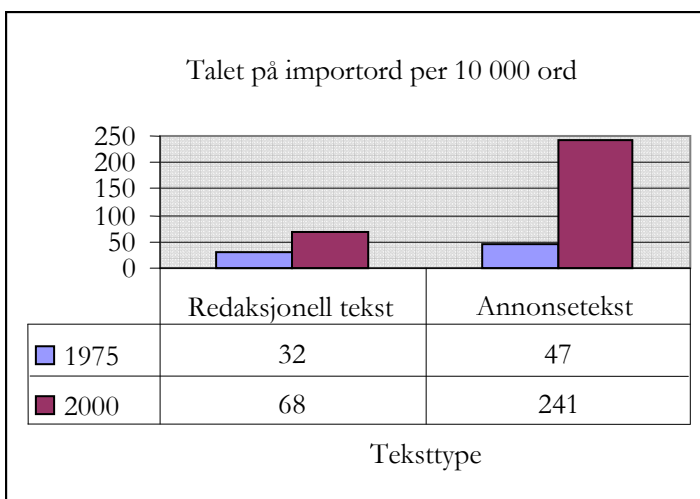
Tabell 7.8: Moderne importord i finlandssvensk etter årstal

År	Talet på førekomstar av importord	Talet på importerte leksem	Totalt tal på løpeord	Førekomstar av importord per 10 000 ord
2000	1 191	565	139 184	86
1975	350	235	103 327	34
Alle	1 541	*	242 511	64

Mengda av moderne importord har auka frå 1975 til 2000 (sjå tabell 7.8). Det er nokså sjølvsagt fordi det heile tida vil koma inn nye ord. I 1975-avisene er det 0,34 % importord. I år 2000 er det 0,86 %. Det vil seia at mengda av importord er meir enn dobla. I kapittel 9 vert denne auken samanlikna med auken i dei andre språka i Norden. Det gjev oss eit betre grunnlag for å seia om dette er ei stor eller lita endring.

Auken er ikkje like stor på alle område. Diagram 7.9 viser utviklinga innafor annonsetekst og redaksjonell tekst.

Diagram 7.9: Moderne importord i finlandssvensk fordelt på årstal og teksttype



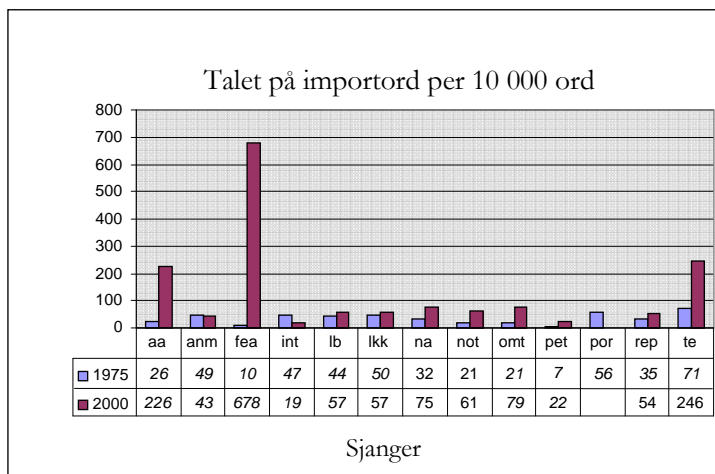
Diagrammet viser at i 1975 var det ein etter måten liten skilnad i mengda av importord mellom redaksjonell tekst (0,3 %) og annonsetekst (0,5 %). I 2000 var denne skilnaden mykje større. Då var det 0,7 % importord i den redaksjonelle teksten og 2,4 % i annonseteksten.

Omfanget av importord har auka i begge teksttypene, men ikkje like mykje. I den redaksjonelle teksten er talet på importord om lag dobbelt så stort i 2000 som i 1975. I annonseteksten er det fem gonger så stort.

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 7.10).

Diagram 7.10: Moderne importord i finlandssvensk fordelt etter årstal og sjanger

Forkortingar: aa = annonse i annonsedelen, anm = melding, fea = tema, int = intervju, lb = lesarbrev, lkk = leiår, 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.



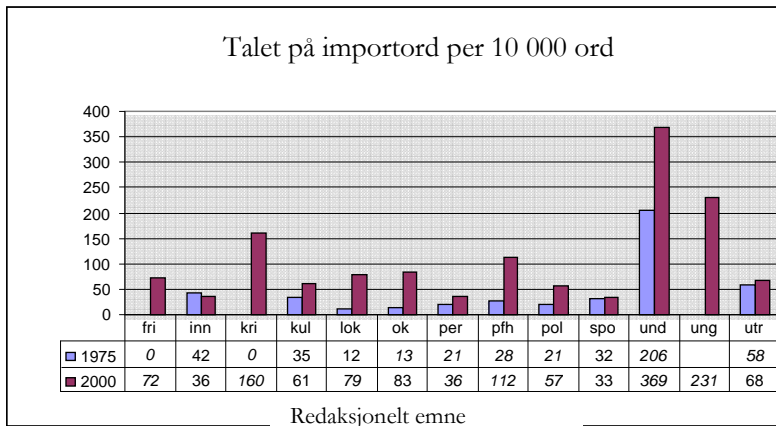
Begge dei to annonsesjangrane, annonse i annonsedel og annonse i tekstdel, har hatt ein svært stor auke i talet på importord frå 1975 til 2000. I 1975 hadde annonsane i annonsedelen langt færre importord (0,26 %) enn dei i tekstdelen (0,71 %), men denne skilnaden har jamna seg ut i 2000. Då er det om lag like mange importord i begge sjangrane. Det vil seia at auken har vore størst i annonsedelen. Medan talet på importord i tekstannonsane er litt over tredobla, er det i annonsedelen mellom åtte og ni gonger så stort i 2000-avisene som i 1975-avisene. (Portrett manglar materiale i 2000 og står difor med tom rute.)

