

Engelskans inflytande på svenskan i digitala medier

Kodväxling och lånord i svenska YouTube-vloggar

Camilla Koutajoki

Avhandling pro gradu

Språkexpertprogrammet, Nordiska språk

Institutionen för språk- och översättningsvetenskap

Humanistiska fakulteten

Åbo universitet

Maj 2025

The originality of this thesis has been checked in accordance with the University of Turku quality assurance system using the Turnitin OriginalityCheck service.

Avhandling pro gradu

Språkexpertprogrammet, Nordiska språk

Camilla Koutajoki

Engelskans inflytande på svenskan i digitala medier: Kodväxling och lånord i svenska YouTube-vloggar

Antal sidor: 45 s., 4 sidor bilagor

Denna avhandling undersöker hur engelskan påverkar det svenska språket i svenska YouTube-vloggar, med fokus på kodväxling och användningen av engelska lånord. Studien analyserar i vilka sammanhang och av vilka skäl svenska vloggare blandar svenska och engelska i sitt innehåll, samt vilka språkliga och sociala funktioner denna blandning fyller. Genom att undersöka vloggar inom olika genrer som mode, livsstil och familjeliv identifieras mönster i hur engelska integreras i svenska i digitala miljöer.

Materialet består av transkriberade videor från åtta svenska YouTube-kanaler, valda utifrån deras popularitet och genretillhörighet. Totalt analyseras 40 vloggar, och metoden kombinerar kvalitativ diskursanalys med kvantitativa mätningar av kodväxling och lånordsfrekvens. Studien undersöker hur engelska används i vloggar för att markera identitet, skapa stilistiska effekter och förstärka budskap.

Resultaten visar att kodväxling och engelska lånord är vanligt förekommande i vloggar, särskilt inom mode- och livsstilsgenrerna. Engelskan används ofta för att beskriva produkter, uttrycka känslor och skapa en global identitet. Kvinnliga vloggare använder engelska i högre grad än manliga, och yngre vloggare kodväxlar mer än äldre. Användningen av engelska förstärks av de digitala mediernas interaktiva karaktär och vloggarnas ambition att nå en bredare, internationell publik.

Vidare visar studien att kodväxling inte sker bara slumpmässigt utan ofta fyller strategiska och kommunikativa funktioner. Engelskan används exempelvis för att skapa en avslappnad och engagerande ton, för att förstärka budskap och betoning, samt för att signalera modernitet och trendkänslighet. För vissa vloggare fungerar engelskan som en markör för tillhörighet till en global digital gemenskap, medan den i andra fall används för att attrahera en internationell publik och öka videornas räckvidd.

Studien bidrar till en fördjupad förståelse för engelskans roll i svenska digitala medier och belyser hur språklig variation och innovation förstärks i sociala medier. Resultaten kan vara relevanta för framtida forskning om språkutveckling och digital kommunikation, särskilt i relation till språkpolitik, identitetsskapande och globaliseringens inverkan på nationella språk.

Nyckelord: Youtube, vloggar, kodväxling, lånord, Sverige, svenska, engelska

Innehållsförteckning

1 Inledning	5
1.1 Syfte	5
1.2 Material och metod	6
1.3 Avhandlingens disposition	8
2 Teoretiska utgångspunkter	9
2.1 Kodväxling och språkblandning	9
2.1.1 Sociala och pragmatiska faktorer	9
2.1.2 Olika typer av kodväxling	10
2.2 Lånord och språklig påverkan	10
2.2.1 Språklig kontakt och lånord	11
2.2.2 Sociala och kulturella preferenser	11
2.2.3 Reflektion över svenskans struktur	12
2.3 Digitala medier och språkanvändning	13
2.3.1 Interaktivitet och anpassning	13
2.3.2 Språklig variation och innovation	14
2.3.3 Identitet och gemenskap	14
3 Material och metod	16
3.1 Material	16
3.1.1 Valda Youtube-kanaler	16
3.1.2 Lånord i denna undersökning	18
3.2 Metod	18
3.2.1 Transkribering	19
3.2.2 Diskursanalys	19
4 Analys	21
4.1 Kodväxlingens frekvens och kontext	21
4.1.1 Situationer där engelska används	22
4.1.2 Sammanhang för kodväxling	24

4.2	Mönster och variation i språkanvändning	26
4.2.1	Påverkan av kön	26
4.2.2	Påverkan av åldern	27
4.2.3	Påverkan av genre	29
4.2.4	Påverkan av målgrupp	31
4.3	Engelska svordomar	33
5	Sammanfattande diskussion	35
5.1	Engelskans funktion i svenska vloggar	35
5.2	Påverkan av genre och målgrupp	36
5.3	Kön och åldersskillnader i språkanvändning	36
5.4	Engelska svordomar och känslouttryck	37
5.5	Framtida forskning	37
	Litteratur	39
	Lyhennelmä	46

1 Inledning

I takt med globaliseringens utveckling har engelska blivit ett ledande språk inom många områden, särskilt i digitala medier. I Sverige märks detta genom att man lånar in ord och uttryck, och genom att folk växlar mellan svenska och engelska i olika sammanhang. Denna blandning av språk bygger en ny gemenskap som både påverkar och visar hur språket används idag. Ett tydligt exempel på denna förändring ser vi på sociala medier som YouTube, där influencers och vloggare ofta blandar språken. Ordet *influencer* syftar på en person som har stor påverkan på sin publik, ofta genom sociala medier, där de marknadsför bland annat produkter, idéer eller livsstilar. Ordet *vloggare* kommer från "videobloggare" och beskriver en person som skapar och delar videoinnehåll, ofta om sitt liv eller specifika ämnen, på plattformar som YouTube. (Later 2025.)

Trots att engelskan får allt större plats i digitala medier finns det inte särskilt mycket forskning om hur det påverkar svenskan i just Youtube-videor. Tidigare studier har mest fokuserat på lånord eller kodväxling i tal och skrift. Exempelvis har Mickwitz (2006) undersökt hur engelska lånord anpassas morfologiskt och ortografiskt i svenskan, med särskild uppmärksamhet på gränsdragningen mellan lånord och kodväxling. Hon diskuterar hur enstaka lexikala element kan vara svåra att klassificera som antingen lån eller kodväxling, särskilt när det gäller korta uttryck eller ord. Användningen av engelska på plattformar som YouTube är ett ganska nytt fenomen och därför är det intressant att undersöka hur och varför engelska används i svenska vloggar, samt vilka följder denna språkmix kan ha för språkutveckling och identitet.

1.1 Syfte

Syftet med denna avhandling är att undersöka hur engelskan påverkar svenskan i svenska YouTube-vloggar, med särskilt fokus på kodväxling och användningen av engelska lånord. Studien syftar till att analysera i vilka sammanhang och av vilka skäl svenska vloggare blandar svenska och engelska i sitt innehåll, samt vilka språkliga och sociala funktioner denna blandning fyller. Genom att utforska språkanvändningen i vloggar inom olika genrer som mode, spel och livsstil syftar avhandlingen till att identifiera mönster och tendenser i hur engelska integreras i svenska i dessa digitala miljöer.

Studien strävar efter att besvara följande forskningsfrågor:

1. I vilka sammanhang använder svenska YouTube-vloggare engelska ord och uttryck i sina videor?
2. Vilka språkliga och sociala funktioner fyller kodväxling mellan svenska och engelska i dessa videor?
3. Varierar användningen av engelska beroende på vloggarnas genre, kön, ålder eller målgrupp?

Genom att svara på dessa frågor vill avhandlingen öka förståelsen för hur engelskan påverkar svenska språket i digitala medier och vilken roll sociala medier har i språkliga förändringar.

1.2 Material och metod

I denna studie används ett urval av 40 svenska YouTube-vloggar som material för att undersöka engelskans påverkan på svenskan genom kodväxling och lånord. Urvalet består av videor från vloggare inom olika genrer, som mode, familjeliv och livsstil, då dessa genrer ofta representerar olika språkliga och kulturella kontexter där engelska kan förekomma i varierande grad. Jag har valt ut vloggarna baserat på deras popularitet och deras genre, vilket ger ett brett spektrum av språkliga mönster att analysera.

Materialet består av transkriptioner av vlogginnehåll från 8 svenska YouTube-kanaler. De valda vloggarna representerar olika genrer, såsom livsstil, mode, humor och familjeliv. Detta urval ger en bred bild av hur engelska används på svenska YouTube-kanaler med olika typer av innehåll. Youtube-kanalerna har valts baserat på deras genre, och de valda videorna publicerades mellan 2022 och 2025. Varje kanal representerar en specifik genre och målgrupp, vilket möjliggör jämförelser mellan hur engelska används i olika typer av vloggar. Totalt omfattar materialet 40 videor, vilket jag bedömer som tillräckligt för att identifiera återkommande språkliga mönster. Jag har dokumenterat vloggarnas språkval, frekvensen av kodväxling och användningen av engelska lånord i en tabell.

Tabellen sammanställer språkliga fenomen i videor från olika YouTube-kanaler och ger en systematisk översikt över hur kodväxling och lånord förekommer i materialet. Varje rad i tabellen representerar en specifik video och innehåller information om dess genre, kanal och titel. Med genrekategoriseringen syftar jag till att tydliggöra vilken typ av innehåll som

analyseras, medan kanal- och titeluppgifterna gör det möjligt att identifiera och kontextualisera de studerade videorna.

Kodväxling avser situationer där talaren växlar mellan olika språk inom ett yttrande eller en konversation, medan lånord syftar på ord eller uttryck som hämtats från ett annat språk (Sandström, Mattfolk & Martola 2014b). För att illustrera dessa språkliga företeelser innehåller tabellen transkriberade exempel från videorna, vilket ger en konkret inblick i hur kodväxling och lånord används i praktiken. Vid sidan av de språkliga exemplen presenteras en kvantitativ sammanställning i kolumnen, där förekomsten av de analyserade språkliga fenomenen räknas. Detta gör det möjligt att jämföra hur ofta kodväxling och lånord används i olika videor och genrer.

Tabellen ger en strukturerad översikt över hur språkliga fenomen som kodväxling och lånord förekommer i YouTube- videor. Att kombinera kvalitativa transkriptioner med kvantitativa data möjliggör en djupare förståelse för hur dessa språkliga inslag manifesteras i digitalt innehåll. Tabellen ger en tydlig översikt över hur ofta kodväxling och engelska lånord används i YouTube- videor. Den visar siffror, varav de viktigaste är hur ofta kodväxling sker per video och per genre. Genom att kombinera siffrorna med innehållet i vloggarnas transkriptioner går det att förstå mer om hur engelskan används i olika typer av videor.

Den metod som jag använder för att analysera materialet är främst kvalitativ och bygger på diskursanalys. Genom att transkribera och studera vloggarnas språkanvändning undersöker jag när och i vilka sammanhang engelska ord och uttryck används. Transkribering görs bara av de delar av videorna som analyseras i denna studie. Diskursanalysen syftar till att förstå de språkliga och sociala funktionerna av kodväxlingen som identitetsmarkörer, stilistiska effekter eller förstärkning av budskap. Jag har samlat in data genom att manuellt transkribera vloggar för analys.

För att komplettera den kvalitativa analysen räknar jag bl.a. hur ofta engelska ord och uttryck förekommer inom olika stilområden av de valda Youtube-kanalerna. Detta hjälper mig att förstå hur mycket kodväxling som sker i olika vloggar och genrer. På så sätt blandar studien kvalitativa och kvantitativa metoder för att ge en helhetsbild av hur språkbruket ser ut i svenska YouTube-vloggar.

1.3 Avhandlingens disposition

I följande kapitel (kap. 2) presenterar jag de teoretiska utgångspunkterna för denna undersökning. Jag fokuserar på kodväxling och lånord från engelska till svenska. Därtill anknyter jag dessa teman till digital kontext i sociala medier.

Det tredje kapitlet presenterar de material och metoder som används i denna studie. Jag presenterar de valda Youtube-kanalerna som materialet samlats från, motiverar valet av kanaler samt presenterar de valda videorna för analysen. Därtill presenterar jag de metoder som används för att utföra denna undersökning.

I kapitel 4 presenterar jag resultatet av analysen. Jag ger svar på forskningsfrågorna och ser närmare på situationer där engelska används samt vilka faktorer som påverkar användningen. Kapitel 5 består av diskussion och sammanfattning av undersökningen.

2 Teoretiska utgångspunkter

I detta kapitel presenteras de teoretiska ramarna för avhandlingen med fokus på de begrepp och teorier som är relevanta för att förstå engelskans påverkan på svenska, särskilt i digitala kontexter som YouTube-vloggar. Denna studie är främst inriktad på kodväxling och språklig påverkan, samt teorier om språk i digitala medier.

2.1 Kodväxling och språkblandning

Kodväxling hänvisar till växlande användning av två eller flera språk i samma samtal eller till och med i samma mening. Det är ett vanligt fenomen inom tvåspråkig kommunikation och kräver tillräckliga språkkunskaper i båda språken. Kodväxling används bland annat för att uttrycka förändringar i sammanhang, talarens identitet eller andra betydelser. (Jonsson 2005: 103–104.) Kodväxling är ofta en reflexion av sociala och pragmatiska faktorer. Talare använder ofta flera språk för att stärka sitt budskap eller för att anpassa sig till sin publik, vilket är särskilt relevant i sammanhang där flera språk används parallellt, som i flerspråkiga samhällen eller i digitala medier. (Nilep 2006.)

