



YouTube - en teknisk rebell

Hur använder sig YouTubers av jump-cuts och digitala zoomar för att fånga – och hålla kvar – publikens intresse?

Elin Åsvik

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Mediekultur
Identifikationsnummer:	20277
Författare:	Elin Åsvik
Arbetets namn:	YouTube - en teknisk rebell
Handledare (Arcada):	John Grönvall
Uppdragsgivare:	
<p>Sammandrag:</p> <p>En YouTube-video är lätt att känna igen, även om den skulle tas ur sin kontext. Det är många element som bidrar till att stilen är så igenkännbar: användningen av bild, klipp, ljud, musik, grafik etc. I det här arbetet fokuserar jag på klippstilen i de typiska YouTube-videona, specifikt på hur de klassiska klippreglerna bryts. Jag har utfört en kvalitativ analys på minst fyra videon av tre olika YouTubers. I analysen har jag fokuserat på den tekniska delen av berättandet, och vilken effekt som uppnås när de klassiska klippreglerna bryts. På basen av min analys har jag formulerat intervjufrågor för att ta reda på hur skaparna själva upplever den tekniska aspekten av berättandet. Jag har sedan utfört en halvstrukturerad, kvalitativ intervju på 11 frågor, på de tre YouTube-kreatörerna. Genom intervjuerna med <i>Dave Cad</i>, <i>Vanja Engström</i> och <i>Gääbi Grön</i> kom jag fram till att de medvetet bryter mot de klassiska klippreglerna, i huvudsak för att öka tempo och tillföra komisk effekt. I arbetet refererar jag endast till en video per YouTuber för att göra det enkelt att följa. Målet med mitt arbete är att förstå hur YouTubers fångar – och håller kvar – publikens intresse genom att bryta mot de klassiska klippreglerna.</p>	
Nyckelord:	YouTube, klassiska klippregler, stilbrott, tekniskt berättande
Sidantal:	44
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	29.05 2020

INNEHÅLL

1. Problemformulering	5
1.1. Syfte.....	6
1.2. Avgränsning.....	6
2. Teori	6
2.1 Litteratur	10
2.2. Definitioner	10
2.2.1 <i>YouTuber</i>	10
2.2.2 <i>Klassiska klippregler</i>	10
2.2.3 <i>Jump-cuts</i>	11
2.3 Tre klipptekniker som bryter mot reglerna	11
2.3.1 <i>Jump-cut i tid</i>	11
2.3.2 <i>Jump-cut i bild</i>	12
2.3.3 <i>Digital zoom</i>	12
3. Metod & material	13
3.1. Val av metod.....	13
3.1.1 <i>Analys</i>	14
3.1.2 <i>Intervju</i>	15
3.2 Källmaterial.....	15
4. Empirisk undersökning	16
4.1 Genomförande	16
4.2 Intervjuerna	18
4.2.1 <i>Vanja Engström</i>	18
4.2.2 <i>Dave Cad</i>	23
2.2.3 <i>Gääbi Grön</i>	28
2.2.4 <i>Extra: Malena Holmström</i>	32
5. Analys	35
6. Sammanfattning	39
Källor / References	41
Böcker:	41
YouTube:	41
Övriga källor:	44

INLEDNING

Sättet på vilket YouTube-videor är gjorda bryter mot alla regler jag har lärt mig under mina fyra år av mediastudier. Om en YouTube-video tog sig upp på bioduken så skulle reaktionen vara ”Men, det här är ju YouTube!”. Videorna har en så pass egen stil när det kommer till bild, klipp, tempo, grafik, berättarstil etc. YouTube har alltså blivit en egen genre, en egen stil. Det är inte längre bara en plattform.

Ofta ger de ”tekniska felen” en komisk effekt, och jag har varit med om feedback som ”Snyggt, men det blir kanske för mycket TV och inte YouTube.?”. Då har personen ofta syftat på det spontana bildberättandet eller det hetsiga klippet. Det får liksom inte se för polerat ut. Men varför gör man tekniska fel på YouTube? Har det blivit en cool stil som man nu vill eftersträva? Eller är det för att många på YouTube inte kan bättre? Det kanske började så, eller? Hur tänker YouTubers när de filmar och editerar sina videor? Tänker de på ”felen”, och förstår de att det är ”fel”? Är det någonting de medvetet strävar efter eller blir det bara så? Hur medvetna är YouTubers egentligen om de val de gör i klippet?

De här tankarna var grunden för mitt examensarbete, och jag ville gärna höra vad YouTube-profilerna själva hade för tankar kring ämnet. En annan tanke som provocerade mig var att det inte alls är sagt att en utbildad medianom skulle kunna skapa hållbart innehåll för YouTube, eftersom den stilen går enligt helt egna regler. Ämnet kändes dessutom aktuellt. Även om YouTube inte är en nyhet så är det ändå världens största videoplattform och den växer fortfarande.

1. PROBLEMFORMULERING

Att vara YouTuber eller att göra innehåll för YouTube är ingenting man automatiskt kan även om man har gått en fyraårig utbildning i Film & TV eller jobbat 20 år i mediebranschen. Tänket och tempot är något helt eget som bara tillämpas YouTube. De klassiska reglerna gäller inte längre, snarare tvärtom; de bryts medvetet för komisk effekt. Mitt mål är att förstå hur YouTubers fångar – och håller kvar – publikens intresse genom att bryta mot de klassiska klipp-reglerna.

Min forskningsfråga lyder: ”Hur använder sig YouTubers av jump-cuts och digitala zoomar för att fånga – och hålla kvar – publikens intresse?”.

Det som gör den här forskningen aktuell är det inflytande som YouTube har idag. Eftersom allt fler ungdomar och barn väljer att söka sig till plattformar som YouTube blir också t.ex. public service tvungna att leta sig ditåt. Jag har själv jobbat på Yle, och sett den här förändringen. Radioprogram bortprioriteras och det görs större satsningar på YouTube-innehåll. Men de som vill få en publik på YouTube behöver lära sig att behärska den klippstil och det berättarsätt som råder där. De som vill nå ut till massorna måste lära sig språket. I mitt arbete finns också en intervju med Malena Holmström, som jobbar som innehållskapare på Yle X3M.

Jag vill påpeka att det är många faktorer som gör att vi intresserar oss för specifika YouTubers. Innehållet, nischen, eller främst kanske personen, gör att vi vill fortsätta följa just den YouTube-kanalen. Men det finns ett allmänt klippspråk på YouTube, som de flesta YouTubers har gemensamt - ett klippspråk där många klassiska klippregler bryts. Någon inverkan på berättandet måste detta ha, annars skulle man inte fortsätta med stilbrotten, och de skulle heller inte ha blivit till en egen stil: YouTube.

1.1. Syfte

I mitt arbete kommer jag bl.a. att använda mig av kvalitativ analys. Jag kommer att analysera videon från 18 olika YouTube-kanaler för att hitta de vanligaste stilbrotten. Sedan kommer jag att analysera fem videon av de tre YouTubers som jag kommer att intervjua. Dessa videor kommer jag att använda som grund till mina intervjufrågor. Dessutom kommer de fungera som konkreta exempel i mitt arbete. De kommer att fungera som referenser när vi diskuterar vilka klassiska regler som bryts och vad det ger för effekt för berättandet. Intervjun kommer att vara min huvudsakliga metod. Jag kommer att utföra en halvstrukturerad, kvalitativ intervju på de tre utvalda YouTube-kreatörerna. På så sätt hoppas jag kunna få en inblick i deras tankebanor när det gäller att skapa innehåll för YouTube. Mitt syfte är att med hjälp av analys av fem olika YouTube-videor, och en intervju med upphovsmakarna, visa hur YouTubers använder sig av en klippstil som bryter mot de klassiska klipp-reglerna för att fånga – och hålla kvar – publikens intresse.

1.2. Avgränsning

Eftersom YouTube är en enorm plattform finns det förstås oändliga variationer på innehåll och stil. Många YouTube-kanaler är väldigt nischade. Det finns kanaler för ”DIY” (do it yourself), livsstilsvloggare, sketcher, sport, sminkvloggare, matlagning, ”gaming”, rese-vloggare etc. men jag tänker fokusera på de som hör till de mer ”typiska” YouTuberna; de som följer de aktuella trenderna och samarbetar med andra på YouTube. Jag kommer att begränsa arbetet till tre YouTubers. Jag kommer att analysera fem videon per YouTuber, men i arbetet kommer jag endast referera till en video per kreatör för att hålla det simpelt. Jag har valt att i huvudsak fokusera på tre specifika brott mot de klassiska klippreglerna, nämligen digitala zoomar och två olika sorters jump-cuts. Det är de mest förekommande ”felen” och kan ge upphov till en massa olika effekter.

2. TEORI

The process of editing - the selection, timing and arrangement of given shots into a film continuity
- is the crucial creative act in the production of a film - V.I. Pudovkin

Editerings-processen, dvs. när man väljer tagningar, sätter dem i rätt ordning och slipar på tajmingen för att få en smidig kontinuitet, är den avgörande kreativa handlingen under produktionen av en film, påstår V.I. Pudovkin (1992) i citatet ovan.

I postproduktionen, alltså i klippet, tar man inte bara bort det dåliga materialet, det skulle vara filmeditering i sin absolut enklaste form (Stockman, s.196), utan man har makt att påverka hur berättelsen berättas. Det är inte många som idag skulle hålla med om att editeringen är den avgörande kreativa handlingen i processen av filmskapandet, vilket Pudovkin hävdar i citatet ovan, men visst är det en stor del av processen, där de involverade besitter stor makt att påverka slutresultatet.

I början av filmens tid hade bröderna Lumière en ganska enkel procedur. De ställde upp en kamera och filmade en händelse tills filmrullen tog slut. Några exempel är *A boat leaving harbor* (1895) och *A Baby at the Lunch Table* (1895). De klipptes inte i det materialet, utan enda som skiljde detta från stillfoto var att sakerna på bilden rörde sig. Först i slutet på 1890-talet började man klippa i materialet, eller snarare rada upp några klipp efter varandra. George Méliès skapade filmen *Cinderella* (1899), där varje scen är en enda bild, men genom att rada upp de tio scenerna efter varandra blev det en komplex berättelse till slut. Filmtekniken var rakt på, statisk, ungefär som om kameran satt i publiken på en teater. Så småningom, i och med filmen *The Life of an American Fireman* (1902) lärde man sig att material som filmats kan få en ny betydelse om det sätts ihop med annat material. Man kan alltså modifiera en händelse eller skapa en ny berättelse. (Reisz, 1958, s.16)

The development of film technique...has been primarily the development of editing - Ernest Lindgren

Det som har utvecklats mest, när det kommer till filmteknik, är utvecklingen inom editeringen. Man kunde tänka sig att vi människor skulle ha problem att ta till oss en ström av bilder, och att filmen därför skulle ha förblivit på stadiet som bröderna Lumière introducerade, men det är inte fallet. Vi tar oftast till oss collage av bilder som en sam-

manhängande händelse. Det vi verkar ha problem att acceptera är den typ av förskjutningar som varken är subtila eller totala: ett klipp från en helfigur till en aningen tätare bild på personerna, från vristerna uppåt. Den nya bilden är tillräckligt annorlunda för att vi ska reagera på den, men inte tillräckligt annorlunda för att tillföra ny information. (Murch, 1992, s.13)

Reisz förklarar att även om klipp-processen, från en bild till en annan, är jämförbar med de snabba förflyttningarna av uppmärksamhet som vi omedvetet gör en helt vanlig dag, betyder det inte att varje klipp automatiskt går obemärkt förbi. Hårda märkbara klipp drar till sig uppmärksamhet och drar tittaren ut ur berättelsen. De bryter illusionen av en kontinuerlig handling. Att skapa en kontinuitet och ett flöde i klippet har blivit en av de mest eftersträvansvärda klippstilarna för moderna filmskapare.