I dei redaksjonelle sjangrane er endringane stort sett mykje mindre. I temastoffet er det rett nok ein svært stor auke, men her er materialet så lite at talet er avhengig av kva som er emnet for dei få tekstane som er representerte. Elles er auken størst i petitar, omtalar og notisar. Andre sjangrar viser faktisk ein reduksjon i talet på importord. Det gjeld meldingar og intervju. I intervju er det under halvparten så mange importord i 2000 som i 1975.

Diagram 7.11 viser korleis utviklinga har vore på ulike emneområde innafør den redaksjonelle teksten.

Diagram 7.11: Moderne importord i finlandssvensk fordelte 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 = underhaldning, ung = ungdom, utr = utariks. Tal i kursiv: tekstgrunnlaget < 10 000 ord.



Kategorien ungdom er ikkje med i materialet frå 1975. Det er markert med ei tom rute i tabellen. Fritid og kriminalitet har lite materiale frå 1975. Me ser difor vekk frå desse emneområda her. Elles har det vore ein auke i talet på importord på nesten alle emneområda frå 1975 til 2000. Det gjeld særleg lokalstoff (frå 0,1 % til 0,8 %), økonomi (frå 0,1 % til 0,8 %), populærvitenskap, forbrukar og helse (frå 0,3 % til 1,1 %) og underhaldning (frå 2,1 % til 3,7 %). På dei andre emneområda er ikkje

**Britter beredda klona människor**

(Hufvudstadsbladet 4.4.2000)

auken like stor. I innariks-sakene har det faktisk vore ein liten reduksjon.

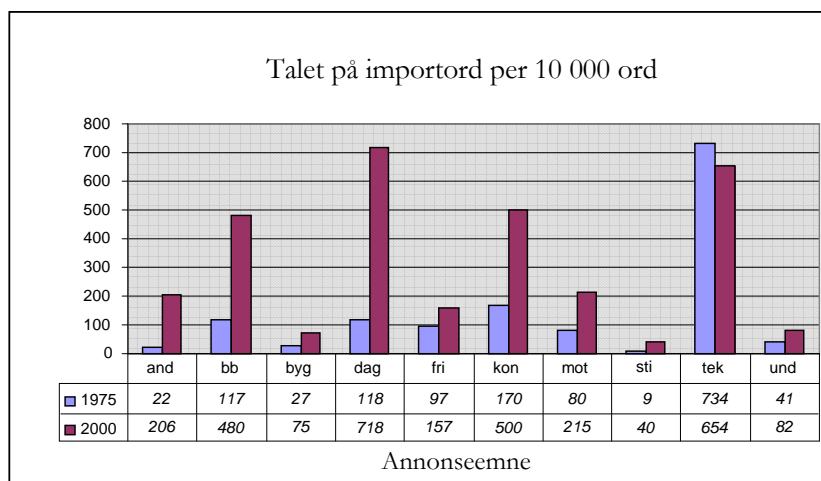
Det ser ut til at det er eit par emneområde som står for det meste av auken i redaksjonell tekst. Det gjeld område der det vert brukt mykje fagspråk, som innafør økonomi og vitenskap. Dessutan gjeld det innafør underhaldningsbransjen. Me veit at ein stor del av underhaldningsstoffet gjeld musikk, filmar og TV-program som er produserte i engelskspråklege land. Det er difor mogleg å forstå kvifor det finst mange importord her. Derimot er det vanskelegare å forklara kvifor mengda av moderne importord i lokalstoffet har auka så pass mykje.

Diagram 7.12 viser utviklinga på ulike emneområde innafør annonseteksten. I annonseteksten har det vore ein auke på alle emneområda med unnatak av annonsane for tekniske produkt. Sjølv om teknikk framleis er eit av dei områda der ein finn klart flest importord, har det vore ein liten reduksjon frå 1975 (7,3 %) til 2000 (6,5 %), men her er materialet frå 1975 så pass lite (218 ord) at ein ikkje kan

festa for mykje lit til resultatet. Den største prosentvise auken finn me i gruppa av andre. Her har mengda av importord auka frå 0,2 % til 2,1 %. Dette er ein samlekategori der dei annonsane som ikkje høver inn under dei andre emneområda, er samla. Det er vanskeleg å sjå ei forklaring på at akkurat denne kategorien har auka så mykje.

Diagram 7.12: Moderne importord i finlandssvensk 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.



### 7.7. Oppsummering

Finlandssvensk ser alt i alt ut til å ha noko færre importord enn sverigesvensk. Det store fleirtalet av dei moderne importorda me har funne, er substantiv, og dei aller fleste kjem frå engelsk. Det viktigaste for mengda av importord i ein tekst er om det er snakk om ein redaksjonell tekst eller ein annonsetekst. Annonsane har nesten tre gonger så mange importord, og aller flest er det i dei tekniske annonsane. Frå 1975 til 2000 er mengda av importord meir enn dubla.

### Referanse

Mattfolk, Leila & Åsa Mickwitz & Jan-Ola Östman. 2004. Finlandssvensk språknormering. I: Sandøy, Helge & Jan-Ola Östman (red.), *"Det främmande" i nordisk språkpålitik. Om normering av utländska ord*, s. 219-252. Oslo: Novus forlag.