2.1.1 Sociala och pragmatiska faktorer

Kodväxling sker ofta i sociala interaktion när talarna vill uttrycka sin tillhörighet till en viss grupp. Det är inte bara ett språkligt fenomen, utan också ett sätt att kommunicera identitet och sociala status. Till exempel kan en talare använda ett visst språk eller en blandning av språk för att stärka kopplingen till sin kulturella bakgrund eller för att särskilja sig från andra. Forskning har visat att kodväxling kan spela en viktig roll i situationer där social status, grupp tillhörighet eller kulturell kontext är betydelsefullt. Valet av språk sker alltså inte av en slump, utan är ofta ett medvetet sätt att delta i samtal och forma sin egen position i det. (Nilep 2006: 14–15).

Språkpåverkan sker ofta genom kontakt mellan språk, och på senare tid har engelskan fått stort inflytande globalt, särskilt genom populärkultur, vetenskap och globalisering. Detta har lett till att engelska blivit ett gemensamt kommunikationsspråk, vilket kan orsaka domänförluster i små språk – särskilt i Norden – där engelskan tar över inom vissa områden. I extrema fall kan detta leda till språkdöd. Språk påverkar alltid varandra vid kontakt, och alla levande språk förändras ständigt. (Sandström, Mattfolk & Martola 2014a)

2.1.2 Olika typer av kodväxling

I digitala medier, som YouTube-vloggar, används kodväxling för att skapa en mer informell och engagerande ton som kan öka tittarnas intresse. Genom att växla mellan språk når vloggare både en svensk och internationell publik, samtidigt som de uttrycker sin tillhörighet till två språk och kulturer. Två vanliga former av kodväxling är lexikalisk och stilistisk, och båda bidrar på olika sätt till vloggarnas språkliga och kulturella identitet. (Gustavsson 2018: 5, 7.) Kodväxling kan också fungera som en markör för gemenskap och solidaritet. När talare använder kodväxling i sina interaktioner, kan det skapa en känsla av samhörighet och identitet bland de som förstår de involverade språken (Jonsson 2005: 111). Detta är särskilt relevant i online-miljöer där gemenskaper ofta bildas kring delade intressen och språk.

Lexikalisk kodväxling innebär att ett enskilda ord från ett annat språk används för att förmedla en känsla eller ett koncept som saknar en exakt översättning (Gustavsson 2018: 5).

Exempelvis kan en vloggare säga: *Jag har gjort mig en liten after-work snacks skål* (Linn Ahlberg: HELGVLOGG / Stockholm & Gävle). Här används det engelska ordet *after-work* för att beskriva ett fenomen som inte helt motsvaras av ett svenskt ord. Genom att använda orden på engelska skapar vloggaren en nyanserad och personlig ton som kan locka både svenska och engelskspråkiga tittare.

Stilistisk kodväxling, å andra sidan, handlar om att växla mellan språk för att förmedla en avslappnad eller informell stämning (Gustavsson 2018: 5, 28). Exempelvis kan en vloggare säga: *Det håller på att bli mörkt, men we gotta be strong gang!* (Vlad Reiser: HON CHOKADE MIG!!) Här används engelska för att ge ett spontant intryck och skapa en närhet till tittarna. Växlingen från svenska till engelska ger extra energi åt budskapet och framhäver vloggarens flerspråkiga identitet. Genom kodväxling kan vloggare visa en kombination av svensk och engelsk språkkunskap, vilket kan dra till sig både svensk- och engelsktalande publik.

2.2 Lånord och språklig påverkan

Sedan andra världskriget har inflödet av ord från andra språk blivit allt mer påtagligt, och i dag är det framför allt engelskan som står för majoriteten av de lånord som införlivas i svenskan. En del ord behålls i sin ursprungliga form, medan andra anpassas till svenska genom översättning eller försvenskning. Denna utveckling är till stor del en följd av sociala medier och den digitala världens stora påverkan. Det är sannolikt att ännu fler lånord kommer

att dyka upp framöver. (Norstedsord.se 2018.) Engelska termer används ofta för att man ska framstå som modern och globalt orienterad, något som är särskilt tydligt i YouTube-vloggar och andra digitala plattformar. Denna språkliga påverkan sker mellan språk som står i nära kontakt, vilket leder till direkta lån, översättningslån och ibland strukturell påverkan på svenskan (Sandström, Mattfolk & Martola 2014b). Exempelvis har ord som *skrolla* och *timeout* blivit en del av det svenska ordförrådet och anpassats efter svenska stavningsregler (Östberg 2010).

2.2.1 Språklig kontakt och lånord

Lånord och språklig påverkan uppstår vanligtvis mellan språk som har en nära kontakt med varandra (Posedi 2021: 3). Enligt Östberg (2014) leder kontakten i fallet med engelska och svenska till olika typer av lån:

1. Direkta lån: ord som lånas in direkt från engelskan utan större förändringar, såsom *cool* och *internet*.
2. Översättningslån: engelska uttryck som översätts direkt till svenska, vilket kan resultera i nya uttryck som har en tydlig engelsk påverkan, som *överlevnadsspel* för det engelska *survival game*.
3. Betydelselån: svenska ord som påverkas av ett främmande språk och börjar användas i en ny betydelse. Till exempel används ordet *spendera*, som traditionellt använts om pengar, nu allt oftare i uttryck som *spendera tid*, vilket avspeglar engelskans användning av *spend*.

Det är tydligt att språkliga lån inte enbart är en fråga om ord utan också berör djupare nivåer som grammatik, ordförråd och meningsuppbyggnad. Denna process visar hur engelska lånord gradvis tappar sin främmande karaktär och smälter in i språket. Engelskan fungerar inte bara som ett praktiskt verktyg för att beskriva nya fenomen, utan också som ett statusspråk som hjälper till att skapa en global och modern identitet. Språkets förändring är en naturlig del av dess utveckling och speglar samhällets förändringar och globala influenser. (Östberg 2010.)

2.2.2 Sociala och kulturella preferenser

Användningen av engelska lånord avspeglar också talarnas sociala och kulturella preferenser. Vår sociala identitet påverkar vårt språk online genom att vi anpassar oss till språket i olika grupper för att känna tillhörighet, exempelvis genom att använda specifika termer och uttryck.

Denna språkliga anpassning kan variera mellan olika plattformar och förändras över tid, vilket gör språket till en central del av vår digitala identitet. (Lundgren 2023.)

I en artikel från Amberscript (2023) betonas vikten av att skapa engagerande innehåll för en global publik. För att uppnå detta rekommenderas att man skapar videor som är anpassade för olika länder eller kulturella bakgrunder. Detta kan inkludera lokaliserade versioner av befintliga videor eller till och med nytt innehåll skapat specifikt för olika målgrupper. I artikeln framhålls också att det är viktigt att tillhandahålla undertexter på olika språk så att alla tittare kan förstå vad som sägs i varje video. Genom att använda engelska termer och uttryck kan innehållet bli mer tillgängligt och delbart över språkliga gränser, vilket i sin tur kan öka synligheten och engagemanget hos en internationell publik. (Amberscript 2023.)

2.2.3 Reflektion över svenskans struktur

Även om engelskans inflytande på svenska är påtagligt, handlar det främst om att fylla språkliga luckor och avspegla nya trender snarare än att hota svenskans grundstruktur (Bijvoet 2020: 32). De lånord och uttryck som kommer in i svenskan anpassas ofta till svenska stavningsregler och grammatik (Bijvoet 2020: 20), vilket visar språkets flexibilitet och förmåga att integrera nya influenser utan att förlora sin kärna.

Exempel på det ovan nämnda kan ses i hur ord som *jeans* och *shorts* har lånats in från engelskan och nu är en del av det svenska språket och böjningssystemet med s-plural (Svenska institutet 2022). Båda orden används flitigt i både tal och skrift, men de är så integrerade att de knappt uppfattas som lån längre. Vidare ser vi hur nya uttryck som *timeout* eller *outlet* användas i svenskan och fyller behovet av att beskriva nya företeelser med svensk grammatik och svenskt uttal (Östberg 2010). Enligt Stålhammar (2010) fyller engelska lånord inte bara ett tomrum i språket utan inspirerar också till svenska nyskapelser, vilket berikar svenskan och skapar nya kontexter där de används.

Svenskar, särskilt finlandssvenskar, har blandade känslor kring hur engelskan påverkar svenskan. När de får frågan direkt säger många att de tycker det är dåligt med för många engelska ord och att man borde använda svenska ord i stället. De ser språket som en viktig del av sin kultur och vill skydda det. Samtidigt visar tester att finlandssvenskar ändå gillar engelska inslag utan att alltid tänka på det. De tycker att personer som använder lite engelska låter smartare, mer intressanta och mer ambitiösa. Sammanfattningsvis vill svenskar både

bevara sitt språk och samtidigt dra nytta av det positiva som engelskan för med sig. (Mattfolk 2012.)

Enligt Institutet för språk och folkminnen (2024) har digitaliseringen gjort att vi skriver mer i nya medier som sms, mejl och sociala medier. Det har lett till att språket blivit enklare och mer avslappnat. Trots dessa förändringar är det svenska språksystemet ganska stabilt. Grammatik och stavning förändras långsamt även om vissa nya sätt att uttrycka sig, som könsneutralt språk och enklare meningsbyggnad, blir vanligare. Förändringen och bevarandet av språket visar att det hela tiden utvecklas och anpassar sig till nya tider. Genom att studera hur vi lånar in ord från andra språk och anpassar dem till svenskan kan vi förstå bättre hur språket fungerar som ett verktyg för kommunikation, identitet och kultur i en globaliserad värld. Sedan 1970-talet har svenskan blivit mer informell, både när vi pratar och skriver. Det har blivit vanligare att uttrycka sig direkt och personligt, vilket hänger ihop med förändringar i samhället och kulturen. (Institutet för språk och folkminnen 2024.)

2.3 Digitala medier och språkanvändning

Digitala medier har påverkat sättet vi kommunicerar på och plattformar som YouTube har skapat unika förutsättningar för språklig variation. Språket vi använder på internet förändras hela tiden och anpassar sig efter hur vi pratar och kommunicerar på olika plattformar som når människor över hela världen.

2.3.1 Interaktivitet och anpassning

En av de mest framträdande egenskaperna hos digitala medier är interaktiviteten. Användare på plattformar som YouTube kan direkt interagera med sina publikgrupper genom kommentarer, likes och delningar, vilket i sin tur påverkar deras språkliga val. Enligt Androutsopoulos (2005) medför detta att talare anpassar sitt språk beroende på sin målgrupp, vilket ofta resulterar i en ökad användning av engelska. Detta fenomen är särskilt tydligt i internationella sammanhang, där engelska ofta fungerar som ett lingua franca, dvs. ett gemensamt språk som möjliggör kommunikation mellan människor med olika språkliga bakgrunder (Androutsopoulos 2005: 340–344).

Ett exempel på detta är Anna Bergfors, som startade en YouTube-kanal på engelska för att nå en internationell publik och marknadsföra sin bok *I. Have. No. Words. Left*. Hon beskriver hur

hon översatte boken och började föreläsa på engelska för att nå ut till en bredare målgrupp. (Anna Bergfors 2022.)

2.3.2 Språklig variation och innovation

I YouTube-vloggar kan influencers språkliga val reflektera både deras personliga preferenser och de förväntningar som finns hos en potentiellt global publik. Detta leder till språklig variation där vloggarna kan innehålla inslag av både svenska och engelska. Internet har bidragit till språkliga förändringar världen över, och i Sverige märks detta genom ett ökande antal engelska influenser, exempelvis ord som *chatt*, *e-mail*, *date* och *swipe*. (Boberg & Bäckström 2019: 5–6.)

Enligt en rapport från Institutet för språk och folkminnen har språket sedan 1970-talet blivit alltmer informellt, både i tal och skrift, en trend som förstärkts av digital kommunikation (Institutet för folk och språkminnen 2024). Vidare visar en studie att funktioner på sociala medieplattformar påverkar användarnas kommunikation. Genom att exempelvis använda hashtags känner användare att de tillhör en gemenskap, vilket underlättar spridningen av nya uttryck. (Wenåker & Wilkenson 2023: 7.) Denna dynamik visar hur digitala medier driver på språklig förändring, där nya uttryck snabbt kan spridas och bli en del av språkgemenskapen.

2.3.3 Identitet och gemenskap

Språkanvändning i digitala medier är också en viktig aspekt av identitetsskapande. I digitala medier har språkanvändningen en avgörande roll för hur individer uttrycker och formar sin identitet samt hur de skapar och förstärker gemenskap. Enligt Wenåker & Wilkenson (2023:6) använder unga kvinnor till exempel sociala medieplattformar för att visa och bekräfta sin feministiska identitet, samt för att skapa gemenskap med andra som delar samma värderingar. Det sker genom användning av särskilda ord, uttryck och symboler som signalerar tillhörighet till det feministiska communityt. De publicerar och delar även inlägg, bilder och videor som tar upp feministiska frågor eller egna upplevelser kopplade till ämnet.

Med sociala mediers framväxt har språket blivit präglad av förkortningar, engelska ord och slang. De används ofta för att markera tillhörighet till en "ungdomskultur", som ofta handlar om att skapa sin identitet och vara en del av en gemenskap. Genom att använda ovan nämnda uttryck och slang kan användare signalera till andra att de är en del av en specifik grupp. (Wenåker & Wilkenson 2023: 3, 24.)

Språkbruket spelar en central roll i att skapa och upprätthålla gemenskap i digitala miljöer. Enligt en studie av Gibbs et al. (2015) känner användare att de tillhör en gemenskap genom att använda funktioner som hashtags på sociala medier. (Wenåker & Wilkenson 2023: 6.)

