
Ina Poteko

Socialnozvrstna analiza govora slovenskih govorcev na YouTubeu

objavljeno v:

Hotimir Tivadar (ur.): *Slovenski javni govor in jezikovno-kulturna (samo)zavest.*

Obdobja 38. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete, 2019.

<https://centerslo.si/simpozij-obdobja/zborniki/obdobja-38/>

© Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta, 2019.

SOCIALNOZVRSTNA ANALIZA GOVORA SLOVENSКИH GOVORCEV NA YOUTUBU

Ina Poteko

Polzela

inapoteko@gmail.com

DOI:10.4312/Obdobja.38.237-246

Prispevek obravnava govor petih najpopularnejših slovenskih youtuberjev po številu naročnikov. Podatki o govorcih so bili zbrani z metodo anketiranja, s pravorečnimi analizami pa so bile določene socialne zvrsti jezika, ki jih govorijo. Pri tem so upoštevani tudi poseben javni govorni položaj, ki ga omogoča YouTube, predpriprava in zasebnost vsebine videoposnetkov.

YouTube, pravorečna analiza, socialne zvrsti, zasebno, javno

The article offers an analysis of the five most popular Slovene YouTubers, based on the number of their subscribers. The speakers' characteristics were collected by means of a survey. Language analysis was used to determine the variety of language spoken in YouTube videos. YouTube's special public speaking position, the preparation and privacy of the content were also taken into account.

YouTube, language analysis, variety of language, private, public

1 Predstavitev družbenega omrežja YouTube

YouTube je družbeno omrežje, na katerem lahko uporabniki objavijo svoje videoposnetke in spremljajo objave drugih (Trottier, Fuchs 2015: 4), poleg ogledov so torej tudi sami povabljeni k aktivnemu sodelovanju pri kreiranju in kroženju novih vsebin, to pa omogoča, da je stran odraz želja gledalcev (Burgess, Green 2009: 10, 103). Na splet je bil YouTube postavljen junija 2005, ustvarjen pa je bil z namenom biti demokratičen, torej omogočiti uporabnikom svetovnega spleta, da delijo svoje posnetke s komer koli. Uspeh strani med drugim lahko pripišemo temu, da omogoča preprosto nalaganje, objavo in ogled videoposnetkov brez posebnega tehnološkega znanja (Burgess, Green 2009: 1–2). Vsak mesec ga obiše več kot 1,9 milijarde prijavljenih uporabnikov, ki si dnevno ogledajo več kot milijardo ur videoposnetkov, od tega več kot 70 % na mobilnih napravah (*YouTube za medije*). Stran, ki je bila ustvarjena, da bi ljudje svoje videoposnetke lažje delili predvsem s prijatelji in znanci (Burgess, Green 2009: 3), ima danes jasno definirano poslanstvo,¹ omogoča deljenje osebnih izkušenj, »daje glas« komur koli s kamero in internetom, združuje ljudi, omogoča širjenje znanja itn. Ustvarja se nova kultura, kultura posameznikov, tisti, po

1 »Naše poslanstvo je vsem zagotoviti glas in jim pokazati svet. Naše vrednote temeljijo na štirih ključnih svoboščinah, ki nas definirajo: svoboda izražanja, obveščanja, priložnosti in pripadnosti.« (*YouTube*)

katerih se mladi zgledujejo, pa niso več le filmske zvezde in televizijske osebnosti, temveč tudi osebe, ki svoje življenje predstavljajo na spletu (Alloca 2018: xi–xiii).

2 Sprememba pojmovanja zasebnega in javnega danes

YouTube je platforma za deljenje videoposnetkov z namenom dobiti čim več ogledov in doseči čim več ljudi, saj to prinaša zaslužek. V nasprotju z javnostjo te platforme pa so posnetki, ki so pogosto zasebne narave; v predstavitvenem videu YouTuba je povedano: »To je najiskrenejši, najčistejši in najbolj neobdelan portret nas kot ljudi.«² Čeprav je torej youtuberje smiselno opredeliti kot javne govorce, ti z gledalci pogosto delijo trenutke iz zasebnega življenja, avtentično in intimno vsebino. Posledično se med njimi in gledalci vsaj na videz vzpostavi prijateljski odnos, podoben tistemu iz resničnega življenja, še posebej, ko ustvarjalec redno bere in odgovarja na komentarje, organizira dogodke, na katerih se spozna z gledalci itn. (Alloca 2018: 291).