The main rule is pretty simple. If you see a "jump" in the cut and it jars you, you did it wrong.
- Steve Stockman

Det är ganska enkelt, om bilden hoppar så att det stör ögat så har man gjort något fel, säger Stockman (2011). *Seamless editing*, som det heter på engelska, motsvarande begrepp på svenska kunde vara *den osynliga berättartekniken*, är en stil där publiken inte är medveten om klippen (Stockman, 2011, s.200) Det viktigaste att komma ihåg när man eftersträvar "seamless editing" är att handlingar måste stämma överens med sig själv. En rörelse som påbörjades i förra bilden måste fortsätta i nästa bild. (Reisz & Millar, 1958, s.216) När det gäller komedi behöver man inte hålla upp samma nivå av trovärdighet. Det är viktigare att få publiken att skratta. Det kan innebära att man struntar i den osynliga berättartekniken, och klipper "hårt" för att uppnå en komisk effekt. Reisz & Millar skriver att om det innebär ett hårt klipp, en felaktig kontinuitet eller någon annan orealistisk snedvridning, så har man ändå vunnit. (s.102) Det finns flera olika sätt att klippa, men vad man än eftersträvar ska det finnas en poäng med att klippa från bild a till bild b. (Reisz & Millar s.220)

Fast, dramatic storytelling seems to be the key to box-office success and is therefore the aim of the majority directors - Karel Reisz

De flesta regissörer försöker uppnå en berättarstil med högt och dramatiskt tempo. När man talar om tempo måste man skilja mellan ett tekniskt tempo, som uppnås genom att visa bilderna snabbt, och tempo i berättelsen. En scen kan vara snabb men tråkig, eller långsam men spännande. (Reisz & Millar s.241) Det gäller att rytmisera klippet. Det lönar sig sällan att klippa ner bilderna till minimum längd, utan tricket är att variera längderna i klippet. Stockman påstår att om man tittar på välgjorda videon, stora filmer eller TV, så märker man, med några avsiktliga undantag, att inga bilder är längre än tio sekunder. (s.10) Han påstår att kortare bilder är effektivare, och att om kameran tittar för länge på något, eller inte tittar dit man vill så blir man uttråkad.

Cutting makes us pay attention. - Steve Stockman

Att klippa gör att publiken hålls alert, påpekar Stockman (2011).

Jag försökte hitta någon som behandlade digitala zoomar, som jag skriver om i mitt arbete, men Steve Stockman var ganska klar med sin åsikt. Han skrev "Don't. Ever. Use. It." (2011, s.11), och det var just pga att kvaliteten försämrades så märkbart.

Det finns många klippregler, men de ändras med tiden - i princip när helst en modig klippare eller regissör bryter mot reglerna och får brottet att fungera. I långa loppet finns det alltså inga regler, man kan skapa vilken klippstil man vill. Men att göra en röra med flit, eller att göra en röra för att man inte vet bättre, är två helt olika saker. Picasso började inte med kubism, han kunde faktiskt måla. (Stockman, 2011, s.200)

Learn the rules like a pro, so you can break them as an artist - Pablo Picasso

2.1 Litteratur

Som grund för min forskning om brott mot de klassiska klippreglerna har jag läst *How to Shoot Video That Doesn't Suck* (2011) av Steve Stockman, *In the Blink of an Eye: A Perspective on Film Editing* (1992) av Walter Murch och *The technique of film editing* (1958) av Karel Reisz & Gavin Millar.

2.2. Definitioner

I mitt arbete kommer jag att sammanfatta vissa fenomen i begrepp som t.ex. *klassiska klippregler* och *jump-cuts*.

2.2.1 YouTuber

En *YouTuber*, eller *YouTubare*, är en person som upprepat publicerar videomaterial på plattformen YouTube. Det kan också vara en person som huvudsakligen blivit känd via den plattformen.

2.2.2. Klassiska klippregler

Detta är inte ett allmänt godtaget begrepp, utan ett försök att klumpa ihop en grupp riktlinjer som finns gällande editering och klipp av film. Jag väljer att kalla det för *klassiska klippregler* eftersom de har formats sedan filmens begynnelse och används i de flesta film- och TV-produktioner. YouTube som är en jämförelsevis ny plattform är inte lika präglad av dem. Med klassiska klippregler menar jag bl.a. det som kan kallas den osynliga berättartekniken. Det innebär att man eftersträvar ett flyt i klippet. Man följer 180 graders-regeln (man hoppar inte linjen i en dialog), man klipper mellan bilder som varierar i bildstorlek och vinkel, tar motbilder som motsvarar varandra, klipper i rörelse, eftersträvar kontinuitet i färg och ljus, gör ett kameraarbete som håller kompositionen... Utöver den osynliga berättartekniken tänker jag att grundläggande tekniska regler ingår, så som en korrekt exponering, val av slutartid, bildhastighet och digitala justeringar som inte synligt påverkar upplösningen.

2.2.3 Jump-cuts

Jump-cut heter på svenska *hoppbild*, men jag har valt att använda det engelska ordet i mitt arbete, eftersom det är det som används i branschen, även på svenskspråkigt håll. En jump-cut innebär en effekt som uppstår när två allt för liknande bilder spelas upp efter varandra. Det kan innebära att bilderna är för lika i komposition och/eller bildstorlek, vilket gör att övergången från den ena bilden till den andra inte är tillräckligt tydlig utan bara leder till att det ser ut som att samma bild hoppar till. Det kan väcka en störande reaktion hos tittaren. Denna effekt kan användas medvetet, t.ex. för att ge en känsla av att tid passerar, men oftast är det fråga om ett misstag. Oftast strävar man efter ett flytande bildberättande där tittaren inte reagerar på övergångarna mellan bilder.

2.3 Tre klipptechniker som bryter mot reglerna

Under min forskning kommer vi att stöta på flera stilbrott än dessa tre, men de här tre är möjligtvis de vanligaste, och det är de jag aktivt kommer lyfta fram.

2.3.1 Jump-cut i tid

En jump-cut innebär att bildstorleken inte ändras, men det klipps bort lite material, allt från flera repliker till någon sekund av andningspaus. YouTubers använder sig ofta av en enda kamera. Många jobbar också själva. Detta gör att ”jump-cut i tid” ofta används och har blivit en allmänt accepterad teknik på YouTube. Låt säga att en person sitter vid ett bord och berättar någonting och en kamera filmar hen rakt framifrån. Då kan personen sedan klippa bort överflödiga ord, meningar som blev fel eller helt enkelt icke-relevant innehåll, men det klipps ju i samma bild. På så sätt hoppar bilden framåt i tiden eftersom ett ord eller några meningar klipps bort. Också i den professionella filmbranschen används jump-cuts, men i så fall för att understryka att tiden går. Tänk dig t.ex. en person som sitter i ett café och väntar på sitt sällskap. Då kan man visa att personen väntar länge genom att hålla samma bild, men personen sitter först i en ställning, kanske rakryggad och vid gott mod, men det klipper till att han tittar på klockan, kanske scollar telefonen, halv-ligger på bordet etc. Men jump-cuts används så gott som aldrig i en dialog eller monolog, vilket det gör på YouTube. Visst kan man behöva klippa bort

meningar också i t.ex. långfilmer, men då klipper man via en annan bild så att det inte märks att det som händer sen inte egentligen hände sen. Man syr helt enkelt ihop samtalet och får det att flyta på.

2.3.2 Jump-cut i bild

En jump-cut i bild innebär att man klipper in i samma bild, man gör en tätare bild av den ursprungliga bilden. Det här används på YouTube för att t.ex. understryka en reaktion eller göra en spännande berättelse mera spännande. Det kan också visa någonting som händer i bakgrunden, t.ex. om två personer sitter och pratar och en vas faller i bakgrunden så kan man klippa in en tätare bild på den. Oftast leder det här till att bilden blir av otroligt dålig kvalitet, men det har ändå blivit en accepterad klipptechnik på YouTube. Trots att man aldrig skulle göra så här i den professionella branschen är tanken helt rätt. Om någon berättar något personligt eller spännande kan det vara en bra idé att ta en ganska tät bild, det kan underlätta för tittaren att ta till sig det som sägs, men om man klipper in från en vidare bild, byter man i vanliga fall vinkel lite för att undvika effekten man får av jump-cut.

2.3.3 Digital zoom

Zoom är någonting som används frekvent, både av professionella och amatörer. Ofta tänker man inte på zoomen, utan det är en lugn och långsam bildförändring där man åker ut eller in, till en tätare eller vidare bild. I actionfilmer kanske den används mera dramatiskt, men det passar ändå till stilen, och man tänker inte ”Oj, där zoomade vi in ja!”. Än en gång har zoomen en annan roll på YouTube. Om det är en YouTuber som har en fotograf med sig kan det hända att fotografen zoomar in snabbt under filmningen. Sådana dramatiska zoomar är vanliga på plattformen. På YouTube ska det gärna hända mycket, och händer det något konstigt eller något går fel så ska man zooma in på det. De YouTubers som filmar själv blir tvungna att zooma digitalt, i efterhand, om de vill uppnå samma effekt. Detta leder också till att kvaliteten sjunker betydligt. Ofta ser man pixlarna i materialet. Som sagt kan man zooma under inspelningen, eller digitalt i postproduktionen, och det är främst det senare jag kommer fokusera på i detta arbete. Skill-

naden mellan en digital zoom och jump-cut i bild är att zoomen är en kontinuerlig storleksförändring medan en jump-cut är ett hopp.