Enligt Östman (2020) förknippas engelska med virtuella domäner såsom internet och olika slag av medier, vilket påverkar ungdomars språkanvändning och identitetsskapande. Användningen av engelska uttryck och termer är särskilt framträdande inom intressegrupper på nätet, där språkanvändningen signalerar tillhörighet till en viss grupp. Till exempel utvecklar gaming-communityn och modeintresserade ungdomar sina egna språkstilar som inkluderar engelska lånord, vilket förstärker känslan av samhörighet och skapar en distinkt gruppidentitet.

Genom användning av engelska ord och fraser kan språkbrukare också skapa en bild av sig själva som kulturellt medvetna. Detta förstärks i digitala miljöer, där användare ofta är exponerade för internationella influenser och där globala trender snabbt sprids och anpassas till lokala kontexter. Engelska lånord och kodväxling kan i denna kontext ses som en medveten strategi för att visa sig delaktig i internationella diskurser och globala strömningar. Engelskan används då inte bara för att signalera modernitet, utan också för att bygga en identitet som är mer internationellt orienterad och kulturellt mångfacetterad. (Östman 2020.)

3 Material och metod

Detta kapitel presenterar de metoder som jag använder för att undersöka hur engelska lånord och kodväxling förekommer i svenska YouTube-vloggar. Syftet är att analysera hur engelska termer används i digitala medier och vilken social och kulturell betydelse de har i ett svenskt sammanhang. I studien analyseras vloggar kvalitativt genom transkription och diskursanalys med fokus på hur språk förändras i digitala sammanhang. Därtill presenterar jag kvantitativa siffror som visar antalet fall av kodväxling.

3.1 Material

Materialet består av videor från svenska YouTubers som valdes ut baserat på stilområde, antal prenumerationer och användning av svenska som huvudspråk. De valda videorna gäller områden såsom livsstil, mode och familjeliv. Kategoriseringen ger en ram för valet och analys av kanaler. YouTube är en lämplig plattform för studien eftersom den har en global räckvidd och är en av de mest använda plattformarna bland unga vuxna i Sverige. Totalt analyseras 40 vloggar (se tabell 1 nedan), vilket ger ett tillräckligt omfattande material för att dra relevanta slutsatser om språkbruket i vloggarna.

De utvalda videorna publicerades på YouTube mellan 2023 och 2025, och valdes ut baserat på ovan nämnda kriterier för att underlätta en grundlig och representativ analys. Det var ett krav att videorna skulle vara mellan 10 och 25 minuter långa. Detta tidsintervall valdes för att öka mängden tillgängligt material och för att ge en tillräckligt omfattande bild av det språkbruk som analyserades. Den sammanlagda speltiden för de valda vloggarna är ungefär 741 minuter och 45 sekunder.

3.1.1 Valda Youtube-kanaler

Youtube-kanalerna har indelats baserat på de områden de representerar. Tabell 1 visar de videor som har valts från varje kanal för att utföra undersökningen. Siffran inom parentes anger längden på videon.

Tabell 1. Valda videor

Kanal	Videonamn
Therese Lindgren	<ol style="list-style-type: none"> 1. LOPPIS-SHOPPING & PYSSEL vlogg (19.44) 2. FYFAN! 🤢🐛 skadedjur i nya huset! (16.52) 3. HOUSE TOUR Rundvandring i vårt nya hus (13.02) 4. FLYTTVLOGG - nu flyttar jag & djuren ut (16.35) 5. FÖRSÖKER FÅ ORDNING PÅ MITT LIV (16.49)
Linn Ahlborg	<ol style="list-style-type: none"> 1. HELGVLOGG / Stockholm & Gävle (17.51) 2. It's been a while.. *VLOGG* (16.37) 3. Vill ni följa med på detta? (17.40) 4. Det är läskigt att vara sårbar (21.03) 5. Mycket som händer (18.04)
Bianca Ingrosso	<ol style="list-style-type: none"> 1. I'm Baaaaaaaack!!! (16.34) 2. Lyxig shopping och gossip hehe. En dag med mig :) (16.05) 3. Är inne i värsta singel eran nu hehe...!!! (25.11) 4. Häng med till Paris - Problem med betalningen.....!! (21.32) 5. GIRLTALK & GOSSIP MED GINE (26.23)
Alice Stenlöf	<ol style="list-style-type: none"> 1. Q&A / MUKBANG - VEM SKA BÄRA BARNET? (19.01) 2. MIN SMINKRUTIN (13.28) 3. ALLT JAG LÄRT MIG OM FALSKA VÄNNER (22.31) 4. JAG KAN INTE VLOGGA LÄNGRE (20.27) 5. SISTA DAGARNA I STOCKHOLM (14.34)
Familjen Lundell	<ol style="list-style-type: none"> 1. VI KÖPER NYTT HUS (23.29) 2. VÅRAN GENDER REAVEL (20.14) 3. VARNING FÖR FYLLA! (17.44) 4. LIONEL ÄTER FÄRG! (19.58) 5. FAMILJEFOTO GÅR ÅT H**VETE! (20.27)
Familjen Reinhold	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vårt tredje barn är äntligen på besök, med sin familj 🥰 – vlogg (17.46) 2. Brutnen handled? vad hände med Hailey? – VLOGG (24.41) 3. Vem ska ta över Haileys hästar? – Vlogg (14.35) 4. SANT ELLER FALSKT, PRIVATA FRÅGOR! (23.37) 5. Vi firar nyår ensamma i stallet – VLOGG (21.55)
Emil Hansius	<ol style="list-style-type: none"> 1. REAGERAR PÅ SVENSKA TIK TOKS! 🇸🇪 Sveriges sämsta par (18.38) 2. BRÖLLOP PÅ GÅNG! (21.31) 3. REAGERAR PÅ STRULA Gör ALDRIG detta (18.37) 4. REAGERAR PÅ SVENSKA TIK TOKS! 🇸🇪 Jag mår illa (19.00) 5. REAGERAR PÅ SVENSKA TIK TOKS! 🇸🇪 icks på killar (14.41)
Vlad Reiser	<ol style="list-style-type: none"> 1. UPPTÄCKER ETT HEMLIGT RUM... (17.44) 2. SÅ SPENDERAR MAN EN BRA LÖRDAG (14.43) 3. JAG OCH AMANDA ÄR ÖVER (12.38)

	4. KAN HON VINNA ÖVER MIG? (15.33) 5. HON CHOKADE MIG!! (14.11)
--	--

Inom modevärlden är *Bianca Inghrosso* och *Alice Stenlöf* två starka namn. Bianca, som även är känd från TV och som entreprenör, delar ofta med sig av sitt hektiska liv, där mode och skönhet står i centrum. Alice Stenlöf, som har varit en nära vän och samarbetspartner till Bianca, är också en populär profil som lägger fokus på personlig stil och trender, med inslag av livsstil.

Therese Lindgren, som är en av de mest kända svenska vloggarna, delar med sig av sitt vardagsliv och tar upp viktiga ämnen som psykisk hälsa och välmående. Genom att vara öppen och ärlig har hon skapat ett starkt band med sina följare. *Linn Ahlborg*, en annan stor profil inom samma genre, fokuserar på mode och lyx, och hennes kanaler visar ofta upp både trender och resor, riktade till en yngre publik.

För de som är intresserade av familjeliv är kanalerna *Familjen Lundell* och *Familjen Reinhold* populära. Familjen Lundell ger en inblick i den välkända profilen Jocke Lundells liv tillsammans med sin fru Jonna och deras barn, och både föräldraskap och vardagsutmaningar skildras. Familjen Reinhold erbjuder en mer lantlig livsstil och delar med sig av livet på landet och föräldraskap i en stor familj.

Profiler som *Vlad Reiser* och *Emil Hansius* fokuserar i sin tur på liv och humor. Vlad Reiser är känd för sin underhållande och humoristiska stil i vloggarna, medan Emil Hansius skapar engagerande innehåll där humor och action ofta möts.

3.1.2 Lånord i denna undersökning

Undersökningen omfattar ungefär 653 lånord eller kodväxlingar till engelska. Uttryck som består av mer än ett ord räknas som en fras i undersökningen, som till exempel *oh my god* eller *I like it*. Produktnamn, titlar och egennamn, såsom *Youtube* och *McDonald's* har varken räknats som lånord eller kodväxling och de finns inte med i undersökningens resultat.

3.2 Metod

Metoden för studien är huvudsakligen kvalitativ för att jag vill utforska och tolka de språkliga mönstren i de valda vloggarna. Syftet är att undersöka hur och hur ofta engelska lånord och

kodväxling används i olika språkliga och sociala sammanhang samt att identifiera de underliggande attityder och betydelser som talare förknippar med fenomenen.

Varje ställe med engelska uttryck har transkriberats för att skapa en textbas som kan analyseras noggrant. Under transkriptionen noterade jag varje förekomst av engelska ord och fraser. Transkriptionen var ett viktigt steg för att kunna identifiera mönster av kodväxling och lånord i sammanhang som är naturliga för talaren.

Via diskursanalys har jag identifierat underliggande betydelser bakom användningen av engelska lånord samt antalet förekomster. För att analysera materialet har jag tillämpat en kvalitativ diskursanalys med syftet att identifiera underliggande betydelser i användningen av engelska lånord. Analysen har fokuserat på både frekvensen av lånord och de funktioner de fyller i vloggarnas språkanvändning. Vidare har jag analyserat om lånord och kodväxling används strategiskt, till exempel för att förstärka vissa teman eller för att rikta kommunikationen mot en viss publik samt vilken roll faktorer som kön, ålder och publik spelar i användningen av engelska. Detta har jag gjort genom att analysera vloggarnas språkbruk i relation till deras ämnesval, tonalitet och publik. Syftet har varit att förstå hur språkvalet bidrar till vloggarnas identitetsskapande och deras sätt att interagera med publiken.

3.2.1 Transkribering

Endast de delar av vloggarna som innehåller kodväxling eller lånord har transkriberats i ett bredare sammanhang där omgivande språkbruk också kunnat inkluderas. Genom att dokumentera både de engelska inslagen och de svenska meningar eller fraser som omger dem, är det möjligt att analysera hur språkliga val stödjer vloggarnas kommunikativa strategier och påverkar deras interaktion med publiken.

Dessutom undersöker jag de sociala och kommunikativa intentionerna bakom kodväxlingen. Förmedlar den exempelvis en känsla av globalitet eller modernitet? Används den för att skapa närhet till en internationell publik eller för att positionera vloggaren inom en viss subkultur? Transkriberingen inkluderar därmed en kvalitativ dimension som syftar till att belysa både de språkliga mönstren och deras sociala innebörd.

3.2.2 Diskursanalys

Diskursanalys är en central metod i denna studie och används för att undersöka de underliggande betydelser och intentioner som ligger bakom vloggarnas användning av

kodväxling och engelska lånord. Metoden syftar till att gå bortom de enskilda orden och analysera hur språkanvändningen reflekterar och förstärker vloggarnas sociala identiteter, relationer till publiken och kommunikativa strategier.

Norrby (2014: 23–32) beskriver diskursanalys som ett tvärvetenskapligt forskningsområde som studerar hur språket används i olika sammanhang för att konstruera mening och sociala relationer. Diskursanalys fokuserar på att förstå de underliggande strukturer och mönster som formar vår kommunikation och hur dessa påverkar och reflekterar samhällliga normer och maktförhållanden. Genom att analysera språkliga uttryck i sin kontext kan forskare med diskursanalys avslöja dolda betydelser och ideologier som påverkar vårt sätt att tänka och agera.

I analysen undersöks vloggarnas språkbruk i relation till innehåll, teman och målgrupper. Kodväxling och lånord analyseras som verktyg för att uppnå specifika effekter, såsom att skapa en känsla av globalitet, modernitet eller tillhörighet till en viss subkultur.

Diskursanalysen fokuserar också på vloggarnas val av språkliga uttryck och hur dessa bidrar till att forma en relation till publiken. En tydlig trend bland ungdomar är den utbredda användningen av engelska, både i tal och skrift. Användning av engelska avspeglar ungas vardag i en globaliserad och digital kultur, där engelska fungerar både som praktiskt kommunikationsverktyg och som en markör för tillhörighet, trendkänsla och gruppidentitet. (Svensson 2019: 13–14.) Engelska lånord och kodväxling kan användas strategiskt för att engagera tittarna, särskilt när vloggarna vänder sig till en yngre, mer globalt orienterad publik.

Vidare utforskas hur vloggarna integrerar engelska uttryck i sina narrativ för att förstärka eller förtydliga budskapet. Till exempel undersöks om engelska används för att skapa kontraster eller övergångar mellan olika delar av en video, eller om det fyller en stilistisk funktion genom att lägga till variation och dynamik i innehållet. Diskursanalysen syftar också till att identifiera återkommande teman eller mönster i användningen av engelska, till exempel om vissa genrer eller ämnen tenderar att innehålla mer kodväxling än andra.

4 Analys

I detta kapitel presenterar jag en analys av språkanvändningen i de utvalda svenska YouTube-vloggarna. Analysen bygger på tidigare forskning om kodväxling i digitala medier, bland annat Svensson (2019), som undersöker kodväxling i svenska podcasts.

Målet med analysen är att identifiera de mönster som karakteriserar användningen av engelska i svenska vloggar och att förstå varför vloggare väljer att blanda språken. Jag utreder också hur vloggarnas kön, ålder och målgrupp påverkar språkanvändningen. Genom att analysera både innehåll och kontext för kodväxlingen blir det möjligt att belysa de sociala, kulturella och språkliga faktorer som påverkar vloggarnas språkanvändning. Som Svensson (2019: 10–11) påpekar används kodväxling som ett sätt att uttrycka identitet och grupptillhörighet. Människor anpassar sitt språk beroende på situation, samtalspartner och vilken social grupp de vill associera sig med – exempelvis när det gäller ålder, kön eller status. Det handlar inte bara om kommunikation, utan också om att visa tillhörighet eller skapa avstånd.