Vse to neizogibno vpliva tudi na jezikovne izbire. Slovenski knjižni jezik se načeloma piše in govori na podlagi pisne predloge, v zasebnih, nepripravljenih in spontanah govornih situacijah pa se uporablja neknjižne zvrsti (Toporišič 2000: 15–21). Podobno je v preteklih stoletjih veljalo za angleščino, saj je bil do druge polovice 20. stoletja pisni jezik tisti, ki je standardiziral angleški jezik, nestandardna angleščina pa se je le govorila. V zadnjih nekaj desetletjih se je stanje začelo spreminjati, saj se je pogovorna angleščina začela zapisovati, to pa je povzročilo, da je angleščina danes tudi v pisanju mnogo bolj sproščena (Baron 2011: xii–xiv).

Za vsebino na YouTubu ne moremo trditi, da ni vnaprej premišljena in določena; z obdelavo posnetkov ustvarjalci dobro premislijo, katere dele bodo vključili v končni izdelek, a še vedno pogosto prikažejo spontano, sproščeno in zasebno dogajanje.³ Vdor zasebnosti v javni prostor pomeni tudi sproščeno javno sporočanje, ki se ne razlikuje dosti od zasebnega jezikovnega koda (Tivadar 2018: 165). Kalin Golob (2004: 55–56) piše o neknjižnosti v razvedrilnih vsebinah v medijih celo kot o novem žanru, katerega značilnost je odklon od pričakovane knjižne govorice, pri tem pa ne gre za delno rabo neknjižnega jezika, temveč za izbiro govorca, da zaradi želje po sproščenosti in ustvarjanju stika s poslušalci uporablja neknjižni jezik. Na to vplivata ciljna publika in govorni položaj; če ta izhaja iz zasebne sfere, se pogovor uresničuje v neknjižni različici, da se to dogaja v javnih okoliščinah, pa je nepomembno (prav tam).

3 Analiza govora slovenskih youtuberjev

Namen pravorečne analize v tem prispevku je določiti socialne zvrsti govora youtuberjev. Pri tem sem se naslonila na Toporišičevo delitev socialnih zvrsti v *Slovenski slovnici*, pri leksiki pa sem upoštevala tudi kvalifikatorje iz *Slovarja slovenskega knjižnega jezika* in *Slovenskega pravopisa*.

2 »This is the rawest, purest, most unfiltered portrait of who we are as people.« (*YouTube: Our Brand Mission*)

3 Npr. opravljanje izzivov, vlogi, odgovarjanje na vprašanja gledalcev.

3.1 Gradivo

YouTube je težko metodološko enotno in nadzorovano raziskovati, saj se podatki ves čas spreminjajo: videoposnetki se nalagajo in brišejo,⁴ dobivajo vse več ogledov, všečkov in komentarjev, na kanalih pa se spreminja število naročnikov. Analizirala sem pet najpopularnejših slovenskih youtuberjev po številu naročnikov, ki imajo kanal v slovenskem jeziku. Za namen raziskave sem YouTube intenzivno spremljala od januarja do maja 2019. Podatke, kateri so slovenski YouTube kanali z največ naročniki, sem najprej pridobila s spletne strani Social Blade, vendar so bili statistični podatki pomanjkljivi,⁵ zato sem jih iskala še s pomočjo spletnih novic, socialnih omrežij in drugih posnetkov na YouTubeu. Pri iskanju so bili ključni tudi YouTubeovi algoritmi,⁶ ki so mi predlagali posnetke različnih slovenskih youtuberjev.