3. METOD & MATERIAL

Forskningsmetod innebär det sätt på vilket man systematiskt samlar in den information man eftersträvar. I stora drag innefattar det att man identifierar ett problem, samlar data och testar en hypotes. Forskningsmetoderna kan grovt delas in i två kategorier: kvantitativa- och kvalitativa forskningsmetoder. Kvantitativa forskningsmetoder eftersträvar att bevisa eller förklara samband. Genom kvantitativa metoder studerar man sådant som går att avgränsa och mäta. Resultaten är därför ofta generaliserbara. De kvantitativa metoderna är strukturerad observation, strukturerad utfrågning (t.ex. telefonintervju) och kvantitativ innehållsanalys (t.ex. webbenkäter). Kvalitativa forskningsmetoderna försöker förstå det specifika. Helheten och sammanhanget spelar en roll i kvalitativ forskning. Metoderna är deltagande observation, informell intervju och kvalitativ innehållsanalys (Svensson, 2015). Jag kommer att använda mig av både kvalitativ analys och informell intervju. För att kunna genomföra en givande intervju har jag läst *Den kvalitativa forskningsintervjun* av Steinar Kvale & Svend Brinkmann.

Jag använder mig av två olika metoder i mitt arbete. Källmaterialet samlas upp genom en intervju som är baserad på min analys.

3.1. Val av metod

Jag har valt att göra en kvalitativ analys av videon från 18 olika YouTube-kanaler. Tre kanaler kommer jag analysera noggrannare, det vill säga att jag grundligt går igenom fem videon per kanal och skriver upp varenda förändring som sker tekniskt. Efter det kommer jag utföra en kvalitativ, och explorativ, intervju för att få empirisk kunskap om intervjupersonernas erfarenhet av att skapa innehåll för YouTube. Intervjun kommer vara baserad på det jag hittat i mina analyser. Resultatet kommer inte att generaliseras, utan det kommer att gälla just dessa personer, och det kommer ge en insikt i hur man

kan tänka och göra.

”En intervju är ett samtal som har en struktur och ett syfte.” (Kvale & Brinkmann, 2014. s.19)

Som forskningsmetod är intervjun mycket anpassningsbar. Genom den är det möjligt att få fram information som inte en enkät eller en telefonintervju kan leverera, eftersom det i en intervjusituation är otaliga faktorer som påverkar; kroppsspråk, tonfall, omgivning... Detta måste forskaren ta i beaktande och använda till sin fördel. Även om en intervju är ett samtal så är det inte mellan två likställda parter. Forskaren ska kontrollera situationen. Tanken är heller inte att forskaren ska föra fram sin åsikt, utan forskaren bestämmer ämne, ställer frågor, följer upp svaret genom att be intervjuobjektet specificera eller genom att be om ytterligare information, och slutligen beprövar forskaren styrkan i påståendet genom motfrågor. Fokuset är således hela tiden på intervjuobjektet. I en kvalitativ intervju vill man ta reda på varför intervjupersonen upplever och handlar som hon gör. Man är inte intresserad av allmänna åsikter. Intervjuaren visar öppenhet för nya oväntade fenomen, istället för att komma med färdiga kategorier. Detta passar utmärkt i min forskning eftersom jag inte överhuvudtaget känner till intervjuobjektens tekniska kunnande. Nu kommer jag ha möjlighet att formulera följdfrågor utifrån deras kompetensnivå.

3.1.1. Analys

Jag kommer genomföra en teknisk filmanalys på YouTube-videon från 18 olika kanaler, och fem videon per intervjuobjekt. Genom de videorna kommer jag visa på återkommande brott mot de klassiska klippreglerna. Jag analyserar bl.a. hurdana bildkompositioner de har, möjliga tekniska fel och på vilket sätt de använder sig av jump-cuts och digitala zoomar. Jag skriver upp exakt vad jag reagerat på i videon, och antecknar den exakta tiden. På så sätt är det lätt att gå tillbaka till senare. Jag använder mig också av analysen för att formulera frågor angående vissa återkommande fenomen i videorna. Dessutom kommer jag att använda dem som konkreta exempel under intervjun. Förutom videon av mina tre intervjupersoner, *Dave Cad*, *Vanja Engström* och *Gäabi Grön*,

har jag analyserat videon av YouTube-kreatörerna *Emil Hansius, Misslissibell, Joen, Elliott Malhotra, Amanda Konscanski, Moa Murderess, Lisa Anckarman, IJWTBC2, Hampus Hedström, Sandra Lindahl, Linda-Marie Nilsson, Gordon Dewoon, Mauri Hermundsson* och *Pernilla Böckerman*.

3.1.2 Intervju

Jag har 11 färdigt formulerade frågor, varav tre är direkt kopplade till en av kreatörens videon. De är baserade på analysen jag gjort tidigare, och därför kan någon enstaka, väldigt specifik fråga, skilja sig intervjupersonerna emellan. Jag ser videon tillsammans med skaparen, och sedan ställer jag de tre frågorna i tur och ordning. De flesta frågor kan innebära följdfrågor. De tre intervjuerna bandas in genom ljud- och bildupptagning, dessutom för jag enkla anteckningar under intervjutillfället. Sedan transkriberar jag de delar jag anser användbara. Min ursprungliga plan var att intervjua personerna fysiskt, men i och med det rådande världsläget p.g.a. Covid-19, var jag tvungen att utföra intervjuerna via samtalstjänsten Zoom.

3.2 Källmaterial

Min ursprungliga plan var mera omfattande. Jag skulle intervjua åtminstone fyra stycken YouTubers, och endast svenskspråkiga sådana för att göra det enkelt med transkriberingen och minimera risken att tappa detaljer i översättningen. Dock var det betydligt krångligare än förväntat att få tag på någon att intervjua. Jag skickade ut min första förfrågan redan i December 2019, och av alla närmare 30 YouTubers jag har mejlat har endast fem svarat, varav tre har gått med på intervjun. Jag har främst kontaktat Svenska YouTubers med tanke på språket, men fick utföra en av intervjuerna på engelska. Jag har valt personer med varierande innehåll på sin kanal. När det gäller prenumeranterna har jag inte satt någon gräns, men det är svårt att hitta de mellanstora YouTube-kreatörerna eftersom det är de stora som syns. Frågorna är skrivna så att fyra är mera allmänna för att få en inblick i vad YouTubern själv tycker att är viktigt, och de resterande sex är tekniska frågor, varav tre, som sagt, kräver exempel ur skaparens egna video.

4. EMPIRISK UNDERSÖKNING

Min undersökning fick en annan form än planerat p.g.a. två huvudsakliga faktorer. Den första orsaken var att det var betydligt svårare att få tag på YouTubers att intervjua än vad jag räknat med. Den andra orsaken var att jag inte kunde intervjua dem fysiskt p.g.a. reseförbuden i och med Covid-19. Jag har därför endast tre YouTubers, och intervjuerna fick ske via samtals tjänsten Zoom.

4.1 Genomförande

Planen var att intervjua fyra stycken intressanta, svenskspråkiga YouTubers. Jag kontaktade först dem som jag gärna skulle prata med, men i och med att jag insåg hur svårt det var att få tag på dem blev jag helt enkelt tvungen att hitta nya, och hitta sådana som jag inte kände till från tidigare. Det var svårt att hitta nya svenska YouTubers som inte tillhör Splay¹ eller är enorma. Det är ju alltid de stora YouTube-kanalerna som dyker upp vad än man söker på. I det här fallet handlade det mera om tillgänglighet än att välja och vraka. Jag skickade verkligen till alla jag kom på! De tre YouTube-kreatörerna som faktiskt gick med på att intervjuas var helt fantastiska, och det finns inget samband mellan dem som kunde förklara varför just de tackade ja. Förutom den icke vetenskapliga orsaken att alla tre hade någon koppling till Finland.

Mejlet jag skickade ut var personligt, men den information som de alla fick var att intervjun skulle ta max. 40 minuter, att den skulle ske via Zoom, att det gällde mitt examensarbete, att jag ville veta hur YouTubers tänker när de editerar sina videon, och kort om vem jag är och vad jag gjort. Tanken var att de inte skulle få frågorna i förväg, men en av intervjupersonerna fick dem på begäran, eller alla frågor utom de tre som var direkt kopplade till en video. Jag skulle ha föredragit att träffa personerna fysiskt, det skulle ha varit betydligt mera avslappnat och roligt. Nu krävdes det lite mera disciplin och allvar för att utföra intervjun via Zoom. Man kunde t.ex. inte tala på varandra och det var svårt att skämta på ett naturligt sätt. Tekniskt var det heller inte optimal eftersom

¹ Splay är ett svenskt YouTube-nätverk där många av kreatörerna som är med blir svåra att få tag på p.g.a. ökad byråkrati.

videon vi tittade på tillsammans inte kunde spela upp utan att hacka. Som tur var påverkade detta inte resultatet, de förstod precis vad jag var ute efter. Stämningen var p.g.a. tekniken stelare än jag hade velat, men de var alla trevliga och jag fick precis vad jag behövde.

Jag bandade in videosamtalet för att sedan kunna transkribera de svar jag tyckte var relevanta. Utskrifterna är ordagranna eftersom jag inte ville ta bort någon betydelsenys genom att korrigera det som sagts. Personligen föredrar jag också att läsa sådana intervjuer eftersom mycket av personligheten lyser igenom, och det ger en bättre känsla av intervjusituationen.

Intervjufrågorna såg i det stora hela ut som följande:

- När började du med YouTube?
- Vad är det som tilltalar dig med YouTube?
- Om du tittar på andras videon, hurudana tittar du på? Vad krävs för att du ska se hela videon?
- Hur ser din skapar-process ut för en typisk video, från början till slut?
- Vad gör du för medvetna beslut för att hålla din publiks intresse?
- Vad brukar du tänka på när du editerar?
- Varför klipper du så här och vad får det för effekt? ? (**visade exempel på Jump-cut i tid**)
- Hur tänkte du när du valde att klippa så här? (**visade exempel på Jump-cut i bild**)
- Varför valde du att sätta in en sån här effekt här? När gör du så? (**visade exempel på en digital zoom**)
- Vad anser du om de tekniska kraven på YouTube?
- Vad anser du att är orsaken till att du har en publik?

Sedan kunde följdfrågor uppstå.

Analysen på det material jag samlat in kan man säga att är personlig intuitiv. Jag hittade samband mellan det som intervjupersonerna sade sinsemellan, samt samband mellan det

de sade och det som jag skrivit om i teori-kapitlet. Oftast hade YouTube-kreatörerna mycket liknande uppfattningar om saker.

När det gäller verifiering har den gjorts via forskningslitteraturen. Analyserna har kontrollerats med teorin, och intervjuer har utförts enligt Kvaales (2014) teorier. Det som sagts i intervjuerna kan dock inte verifieras, utan jag har endast kunnat kontrollera att det som sagts stämmer överens med den information jag har hittat på nätet, och det jag fått reda på via intervjupersonernas videor.

4.2 Intervjuerna

Jag har intervjuat tre olika YouTubers från Finland och Sverige. *Vanja Engström*, som har bott i Finland i sin barndom men som numera bor i Sverige, blev känd bl.a. via svenska Idol 2018. Hennes kanal har 53 600 prenumeranter (hämtat 21.5.20). *Dave Cad* är ursprungligen från Storbritannien men bor i Finland. Han har hittat en nisch där fokuset ligger på språk och kulturskillnader, men han gör många olika sorters videor, från mukbangs (video där man filmar det man äter) till vloggar... Hans kanal har 145 000 prenumeranter (hämtat 21.5.20). *Gääbi Grön*, eller Gabriella Grönroos som hon egentligen heter, är en finlandssvensk som nyligen har flyttat till Sverige. Hon gör också mycket innehåll med språkskillnader i fokus. Hon har en kanal på 5 730 prenumeranter (hämtat 21.5.20).