Min analys bygger på det insamlade materialet som består av transkriberade videor från YouTube, där vloggare använder svenska som huvudspråk men återkommande blandar in engelska. Kodväxlingen undersöks både kvantitativt och kvalitativt för att ge en heltäckande bild av språkanvändningen.

4.1 Kodväxlingens frekvens och kontext

Kodväxlingens frekvens i materialet varierar påtagligt mellan vloggare och genrer, men ett genomgående mönster är att engelska används som ett komplement till svenska snarare än som ett fullständigt ersättande språk. Engelska blandas ofta in på ett naturligt sätt i vloggarnas svenska innehåll och speglar deras personliga stil, som i *Det här är min outfit som jag designat* (Alice Stenlöf: Jag kan inte vlogga längre).

En kvantitativ genomgång av materialet visar att antalet ord på engelska i de analyserade videorna är markant högre i genrer som mode (260 fall) och livsstil (119 fall), där engelska ord och uttryck ofta förekommer för att beskriva produkter, märken och internationella trender. Till exempel används engelska ord som *obsessed*, *highlighter* och *content* ofta i kombination med svenska meningar. Det syns i följande exempel:

- (1) *Jag är ju obsessed* (Bianca Ingrosso: GIRLTALK & GOSSIP MED GINE)
- (2) *Jag har glömt highlighter* (Alice Stenlöf: MIN SMINKRUTIN)
- (3) *Jag ska spela in lite nice content allright* (Vlad Reiser: HON CHOKADE MIG!!).

Däremot är användningen av engelska mindre framträdande i mer vardagliga vloggar som fokuserar på familjeliv, där språket tenderar att vara övervägande svenska.

Frekvensen för kodväxling påverkas i en hög grad av vloggarnas målgrupp. Alla de influencers i mitt material som riktar sig till en yngre, digitalt kunnig och globalt orienterad publik tenderar att använda engelska mer frekvent än de som vänder sig till en äldre eller mer traditionell svensk publik. De influencers som riktar sig till yngre publik är i mitt material är Bianca Ingrosso (170), Alice Stenlöf (90), Linn Ahlberg (98), Vlad Reiser (151) och Emil Hansius (53). Till en äldre publik riktar sig Therese Lindgren (21), Familjen Lundell (30) och Familjen Reinhold (40). Siffrorna inom parentes visar det totala antalet kodväxlingar som förekommer i de analyserade videorna per vloggare. För yngre målgrupper fungerar engelskan troligen som en signal om modernitet och trendmedvetenhet. Den kan också hjälpa vloggarna att bygga en global image och underlätta internationella samarbeten, särskilt vid varumärken som verkar på en global marknad.

Kodväxlingen spelar även en viktig roll för att anpassa kommunikationen efter publikens förväntningar. För många tittare, särskilt yngre generationer, är engelska en naturlig del av vardagsspråket, vilket gör kodväxlingen smidig och oproblematiske. Samtidigt bidrar engelskan med stilistisk variation som gör innehållet engagerande och aktuellt (Hansson 2017: 5–6.)

4.1.1 Situationer där engelska används

I analysen av materialet framträder några huvudsakliga situationer där engelska förekommer i vloggarna. Hit hör till exempel produktbeskrivningar och marknadsföring (exempel 4 och 5), känslouttryck och emotionell förstärkning (exempel 6 och 7) samt instruktioner och teknisk information (exempel 8). Dessa situationer visar hur engelska används strategiskt för att möta olika kommunikativa behov och förväntningar.

- (4) *Det var ganska självklart att jag skulle göra en lite mer oversized pant för mig*
(Bianca Ingrosso: I'm Baaaaaaack!!!)

- (5) *En liten tint av nude, and this - became this* [om sminkprodukten] (Bianca Ingrosso: GIRLTALK & GOSSIP MED GINE)
- (6) [skratt] *Jag fucking dör!* (Bianca Ingrosso: Häng med till Paris - Problem med betalningen.....!!)
- (7) *Oh my god guys, what is this, jag är i Paris!* (Bianca Ingrosso: Häng med till Paris - Problem med betalningen.....!!)
- (8) *Så du börjar självklart med att ladda ner appen* (Emil Hansius: REAGERAR PÅ SVENSKA TIK TOKS! 🇸🇪 | Jag mår illa)

Inom genrer som mode, skönhet och teknik spelar engelskan en viktig roll för att skapa en känsla av exklusivitet och globalitet. Engelska uttryck används för att signalera modernitet och internationell relevans, vilket förstärker produkternas attraktionskraft. Detta är särskilt tydligt när produktnamn eller tekniska egenskaper inte har en direkt svensk motsvarighet eller när engelska anses mer stilfullt och kommersiellt gångbart. Ett tydligt exempel är frasen *Den här concealern it's the best one ever* (Bianca Ingrosso: Lyxig shopping och gossip hehe. En dag med mig :)). Här bidrar engelskan till att placera produkten inom en global trend och attrahera en publik som är bekant med internationella skönhetsstandarder.

Förutom produktrelaterade termer används engelska ofta för att uttrycka känslor och förstärka budskapet. Vloggare väljer engelska uttryck som *amazing*, *insane* och *crazy* för att ge sina videor en personlig och engagerande ton.

- (9) *det är helt amazing* (Vlad Reiser: JAG OCH AMANDA ÄR ÖVER).
- (10) *det är ju helt insane* (Bianca Ingrosso: GIRLTALK & GOSSIP MED GINE).
- (11) *Mitt hår är crazy jag har sovit med heatless curls* (Linn Ahlberg: Det är läskigt att vara sårbar) och
- (12) *hon var helt crazy bananas igår* (Familjen Reinhold: Vem ska ta över Haileys hästar? – Vlogg).

Genom att använda uttryck som detta framstår vloggarna som spontana, passionerade och lättillgängliga, vilket skapar en stark koppling till tittarna. Känslouttryck på engelska är särskilt vanliga i situationer där vloggaren vill förmedla entusiasm eller förstärka effekten av en berättelse. Ett exempel är *Kolla vilken nice nice smoothie det kommer bli! Kaffe på det, freaking amazing!* (Vlad Reiser: SÅ SPENDERAR MAN EN BRA LÖRDAG). Denna typ av

kodväxling gör det möjligt för vloggare att kombinera ett informellt och autentiskt tilltal med ett globalt språkbruk.

Engelska används också frekvent i instruktioner och teknisk information. Detta gäller särskilt vloggar som fokuserar på handledningar, produkt demonstrationer eller tekniska genomgångar. Engelska ord och fraser används här för att beskriva processer, verktyg eller koncept som inte alltid har etablerade svenska termer. I dessa fall upplevs engelskan som mer effektiv och funktionell, särskilt eftersom många tekniska termer redan är etablerade på engelska. Ett exempel på detta är:

- (13) *Så du börjar självklart med att ladda ner appen och när du har gjort det så väljer du din kreditgivare.* (Emil Hansius: REAGERAR PÅ SVENSKA TIK TOKS! 🇸🇪 | Jag mår illa)

Genom att använda engelska i kontexter som detta visar vloggaren inte bara teknisk kompetens utan också en koppling till det globala digitala landskapet.

Dessa tre situationer – produktbeskrivningar och marknadsföring, känslouttryck och teknisk information – illustrerar hur engelskan fungerar som ett mångsidigt verktyg för att skapa variation, förstärka budskap och möta publikens förväntningar. Engelskan används inte enbart för att fylla språkliga luckor utan också för att uppnå specifika kommunikativa syften och positionera vloggaren som modern och internationellt orienterad (Bijvoet 2020: 32). Denna strategiska användning av engelska bidrar till vloggarnas framgång på en alltmer globaliserad digital plattform och förstärker deras förmåga att nå både lokala och internationella målgrupper.

4.1.2 Sammanhang för kodväxling

Kodväxlingen i de analyserade vloggarna följer inte slumpmässiga mönster utan används strategiskt för att förstärka budskapet, anpassa sig till målgruppen och skapa en viss känsla eller stämning i videorna. Genom att använda engelska i specifika sammanhang kan vloggarna uppnå kommunikativa mål som annars skulle vara svåra att förmedla enbart genom svenska. (Lundgren 2023.) Huvudsakliga sammanhang för kodväxlingen i materialet är produkter och varumärken, känslomässiga uttryck samt interaktivitet och instruktioner.

En av de mest framträdande användningarna av kodväxling i vloggarna är kopplad till

produkter och varumärken. Engelska används för att beskriva eller marknadsföra produkter, särskilt i genrer som mode och skönhet, där internationella influenser spelar en stor roll. Engelska ord och fraser används inte bara för att benämna produkter utan även för att förmedla en känsla av exklusivitet och globalitet. Genom att använda engelska i produktbeskrivningar kan vloggarna skapa en känsla av att produkten eller varumärket är en del av en större, internationell marknad. Detta förstärker varumärkets status och kan uppfattas som ett sätt att koppla vloggarna till en global trend eller livsstil. Till exempel används engelska ofta för att beskriva exklusiva kollektioner eller internationellt kända märken, som i fraser som *Och sen har vi foundationen -- den har lite mer täckning än våran Dewy drops* (Bianca Ingrosso: Lyxig shopping och gossip hehe. En dag med mig :)). Engelska används här för att förmedla både produkternas märke, funktion och en önskvärd livsstil som ofta förknippas med globalitet och modernitet.

Kodväxling används också för att förstärka känslomässiga uttryck och skapa en mer personlig och engagerande ton i vloggarna. Engelska ord som *literally* och *guys* används för att förstärka de känslor vloggaren vill förmedla till sin publik. Det handlar kanske om att fånga en känsla av spontanitet och närvaro, något som är vanligt i den snabba och avslappnade kommunikationen på sociala medier. Genom att använda engelska uttryck kan vloggaren verka mer äkta och engagerad, vilket kan hjälpa hen att komma närmare tittarna. Följande exempel visar denna användning av engelska i materialet:

- (14) *Det är sjukt att det känns som jag precis vaknade, literally jag vaknade, jag gjorde klart vloggen!* (Vlad Reiser: HON CHOKADE MIG!)
- (15) *Och sen hänger den så här här bak, men alltså trust me guys* (Bianca Ingrosso: I'm Baaaaaaaack!!!)

En annan viktig användning av engelska i vloggarna är kopplad till interaktivitet och instruktioner. Engelska används för att skapa en direkt och inkluderande ton, särskilt när vloggarna riktar sig till en internationell publik. Engelska uttryck används för att göra instruktionerna mer universella och tillgängliga för en global publik, vilket gör att vloggaren kan nå en större och mer mångfacetterad målgrupp. Exempel på detta är fraser som *lämna en liten like och en kommentar* (Emil Hansius: REAGERAR PÅ STRULA | Gör ALDRIG detta) som både ger instruktioner och bidrar till en mer avslappnad och personlig kontakt med tittaren. Engelskan fungerar här som ett verktyg för att upprätthålla en ton av globalitet och

tillgänglighet, vilket gör det lättare för vloggaren att etablera en internationell närvaro och attrahera en bredare publik.

4.2 Mönster och variation i språkanvändning

Språkanvändning i digitala medier präglas av stor variation t.ex. beroende på genre, målgrupp och individuella språkliga preferenser. En central aspekt är hur och när kodväxlingen mellan svenska och engelska äger rum. I analysen framträder tydliga mönster som visar att vissa grupper av vloggare använder mer engelska än andra, vilket kan kopplas till både innehållets karaktär och sociolingvistiska faktorer. I följande avsnitt undersöks hur kön, ålder och genre påverkar förekomsten av kodväxling.

4.2.1 Påverkan av kön

Analysen visar att kvinnliga vloggare använder mer engelska än manliga vloggare, särskilt inom genrer som mode och livsstil. Totalt omfattar mitt material 653 fall av kodväxling, varav 409 fall hos kvinnliga vloggare. Mode- och livsstilsvloggarna, som i detta material är alla kvinnor, har en högre kodväxling (419 fall) än humor- och familjelivsvloggarna (234 fall), som domineras av män. Detta tyder på att kodväxling inte bara är en fråga om genre utan också kan vara kopplat till kön och de språkliga normer som råder inom olika sociala och kulturella sammanhang.

En möjlig förklaring till varför kvinnliga vloggare använder mer engelska är att mode- och livsstilsgenrerna är så starkt influerade av den globala sociala mediekulturen, där engelska ofta fungerar som huvudspråk. Internationella plattformar som Instagram, TikTok och YouTube har gjort det vanligt att använda engelska uttryck, även i innehåll som produceras på svenska. Många av de största influencers inom mode och skönhet är engelskspråkiga, vilket innebär att svenska mode- och livsstilsvloggare kan vara mer benägna att använda engelska för att avspegla det språkbruk de ser hos internationella förebilder.

Ett exempel på detta är när en vloggare visar upp en sminkprodukt och säger *Den här concealern it's the best one ever* (Bianca Ingrosso: Lyxig shopping och gossip hehe. En dag med mig :) – ett uttryck som inte bara beskriver produkten, utan också speglar det överdrivna, känsloladdade språk som är vanligt i internationell beautyvlogging. Den engelska frasen fungerar som en stilmarkör och förstärker det trendiga tilltalet som kännetecknar genren.