Do 8. aprila 2019 je le pet slovenskih youtuberjev preseгло 25.000 naročnikov, z vsakega od teh kanalov pa sem analizirala videoposnetek, ki je imel do tega datuma največ ogledov.⁷

Kanal	Število naročnikov (8. 4. 2019)	Prevladujoča vsebina na kanalu	Videoposnetek z največ ogledi (8. 4. 2019)	Število ogledov (8. 4. 2019)
K ₁	46.000	lepota, vlogi, izzivi, spoznaj me (Q & A) ⁷	V ₁ : FANT ali BRAT KDO ME POZNA BOLJE?	547.000
K ₂	32.000	lepota, naredi sam, izzivi, vlogi, spoznaj me (Q & A)	V ₂ : Kako Narediti SLIME!! DIY	258.000
K ₃	28.000	vlogi (življenje in avtomobili)	V ₃ : DENISE DAME NAM JE HOTELA VZETI NAGRADO! - VLOG #546	236.000
K ₄	28.000	izzivi, vlogi, spoznaj me (Q & A)	V ₄ : LYRIC PRANK ON MY FRIEND!!! (Demi Lovato-Believe In Me Lyrics) *Slovenian Version	135.000
K ₅	26.000	komedija	V ₅ : 10 najbolj BEDNIH slovenskih komadov	463.000

Tabela 1: Najpopularnejši slovenski kanali na YouTubeu in videoposnetki z največ ogledi.

- 4 Primer tega je odmevna slovenska youtuberka Denise Dame, ki je v času te raziskave s svojega kanala odstranila vse videoposnetke. O njej v svojih videih govorijo tudi Komotar Minuta, Neva Boškin, Kaya Solo idr.
- 5 Spletna stran Social Blade naj bi prikazala 250 YouTube kanalov z največ naročniki v izbrani državi, vendar že kanalov nekaterih analiziranih youtuberjev ni na seznamu, ni namreč K₃ in K₅ (*Social Blade*). Stran sem lahko uporabila le kot pomoč, ne pa kot zanesljiv seznam.
- 6 Na začetku delovanja je YouTube uporabniku predlagal videoposnetke, ki so imeli enake oznake kot tisti, ki si jih je že ogledal. Danes so ti algoritmi bolj zapleteni in mnogo boljši, gre namreč za t. i. strojno učenje, pri čemer računalniki pridejo do zaključkov na podlagi preteklih vzorcev in statističnih podatkov. Od leta 2017 se algoritmi avtomatično posodablajo, podatke pa jim dajemo uporabniki s svojimi ogledi, všečki, kliki itn. (Alloca 2018: 10–12).
- 7 Vprašanja in odgovori.

Analizirala sem 500–550 besed vsakega posnetka (smiselne izseke z začetka, sredine in konca). Za potrebe analize je bila narejena preprosta transkripcija. Objavljeni videoposnetki so obdelani in zmontirani, zato sem upoštevala tudi te lastnosti.

Video-posnetek	Vrsta	Predpriprava	Dolžina	Povprečna dolžina enega neprekinjenega segmenta videa
V ₁	izziv	priprava vprašanj, spontano odgovarjanje	26:29	35 s
V ₂	naredi sam (angl. <i>DIY</i>)	govor posnet pozneje in dodan posnetku	5:58	4 s
V ₃	vlog	spontano	7:50	6 s
V ₄	potegavščina (angl. <i>prank</i>)	spontano	13:27	3,7 s
V ₅	komedija	vnaprej pripravljena vsebina	13:56	5,5 s

Tabela 2: Najpopularnejši videoposnetki.

3.2 Anketa

Z metodo anketiranja sem pridobila podatke o analiziranih govornikih (starost, izobrazba, narečna skupina) in o starostni skupini, ki pretežno spremlja njihove posnetke na YouTubu. Anketo sem prek e-pošte in Instagrama poslala petim analiziranim slovenskim youtuberjem, ki so imeli do 18. aprila 2019 največ naročnikov. Odgovore sem zbirala od 26. februarja do 8. aprila 2019. Zanimalo me je tudi, ali se svojega javnega govornega položaja zavedajo, ali v povezavi s tem razmišljajo o jezikovnih izbirah in kakšen je njihov odnos do jezika, zato sem jim zastavila še štiri vprašanja polodprtega tipa in eno vprašanje odprtega tipa. Odgovori so predstavljeni v podglavju 3.4.