4.2.1 Vanja Engström

Vanja Engström är en svensk YouTuber med rötter i Finland. Hon är 19 år, studerar sista året på gymnasiet, men annars jobbar hon med YouTube

När började du med YouTube?

”Kanske 2017. Jag kommer inte riktigt ihåg det här, för jag vet mest när jag började med YouTube som jobb, eftersom jag var med i Idol, och i och med det så drog min kanal igång. Men jag har hållit på med YouTube i kanske två år nu.”

Vad är det som tilltalar dig med YouTube?

”Att det är ett ganska fritt yrke. Det är ett av de mest fria yrken man kan ha på ett sätt. Jag är min egna chef, jag redigerar allt själv, jag bestämmer vad jag gör för videos och jag bestämmer hur ofta jag lägger upp, vilket också gör att jag bestämmer min inkomst på ett sätt. Jag bestämmer allt. Det är mycket ansvar, men samtidigt if I screw over someone it’s me only.”



Figur 1. Vanja Engström under Zoom-intervjun.

Om du tittar på andras videon, hurudana tittar du på? Vad krävs för att du ska se hela videon?

”Jag kollar inte på andra svenska YouTubers, jag tycker det är ganska tråkigt... Jag kollar bara på dom jag känner, och då kollar jag ju hela videon för att jag känner dom, men annars kollar jag mest på självhjälp-videos och psykologi-videos, och det som får mig att kolla vidare är att jag lär mig saker som jag inte visste innan - utforskar det utforskade egentligen.”

Hur ser din skapar-process ut för en typisk video, från början till slut?

”Ibland kollar jag bland amerikanska kanaler... Vi i Sverige försöker bli lite mera USA-anpassade, eller vårt YouTube community. För svenska YouTubers gick ner i början av förra året, det var inte så många som kollade på Svenska YouTubers... Antingen tar jag en video som jag sett av någon annan, eller ett koncept och gör om det lite, eller försöker göra liknande. Eller så försöker jag göra det personligt - något som jag tänkt på mycket och vill göra en video om. Till exempel gjorde jag en video som heter *Varför är jag singel*, och det har jag inte sett någon göra.”

Vad tänker du att är skillnaden mellan amerikanska och svenska koncept?

”I USA har man ganska högt tempo... I Sverige är det vanligt att man gör bloggar och visar hur man sminkar sig. Det är lite mera chill i Sverige, och folk vill ju ha dom här snabba kickarna, och i USA gör man lite mera spårade grejer... JLC har väldigt amerikansk koncept. Det är lite som Yes Theory där man säger ja till nåt och så gör dom galna grejer, extrema grejer som t.ex. äter stora mängder mat, så matkoma. Egentligen, den svenskaste YouTubern som det går bäst för är Uppdrag mat, för han är väldigt svennig av sig, han tar det lugnt, men det är mycket som händer. Så eloge till honom!”

Vad gör du för medvetna beslut för att hålla din publiks intresse?

”Jag försöker klippa bort repetitioner... Man tänker ofta att folk är dumma i huvet, men dom är verkligen inte det. För jag tänker så här Jamen det är 12-åringar som kollar på mig, men 12-åringar är smarta! Man behöver inte överförklara allting... Om jag är med en kompis så klipper jag mellan ansiktena, eller så gör jag in-zoomningar för att trycka på nånting som nån av oss säger för lite komisk effekt... Jag försöker göra videon som folk tycker är lite kul att kolla på, så det inte bara är jag som tycker det är roligt, men det är ju svårt att veta vad folk gillar, så ibland blir det ju flopp ändå.”

Varför tror du att vissa teman blir ”en flopp”?

”Alltså det handlar ju mycket om personen. Bianca Ingrosso kan göra en video *Vad jag har på mig en hel vecka*, och folk bryr sig för det är hennes koncept. Om jag gör det så vet folk att jag inte håller på med mode, och därför bryr de sig inte, för de vet att de inte kommer att få några bra tips. Jag tror det handlar om vem man är och om man som per-

son passar in på konceptet. För jag tror människor vill ha autentiskt och att det stämmer överens med den man är.”

Vad försöker du uppnå när du editerar?

”Att det ska bli ett ganska raskt tempo ändå. Om jag inte orkar kolla på det så kommer ingen annan att orka kolla på det heller, så att bara klippa bort det jag inte orkar kolla igenom”

Jump-cut i tid² och jump-cut i bild³-Varför klipper du så här? Vad får det för effekt?

”Det är komisk effekt enbart, tror jag. Och ifall att jag gör nåt roligt så kanske jag zoomar in, för dom kanske kollar på honom, och då vill jag att de ska se mig när jag gör det. Så det är bara för att dom ska se det som jag vill att dom ska se. Jag skapar den verklighet som jag vill att andra ska uppleva, för alla vet ju inte vad jag tänker liksom. Mest också för att folk ska orka kolla, och att det händer någonting.”

Digital zoom⁴?

”Jag gör det där ganska ofta att jag zoomar in när jag skrattar, för jag har ett ganska hårt skratt, och även om jag skrattade hade jag en väldigt död blick, och det hade kunnat se obehagligt ut om jag inte hade zoomat in, för nu var det som att jag drev med mig själv i redigeringen... Man kan lite skämta med sig själv och förlöjliga sig, för att det inte ska bli för seriöst eller konstigt. Dessutom blev skrattet högre mot slutet, och då gjorde zoomen att det blev en starkare effekt”

Använder du in-zoom i andra tillfällen också, eller bara när du skrattar?

² Jump-cut i tid < <https://www.youtube.com/watch?v=RKRJ0rs-32c&t=283s> > (1:35-2:02), 10.05.20

³ Jump-cut i bild < <https://www.youtube.com/watch?v=RKRJ0rs-32c&t=283s> > (0:42-0:52), 10.05.20

⁴ Digital zoom < <https://www.youtube.com/watch?v=RKRJ0rs-32c&t=283s> > (4:38-4:41), 10.05.20

”Jag använder in-zoomning, fast inte så extrem, bara för att det ska hända något rörelsemässigt. För komisk effekt och koncentration.”

Vad tycker du om de tekniska kraven på YouTube?

”Man väljer ju själv vad man ska göra. Therese Lindgren klipper ju inte alls lika mycket i sina videos... Hon klipper inte en massa hela tiden, men då är det hennes koncept. När det är komedi är det bra att göra lite in-zoomar och sånt, för att det ska bli mera effekt.”

Känner du själv press över att vara tvungen att ha ett högt tempo och sätta in en massa grejer, eller gör du bara vad du själv tycker att är kul?

”Det är en press jag sätter på mig själv, för jag har ju en bild av att folk vet hur mina videos är, dom som kollar på mig vet att jag klipper så, och om jag inte gör det i en video så kanske dom blir uttråkade. Eller till exempel att jag har lagt ut ett hetsigt klipp, och så kollar dom på den, och klickar vidare, och så har nästa klipp inte samma tempo, då pallar dom ju inte kolla på det, för det är sån skiftning.”

Känner du att du jämför dig med andra YouTubers också, eller tävlar du bara mot dig själv?

”Inte i redigeringen riktigt. *I Just Want To Be Cool* har t.ex. väldigt bra klippning, så det kan jag ju bli inspirerad av, men tävlar gör jag inte i klippning. För vissa klipper ju inget alls, och det går ändå bra för dom, så jag anser att konceptet och personligheten är det viktigaste”

Vad anser du att är orsaken till att du har en publik?

”Jag tycker ändå att jag är rätt kul på kamera, så folk får skratta. Och så får jag väldigt många fina, kärleksfulla DMs där folk berättar om sina problem, så jag tror att dom uppfattar mig som ganska öppensinnad och accepterande... Jag kanske är lite så här tokig tjej typ, och många YouTube tjejer är väldigt i ramen, såhär gullig, trevlig, härlig, så, men jag kanske är lite mera androgyn i mitt beteende, och det är kanske det som är lite spännande.”

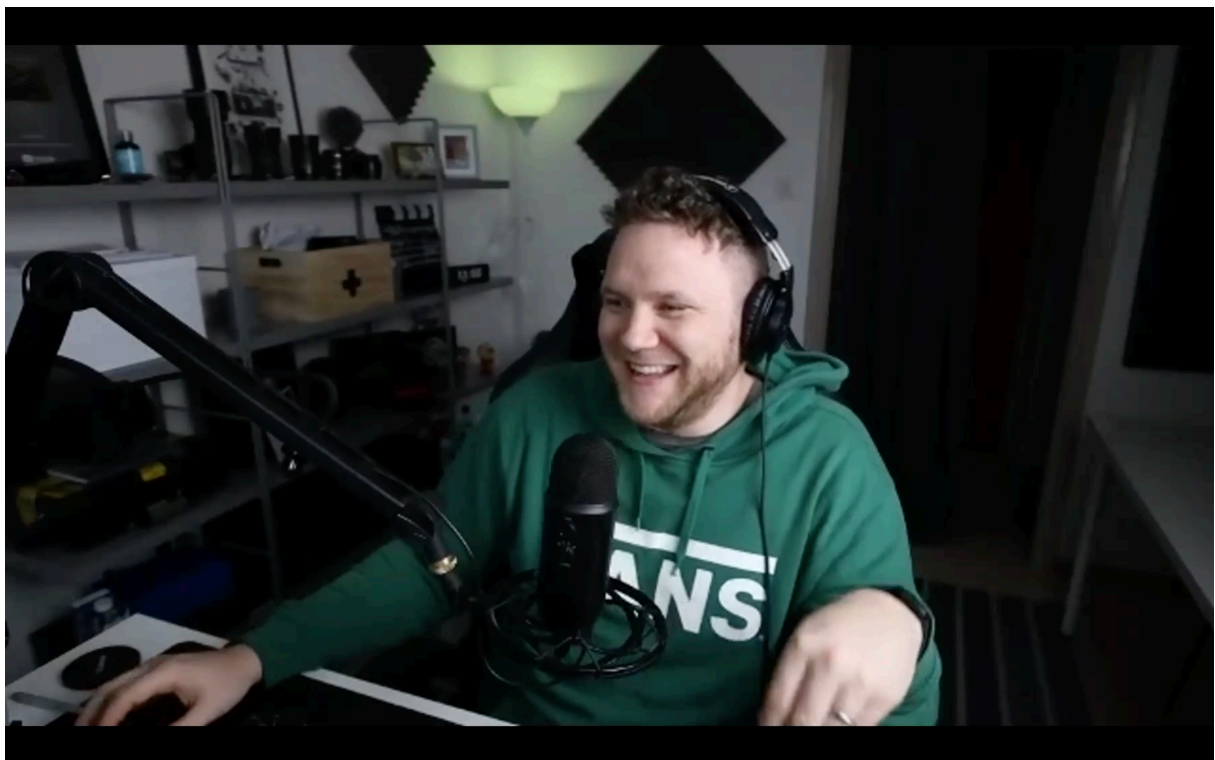
4.2.2 Dave Cad

When did you start with YouTube?