En annan aspekt att beakta är den kommersiella sidan av mode- och livsstilsinnehåll. Många vloggare inom dessa genrer samarbetar med internationella företag och varumärken, vilket gör att engelska ord ofta används för att beskriva produkter och koncept. Exempelvis är ord som *haul* och *get ready with me* vanliga i dessa sammanhang. Följande exempel visar användningen av orden:

- (16) *Okej, jag lovade en haul* (Alice Stenlöf: ALLT JAG LÄRT MIG OM FALSKA VÄNNER)
- (17) *vi hade en sit down -- get ready with me* (Alice Stenlöf: Q&A / MUKBANG - VEM SKA BÄRA BARNET?)

Att använda engelska kan också ge vloggarna en större räckvidd, eftersom det gör deras innehåll mer tillgängligt för en bredare, internationell publik.

I mitt material förekommer även viss kodväxling relaterad till humor. Manliga humorvloggare använder engelska inslag, om än inte i samma utsträckning som kvinnliga modevloggare, t.ex. för att förstärka humoristiska poänger eller relatera till globala internettrender. Engelska uttryck kan ge en extra effekt i punchlines, särskilt när vloggaren refererar till engelskspråkiga memes eller populärkulturella fenomen. Detta ser man till exempel i *De sade att det är typ en ick om man jobbar på ICA*” (Emil Hansius: REAGERAR PÅ SVENSKA TIK TOKS! 🇸🇪 | Sveriges sämsta par), där ordet *ick* är en populärkulturell referens som inte har en svensk motsvarighet.

En intressant observation är att den manliga vloggaren inom familjeliv har det absolut lägsta antalet fall av kodväxling, bara 70 totalt. Inom genren familjeliv är innehållet ofta inriktat på vardagsnära och relationsbaserade ämnen, där svenska är det naturliga språket. Det är också möjligt att manliga vloggare inom denna genre medvetet väljer att använda ett mer traditionellt språk, eftersom deras målgrupp kan vara mindre benägen att uppskatta eller förstå kodväxlingar.

4.2.2 Påverkan av åldern

Materialet visar en tydlig åldersrelaterad trend i användningen av engelsk kodväxling. Yngre vloggare (Linn Ahlberg, Alice Stenlöf, Bianca Ingrosso, Emil Hansius och Vlad Reiser, födda på 1990-talet) tenderar att använda betydligt mer engelska än äldre vloggare (Therese Lindgren, Familjen Lundell, Familjen Reinhold, födda på 1980-talet). Detta framgår särskilt

inom livsstilsgenren, där den yngre vloggaren (Linn Ahlberg, född 1999) har en klart högre andel engelska inslag jämfört med den äldre vloggaren (Therese Lindgren, född 1987). Inom humorgenren ser vi att vloggare födda år 1993 (Vlad Reiser) och 1995 (Emil Hansius) använder betydligt mer engelska, totalt 204 gånger, än livstilsloggaren Therese Lindgren (född 1987), som har det lägsta antalet fall av kodväxling av alla i undersökningen, totalt 21. Ett exempel på detta skulle kunna vara att en yngre person beskriver en situation med *That was so random*, medan en äldre talare i liknande kontext snarare säger *Det var så konstigt*. Den engelska frasen används då för att beskriva händelsen mer kreativt.

Den åldersrelaterade skillnaden kan förklaras av den digitala språkmiljö som yngre generationer har vuxit upp med. Engelska har fått en alltmer dominerande roll i ungas vardag, särskilt genom sociala medier, TV-serier, filmer, musik och gaming. Yngre personer i Sverige är i stor utsträckning tvåspråkiga i praktiken, även om svenska fortfarande är deras förstaspråk. Resultaten från min undersökning visar också att yngre generationer kodväxlar mer, kanske eftersom de är vana vid att konsumera och producera innehåll på både svenska och engelska.

En viktig faktor bakom generationsskillnaden är hur språkanvändningen har förändrats i takt med teknologins utveckling. Äldre generationer (födda på 1980-talet och tidigare) växte upp i en tid då traditionella medier som TV, radio och tryckta tidningar dominerade. Engelska förekom visserligen i populärkultur och musik, men hade inte samma genomslag som idag. Svenska översättningar av filmer och TV-serier var vanliga, och den digitala kommunikationen var begränsad. Detta innebar att svenskan hade en starkare position i vardagslivet, och engelska ord användes främst inom specifika domäner, som teknik och vetenskap.

Yngre generationer, däremot, har växt upp med internet, smartphones och sociala medier, där engelska är det dominerande språket. Plattformar som YouTube, TikTok och Instagram är internationella och genomsyras av engelskspråkigt håll. Svenska ungdomar konsumerar dagligen videor, memes, spel och chattar där engelska är en självklar del av kommunikationen. Detta leder till att engelska ord och fraser blir en naturlig del av deras vardagliga språk, även i svenska sammanhang. Kodväxling blir därför mer än bara ett sätt att uttrycka sig – det är en integrerad del av den digitala identiteten. Ett exempel av detta är vissa

videor av Emil Hansius, som har gjort videor med fokus på TikToks och anknyter kodväxling till dessa videor (se tabell 1).

Kodväxling kan också fungera som en identitetsmarkör som särskiljer yngre generationer från äldre. I sociala sammanhang kan språkbruket signalera grupptillhörighet och modernitet. Att använda engelska ord kan uppfattas som coolt, trendigt eller humoristiskt bland yngre, medan äldre generationer kan se det som onödigt eller rentav störande. Detta kan kopplas till språkattityder och språkliga normer – äldre generationer har ofta en mer traditionell syn på språkriktighet och kan ha en starkare norm kring att hålla sig till svenska.

4.2.3 Påverkan av genre

I mitt material är mode den genre där engelska inslag är mest framträdande. Modevloggare, som i mitt material representeras av Bianca Ingrosso och Alice Stenlöf, använder ofta engelska för att beskriva kläder, skönhetsprodukter, sminkrutiner och trender. Vanliga uttryck är till exempel *dewy*, *outfit*, *glow* eller *makeup routine*. Följande exemplar visar användningen av dessa ord i materialet:

- (18) *den här är ju jätte dewy* (Bianca Ingrosso: Lyxig shopping och gossip hehe. En dag med mig :))
- (19) *det är min outfit som jag designat* (Alice Stenlöf: JAG KAN INTE VLOGGA LÄNGRE)
- (20) *jag har glömt highlighter, men det är för att jag är så glowy i min bas redan* (Alice Stenlöf: MIN SMINKRUTIN)
- (21) *det var min everyday makeup routine* (Alice Stenlöf: MIN SMINKRUTIN)

Modeindustrin är starkt globaliserad, och engelska är dess huvudspråk, vilket kan förklara varför modevloggare kodväxlar så mycket. Modebloggar, tidningar och influencers använder engelska termer, och det är vanligt att svenska modevloggare konsumerar och inspireras av engelskspråkigt innehåll.

Dessutom har modevärlden många begrepp som saknar direkta svenska motsvarigheter. I stället för att skapa egna svenska ord är det ofta mer naturligt att använda engelska uttryck, kanske eftersom de är etablerade inom branschen. Att använda engelska kan också signalera trendkänslighet och internationell förankring, vilket är viktigt i modevärlden.

Humorgenren har också en hög grad av kodväxling, men av andra skäl än mode. Humorvloggare använder ofta engelska ord och fraser för att förstärka sina skämt eller referera till populärkulturella fenomen. Som språkforskaren Kristy Beers Fägersten (2023: 77) har visat används engelska ofta i Sverige som ett lekfullt och humoristiskt inslag, något hon kallar *English as a lingua ludica*. Hon menar att engelskan kan fungera som ett sätt att skapa språkliga skämt och lekfullhet, och därigenom bidra till språklig kreativitet snarare än att hota det svenska språket. En annan möjlig anledning till att humorvloggare, såsom Emil Hansius och Vlad Reiser, kodväxlar mycket är att de vill nå en bredare publik och att deras innehåll ofta är informellt och snabbtänkt. Engelska uttryck kan göra skämt mer slagkraftiga och dynamiska.

I materialet har livsstilsvloggare som Linn Ahlborg och Therese Lindgren en mer varierad användning av engelska, och yngre vloggare tenderar att använda fler engelska inslag än äldre. Innehållet i livsstilsvloggar är ofta mer personligt och vardagsnära än i mode- och humorvideor, vilket kan inverka på hur mycket engelska som används. I livsstilsvloggar av Linn Ahlborg förekommer ofta engelska fraser som *oh my god* och *you guys*, som i *oh my god kolla in där* och *we are back in Stockholm you guys* (Linn Ahlborg: HELGVLOGG / Stockholm & Gävle).

Den äldre livsstilsvloggaren Therese Lindgren använder däremot mycket mindre engelska, vilket kan tyda på en mer traditionell språkanvändning. Äldre vloggare kan ha en annan syn på språk och en vana att hålla sig till svenska, medan yngre vloggare är mer influerade av digitalt språkbruk där engelska är mer framträdande.

Genren familjeliv har den lägsta graden av kodväxling, totalt ungefär 70 fall, vilket kan bero på flera faktorer. En faktor är kanalens målgrupp. Familjelivsvloggar, som till exempel Familjen Reinhold och Familjen Lundell, riktar sig ofta till en bredare publik, inklusive äldre tittare och föräldrar. Dessa tittare är kanske inte lika vana vid engelska uttryck som yngre publik är, och vloggarna anpassar därför sitt språk för att göra det mer tillgängligt. Familjevloggarna handlar ofta om vardagliga situationer som att laga mat, ta hand om barn eller prata om relationer. Ämnen som detta kräver inte lika många engelska termer som exempelvis mode eller humor. Det är också värt att notera att de två familjevloggarna i undersökningen är äldre än vloggarna inom mode och livsstil. Ett exempel på en engelsk term som används i familjelivsvideor är *gender reveal* (från Familjen Lundells vlogg VÅRAN

GENDER REAVEL), vilket är ett specifikt koncept som saknar en direkt översättning på svenska.

För vloggare som riktar sig till en yngre publik kan användningen av engelska i innehållet förstås som en form av kodväxling med flera möjliga funktioner. Kodväxling kan bland annat ha en expressiv funktion, där talaren uttrycker en dubbel identitet. I detta sammanhang blir engelskan ett sätt att signalera tillhörighet till både en lokal kultur och en global, ungdomlig gemenskap. Vidare kan språkväxlingen ha en fatisk funktion, där engelska används för att förstärka den stilistiska tonen och skapa närhet eller dramatik i kommunikationen.

Användningen av engelska kan också ses som ett uttryck för status och prestige, då förmågan att obehindrat växla mellan språk ofta kopplas till hög språklig kompetens. (Gustavsson 2018:12–13.) I kontrast till detta visar materialet att vloggare som riktar sig till en äldre, mer traditionell publik använder engelska mer selektivt, ofta i samband med specifika termer eller begrepp som inte har svenska motsvarigheter, men generellt sett är språkanvändningen mer enspråkig. Till exempel innehåller meningen *nu ska vi åka hem och äta sushi* lånordet *sushi*, som inte kan direkt översättas till svenska.

Den sociala och kulturella bakgrunden hos målgruppen spelar också en roll för hur och när engelska används. Vloggare som har en internationell följarskara, eller som är bosatta i utlandet, använder ofta engelska för att skapa en känsla av att tillhöra en global gemenskap, medan de som fokuserar på en mer lokal eller nationell publik tenderar att hålla sig till svenska för att bibehålla en känsla av närhet och igenkänning.

4.2.4 Påverkan av målgrupp

Användningen av engelska inslag i svenska YouTube-videor kan påverkas i hög grad av vilken målgrupp vloggaren riktar sig till. Vloggare kan anpassa sitt språk beroende på publikens ålder, intressen och språkliga kompetens. Generellt sett verkar kodväxling mellan svenska och engelska vara vanligare i genrer där målgruppen består av yngre personer och där de internationella influenserna är starka. I min undersökning gäller detta genrer mode och humor: modevloggarna omfattar 260 fall av kodväxling och humorvloggarna 204 fall.

Som tidigare forskning visat ser unga svenskar ofta kodväxling mellan svenska och engelska som en naturlig del av sin kommunikation. Kodväxlingen kan bidra till att skapa grupptillhörighet och intensifiera budskapet. (Löwgren 2009:26.) Följande exempel visar en mening från mitt materiale där vloggaren byter språk på ett naturligt sätt:

- (22) *det blev ett long ass meeting där -- men det blev ett bra möte* (Linn Ahlberg - It's been a while.. *VLOGG*)

En rapport från Institutet för språk och folkminnen (Bijvoet 2020: 32–33) visar också att attityderna till spår av andra språk i svenskan varierar, men att engelskans påverkan ofta ses som berikande. För vloggare som riktar sig till en ung publik kan inkluderingen av engelska uttryck därför bidra till en mer autentisk och modern ton.

Mode- och livsstilsvloggar, vars tittare ofta består av tonåringar och unga vuxna, innehåller därför betydligt fler engelska inslag än exempelvis familjevloggar, vars målgrupp består av vuxna följare. Modevloggare använder termer som *haul*, *glow* och *outfit*, eftersom dessa är etablerade uttryck inom den internationella modevärlden. Följande exempel visar användningen av dessa termer i materialet:

- (23) *Okej, jag lovade en haul* (Alice Stenlöf: ALLT JAG LÄRT MIG OM FALSKA VÄNNER)
- (24) *Allt glow försvinner, håret blir dassigt* (Bianca Ingrosso: Är inne i värsta singel eran nu hehe...!!!)
- (25) *Jag måste fixa mitt hår och välja en outfit* (Alice Stenlöf: MIN SMINKRUTIN)

Publiken är redan bekant med dessa ord genom sociala medier och ser dem som en naturlig del av samtalet.