3.3 Toporišičeva kategorizacija socialnih zvrsti jezika v *Slovenski slovnici*

Pri določanju socialnih zvrsti govora youtuberjev sem upoštevala Toporišičevo delitev socialnih zvrsti jezika v *Slovenski slovnici* (2000). Loči jih na knjižni jezik (zborni in knjižnopogovorni) in neknjižnega (pokrajinski pogovorni in narečja), v kategorijo knjižnih zvrsti pa uvrsti še značilnosti neknjižnega pogovornega jezika, ki rade vdirajo v knjižnopogovornega. Verjetno je smiselno podvomiti v splošno razširjenost, rabo in izoblikovanost knjižnega pogovornega jezika, kot je predstavljen v *Slovenski slovnici*, saj ta ni tako enoten, odstopanj od knjižne izreke je namreč več (Tivadar 2004: 447). To Toporišič posredno priznava ravno z uvrstitvijo značilnosti neknjižnega pogovornega jezika v knjižni jezik. Vendar pa imajo opisi socialnih zvrsti precej pomanjkljivosti, ne vemo niti, od kod je Toporišič vzel gradivo za podane primere. Že pri značilnostih knjižnega pogovornega jezika mu lahko očitamo, da pri izgovoru nenaglaščenega deležnika kot *-u* izpusti tiste, ki se končajo na *-al*

(npr. *ploskal/plosku*). Nadalje neknjižni pogovorni jezik po tej delitvi ni samostojna zvrst, čeprav našteva njegove značilnosti, pri tem pa ni jasno, ali so te še sprejemljive v knjižnem pogovornem jeziku. Pri teh značilnostih ne predvidi vseh redukcij, ki bi jih bilo smiselno uvrstiti v to kategorijo, podrobno namreč opiše le redukcije *i*-ja, ne pa tudi drugih glasov (Toporišič 2000: 13–24). V analizi sem v to kategorijo vključila še druge redukcije, ki so se pojavile pri govorcih iz različnih narečnih skupin in so podobne opisanim primerom v slovnici (npr. *kər, jəs, dans* itn.), preostale redukcije, delne redukcije in asimilacije pa sem smiselno uvrstila v neknjižne zvrsti jezika (npr. ljubljanski pokrajinski pogovorni jezik: *dons, kva, enga, čis* itn.).

3.4 Predstavitev govorcev in pravorečna analiza

Pravorečno sem analizirala videoposnetke petih najpopularnejših slovenskih youtuberjev, ki so imeli največ ogledov (Tabeli 1 in 2). Odstopanja od zborne izreke sem razvrstila v ustrezne socialne zvrsti jezika.⁸

3.4.1 G₁: ženska, 27 let, univerzitetna izobrazba, osrednja Slovenija; YT:⁹ 18–24 let

Z anketo sem pridobila podatke, da o tem, katere zvrsti uporablja v svojih videih, G₁ sicer razmišlja, vendar se ne trudi govoriti bolj knjižno kot sicer. Jezik se ji vseeno zdi pomemben, saj z načinom in izbiro jezika predstavlja sebe in spoštovanje do poslušalcev.¹⁰

Odstopanja od Z	Št.	%	Primeri ¹⁰
KP	17	3,33	<i>reku</i> (2), <i>skuhat</i> (3), <i>bla, pošlemo</i> itn.
NKP	29	5,69	<i>jəs</i> (4), <i>kə</i> (6), <i>zdej</i> (3), <i>vela, misləm, pərtisne, pomenla</i> itn.
PP	58	11,37	<i>brət, bəl</i> (2), <i>dons</i> (4), <i>zlo</i> (3), <i>bliži</i> (4), <i>kók</i> (2), <i>velikrat</i> itn.
N	5	0,98	<i>un</i> (5)
S	8	1,57	<i>ful</i> (3), <i>redi, šut, sleš</i> itn.
L	5	0,98	<i>simpatiko ermano, lupčke</i> itn.
D	2	0,39	<i>tam</i> (namesto <i>tja</i>) itn.
Skupno št. besed: 510	Št. odstopanj od Z: 124	Odstopanja od Z (%): 24,31	

Tabela 3: G₁.