”I started in 2011, in May.”

What is it that you like about YouTube?

”Over the years it has changed. At the start, when I first started my channel it was just like an outlet, and I’ve hidden all of my original videos now, because they were so cringy, but originally it was just for me to be silly and have fun and just create something, because I originally created my channel because I was unemployed and I was really bored... And now, it’s still that, I still really enjoy the process, but it’s now also a way for me to make a living. And I get to make a living doing something I love doing, so that’s kind of how that has changed over these nine years.”



Figur 2. Dave Cad under Zoom-intervjun.

If you watch other videos on YouTube, what kind of videos do you watch? What makes you watch them till the end?

"I love vloggs... Just seeing other peoples lives generally... I like watching well produced content as well, that I guess has changed over the years, because before I used to just like watching this guy called Charlie is so cool like... He just used to sit infront of his camera and be dumb basically... Now I like watching a bit more curated content... I guess that sums it up: I like vloggs and I like when people have obviously spent time working on it. Because as a creator myself I know what goes into these videos, I know how long they take, how much goes into the edit, and the filming itself. So when I see a good piece of content, I really enjoy watching it.

Is there anything that would make you end the video in the middle?

"That's a good question, because I tend to only really watch videos, these days, of people that I know, or people that I know I really like their content. I'm not one these days to try and find new thing, I'm getting too old for that... I don't know really. I guess if I stumble across a video, and it's one of these TikTokers, who just start being stupid in their videos... These kind of like kids that think they're all that, and they go around flashing cash and stuff like that, I can't be bothered with that... No, it would have to take quite a lot for me to click out, cause when I'm on YouTube I'm also thinking of how I can adapt this into my content... I like to have a look and see if there is anything I can steal.

Could you describe your process when making a video, from beginning to end?

"Yeah, so I guess it's slightly different for each video. For example I'm filming kind of a gaming video so the setup is very different. There's capture cards and all these kind of cables... Microphones and stuff. But usually once I get going on that kind of stuff you press record on the camera, you press record on the computer and you just go. But then there's videos where I'm just sat down, like a tasting video for example... I do some research, but then you just sit down and go through the process... At the start when I was doing a video I would just hit record and I wouldn't care what I said, what I did, no one was gonna watch it back then. But now I think I've kind of refined my process infront of the camera so that there is less editing. I'm trying to do less jump-cuts, trying to speak more fluently and stuff like that. And then there's vloggs, in which you don't real-

ly know what is going to happen... So you kind of go with flow, and then you try to make sense of it in the edit. Trying to make some kind of story. So I guess during the process of a vlog you're trying to think "Okay, how can I make this interesting enough for someone to sit down and watch ten minutes of my day basically. So in a way you're trying to think "Okay, what can go wrong today?", "What can be interesting enough for a thumbnail or title?"... The editing process is of course different for each one. A vlog can take like eight hours... Whilst a sit down can take around one and a half, or two hours to edit."

Why do you try to create less jump-cuts?

"I think because in the start it was all about jump-cuts... I guess as I have gotten older I want the content to be more fluid, more relaxing. I don't want people to be so jarred when all of a sudden I appear in the back of the room. An because my audience is a bit older than the average viewer, mainly because of the content I make..."

What do you consciously do to keep the audience interested?

"I haven't really thought about it, but I guess subconsciously you try and spread the interesting parts of the video through out, so there's something along the way, like every couple of minutes there is something happening... For vloggs and stuff, generally the people that watch those are a little bit more interested in those videos. They don't necessarily always get the most views, on my channel at least... But those I tend to get a little more watch time on, just because folks that click on that are just that little bit more interested than the wide audience. But yeah, I guess I don't really think about it these days. Probably I should, cause watch time is everything on YouTube."

What do you aim for when editing?

"First of all I like to try to make at least a ten minute video. That has changed over the last nine years, cause at the start I was trying to make, I don't know, three minute videos, because, I don't know if peoples attention span has gotten longer, or if there's just different platforms now for shorter videos... So now YouTube has more established itself as a longer form platform... So length I'm conscious of, and also just some kind

of thread of story or interest to run through it. Just so there are these peaks of interest... Again, trying to keep people watching past the first few seconds, because as we can see on the right hand side, there are a lot of other videos people could be watching... I guess I'm my biggest critic because there's been so many videos now where I've filmed it and when it comes to editing I'm just like "Nah, this is trash."... Along the way there are certain standards that you want to meet, just for yourself, no one else could care less... But they're such a personal thing, even now after nine years, every video I want to be the best it can be... With that being said, I went to a seminar here in Helsinki where Peter McKinnon was actually speaking... He said something which really stuck with me, it was something like, with these YouTube videos, "Done is better than perfect" and he's so right. Especially if it's your job."

Jump-cut in time⁵ - Why do you edit like this? What's the effect of it?

"Okay, so I do jump-cuts mainly to squeeze the audio and the visuals kind of together, because again, it's about keeping peoples attention, so if there's a silence, unless it's of course a comedic silence if something awkward happens, you're trying to keep peoples attention so that they know something else is gonna happen within a few seconds... But I think in that clip there, there was some pauses as well, because I don't want people to think, when I'm trying to learn Finnish as a new language, I want to show the process of that... I guess in that scene, there's a bit of a mixture, leaving pauses where one could also make a choice of chopping out those small silences in the audio, or I can leave them in and show the process, which was what I wanted to do."

Jump-cut in frame⁶ - Why do you edit like this? What's the effect of it?

"It's for comedic value... It's for the audience like "Okay, I'm saying something funny now, you better laugh. Usually that comes with a cut of the music as well."

⁵ Jump-cut in time < <https://www.youtube.com/watch?v=PksCqKdttG4&t=310s> > (4:26-4:42), 15.05.20

⁶ Jump-cut in frame < <https://www.youtube.com/watch?v=PksCqKdttG4&t=310s> > (0:54-1:00), 15.05.20

Zoom⁷ - I guess it isn't digital, right?

"No."

I haven't seen you making digital zooms at all, is that right?

"Only as much as a small percent increase on the scale, again just like a comedic little pop. And usually the mechanical zoom on the lens is usually when I'm behind the camera, cause it's quite hard to do when it's facing you, although that is done on YouTube as well. *Casey Neistat* used to do that all the time... But it's kind of his thing, so I don't tend to do it... But these pop zooms are used quite a lot, especially with these guys that have someone filming them... But I guess using the mechanical zooms is like when I want to show you something, like "Oh, this pie looks awesome!" or something like that."

How do you experience the technical demands on YouTube?

"I think as my time on YouTube has gone on it has become more demanding, but only on myself. No one cares what camera I film with... When I started I didn't even have my own camera... But now it has become a little bit more a passion of mine and I really like high production value and to try to make it look and sound as good as possible... So I guess as my interest in the process has developed my desire for better audio and visuals has also developed... Although I haven't had any formal education on it you learn from watching other people, especially guys that are, so to say, professional photographers and videographers... But I think from the audience perspective it could be anything to be honest, but as someone who creates these things and spend time making the, you want them to look as good as possible."

What do you think is the reason that you have an audience?

"I guess mostly because I was fortunate enough to stumble into this title niche of mine, and also being the first to do it. The Finnish market is quite small as it is... I persevered

⁷ Zoom < <https://www.youtube.com/watch?v=PksCqKdttG4&t=310s> > (5:04-5:11), 15.05.20

with the content and tried to certify myself as this guy who, you know, has this little corner, the little niche within a niche I guess.”

2.2.3 Gääbi Grön

Gääbi Grön heter egentligen Gabriella Grönroos. Hon är en finlandssvensk YouTuber med en mysig kanal på 5 710 prenumeranter (hämtat 13.5.20). Hon har studerat Online Media på Arcada. Nu jobbar hon med media i Sverige, och på fritiden gör hon innehåll till sin egna YouTube-kanal.

När började du med YouTube?

”Den kanalen som jag har nu började jag med 2015, typ i februari. Men sen har jag hängt som tittare och oseriös kreatör sen kanske 2007... 80% eller 90% av mina tittare är Svenska.”



Figur 3. Gabriella Grönroos under Zoom-intervjun.

Vad är det som tilltalar dig med YouTube?

”YouTube är en väldigt populär site... Det är åtminstone världens största videoplattform. Där finns publik... Och så är det gratis, så det är najs! Och så har de så mycket att erbjuda. För det första har dom ett ljudbibliotek... Och så är det lätt att dela saker. YouTube skulle inte vara så stort som det är om man skulle måsta logga in för att titta. Nu kan man logga in, men man behöver inte. Det är öppet för alla liksom... Det är en lätt plattform att använda.

Om du tittar på andras videon, hurudana tittar du på? Vad krävs för att du ska se hela videon?

”Exempelvis *nigahiga*... Han var en av dom första som nådde 1million subscribers... Och han har väldigt smart humor, så det är kul. Han gör väldigt roliga videon. Dom är genomtänkta, men lite galna och lite knäppa, och han har mycket specialeffekter, och man undrar ”Åh, wow, hur har dom gjort det där? Åh, det är najs!”. Det som är en bidragande faktor till att jag tycker om olika personer är att dom har en najs personlighet, eller liksom, dom verkar trevliga, dom verkar som sådana jag gärna skulle hänga med annars... Jag är t.ex. inte så mycket för smink och mode, men jag följer en hel del sådana, för att dom verkar så schyssta och trevliga, och plus att dom ofta har ganska snyggt redigerade videon... Man kan få design-tips gällande grafiken. Sen följer jag en hel del humorkanaler, *Liza Koshy*... I början tyckte jag hon var jätte stressig för hon har så snabbt tempo, allting händer, och man bara ”Åh vad jobbigt!”, men sen när man bli van med det så är det jättebra!... Men jag skulle säga en kombination av najs redigering och intressant personlighet.”

Om du såg en slumpmässig video av en okänd YouTuber, vad skulle krävas för att du skulle se videon till slut?

”Man behöver nog komma till poängen ganska snabbt... Om det känns som att man slösar tid när man tittar på den, så går jag hellre och gör något annat. Och så är det ju så lätt! Det är bara att klicka bort sig. Å andra sidan, om den har jätte intressant personlighet fast den tar lång tid på sig att komma till poängen så kanske jag ändå stannar. Men jag skulle säga att det måste kännas som att den har en tydlig plan med vad den säger,

eller alltså, att det finns en anledning till att den håller kvar den biten av videon i videon, att den inte har klippt bort den.”

Hur ser din skapar-process ut för en typisk video, från början till slut?