I kontrast till mode- och livsstilsgenrerna uppvisar familjevloggarna i mitt material ett lägre antal fall av kodväxling och lånord, vilket kan förklaras av att målgruppen består av en bredare publik, ofta också föräldrar och äldre tittare. Inom familjevloggar (Familjen Reinhold & Familjen Lundell) är det totala antalet fall av kodväxling och lånord, 70 vilket är det lägsta av alla genrer. Äldre svenskar är kanske generellt mer benägna att hålla sig till svenska när de konsumerar digitalt innehåll, eftersom de inte är lika vana vid engelskspråkiga uttryck. För att göra sitt innehåll tillgängligt för fler svenskspråkiga tittare tenderar därför vloggare inom familjeliv och liknande genrer att hålla sitt språk mer renodlat svenskt.

Humorvloggare befinner sig ofta någonstans mellan dessa ytterligheter. Eftersom humor bygger på timing och igenkänning, används engelska fraser ofta för att referera till globala memes och populärkulturella fenomen. En studie av Andrén (2020) vid Högskolan i Halmstad visar att vloggare i underhållningsgenren ofta använder engelska uttryck för att skapa en

känsla av gemenskap med sin publik, som ofta är digitalt insatt och bekant med internationella referenser.

4.3 Engelska svordomar

Ett tydligt inslag i svenska YouTube-vloggares språkbruk är användningen av engelska svordomar. De förekommer i olika sammanhang och fyller flera olika språkliga funktioner. Engelska svordomar används ofta i stället för svenska motsvarigheter och kan ha en annan innebörd eller effekt än traditionella svenska svordomar.

Det har skett en förändring i attityden till svordomar, i och med att religiösa och diaboliska uttryck har förlorat sin tidigare kraft, medan könsrelaterade svordomar har blivit mer laddade. Samtidigt har engelska svordomar, särskilt *fuck*, blivit alltmer accepterade i det svenska språket. (Andrén 2020: 2.) Medan engelska svordomar förekommer i stor utsträckning, undviks könsrelaterade uttryck på sociala medier för att minimera risken för negativ respons eller plattformsbegränsningar (Andrén 2020: 2).

Forskning visar att engelska svordomar ofta uppfattas som mindre grova än deras svenska motsvarigheter. En studie av El Mourid Kulla (2021: 32) vid Lunds universitet fann att unga svensktalande anser att svenska svordomar har en starkare negativ laddning jämfört med engelska svordomar. Detta framgår också av mitt empiriska material; ordet *fuck* förekommer 11 gånger, där dess svenska motsvarighet *jävla* förekommer bara två gånger. Detta kan leda till att engelska svordomar används mer frekvent i informella sammanhang, eftersom de inte anses lika stötande. Den ökade exponeringen för engelskspråkig media, inklusive filmer, TV-serier och sociala medier, har också bidragit till att engelska uttryck, inklusive svordomar, har integrerats i det svenska språket. Ordet *shit* förekommer 14 gånger i mitt material och ordet *fuck* förekommer 11 gånger.

Engelska svordomar används ofta för att förstärka känslor eller betona ett uttalande. Andrén (2020:1) noterar att svenska YouTube-profiler använder engelska svordomar för att uttrycka starka känslor eller för att skapa en komisk effekt. Det betyder att engelska svordomar bidrar med fler sätt att uttrycka sig än svenska ord.

Följande exempel visar några användningar av svordomarna *fuck* och *shit* i mitt material:

- (26) *fuck jag har inte hunnit -- shit jag är inte klar* (Bianca Ingrosso: Är inne i värsta singel eran nu hehe...!!!)
- (27) *I fucking love that shit so much* (Vlad Reiser: HON CHOKADE MIG!!)
- (28) *I'm a fucking wreck just nu* (Vlad Reiser: JAG OCH AMANDA ÄR ÖVER)
- (29) *Shit vad det snöar idag* (Linn Ahlberg: Vill ni följa med på detta?)

5 Sammanfattande diskussion

I detta kapitel diskuterar jag resultaten av min analys i relation till tidigare forskning och de teoretiska utgångspunkterna för studien. Syftet är att reflektera över de huvudsakliga fynden och deras betydelse för förståelsen av engelskans påverkan på svenska YouTube-vloggar. Vidare problematiserar jag fynden genom att placera dem i en bredare språklig och social kontext samt lyfta möjliga framtida forskningsområden.

5.1 Engelskans funktion i svenska vloggar

Resultaten visar att engelska används i svenska YouTube-vloggar av flera skäl. Kodväxling sker ofta för att förstärka ett budskap, markera en specifik stil eller skapa en närmare relation med publiken. I en digital kontext, där vloggare riktar sig till en bred publik och ofta inspireras av internationella trender, blir engelska ett verktyg för att signalera globalitet och modernitet. Detta överensstämmer med tidigare forskning, exempelvis Androutopoulos (2007), som konstaterar att digitala medier skapar en språkmiljö där flerspråkighet och språklig anpassning blir en naturlig del av kommunikationen.

Vidare visar analysen att engelskan i många fall fungerar som en språklig resurs för att skapa variation och dynamik i vloggarna. Vloggare använder engelska ord och uttryck för att bryta monotonin i sitt språk och för att skapa en mer levande och engagerande kommunikation. Engelskan fungerar också som en förstärkning av uttryck och känslor, då engelska ord kan bära en annan emotionell laddning än motsvarande svenska ord. Exempelvis används engelska svordomar och förstärkande uttryck som *insane* och *crazy* ofta för att ge extra tyngd åt yttranden och skapa en mer expressiv framtoning, som följande exempel visar:

(30) det är ju helt insane (Bianca Ingrosso: GIRLTALK & GOSSIP MED GINE).

(31) *mitt hår är -- crazy jag sovit med -- heatless curls* (Linn Ahlborg: Det är läskigt att vara sårbar)

Den ökande närvaron av engelska i digitala medier har skapat nya språkmönster där kodväxling och lånord blivit en naturlig del av kommunikationen. Engelskan påverkar inte enbart ordförrådet, utan även grammatiska strukturer och uttal (Bijvoet 2020: 20).

Digitaliseringen och globaliseringen har gjort att yngre generationer alltmer integrerar engelska i sitt vardagliga språkbruk, vilket visar på en pågående språklig förändring (Johansson 2022).

Engelskans inflytande på svenskan verkar vara en process av språklig anpassning mer än ett hot mot det svenska språket (Bijvoet 2020: 32). Svenskan fortsätter att vara det dominerande språket i Sverige, men kompletteras med engelska inslag som fyller specifika funktioner inom digitala sammanhang.

5.2 Påverkan av genre och målgrupp

En tydlig trend i materialet är att kodväxlingen varierar mellan olika genrer. Mode- och livsstilsvloggar innehåller betydligt fler engelska inslag än familjevloggar. Detta kan förklaras av att modebranschen är internationellt präglad och att de största influenserna kommer från engelskspråkiga medier. Modevloggare använder engelska för att skapa en känsla av exklusivitet och av att följa internationella trender. Engelska används inte bara för att beskriva produkter och stilar utan också för att anpassa sig till en publik som är van vid engelskspråkiga termer från modevärlden. Detta tyder på att modevloggare använder engelskan både för att förstärka innehållets karaktär och för att anpassa sig till förväntningarna från en trendmedveten publik.

I familjevloggar, där innehållet ofta kretsar kring vardagsliv och relationer, är kodväxlingen däremot mer begränsad, vilket kan bero på att publiken är mer lokal och mindre exponerad för engelskspråkiga influenser. Här är det svenska språket mer dominerande, och engelska ord används främst i situationer där det saknas svenska motsvarigheter, exempelvis vid beskrivningar av internationella koncept som *baby shower* och *gender reveal*. Studien visar också att humorvloggare använder engelska på ett strategiskt sätt för att förstärka skämt eller referera till populärkulturella fenomen.

5.3 Kön och ålderskillnader i språkanvändning

Resultaten visar att kvinnliga vloggare använder mer engelska än manliga vloggare, särskilt inom mode- och livsstilsgenren. Detta kan delvis förklaras av att dessa genrer är mer influerade av den globala sociala mediekulturen, där engelska är det dominerande språket. Manliga vloggare, särskilt inom familjevloggar, tenderar att använda mindre engelska och hålla sig mer till svenska. En möjlig förklaring är att mode- och livsstilsgenrerna i större utsträckning avspeglar internationella trender, där engelskan har en mer naturlig roll.

Ålder är också en faktor som påverkar graden av kodväxling. Yngre vloggare använder mer engelska än äldre vloggare, vilket kan bero på att de är uppväxta i en digital miljö där

engelska är en naturlig del av vardagsspråket. Flera studier belyser hur yngre generationer i Sverige använder engelska i sin kommunikation. I en uppsats av Johansson (2022) undersöks förekomsten av kodväxling i svenska ungdomars vardagssamtal. Studien analyserar tre inspelade samtal mellan grupper av vänner i åldern 20–25 år och syftar till att undersöka vilka pragmatiska funktioner kodväxling har i ungdomars samtal. För yngre generationer är engelska mer än bara ett främmande språk – det är en integrerad del av deras identitet och vardagliga kommunikation. Detta kan också förklara varför äldre vloggare i större utsträckning håller sig till svenska, då deras språkliga normer är mer traditionella och mindre influerade av digitala kommunikationsvanor.

5.4 Engelska svordomar och känslouttryck

En intressant aspekt av resultaten är användningen av engelska svordomar och känslouttryck. Engelska svordomar verkar ha en annan laddning än svenska motsvarigheter och används ofta för att förstärka känslor utan att uppfattas som lika grova. Detta kan kopplas till en allmän trend i digital kommunikation där engelska används för att dämpa negativa konnotationer och skapa en mer avslappnad ton. Exempelvis används *shit* och *fuck* ofta på ett mindre laddat sätt än deras svenska motsvarigheter, vilket kan indikera att engelska svordomar är mer socialt accepterade i vissa digitala kontexter. (El Mourid Kulla 2021: 32; Andrén 2020: 2.)

Utöver svordomar används engelska även för att uttrycka starka känslor, såsom överraskning eller entusiasm. Fraser som *oh my god*, *that's insane* eller *I'm so excited* är vanligt förekommande i vloggar och används för att förstärka emotionella reaktioner. Detta kan delvis förklaras av att engelska har en mer intensiv och överdriven tonalitet i vissa uttryck jämfört med svenska motsvarigheter, vilket gör dem mer effektiva för att engagera publiken. Engelskan kan också ge ett mer informellt och spontant intryck, vilket är centralt i vloggformatet där autenticitet och närhet till tittarna är viktiga aspekter.

5.5 Framtida forskning

Denna studie har gett en översikt över hur engelska används i svenska YouTube-vloggar, men det finns flera aspekter som kan undersökas vidare. Exempelvis skulle en longitudinell studie kunna ge insikt i hur språkanvändningen förändras över tid. En jämförande studie mellan olika digitala plattformar, såsom TikTok och Instagram, skulle också kunna bidra med en bredare förståelse av hur engelska används i olika mediekontexter. Vidare forskning kunde

även inkludera publikens uppfattning om kodväxling för att bättre förstå vilka attityder och reaktioner som finns kring kodväxling till engelska.

Litteratur

Primärlitteratur

- Ahlborg, Linn, 2023: Det är läskigt att vara sårbar. [Video]. Youtube.
<https://youtu.be/U5htmCJci9w?si=yylimJBmHcNZe2YIR>
- Ahlborg, Linn, 2023: HELGVLOGG / Stockholm & Gävle. [Video]. Youtube.
https://youtu.be/3edb2rVHFXA?si=_T4yFCSlba79649w
- Ahlborg, Linn, 2023: It's been a while.. *VLOGG*. [Video]. Youtube.
https://youtu.be/s_hWIVPyggA?si=NP56ptsGDL7_QEDY
- Ahlborg, Linn, 2023: Mycket som händer. [Video]. Youtube.
<https://youtu.be/jPYFsbYVhUg?si=DHyzmGwBz2F2T0L>
- Ahlborg, Linn, 2024: Vill ni följa med på detta? [Video]. Youtube.
https://youtu.be/3pNeb2pTx6I?si=Fe9qyFgE-w_OVeSW
- Familjen Lundell, 2024: FAMILJEFOTO GÅR ÅT H**VETE! [Video]. Youtube.
<https://youtu.be/QqhyOgwwk6o?si=BahrJHVNv10lu1pR>
- Familjen Lundell, 2024: LIONEL ÄTER FÄRG! [Video]. Youtube.
<https://youtu.be/8vWuEecTjUk?si=e9J9io0C9e7pCNcn>
- Familjen Lundell, 2024: VÅRAN GENDER REAVEL. [Video]. Youtube.
<https://youtu.be/LLgvLQzzdpM?si=m0v918rwRmPQf3iZ>
- Familjen Lundell, 2024: VARNING FÖR FYLLA! [Video]. Youtube.
<https://youtu.be/a4GAaxEd8uM?si=Ta07SeOrDwlDQwBG>
- Familjen Lundell, 2024: VI KÖPER NYTT HUS. [Video]. Youtube.
<https://youtu.be/pZ0P5bplWjo?si=Lo9HAGoHIL-MPEk2>
- Familjen Reinhold, 2024: Bruten handled? vad hände med Hailey? – VLOGG. [Video].
 Youtube. <https://youtu.be/HgYr42IVDJg?si=8gJu7bj10FRYgKIL>
- Familjen Reinhold, 2024: SANT ELLER FALSKT, PRIVATA FRÅGOR! [Video]. Youtube.
<https://youtu.be/2IvjXYvjC-U?si=a3lUyblrNUYk8fz4>
- Familjen Reinhold, 2024: Vårt tredje barn är äntligen på besök, med sin familj 🥰 – vlog.
 [Video]. Youtube. <https://youtu.be/zFUIwOQFxiQ?si=lp857e7cIGR4cusJ>
- Familjen Reinhold, 2024: Vem ska ta över Haileys hästar? – Vlogg. [Video]. Youtube.
<https://youtu.be/GxlaQc80Cx4?si=1qymZNqhnRo5-hwS>
- Familjen Reinhold, 2024: Vi firar nyår ensamma i stallet – VLOGG. [Video]. Youtube.
<https://youtu.be/vB-hxficRtk?si=ZVP0Y5dxE96ZtO-4>