G₁ pretežno govori v pokrajinskem pogovornem jeziku in v knjižnopogovornem jeziku z neknjižnimi prvinami.

8 Kratice, uporabljene v tabelah analize: knjižno: zborna izreka = Z, knjižno pogovorno = KP, značilnosti neknjižnega pogovornega jezika, ki rade vdirajo v knjižnopogovornega = NKP; neknjižno: pokrajinsko pogovorno = PP, narečno = N, sleng = S, druge leksikalne posebnosti = L, drugo = D.

9 Glavna publika videoposnetkov na kanalu.

10 Za vsako zvrst sem navedla nekaj najpogostejših in reprezentativnih primerov.

3.4.2 G₂: ženska, 25 let, srednješolska izobrazba, Primorska; YT: 18–24 let

G₂ je v anketi zapisala, da na posnetkih ne govori enako kot v drugih govornih situacijah, trudi se govoriti bolj knjižno kot sicer, primorskega naglasa pa ne more niti ne želi skriti.

Odstopanja od Z	Št.	%	Primeri
KP	2	0,38	<i>blo</i> (2)
NKP	18	3,40	<i>dej</i> (2), <i>jās</i> (3), <i>tut</i> (2), <i>klikante</i> , <i>pərjatalca</i> itn.
PP	13	2,46	<i>tko</i> (8), <i>misənla</i> , <i>nardila</i> itn.
N	16	3,02	<i>posnjela</i> (2), <i>zakej</i> , <i>puhn</i> , <i>majn</i> , <i>vidiste</i> , <i>vóde</i> itn.
S	25	4,73	<i>itak</i> , <i>ful</i> , <i>supskrajp</i> , <i>slajm</i> , <i>flafi</i> , <i>kranči</i> itn.
L	8	1,51	<i>rit</i> , <i>waterbejst</i> , <i>teksčar</i> itn.
D	13	2,46	<i>ta videjo</i> (ni roditelja), <i>peno</i> , <i>katero sem nanesla</i> , izgovor predloga <i>v</i> kot [v] (6) itn.
Skupno št. besed: 529	Št. odstopanj od Z: 95	Odstopanja od Z (%): 17,96	

Tabela 4: G₂.

G₂ se trudi govoriti bolj knjižno kot sicer, kar se odraža tudi v tem, da je delež odstopanj od zborne izreke nižji kot pri drugih govornih (z izjemo G₅).

3.4.3 G₃: moški, 38 let, srednješolska izobrazba, osrednja Slovenija; YT: 18–24, 25–34 let

G₃ je v anketi odgovoril, da sicer razmišlja o tem, katero zvrst jezika uporablja v svojih videoposnetkih, vendar se ne trudi govoriti bolj knjižno ali drugače kot v drugih govornih položajih, saj je pomembno, da je ustvarjalec vsebin iskren predvsem do sebe. K temu, da prikazuje svoje življenje, spada tudi način govora, ki ga sicer uporablja.

Odstopanja od Z	Št.	%	Primeri
KP	29	5,38	<i>razmišlat</i> (2), <i>nauču</i> (3), <i>reku</i> (2), <i>blo</i> (3), <i>poskərbel</i> itn.
NKP	57	10,58	<i>kə</i> (11), <i>zdej</i> (6), <i>tut</i> (6), <i>nadaljevou</i> , <i>Lublano</i> itn.
PP	49	9,09	<i>neki</i> (2), <i>čis</i> (2), <i>mal</i> (4), <i>kva</i> (2), <i>tko</i> (2), <i>člouk</i> , <i>velikrat</i> , <i>učer</i> itn.