”Det beror på hurdan video jag gör, men det börjar ju med att jag får en idé. Den kan komma på olika sätt. Det kan vara något nån säger, det kan vara något jag själv tänker på, eller någon på YouTube som ger mig inspiration att göra någonting... Sen börjar planeringen, för jag skriver manus på vad jag ska säga... För annars tar redigeringen mycket längre tid om jag pladdrar på och måste ta bort hälften...och jag kommer snabbare till poängen om jag har ett manus som jag följer... Då ser jag också till att videon inte blir för lång!... Oftast vill jag ha dom under sju minuter... Sen filmar jag, och håller mig mer eller mindre till manuset. Sen så redigerar jag. Och filmar och redigerar gör jag aldrig på samma dag, för jag tycker det är jobbigt... Jag har jättedålig dator så det tar jättelänge... Och så beror de på hur kreativ jag är med effekter och grejer... Sen fixar jag en thumbnail, en miniatyrbild och så laddar jag upp den och så var det klart.”

Vad gör du för medvetna beslut för att hålla din publiks intresse?

”De e ju förstås att klippa bort alla funderingar och alla pauser... För folk har inte så mycket tålamod på internet, och det blir mera underhållande också om det är högt tempo och fart... Jag försöker hålla den kort... I själva filmningen försöker jag ha lite mera energi... Klart man inte måste ha världens bästa kamera och världens bästa ljus och världens bästa ljud, men det är en fördel om man inte har en massa buller och så... Att försöka tänka att ”Okej, dom behöver se migoch dom behöver höra mig... Sen gällande thumbnailen, den är ju som framsidan av en bok. Den fångar upp folks intresse... Själva thumbnailen och titeln behöver vara intresseväckande eller trevlig eller rolig eller kons- tig... Jag försöker ha en väldigt lekfull ton i mina videor, för jag tänker att om folk mår bra av att se på mina videor, då vill dom säkert fortsätta att se.”

Vad försöker du uppnå med editeringen?

”Jag strävar efter en inte allt för lång, rätt så lekfull och trevlig video om någonting random... Jag brukar säga att det är svårt att vara rolig, men att vara lekfull är ändå någonting ditåt... Så jag försöker ha en lekfull ton genom att använda olika ljud effekter, eller olika specialeffekter, eller t.ex. om jag säger någonting lite awkward så kan musiken sluta för att boosta awkwardheten i den kommentaren, eller så kan jag zooma för att det ger en komisk effekt. Så att ha en lekfull redigering!”

Jump-cut i tid⁸ - Varför klipper du så och vad får det för effekt?

”Det är någonting jag sett andra göra, och därför har jag också börjat göra så. Jag tänkte aldrig på varför, när jag började, men det är ju helt enkelt för att ha ett snabbare tempo. Att ta bort onödigt stuff... Och just sådana här komiska effekter så åstadkommer man lätt genom kontraster. Så då kan man ha ett klipp där man är jätteglad, och så klipper man och så är man ledsen... Men mest för att hålla det kort.”

Jump-cut i bild⁹ - Varför klipper du så och vad får det för effekt?

”Ja, varför gör jag det? För att de är najs... Nämen det är säkert också någonting jag sett någon annan göra och så har jag tyckt att det är roligt... Man har ju bara en kamera, så det händer ju inte så mycket egentligen... Att lite skala in gör så att det känns som att man byter vinkel, det gör man ju inte, men det händer någonting mera. Det blir lite mera variation.”

Kan du analysera när du klipper tätare?

”I iallafall i dom senaste videon är det om någon lite rolig eller awkward kommentar kommer... Det är nästan som en parentes att ”det var nu inte det här jag skulle säga, men jag säger det i alla fall”... Så då kan man klippa tätare för att separera det från det jag egentligen säger. Eller sen för att förtydliga att nu kommer en lite roligare grej.

⁸ Jump-cut i tid < <https://www.youtube.com/watch?v=ByVXYK3tUu0&t=23s> > (0:00-0:08)
13.05.20

⁹ Jump-cut i bild < <https://www.youtube.com/watch?v=ByVXYK3tUu0&t=23s> > (0:08-0:13)
13.05.20

Digital zoom¹⁰ - Varför valde du att sätta in en sån här effekt här?

”Nå här var det ju nog för att skapa spänning... Som en visuell drum-roll... Jag hade en in-zoom också i min senaste video, men då var det av en annan orsak. Då var det för att jag inte träffat min fästman på jättelänge, så då zoomade det in... Då var det för att sjunka in i ledsamheten.

Vad anser du om de tekniska kraven på YouTube?

”Jag tycker ju att YouTube är YOUtube. Där får du göra vad du vill... Om man tar t.ex. tio år sedan, då filmade folk med sina webbkameror, och det var ingen hög nivå på det som dom skapade, gällande själva tekniska kvaliteten... Det viktigaste är inte vilken kamera du har filmat med... Det viktigaste tycker jag är innehållet, det vill säga vad du säger och hur du säger det, och redigeringen... Kort sagt tycker jag inte att det ska finnas några krav... Jag skulle kunna satsa mycket mera på mina videon, men jag har inte tid för det, och jag känner ingen press att jag måste. Min kanal är också ganska jordnära, den är ganska chill, den behöver inte vara så super-perfekt.

Vad anser du att är orsaken till att du har en publik?

”Den publiken som jag har, som är väldigt fin, tror jag att jag har av olika anledningar. Jag tror att en stor del av dom som följer mig är intresserade av min dialekt och av finlandssvenskhet... Som sagt försöker jag vara lekfull och glad, och om det sprider sig till tittaren så kanske den vill se nästa video... Så det kan vara en anledning. Jag vet att jag skulle ha en mycket större publik om jag skulle ladda upp regelbundet... Och så försöker jag ju satsa på redigeringen... Så det tror jag bidrar till att det löper så bra och att folk tycker att de kan se en till.”

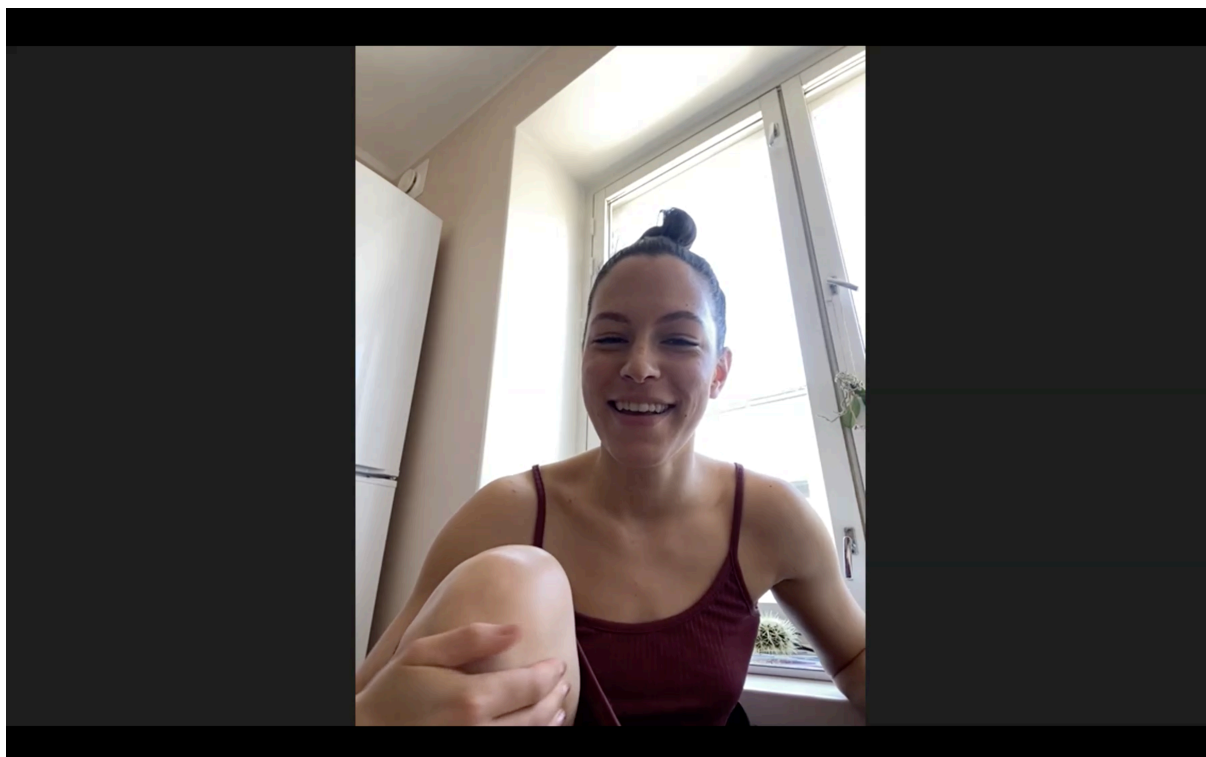
2.2.4 Extra: Malena Holmström

Malena har varit med när Yle X3M började med YouTube. Hon jobbade med det tekniska. Nu jobbar hon främst med Sex&Sånt-podcasten. Hon har studerat på Arcada för x-antal år sedan.

¹⁰ Digital zoom < <https://www.youtube.com/watch?v=ByVXYK3tUu0&t=23s> > (0:17-0:23)
13.05.20

Vad är det som tilltalar dig med YouTube?

”Jag tycker YouTube och person-brand e jätte spännande... Att man kan göra skit innehåll bara personen är intressant. Det är både störande och fascinerande... Ur ett professionellt perspektiv är det ju jävligt störande att man kan göra YouTube här och nu. Jag kan t.ex. smaka på den här avocado-plantan här, och det kan bli en grej, om folk gillar mig som person... Jag vet inte om det är bra eller dåligt, för det gör ju att vem som helst kan få ganska mycket makt... Algoritmerna är jävligt jobbiga, men det är intressant hur man kan jobba mot dom och med dom. Vilka innehåll lyfter och varför... Som branschfolk lönar det sig inte att lämna och peta på saker. Jumpcuts, högt tempo och en, ofta ganska rojsig och rak stil, är det som spelar roll i slutändan, inte att det är snyggt ljussatt... Att göra 70%, om 100% är det som man visuellt skulle vara nöjd med. Helt snyggt men att int bli å hinka.”



Figur 4. Malena Holmström under Zoom-intervjun.

Vad gör du för medvetna beslut för att hålla din publiks intresse?

”Funderar jättemycket på hurdana teman och vad som funkar... Rubriksätta enkelt och rakt på sak, så man vet vad videon innehåller... Listor funkar, för man vet från början vad man får... Ta fasta på saker som är aktuellt för målgruppen man försöker nå... Att det är kul samtidigt som det är informativt... Att försöka skapa diskussion.”

Vad försöker du uppnå med editeringen?

”Att dom ska se igenom. Att ja int ska tappa dom. Där på sidan finns alltid 10 andra videon som dom kan klicka sig vidare till, så varför ska dom just titta på den här. Att behålla ett tempo.”