- Hansius, Emil, 2024: BRÖLLOP PÅ GÅNG! [Video]. Youtube. https://youtu.be/uS_8Zl-OoxQ?si=hAAjiiQuSQR0zqug
- Hansius, Emil, 2024: REAGERAR PÅ STRULA | Gör ALDRIG detta. [Video]. Youtube. <https://youtu.be/MWEUnvdhgN4?si=5g2JH5NKEM5zTqQI>
- Hansius, Emil, 2024: REAGERAR PÅ SVENSKA TIK TOKS! 🇸🇪 | icks på killer. [Video]. Youtube. <https://youtu.be/GXtXbKu9V6o?si=wAKFM97XdEocILNa>
- Hansius, Emil, 2024: REAGERAR PÅ SVENSKA TIK TOKS! 🇸🇪 | Sveriges sämsta par. [Video]. Youtube. <https://youtu.be/yrm3mGcQbRQ?si=Nvwg1HZKuJED5qTG>
- Hansius, Emil, 2025: REAGERAR PÅ SVENSKA TIK TOKS! 🇸🇪 | Jag mår illa. [Video]. Youtube. https://youtu.be/8mgi35roP0k?si=FH5rhYrN_1flv81O
- Ingresso Bianca, 2023: Häng med till Paris - Problem med betalningen.....!! [Video]. Youtube. <https://youtu.be/1y02skRvA4A?si=f3-xQP6Uz0jwEIWp>
- Ingresso, Bianca, 2023: GIRLTALK & GOSSIP MED GINE. [Video]. Youtube. <https://youtu.be/drTFudUDlpY?si=ndwcKdG9z4xVR0qz>
- Ingresso, Bianca, 2023: Lyxig shopping och gossip hehe. En dag med mig :) [Video]. Youtube. <https://youtu.be/UCvxywlca2s?si=uDLwWgojfinOgery>
- Ingresso, Bianca, 2024: Är inne i värsta singel eran nu hehe...!!! [Video]. Youtube. https://youtu.be/r7lh9GA5tSo?si=TTEDuK_s-tgiJgvS
- Ingresso, Bianca, 2024: I'm Baaaaaaaack!!! [Video]. Youtube. https://youtu.be/WSV6RQTh71g?si=dinfa-tY_OtGhJVd
- Lindgren, Therese, 2023: FLYTTVLOGG - nu flyttar jag & djuren ut. [Video]. Youtube. https://youtu.be/ml5aji_XasA?si=58z4vBesjdoMMQV1
- Lindgren, Therese, 2023: FÖRSÖKER FÅ ORDNING PÅ MITT LIV. [Video]. Youtube. <https://youtu.be/sCOuKV6GWtU?si=ZGDSM51NazYwUGMw>
- Lindgren, Therese, 2023: FYFAN! 🐛🐜 skadedjur i nya huset! [Video]. Youtube. <https://youtu.be/DLrDrd9qIxo?si=2Rf5hs9xjzMzToUM>
- Lindgren, Therese, 2023: HOUSE TOUR | Rundvandring i vårt nya hus. [Video]. Youtube. <https://youtu.be/kEPiVNk40Jw?si=LZK5LekOIUQOb1Co>
- Lindgren, Therese, 2023: LOPPIS-SHOPPING & PYSSEL | vlog. [Video]. Youtube. <https://youtu.be/6Jxrmn9tyr0?si=fpdKSiNlwZ8A29E->
- Reiser, Vlad, 2023: HON CHOKADE MIG!! [Video]. Youtube. <https://youtu.be/5thd1QrDaR4?si=WwE1US78K4txTIns>

- Reiser, Vlad, 2023: JAG OCH AMANDA ÄR ÖVER. [Video]. Youtube. <https://youtu.be/3X-B4AXWM5E?si=zJwAX0tPmBT926iM>
- Reiser, Vlad, 2023: KAN HON VINNA ÖVER MIG? [Video]. Youtube. <https://youtu.be/5HHZPKgtSsA?si=O3PCreLs3LTLuT8x>
- Reiser, Vlad, 2023: SÅ SPENDERAR MAN EN BRA LÖRDAG. [Video]. Youtube. <https://youtu.be/bKVAixLTjbU?si=gQuETUzc2IVTJhww>
- Reiser, Vlad, 2023: UPPTÄCKER ETT HEMLIGT RUM... [Video]. Youtube. https://youtu.be/kO9w-Di9hRc?si=BT_aaq6yt6VlabsW
- Stenlöf, Alice, 2024: ALLT JAG LÄRT MIG OM FALSKA VÄNNER. [Video]. Youtube. <https://youtu.be/u4qaoXAk1vw?si=KHdZen572hOZA96v>
- Stenlöf, Alice, 2024: JAG KAN INTE VLOGGA LÄNGRE. [Video]. Youtube. <https://youtu.be/V3CRCZZtD3c?si=u28PjOLcoMMjcdHD>
- Stenlöf, Alice, 2024: MIN SMINKRUTIN. [Video]. Youtube. <https://youtu.be/ELeHs1uW2uQ?si=fAeaQKucCzOpQfHU>
- Stenlöf, Alice, 2024: Q&A / MUKBANG - VEM SKA BÄRA BARNET? [Video]. Youtube. <https://youtu.be/uUkOgLnECtY?si=F02VhrulEcHGipIt>
- Stenlöf, Alice, 2024: SISTA DAGARNA I STOCKHOLM. [Video]. Youtube. https://youtu.be/QQF3kToJYrw?si=dmosn5J6_rB4omhL

Sekundärlitteratur

- Alfarhan, Ibrahim, 2016: English as a Global Language and the Effects on Culture and Identity. American Research Journal of English and Literature. Arjonline.org. <https://www.arjonline.org/papers/arjel/v2-i1/10.pdf> (Hämtad 20.11.2024.)
- Amberscript, 2023: How to make sure your videos are seen by a global audience on Youtube. Amberscript.fi. <https://www.amberscript.com/en/blog/your-videos-seen-by-a-global-audience-on-youtube/> (Hämtad 20.11.2024.)
- Andrén, Kim, 2020: "Vi ses när vi ses, motherfuckers": En studie om fult språk bland sociala mediaprofiler. Högskolan i Halmstad. Halmstad. https://www.researchgate.net/publication/342199663_Vi_ses_nar_vi_ses_motherfuckers_En_studie_om_fult_sprak_bland_sociala_mediaprofiler (Hämtad 5.3.2025.)

- Androutsopoulos, Jannis, 2005: "Research on youth language". I: Androutsopoulos, J. (red.): Mediatized Youth Cultures 15: 340-361. https://jannisandroutsopoulos.net/wp-content/uploads/2009/09/her_15.pdf (Hämtad 12.10.2024).
- Backus, Ad, 2005. Codeswitching and language change: One thing leads to another? International Journal of Bilingualism, 9(3-4), 307-340. <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=8662c6b5f50659ae82ec7de198e3063d3639b6fc> (Hämtad 19.4.2025.)
- Beers Fägersten, Kristy, 2023: English in the nordic countries - Connections, Tensions, and Everyday Realities. Routledge, 2023. 65–83. <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/79428/9781003805045.pdf?sequence=1#page=82>. (Hämtad 4.5.2025.)
- Bergfors, Anna, 2022: Jag har blivit en youtuber. Annabergfors.se. <https://www.annabergfors.se/2022/06/30/jag-har-blivit-en-internationell-youtuber-london-here-i-come/#respond> (Hämtad 8.2.2025.)
- Bijvoet, Ellen, 2020. Attityder till spår av andra språk i svenskan: en forskningsöversikt. Insitutet för språk och folkminnen. <https://isof.diva-portal.org/smash/get/diva2:1432585/FULLTEXT01.pdf> (Hämtad 10.3.2025.)
- Boberg, Malin & Bäckström, Sanna, 2019: Språklig variation och könsstereotyper-En sociolingvistisk analys av youtubers och deras betydelse för engelskundervisningen i årskurs 4–6. Örebro universitet. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2%3A1397931/FULLTEXT01.pdf?> (Hämtad 8.2.2025.)
- El Mourid Kulla, Joy, 2021: Shit-samma, jävla asshole och fucking fitta: en socio-pragmatisk studie av attityd till engelska svordomar och engelska svordomars förekomst i svenska. Lunds universitet. <https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=9041686&fileId=9041701> (Hämtad 5.3.2025.)
- Gibbs, Martin & Meese, James & Arnold, Michael & Carter, Marcus, 2015. #Funeral and Instagram: Death, social media, and platform vernacular. Information, Communication & Society. https://opus.lib.uts.edu.au/bitstream/10453/69284/1/Gibbs-Meese-Nansen-Arnold-Carter-full-text_libre.pdf (Hämtad 23.4.2025.)
- Gustavsson, Josefine, 2018: "Asså is this actually happening jag får ju stress": Om kodväxling på YouTube. Högskolan i Halmstad. <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hh:diva-37699> (Hämtad 26.10.2024).

Hansson, Sofia, 2017. Kodväxling och engelska konstruktioner i amerikansvenskan. Göteborgs universitet.

https://gupea.ub.gu.se/bitstream/handle/2077/55329/gupea_2077_55329_1.pdf?isAllowed=y&sequence=1&utm_source=m (Hämtad 6.3.2025.)

Institutet för språk och folkminnen (Isof), 2023: "Ett språk i förändring". I: Lär dig mer om svenska språket. <https://www.isof.se/svenska-spraket/lar-dig-mer-om-svenska-spraket/ett-sprak-i-forandring> (Hämtad 12.10.2024).

Institutet för språk och folkminnen (Isof), 2024: Ett språk i förändring. Isof.se.

<https://www.isof.se/svenska-spraket/lar-dig-mer-om-svenska-spraket/ett-sprak-i-forandring?> (Hämtad 4.1.2025.)

Johansson, Emma, 2022. "I know what you mean": Svenska ungdomars kodväxling från svenska till engelska i samtal. Uppsala universitet. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1718260/FULLTEXT01.pdf> (Hämtad 10.3.2025.)

Jonsson, Carla, 2005: Code-switching in Chicano Theater : Power, Identity and Style in Three Plays by Cherríe Moraga. Umeå Universitet.

<https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:umu:diva-498> (Hämtad 20.11.2024.)

Later, 2025. Vlogging. Later.com. https://later.com/social-media-glossary/vlog-vlogging-vlogger/?utm_source= (Hämtad 25.4.2025.)

Löwgren, Josefine, 2009. Kodväxling och multietniskt ungdomsspråk–form och funktion. Göteborgs universitet.

https://gupea.ub.gu.se/bitstream/handle/2077/20500/gupea_2077_20500_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y (Hämtad 10.3.2025.)

Lundgren, Sofia, 2023: Hur påverkar internet och sociala medier språket vi använder?

Kulturdelen. Kulturdelen.nu. https://kulturdelen.nu/hur-paverkar-internet-och-sociala-medier-spraket-vi-anvander/#Social_identitet_och_spraklig_anpassning (Hämtad 26.10.2024).

Mattfolk, Leila, 2012: Språkattityder och språklig identitet. Språkbruk. Språkbruk.fi.

https://sprakbruk.fi/-/sprakattityder-och-spraklig-identitet/?utm_source= (Hämtad 26.4.2025.)

Mickwitz, Åsa, 2010. Anpassning i språkkontakt: Morfologisk och ortografisk anpassning av engelska lånord i svenskan. Helsingfors universitet.

Nilep, Chad, 2006: 'Code switching' in sociocultural linguistics. I: *Colorado Research in Linguistics*. Vol. 19. Boulder: University of Colorado. S. 1–22.

- Norrby, Catrin, 2014. Samtalsanalys: så gör vi när vi pratar med varandra. Studentlitteratur AB.
- Norstedtsord.se, 2018. Engelska låneord. Norstedtsord.se.
https://norstedtsord.se/2018/05/07/engelska-laneord/?utm_source= (Hämtad 25.4.2025.)
- Posedi, Patrik, 2021: Lånord som resultat av språkkontakt–svenskan och minoritetsspråken. Doktorsavhandling, Universitetet i Zagreb. Humanistiska och samhällsvetenskapliga fakulteten. Institutionen för engelska språket och litteraturen.
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://zr.nsk.hr/islandora/object/ffzg:4803/datastream/PDF/download&ved=2ahUKEwjP9bSH2bCJAxW_IBAIHQQDB00QFnoECAwQAw&usg=AOvVaw3yggqCH1GC2UtJY5NQtoIE (Hämtad 26.10.2024).
- Sandström, Caroline & Mattfolk, Leila & Martola, Nina, 2014a: När språk möts. Språkbruk. Språkbruk.fi. <https://sprakbruk.fi/artiklar/nar-sprak-mots/> (Hämtad 25.4.2025.)
- Sandström, Caroline & Mattfolk, Leila & Martola, Nina, 2014b: Lånat och ärvt i sveskan. Språkbruk. Språkbruk.fi. <https://sprakbruk.fi/artiklar/lanat-och-arvt-i-svenskan/> (Hämtad 20.11.2024).
- Stålhammar, Mall, 2010: Engelskan inget hot mot svenskan. Forskning.se. Artikel från Göteborgs univeristet. <https://www.forskning.se/2010/09/24/engelskan-inget-hot-mot-svenskan/> (Hämtad 8.2.2025.)
- Svenska Akademien, 2024. SAOL. Svenska Akademiens ordböcker. Svenska.se.
<https://svenska.se> (Hämtad 8.2.2025.)
- Svenska institutet, 2022: Hur förändras svenskan. Si.se. <https://si.se/sa-arbetar-vi/svenskan-i-varlden/artiklar-om-sprak/hur-forandras-svenskan/> (Hämtad 8.2.2025.)
- Svensson, Caroline, 2019. Oh, my god. det här är det bästa jag sett, typ": En undersökning om kodväxling i podden" Har du sagt A får du säga B". Linnéuniversitetet.
https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2%3A1342933/FULLTEXT01.pdf?utm_source=m (Hämtad 6.3.2025.)
- Wenåker, Wilma & Wilkenson, Emma, 2023: Språkliga uttryck i en digital miljö - En jämförande tematisk analys av språkliga uttryck på Facebook och Tiktok. Högskolan väst. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2%3A1760443/FULLTEXT01.pdf?> (Hämtad 8.2.2025.)