N	1	0,19	<i>loh</i>
S	13	2,41	<i>galama, čilava, lebronke, mejkap, ful, kul</i> itn.
L	25	4,64	<i>špeglom, pleh, pizda</i> (2), 4 angleške povedi (21)
D	7	1,30	<i>h babici, h dedku, iz odra dol</i> itn.
Skupno št. besed: 539	Št. odstopanj od Z: 181	Odstopanja od Z (%): 33,59	

Tabela 5: G₃.

G₃ pretežno govori knjižni pogovorni jezik z visokim deležem neknjižnih prvin in pokrajinski pogovorni jezik.

3.4.4 G₄: ženska, 17 let, srednješolka, osrednja Slovenija; YT: 13–17 let

G₄ je v anketi zapisala, da ne razmišlja o tem, katere zvrsti jezika uporablja v videoposnetkih, govori enako kot v drugih govornih situacijah in se ne trudi govoriti bolj knjižno kot sicer.

Odstopanja od Z	Št.	%	Primeri
KP	10	2,00	<i>bla</i> (3), <i>zgodil, ugotovit, prosam, naslednem</i> itn.
NKP	43	8,58	<i>kej</i> (3), <i>al</i> (4), <i>parjatalco</i> (3), <i>žou, mislam, zarat</i> itn.
PP	52	10,38	<i>donas</i> (2), <i>tko</i> (9), <i>čakála, zdále</i> (3), <i>kəšn</i> itn.
N	3	0,60	<i>gleja, naslejən, poj</i> (v pomenu 'potem')
S	28	5,59	<i>fejlasto, majkemi, helou, lajk, folovite</i> itn.
L	11	2,20	poved v angleščini (11)
D	7	1,40	izgovor predloga v kot [v] (2), ni povratno svojilnega zaimka (2) itn.
Skupno št. besed: 501	Št. odstopanj Z: 154	Odstopanja od Z (%): 30,74	

Tabela 6: G₄.

G₄ se ne trudi govoriti drugače kot v drugih govornih položajih, kar se odraža tudi v tem, da v govoru prevladujeta pokrajinski pogovorni jezik in knjižnopogovorni jezik z visokim deležem značilnosti neknjižnega pogovornega jezika.

3.4.5 G₅: moški, 33 let, univerzitetna izobrazba, Primorska; YT: 18–24, 25–34, 35–44 let

G₅ je v anketi odgovoril, da ne razmišlja o tem, katere zvrsti jezika uporablja v videoposnetkih, govori enako kot v drugih govornih situacijah in se ne trudi govoriti bolj knjižno kot sicer.

Odstopanja od Z	Št.	%	Primeri
KP	18	3,45	<i>bit</i> (3), <i>blo</i> (3), <i>zbrat</i> , <i>presenetljivo</i> , <i>rešu</i> itn.
NKP	24	4,61	<i>al</i> (2), <i>kər</i> (3), <i>nardim</i> , <i>zgleđa ko</i> , <i>ispostaula</i> , <i>zafuša</i> , <i>siguren</i> itn.
PP	5	0,96	<i>tko</i> (2), <i>ma</i> (2), <i>primerən</i>
N	11	2,11	<i>láhko</i> (prislov) (5), <i>slábo</i> (prislov), <i>sámo</i> , <i>snéga</i> , <i>glejat</i> itn.
S	4	0,77	<i>ful</i> , <i>fristajlat</i> , <i>šeraš</i> , <i>subskrajbaš</i>
L	8	1,54	<i>piz*</i> , <i>riti</i> , <i>tiča</i> (2), <i>tip</i> (2), <i>kresnu</i> , <i>zmazek</i>
D	5	0,96	<i>dve sekunde</i> , <i>ne rabi</i> (v pomenu 'ni treba') itn.
Skupno št. besed: 521	Št. odstopanj od Z: 75	Odstopanja od Z (%): 14,4	

Tabela 7: G₅.

V govoru G₅ je le malo odstopanj od knjižnega jezika, čeprav se ne trudi govoriti knjižno, pa je knjižnost v njegovem govoru odraz natančne predpriprave.