Hur uppnår du tempo?

”Det kanske handlar mera om vad den här kanalen har för stil... Det handlar ju om feelis! Har du bra feelis för klippet så e de ofta bra. Och sen att inte bli ledsen om algoritmerna säger annat... Att ha en tanke bakom allt man gör och kunna stå för det.”

Jumpcut i tid¹¹. Varför klipper du så här? Vad får det för effekt?

”Man måste tänka bort från skolan och vad som är rätt, och på något konstigt plan tänka det som podd... Det som sägs är det viktiga, face är viktiga, reaktioner är viktiga, och man klipper bara med det viktigaste och tänker inte på att det ska bli snyggt, eller om den här bilden funkar med den här. Det spelar ingen roll!”

Jump-cut i bild¹²

”Det är ju roligt när det händer i bild. Vi vill se face och reaktioner. Det förstärker det som sägs... Allmänt en komisk effekt... det blir ju aldrig snyggt när man kör in på någons face.”

Digital zoom¹³

¹¹ Jump-cut i tid <<https://www.youtube.com/watch?v=MoBB5reoxtE>> (2:11-2:17), 10.05.20

¹² Jump-cut i bild <<https://www.youtube.com/watch?v=MoBB5reoxtE>> (0:37-0:41), 10.05.20

¹³ Digital zoom <<https://www.youtube.com/watch?v=MoBB5reoxtE>> (1:49-1:53), 10.05.20

”Kanske när någon säger nåt dumt, eller om det blir en tyst stund... Kanske just mera reaktioner. Om tittaren inte förstår att titta på någons reaktion efter att någon sagt någonting.”

Varför har Yle valt att göra YouTube?

”P.g.a. att vi måst finnas på de plattformar där målgruppen finns. Det tog länge. Allt måste ok:as. Det var inte en självklarhet. Allt måste ha en plan... Arenan finns och Arenan växer, men målgruppen kommer inte in på Arenan. Den är inte gjord för korta grejer.”

Yle är ganska tröga i svängarna, är det bra eller dåligt?

”Vi måste ändå ha en trovärdighet, vi kan int slänga ut vad som helst. Grejer som vi gör måste vara genomtänkta... En klar tanke och att vi använder skattepengarna på ett bra sätt och att vi har vettigt folk på don å int bara kakkar ut saker... Det är en kämpig diskussion på Yle med vilken plattform och varför.”

5. ANALYS

De tre YouTube-kreatörerna, samt Malena verkar vara överens om att det främst handlar om att underhålla på YouTube. Därför är de tekniska aspekterna inte det viktigaste. Dessutom kan brotten leda till ökad komisk effekt. Detta tankesätt är i linje med det som Reisz & Millar (1958) hävdar; att man inte behöver uppehålla samma nivå av trovärdighet när det gäller komedi, utan att man kanske tvärtom behöver klippa hårt för att uppnå komisk effekt (s.102). Alla som jag intervjuat har hållit på med YouTube ett tag. De verkar alla vara mer eller mindre medvetna om varför de klipper som de gör. De har en tanke bakom sina beslut. Dock påpekar Gääbi att hon i början bara gjorde vissa saker, speciellt olika jump-cuts, för att hon sett andra på YouTube göra det. Det som tilltalade mina intervjupersoner med YouTube var förstås att det finns en publik där, det är ju världens största videoplattform, men också att det som började som en hobby, ett sätt att få utlopp för idéer, också kan vara ett yrke, som det idag är för Vanja och Dave. Gääbi

understryker att det är *YOUtube*, och att man ska få göra det man själv vill och på det sätt man själv vill. Malena tycker att just det är både charmigt och otroligt störande. Att vem som helst kan göra vad som helst på YouTube och faktiskt lyckas, oberoende av tekniskt kunnande. Om det är en personlighet som publiken tycker är intressant så spelar innehållet eller utförandet ingen roll.

Det som får mina intervjupersoner att titta på andras videon är i första hand intressanta personligheter. Både Dave och Gääbi uppskattar välgjorda videon, eftersom de själva vet hur mycket tid som går åt att skapa YouTube-innehåll. Dessutom kan de bli inspirerade och ta lärdom av när andra har gjort något snyggt eller nytt. Vanja påpekar också att hon vill lära sig saker. Dock håller alla med om att utförandet inte är det viktigaste, men att det är ett plus. Jag tror att Gääbi sätter huvudet på spiken när hon säger att hon gillar att se på personer som hon känner att hon gärna skulle umgås med annars. Jag tror att plattformen och stilen gör att YouTube-kreatörerna verkar lättillgängliga och som en vän. Nu vet vi att de inte är så lätta att få tag på, men jag tror det är en illusion som är till deras fördel. Människor vill koppla med människor, och till skillnad från en TV-stjärna känns det som att man umgås med YouTubers då man ser på dem via sin dator/telefon och de sitter hemma hos sig och pratar om vad de känner för. Vanja får ofta meddelanden av okända människor, ofta barn och unga, som behöver hjälp med olika saker, eller bara behöver någon att prata med. Hon tror att det kan bero på att hon ofta uppfattas som öppensinnad och accepterande. Det kan vara en bra sak att kunna vara en förebild för sina prenumeranter, men precis som Malena säger är det också lite skrämmande att vem som helst kan få så mycket makt och inflytande. Det gäller att använda det vist.

Vanja informerar mig om att svenska YouTubers sjunkit i popularitet eftersom de flesta gör livsstilsvloggar och sminkvideon, medan man i t.ex. USA har högre tempo och gör mera galet innehåll. Hon säger att de som ser på YouTube ofta är ute efter snabba klickar, och jag tror hon har en poäng i det. När man ser på en video på YouTube finns det många videon på sidan om, som man genast kan klicka sig vidare till om den man ser på inte är tillräckligt intressant. På så sätt har man inte så många sekunder på sig att fånga tittarens intresse, och man måste ständigt jobba för att behålla det. Går man på bio t.ex.

så har man ju betalat för sin biljett och då sitter man kvar, men på YouTube har man ingen orsak att fortsätta titta om videon inte fyller de förväntningar man hade. Dessutom kan det vara svårt att ens få någon att klicka på sin video, men även när tittaren har klickat måste intresset hållas. Så hur gör de då?

En sak som alla nämnde att de gör för att behålla publikens intresse, efter att de då fångat intresset genom en intresseväckande visningsbild och en intressant men tydlig titel, är att de klipper bort alla pauser, alla repetitioner och alla funderingar. Gääbi säger att det är för att uppnå ett högre tempo och på så sätt vara mera underhållande. Vanja säger direkt att hon också klipper mellan ansikten, dvs. om det är flera personer i bild så klipper hon in tättare på ansiktena i tur och ordning, och att hon dessutom gör in-zoomningar för att trycka på något som sägs, och det var just det här jag ville komma till. När jag frågade vad de försöker uppnå i klippet började alla vara inne på samma spår.

Det ska vara ett raskt tempo. Målet är att tittaren ska se videon till slut. Alla påpekar att det finns många andra videon att välja mellan, så varför ska tittaren se just den här? Vanja säger att om hon själv inte orkar titta igenom så orkar ingen annan heller. Det är precis som Gääbi sa, att det måste finnas en orsak till att det som är med i videon är med, annars hade skaparen klippt bort det, och om det känns som att det är onödigt så upplever man att man slösar tid och då klickar man bort sig. När det kommer till videons längd är mina intervjupersoner aningen oense, främst p.g.a. en orsak som Dave och Gääbi tar upp, dvs. YouTubes algoritmer. Det är en viktig aspekt som jag valt att lämna bort tidigare, för att inte krångla till det. Det är bra för kanalens algoritmer om videon är ca.10 minuter lång, men det är inte bra för algoritmerna om tittarna inte ser videon till slut, så det finns ingen enkel lösning. Dave satsar som sagt på att göra långa videon, medan Gääbi vill hålla dem korta och effektiva, och på så sätt försäkra sig om att publiken hålls kvar till videons slut. Algoritmerna på YouTube är invecklade och kommer inte tas upp mer än så här i det här arbetet. Gääbi nämner att hon försöker uppnå en lekfull video genom att reagera på saker som sägs i klippet, t.ex. att zooma in då något konstigt sägs.

Jump-cuts i tid, varför används då det? Helt enkelt för att öka tempot. Det håller alla med om. Det är för att korta ner videon, ta bort allt onödigt, och att behålla publikens

intresse genom att ta bort tystnader. Med undantag då om pausen är där för komisk effekt, t.ex. om något pinsamt sagts eller gjorts. Malena ger ett bra tips, man kan tänka det som podd: Det som sägs är det viktiga och ansikten är viktiga. Man klipper bara med det viktigaste, det ska inte bli snyggt. En annan poäng som Gääbi lyfter fram är att man lätt uppnår komiska effekter genom kontraster, så om man då t.ex. klipper mellan en bild där man är jätte glad till en där man har en helt annan sinnesstämning och säger något annat, så kan det bli ganska roligt. Men mest används jump-cuts för att hålla videon kort och öka tempot. Dave har dock valt att försöker göra färre jump-cuts just för att han vill ha ett lugnare tempo. Han motiverar detta med att hans publik är lite äldre än medelåldern på YouTube-tittare.

Jump-cuts gör att det känns som att mycket tid passerar. Den här tekniken används också i film- och TV-branschen. Jag kom att tänka på att när man ser på YouTube så kanske det då känns som att man får allt det viktigaste på en ganska kort tid. Man vet inte vad som klippts bort. Det kan vara bara en paus, eller en halvtimmes snack. Oberoende ger det en känsla av att man får allt det viktigaste komprimerat. Man kanske inte vill att det ska kännas som ett flytande samtal, utan man vill bli underhållen, få allt det roliga på rad. Effektiv underhållning.

Jump-cuts i bild, när och varför används de? På den frågan fick jag ett enhetligt svar: komisk effekt. Det är för att understryka och förstärka någonting roligt som sägs. Vi vill se ansikten och reaktioner. Vanja förklarar att på så sätt kan hon bestämma vad i bilden publiken ska titta på och se till att de tittar på det som är roligt. Malena påpekar att det ju aldrig blir snyggt då man klipper tätare i bild, och att det i sig är roligt. Gääbi förklarar också en väldigt simpel grej: Man har ju bara en kamera, och det händer inte så mycket, så därför måste man klippa i bild. Det här är en väldigt praktiskt orsak till båda sorternas jump-cuts. Det är klart det måste klippas i samma material, eftersom man inte har någon annan vinkel att välja mellan. Allt är ju filmat på en och samma kamera, och att börja filma samma sak från flera håll är inte möjligt när det kommer till sådana här snabba och spontana produktioner. Jump-cuts i bild gör man helt enkelt för att det ska hända någonting i bild, och på så sätt behålla publikens intresse, och inte minst för komisk effekt.