Östberg, Urban, 2010: "Engelska lånord i svenskan". Språkinstitutet.

<https://sprakbruk.fi/litteratur/engelska-lanord-i-svenskan/> (Hämtad 12.10.2024).

Östberg, Urban, 2014. Engelska lånord i svenskan. Språkbruk. Språkbruk.fi.

<https://sprakbruk.fi/litteratur/engelska-lanord-i-svenskan/> (Hämtad 25.4.2025.)

Östman, Karolina, 2020: Språkval och språkanvändning bland ungdomar på svenska språköar. Åbo Akademi.

https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/180223/ostman_karolina.pdf?isAllowed=y&sequence=3&utm (Hämtad 8.2.2025.)

Lyhennelmä

Tutkimuksen taustaa

Englannin kielen vaikutus muihin kieliin on kasvanut globalisaation ja digitaalisen viestinnän myötä. Ruotsin kielessä tämä näkyy erityisesti nuorten ja median parissa, missä englannista lainatut sanat ja koodinvaihto ovat yleistyneet. Sosiaalinen media on yksi keskeisimmistä ympäristöistä, jossa englannin vaikutus on erityisen voimakasta, sillä käyttäjät altistuvat jatkuvasti kansainväliselle sisällölle.

YouTube on noussut yhdeksi tärkeimmistä viestintäalustoista, jossa yksilöt voivat jakaa ja kuluttaa sisältöä omalla äidinkielellään tai yhdistellen eri kieliä. Ruotsalaisessa YouTube-skenessä englannin käyttö on yleistä erityisesti vloggaajien keskuudessa, jotka haluavat tavoittaa laajemman yleisön tai mukauttaa viestintäänsä kansainvälisiin trendeihin. Tämän seurauksena monet vloggaajat hyödyntävät englannin kieltä strategisesti esimerkiksi ilmaisemaan tunteita, kuvailemaan tuotteita tai viestimään ammattimaisuutta ja modernia identiteettiä.

Aiemmat tutkimukset ovat tarkastelleet englannin kielen vaikutusta ruotsiin erityisesti lainasanojen ja koodinvaihdon näkökulmasta, mutta keskittyneet lähinnä puhekieleen tai kirjoitettuun mediaan, kuten sanomalehtiin ja blogeihin. Sen sijaan YouTube ja muut nopeatempoiset, audiovisuaaliset alustat ovat jääneet vähemmälle huomiolle. Koska YouTube-videot yhdistävät puhuttua ja kirjoitettua kieltä esimerkiksi tekstitysten, otsikoiden ja kommenttien kautta, ne tarjoavat rikkaan aineiston kielellisen vuorovaikutuksen analysointiin.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, miten Englanti vaikuttaa ruotsin kieleen ruotsalaisten vloggaajien keskuudessa. Erityisesti tarkastellaan koodinvaihdon yleisyyttä ja funktioita sekä englannin kielen roolia eri genreissä, kuten muodissa, elämäntyyliä ja perhe-elämässä. Lisäksi tutkimuksessa otetaan huomioon vloggaajien ikä, sukupuoli ja kohdeyleisö, sillä aiemmat tutkimukset viittaavat siihen, että nämä tekijät voivat vaikuttaa englannin käytön määrään ja tapoihin.

Tutkimus lisää ymmärrystä englannin ja ruotsin välisestä kielellisestä vuorovaikutuksesta digitaalisessa mediassa sekä osoittaa, miten sosiaalinen media toimii kielenmuutoksen

katalysaattorina. Lisäksi se antaa tietoa siitä, miten yksilöt ja yhteisöt käyttävät englannin kieltä osana identiteetin rakentamista ja viestinnällistä strategiaa.

Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää, kuinka englanti vaikuttaa ruotsin kieleen ruotsalaisissa YouTube-vlogeissa, erityisesti keskittyen koodinvaihtoon ja englannista lainattujen sanojen käyttöön. Tutkimuksessa analysoidaan, missä yhteyksissä ja mistä syistä ruotsalaiset vloggaajat sekoittavat ruotsia ja englantia sisällössään sekä millaisia kielellisiä ja sosiaalisia funktioita tämä sekoittaminen täyttää.

Tutkimus tarkastelee kielenkäyttöä vlogeissa eri genreissä, kuten muodissa, pelaamisessa ja elämäntyyliin, ja pyrkii tunnistamaan malleja ja suuntauksia siinä, miten englanti sulautuu ruotsin kieleen näissä digitaalisissa ympäristöissä.

Tutkimus pyrkii vastaamaan seuraaviin kysymyksiin:

1. Missä yhteyksissä ruotsalaiset YouTube-vloggaajat käyttävät englanninkielisiä sanoja ja ilmauksia videoissaan?
2. Mitä kielellisiä ja sosiaalisia funktioita koodinvaihto ruotsin ja englannin välillä täyttää näissä videoissa?
3. Vaihtelee englantia käyttävien vlogien genren, vloggaajien sukupuolen, iän tai kohdeyleisön mukaan?

Vastaamalla näihin kysymyksiin tutkimus pyrkii lisäämään ymmärrystä siitä, miten englanti vaikuttaa ruotsin kieleen digitaalisessa mediassa ja mikä rooli sosiaalisella medially on kielellisissä muutoksissa.

Aineisto ja tutkimusmenetelmät

Tutkimusaineisto koostuu ruotsalaisten YouTube-vaikuttajien videoista, jotka on valittu tyyliin, tilaajamäärään ja kielen perusteella. Analyysiin sisältyy 40 vlogia, jotka sijoittuvat lifestyle-, muoti- ja perhe-elämän aihepiireihin. YouTube on tutkimukselle keskeinen alusta, sillä se on yksi Ruotsin suosituimmista sosiaalisen median palveluista erityisesti nuorten aikuisten keskuudessa. Valitut videot on julkaistu vuosina 2023–2025, ja niiden pituus on 15–

25 minuuttia, mikä mahdollistaa kattavan analyysin. Kokonaisuudessaan aineiston kesto on noin 741 minuuttia.

Tutkimuksessa tarkastellaan koodinvaihtoa ja lainasanoja eri tunnetuilta YouTube-vaikuttajilta, kuten Bianca Ingrossolta, Alice Stenlöfiltä, Therese Lindgreniltä ja Linn Ahlborgilta. Lisäksi analysoidaan perhekeskeisiä kanavia, kuten Familjen Lundell ja Familjen Reinhold, sekä huumoriin keskittyviä vaikuttajia, kuten Vlad Reiser ja Emil Hansius. Tutkimukseen kuuluu noin 621 englannin lainasanaa tai koodinvaihtoa sisältävää ilmausta, lukuun ottamatta tuotemerkkejä ja erisnimiä.

Tutkimus on laadullinen ja keskittyy kielellisten ilmiöiden tulkintaan vlogisisällössä. Transkriptioita tehdessä merkitään kaikki englanninkieliset sanat ja fraasit sekä niiden ympärillä oleva konteksti. Näin voidaan analysoida, miten ja miksi koodinvaihtoa ja lainasanoja käytetään eri tilanteissa. Lisäksi tarkastellaan, esiintyykö englannin käyttöä erityisesti tietyissä puhetilanteissa, kuten mainonnassa, arkisissa keskusteluissa tai huumoripitoisissa sisällöissä. Diskurssianalyysin avulla selvitetään, mitä merkityksiä englannin käyttö saa vloggaajien identiteetin, tyylin ja yleisösuhteen kannalta.

Tutkimuksessa otetaan myös huomioon, miten vloggaajan ikä, genre ja kohderyhmä vaikuttavat englannin käyttöön. Nuorempien vloggaajien sisällössä englannin osuus voi olla suurempi, erityisesti silloin, kun he kohdentavat viestinsä samanikäisille diginatiiveille. Toisaalta perhe-elämää käsittelevissä vlogeissa kielenkäyttö saattaa olla arkipäiväisempää ja suomen- tai ruotsinkielisyys korostua enemmän. Genre vaikuttaa myös kielen käyttöön: esimerkiksi muoti- ja kauneusvlogeissa lainasanat ja englanninkieliset ilmaukset ovat yleisiä, koska alan terminologia on suurelta osin kansainvälistä. Vastaavasti huumori- ja viihdekanavilla englanninkielisiä ilmaisuja saatetaan käyttää tehostekeinona tai osana tiettyä puhetyyliä, jolla pyritään vetoamaan nuoreen yleisöön.

Tutkimus tarkastelee englannin käyttöä muun muassa moderniuden, globalisaation ja yhteisöllisyyden ilmentäjänä. Lisäksi analysoidaan, käytetäänkö englanninkielisiä ilmauksia esimerkiksi huumorin, tunteiden ilmaisun tai nuorekkuuden korostamiseen. Diskurssianalyysi tuo esiin kielenkäytön taustalla olevat asenteet ja strategiat, mikä auttaa ymmärtämään englannin roolia osana ruotsalaista digiviestintää.

Tulokset ja pohdinta

Tutkimuksen analyysi osoittaa, että englannin kielen käyttö on merkittävä osa ruotsalaisten YouTube-vloggaajien viestintää. Koodinvaihtoa ja englannista lainattuja sanoja esiintyy erityisesti muoti- ja lifestyle-sisällöissä, joissa kansainväliset trendit ja tuotemerkit vaikuttavat kielenkäyttöön. Englannin kielen käyttö ei tapahdu satunnaisesti, vaan sillä on selkeitä funktionaalisia ja strategisia tarkoituksia.

Vloggaajat käyttävät englantia monissa eri tilanteissa. Tuotekuvauksissa ja brändiviittauksissa englantia on yleistä, sillä monet muotiin ja kauneuteen liittyvät termit tulevat suoraan kansainvälisistä markkinoista. Tämä näkyy erityisesti silloin, kun vloggaajat esittelevät uusia tuotteita tai käyttävät tunnettuja muotitermejä. Englanti toimii myös tärkeänä välineenä tunteiden ilmaisemisessa, sillä koodinvaihtoa esiintyy erityisesti silloin, kun halutaan korostaa innostusta, yllättyneisyyttä tai ironiaa. Lisäksi englannin käyttö vlogien huumorissa ja puhekielen tehosteena antaa sisällölle rennomman ja spontaanin sävyn.

Englannin käyttö liittyy myös vloggaajien pyrkimykseen luoda globaalia identiteettiä ja yhteisöllisyyttä. Monilla vloggaajilla on kansainvälinen yleisö, minkä vuoksi englannin käyttäminen voi olla tietoinen strategia laajemman katsojakunnan tavoittamiseksi. Tämän lisäksi sukupuolella ja iällä on vaikutusta kielenkäyttöön. Tulokset osoittavat, että naiset käyttävät englantia useammin kuin miehet, erityisesti muoti- ja kauneusaiheissa vlogeissa. Nuoremmat vloggaajat puolestaan koodivaihtavat enemmän kuin vanhemmat, mikä viittaa siihen, että digitaalinen kieliympäristö vaikuttaa erityisesti nuorten aikuisten ja teini-ikäisten kielenkäyttöön.

Tulokset tukevat aiempia tutkimuksia, jotka osoittavat englannin olevan merkittävässä roolissa ruotsalaisten nuorten digitaalisessa viestinnässä. Sosiaalinen media on tehnyt englannista osan jokapäiväistä viestintää, ja YouTube toimii alustana, jossa englannin käyttö on paitsi luonnollista, myös odotettua.

Englannin kielen käyttö ruotsalaisissa vlogeissa voidaan nähdä osana laajempaa globalisaation ja mediakulttuurin kehitystä. Kansainvälisten brändien ja trendien vaikutus näkyy siinä, miten vloggaajat muokkaavat kieltään ja identiteettiään. Toisaalta koodinvaihdon laajuus riippuu myös vloggaajan persoonasta ja yleisöstä: jotkut käyttävät englantia strategisesti tiettyjen tyyllisten tai vuorovaikutuksellisten tavoitteiden saavuttamiseen, kun taas toiset rajoittavat sen käyttöä tiettyihin tilanteisiin.

Tutkimuksen perusteella voidaan myös pohtia, miten kielenkäyttö muuttuu tulevaisuudessa. Koska englannin käyttö YouTubessa on yleistynyt, se voi pitkällä aikavälillä vaikuttaa ruotsin kielen kehitykseen erityisesti nuorten puhekielessä. Samalla herää kysymys, missä määrin englannin laaja käyttö heikentää ruotsin kielen asemaa tietyissä konteksteissa, vai onko kyse vain luonnollisesta kielen kehityksestä, jossa uudet vaikutteet sulautuvat osaksi päivittäistä viestintää.