3.5 Rezultati

Govorec, videoposnetek	Predpriprava	Zasebna vsebina	Prevladujoče zvrsti jezika	Odstopanja od zborne izreke (%)
G ₁ , V ₁	delna	da	PP, NKP	24,3
G ₂ , V ₂	pretežno da	ne	NKP, N, PP, (S)	18,0
G ₃ , V ₃	ne	da	NKP, PP	33,6
G ₄ , V ₄	ne	da	PP, NKP	30,7
G ₅ , V ₅	da	ne	NKP, KP	14,4

Tabela 8: Rezultati analize.

Iz analiz je razvidno, da na socialno zvrst jezika govora youtuberjev pretežno vplivata vsebina in predpriprava. Poleg tega moramo upoštevati tudi to, da je en segment videoposnetka v povprečju dolg le 4–6 sekund (razen v V₁, glej Tabela 2),

kar pomeni, da ne gre za neprekinjen govor, temveč za izrezane in zmontirane izseke, in to, da je glavna publika večine obravnavanih YouTube kanalov stara od 18 do 24 let. V anketi je le G₂ zapisala, da se trudi govoriti bolj knjižno kot v drugih, vsakdanjih govornih položajih, drugi pa menijo, da če želijo biti iskreni do gledalcev, mora biti takšen tudi jezik.

V govoru youtuberjev prevladujeta pokrajinski pogovorni jezik in knjižnopogovorni jezik z značilnostmi neknjižnega pogovornega jezika. V analiziranih videoposnetkih G₂ in G₅ vsebina ni zasebne narave, pripravila sta jo vnaprej, v primerjavi s preostalimi tremi govorcji, pri katerih sem analizirala videoposnetke z zasebno in spontano vsebino, pa sta v govoru manj odstopala od zborne izreke. G₅ je pretežno govoril knjižni pogovorni jezik z značilnostmi neknjižnega pogovornega jezika, G₂ pa mešanico prvih neknjižnega pogovornega jezika, pokrajinskega pogovornega jezika, narečja in slenga, vendar v manjši meri kot drugi.

4 Zaključek

YouTube omogoča komur koli, da postane javni govorec, pri tem pa ne postavlja nobenih omejitev, kar se odraža tudi v jeziku. Zaradi svobode, ki jo ta platforma omogoča, in vnosa zasebnosti v javnost se govorcji niti sami nimajo za javne govorce, od katerih bi se pričakovalo, da bi govorili v knjižnih zvrsteh jezika. Pri tem ima pomembno vlogo tudi občutek dvosmerne komunikacije z gledalci, saj se jim želijo približati tudi tako, da v kamero govorijo tako kot s prijatelji. Govor youtuberjev torej variira v neskončnem številu odtenkov, slovenščino namreč pogosto zamenja angleščina, za zborni jezik, ki naj bi s svojo strogostjo odvrčal gledalce, ni prostora, neknjižni jezik pa je tisti, ki zaradi želje youtuberjev po prikazovanju avtentične vsebine in njihove nezmožnosti govora knjižne slovenščine prevladuje. Vse to jezikoslovcem omogoča zanimive jezikovne analize v prihodnosti.