Digital zoom, när och hur? Dave var den enda som inte använde sig så flitigt av digitala zoomar. Han zoomade manuellt ibland för att helt enkelt visa någonting tydligare. T.ex. i exempel-videon zoomade han in på en paj för att visa den. Detta kräver ju dock nästan att han är bakom kameran. De andra använde sig däremot regelbundet av digitala zoomar, och det var endast för komisk effekt. Vanja zoomar ofta in när hon skrattar för att liksom driva med sig själv. Hon tycker att hennes skratt är ganska hårt, och genom att zooma in på sig själv när hon skrattar, så uppmärksammar hon det och gör det till en rolig grej istället. I exemplet som jag visade Gääbi gjorde hon en digital zoom för att skapa spänning, en *visuell drum-roll* som hon kallade det. Förra gången hon gjorde en zoom var då hon sa att hon saknade sin fästman, och då var funktionen att sjunka in i ledsamheten. Malena säger att hon ofta gör in-zoomningar på reaktioner, alltså efter att något har sagts eller gjorts. Vanja påpekar att långsammare, mindre zoomar också kan användas för att det helt enkelt ska hända något rörelsemässigt.

Alla intervjupersoner är av den åsikten att det inte ska finnas några tekniska krav på YouTube, utan att man får göra vad man själv känner för. Dock har de ändå krav på sig själva att leverera en viss standards innehåll, och enligt vad de själva har sagt tittar de ju inte på vad som helst, så även om personligheten är det viktigaste gäller det att komma till poängen och ha något sorts tempo på i klippet.

6. SAMMANFATTNING

Sättet på vilket YouTube-videor är gjorda bryter mot alla regler jag har lärt mig under mina fyra år av mediastudier. Om en YouTube-video tog sig upp på bioduken så skulle reaktionen vara ”Men, det här är ju YouTube!”. De klassiska reglerna gäller inte längre, snarare tvärtom; de bryts medvetet för komisk effekt. Videorna har en så pass egen stil när det kommer till bild, klipp, tempo, grafik, berättarstil etc. YouTube har alltså blivit en egen genre, en egen stil. Det är inte längre bara en plattform. Mitt mål var att förstå hur YouTubers fångar – och håller kvar – publikens intresse genom att bryta mot de klassiska klipp-reglerna, specifikt genom jump-cuts och digitala zoomar.

Efter att ha analyserat närmare 30 YouTube-videon, och analyserat tre av kreatörernas innehåll noggrant har jag fått en uppfattning om vad skaparna tänker när de klipper sina videon, och vilka medvetna beslut de tar under processen. YouTube-kreatörerna gör medvetna beslut för att öka tempot och skapa variation i bilderna, för att på så sätt bibehålla publikens intresse. Jump-cuts gör det möjligt att korta ner videon, öka tempot, tillföra variation i bild, understryka det roliga och på så sätt tillföra komisk effekt. Digitala zoomar används också för att trycka på något avvikande eller roligt i videon. De används ofta på personers reaktioner. Eftersom YouTubers ofta använder sig av endast en kamera när de filmar är detta också en praktisk lösning.

När det kommer till komedi och lättsam underhållning är det mycket viktigare att lyckas roa sin publik än att följa regler. Ibland är det t.o.m. just stilbrott som behövs för att uppnå den komiska effekten. YouTube är lite som podd: det som sägs är viktigt, ansikten är viktiga, och bara det viktigaste blir kvar. Resten klipps bort. En intressant personlighet är det mest avgörande för att få en publik på YouTube, men sedan finns det vissa tekniska egenskaper och stillbrott som de flesta kreatörer har gemensamt. Dessa bidrar också märkbart till att bibehålla publikens intresse. Publikens intresse hålls kvar genom ett högt tempo, komiska effekter och variation i bild. Detta uppnås via jump-cuts och zoomar. Detta har YouTube-kreatörerna förstått.

KÄLLOR / REFERENCES

Böcker:

Kvale, S. & Brinkmann, S., 2014. *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur.

Murch, W., 1992. *In the Blink of an Eye: A Perspective on Film Editing*

Pudovkin, V.I., 1929. *Film technique*

Reisz, K. & Millar, G., 1958. *The technique of film editing*

Stockman S., 2011. *How to Shoot Video That Doesn't Suck*

YouTube:

Anckarman Lisa, *STYLAR CARL DEMAN & SANNA JÖRNVIK* <https://www.youtube.com/watch?v=Hr7es664tL8> Hämtad: 25.5.20

Benediktusson Joen, *Har något att berätta...* <https://www.youtube.com/watch?v=0d2C5NX-wpI&t=100s> Hämtad: 25.5.20

Böckerman Pernilla, *Q & A + muuta | kisalook, 40 serkkua, itsekuri* <https://www.youtube.com/watch?v=h4yAReYmK0w> Hämtad: 25.5.20

Cad Dave, *REACTING TO WEIRD FINNISH SAYINGS AND IDIOMS | Part 4* <https://www.youtube.com/watch?v=gbqBaBGCSfE> Hämtad: 15.5.20

Cad Dave, *TRYING NEW FINNISH CANDY | Summer 2020 | Taste Test Tuesday* <https://www.youtube.com/watch?v=1HxWEtDBzi8> Hämtad: 15.5.20

Cad Dave, *HAS LIVING IN FINLAND CHANGED ME? | 2 years later...* <https://www.youtube.com/watch?v=Vf5AjQ2Afqg> Hämtad: 15.5.20

Cad Dave, *SPEAKING ONLY FINNISH ALL DAY | Race To The Finnish | Ep. 9* <https://www.youtube.com/watch?v=PksCqKdttG4> Hämtad: 15.5.20

Cad Dave, *TRYING FINNISH MAKKARA | Part 2 | Taste Test Tuesday* <https://www.youtube.com/watch?v=uODW9E5XEJE> Hämtad 25.5.20

Dewoon Oscar, *SÄGER JA TILL MORMOR I 24 H* <https://www.youtube.com/watch?v=cbi9CJOK6Cw> Hämtad:25.5.20

Engström Vanja, *ERA HEMLIGHETER ÄR HELT JÄVLA GALNA!* https://www.youtube.com/watch?v=CPja_xurKAK Hämtad: 10.5.20

Engström Vanja, *varför jag ALLTID varit singel* https://www.youtube.com/watch?v=O72_4cDGBf8 Hämtad: 10.5.20

Engström Vanja, *SJUNGER FÖR FRÄMLINGAR PÅ VIDEOCHAT* <https://www.youtube.com/watch?v=RKRJ0rs-32c&t=627s> Hämtad: 10.5.20

Engström Vanja, *BUSRINGNINGEN SOM GICK SNETT...* <https://www.youtube.com/watch?v=wuWIDkdoEUg> Hämtad: 10.5.20

Engström Vanja, *ÄTER ENDAST *BARNMAT* I 24 H* https://www.youtube.com/watch?v=Uei_XG3yipI Hämtad 25.5.20

Grönroos Gabriella, *Totalt förvirrad finlandssvensk i svensk klädbutik* <https://www.youtube.com/watch?v=5SZDeBfReWI> Hämtad: 10.5.20

Grönroos Gabriella, *Svårhörda finlandismer (med sverigesvensk bonusrunda) | WHISPER CHALLENGE #3,* <https://www.youtube.com/watch?v=TKHO1EA42U> Hämtad: 10.5.20

Grönroos Gabriella, *Kolla in programmet jag är med i!* <https://www.youtube.com/watch?v=ByVXYK3tUu0> Hämtad: 10.5.20

Grönroos Gabriella, *Finlandssvenskar testar svenskt godis* <https://www.youtube.com/watch?v=QPtHQSmZsWA> Hämtad: 10.5.20

Grönroos Gabriella, *Jag läser era kommentarer* https://www.youtube.com/watch?v=U_Pd4H1eD44 Hämtad 25.5.20

Hansius Emil, *KÄRLEK VID FÖRSTA PUSSEN | SÅ SJUKT PINSAMT!* <https://www.youtube.com/watch?v=2tSUVWC5q-A> Hämtad 25.5.20

Hedström Hampus, *Sveriges sämsta MÄSTERKOCK* <https://www.youtube.com/watch?v=o5IERv0IXTs> Hämtad: 25.5.20

Hermundsson Mauri, *Lever en dag som Sveriges snålaste person* <https://www.youtube.com/watch?v=VJJoXfrVXJQ&t=124s> Hämtad: 25.5.20

IJustWantToBeCool, *Vi gör egna Choklad-smaker!* <https://www.youtube.com/watch?v=DyZbdPms2jE> Hämtad: 25.5.20

Jonsson Lisa, *VISAR VAD JAG FÅTT I JULKLAPP 2019* <https://www.youtube.com/watch?v=Vby2g-b7VI4> Hämtad: 25.5.20

Konscanski Amanda, *KOPIERAR MIN KOMPIS INSTAGRAM I EN VECKA* <https://www.youtube.com/watch?v=k6JLAvlJXnY> Hämtad: 25.5.20

Lindahl Sandra, *ROADTRIP TILL UPPSALA!* <https://www.youtube.com/watch?v=UGXgg0DanG4> Hämtad: 25.5.20

Malhotra Eliott, *Jag KÖPER videohälsningar AV KÄNDISAR ännu en gång* <https://www.youtube.com/watch?v=s9HUWq8roac> Hämtad: 25.5.20

Nilsson Linda-Marie, *EMIL GISSAR SKÅNSKA ORD (OCH JAG SKRATTAR SÅ MYCKET)* <https://www.youtube.com/watch?v=g-K6AEgiGiU> Hämtad: 25.5.20

Thun Moa, *HAHA OMG! REAGERAR PÅ TIKTOK MED ALEXANDRA* <https://www.youtube.com/watch?v=sjJV31wXXHw> Hämtad: 25.5.20

Yle X3M, *God förmiddag, internet! - Mikael & Krippe, TEEMU PUKKI BABY!* <https://www.youtube.com/watch?v=MoBB5reoxTE> Hämtad: 10.5.20

Övriga källor:

Lumière, L. A boat leaving harbor. Tillgänglig: <https://www.imdb.com/title/tt0000016/>

Hämtad: 25.5.2020

Lumière, L. Baby's lunch. Tillgänglig: <https://www.imdb.com/title/tt0000029/> Hämtad:

25.5.2020

Méliès, G. Cinderella. Tillgänglig: <https://www.imdb.com/title/tt0000230/> Hämtad:

25.5.2020

Picasso Pablo (citat av). Tillgänglig: <https://medium.com/@tommccallum/learn-the-rules-like-a-pro-so-you-can-break-them-like-an-artist-655574a8ded9>

Hämtad: 19.4.2020

Svensson, P., Kvalitativ och kvantitativ undersökningsmetodik, 2015. Tillgänglig:

<https://student.portal.chalmers.se/sv/chalmersstudier/programinformation/maskinteknik/kandidatarbete/Documents/20150225%20Vetenskapsmetodik%20förel%20%20PS.pdf>

Hämtad: 24.2.2020