Literatura

- ALLOCA, Kevin, 2018: *Videocracy: How YouTube is Changing the World ... with Double Rainbows, Singing Foxes, and Other Trends We Can't Stop Watching*. New York: Bloomsbury.
- BARON, Naomi, 2011: Foreword. Crispin Thurlow, Kristine Mroczek (ur.): *Digital discourse: Language in the New Media*. New York: Oxford University Press, Inc. xi–xv.
- BURGESS, Jean, GREEN, Joshua, 2009: *Youtube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press.
- DENISE DAME NAM JE HOTELA VZETI NAGRADO! - VLOG #546. www.youtube.com/watch?v=SSJF6QBJraY (dostop 8. 5. 2019)
- DJURIN, Velemir, 1974: Interesne govorice sleng, žargon in argo. *Slavistična revija* XXII/1. 65–81.
- 10 najbolj BEDNIH slovenskih komadov. www.youtube.com/watch?v=IK11UNzawMQ (dostop 8. 5. 2019)
- FANT ali BRAT | KDO ME POZNA BOLJE? www.youtube.com/watch?v=ijx-cLnAqIE&t=702s (dostop 8. 5. 2019)
- Fran. www.fran.si (dostop 10. 5. 2019)
- JENKINS, Henry, 2008: *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Kako Narediti SLIME!! | DIY. www.youtube.com/watch?v=8_zXqFFc1Ec&t=1s (dostop 8. 5. 2019)
- KALIN GOLOB, Monika, 2004: Moderno in modno v publicističnem spletu vplivanja ter stilu slovenskih novinarskih besedil. Marko Stabej (ur.): *Moderno v slovenskem jeziku, literaturi in kulturi*. 40.

- seminar slovenskega jezika, literature in kulture*. Ljubljana: Center za slovenščino kot drugi/tuji jezik pri Oddelku za slovenistiko Filozofske fakultete. 48–57.
- KATERI YOUTUBER JE NA SLIKI?/ *Guess the youtuber challenge!* www.youtube.com/watch?v=PLMIGR7t9eg&t=342s (dostop 8. 5. 2019)
- LYRIC PRANK ON MY FRIEND!!! (*Demi Lovato-Believe In Me Lyrics*) *Slovenian Version. www.youtube.com/watch?v=5jzEsEQWJ3U&t=6s (dostop 8. 5. 2019)
- SAHLIN, Doug, BOTELLO, Chris, 2007: *Youtube for dummies*. Hoboken: Wiley.
- SKUBIC, Andrej E., 2005: *Obrazi jezika*. Ljubljana: Študentska založba.
- Social Blade*. <https://socialblade.com/youtube/top/country/si/mostsubscribed> (dostop 10. 5. 2019)
- STRANGELOVE, Michael, 2010: *Watching YouTube: extraordinary videos by ordinary people*. Toronto: University of Toronto Press Incorporated.
- ŠKARIĆ, Ivo, 2000: *Temeljni suvremenog govorništva*. Zagreb: Školska knjiga.
- ŠERUGA PREK, Cvetka, ANTONČIČ, Emica, 2004: *Slovenska zborna izreka*. Maribor: Aristej.
- TIVADAR, Hotimir, 2004: Podoba in funkcija govorenega knjižnega jezika glede na neknjižne zvrsti. Erika Kržišnik (ur.): *Aktualizacija jezikovnozvrstne teorije na Slovenskem: členitev jezikovne resničnosti*. *Obdobja* 22. Ljubljana: Center za slovenščino kot drugi/tuji jezik pri Oddelku za slovenistiko Filozofske fakultete. 437–452.
- TIVADAR, Hotimir, 2012: Nove usmeritve pri raziskavah govora s pogledom v preteklost. *Slavistična revija* LX/4. 587–601.
- TIVADAR, Hotimir, 2018: Slovensko pravorečje kot samostojna kodifikacijska knjiga? *Slavia Centralis* XI/2. 158–171.
- TOPORIŠIČ, Jože, 2000: *Slovenska slovnica*. Maribor: Obzorja.
- TROTTIER, Daniel, FUCHS, Christian, 2015: *Social Media, Politics and the State: Protests, Revolutions, Riots, Crime and Policing in the Age of Facebook, Twitter and Youtube*. New York: Routledge.
- YouTube*. www.youtube.com/intl/sl/yt/about/ (dostop 8. 5. 2019)
- YouTube: Our Brand Mission*. www.youtube.com/watch?v=kwmFPKQAX4g (dostop 8. 5. 2019)
- YouTube SLOVENIJA | Slovenski YouTuberji | Slovenski vlogarji | Slovenski blogerji | Pšenična*. www.youtube.com/watch?v=epoxGvLaJCs&t=597s (dostop 8. 5. 2019)
- YouTube za medije*. www.youtube.com/intl/sl/yt/about/press/ (dostop 8. 5. 2019)