

**UNIVERZA V LJUBLJANI**  
**FILOZOFSKA FAKULTETA**  
**ODDELEK ZA SLOVENISTIKO**

**JOŠT BOBNAR**

**Pravorečno-besediloslovna analiza govornih oddaj na  
komercialnem Radiu Hit in na nacionalnem Radiu Slovenija (Val  
202)**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2019

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FILOZOFSKA FAKULTETA  
ODDELEK ZA SLOVENISTIKO

**JOŠT BOBNAR**

**Pravorečno-besediloslovna analiza govornih oddaj na  
komercialnem Radiu Hit in na nacionalnem Radiu Slovenija (Val  
202)**

Diplomsko delo

Mentor: izr. prof. dr. Hotimir Tivadar

Univerzitetni študijski program  
prve stopnje: Slovenistika

**Ljubljana, 2019**

*Hvala staršem, ki so potrpežljivo čakali na to delo.*

*Hvala prijateljem za spodbudo in priganjanje, ko se je pisanje ustavilo.*

*Hvalaizr. prof. dr. Hotimirju Tivadarju za vso strokovno pomoč.*

## **Pravorečno-besediloslovna analiza govorjenih oddaj na komercialnem Radiu Hit in nacionalnem Radiu Slovenija (Val 202)**

Komercialne radijske postaje morajo poslušalcem ugajati, saj se preživljajo izključno z oglaševanjem, zato jezik nikakor ne sme biti prepuščen naključju. Do poslušalca mora biti prijazen in domač, vseeno pa mora biti institucionaliziran. Z analizo sem ugotovil, da se voditelji komercialnih radijskih postaj približujejo poslušalcem na ravni narečnih leksikalnih izbir ter z nagovori, ki so najbolj neposreden način ustvarjanja kvaziinteraktivnih odnosov. Značilnost vsakodnevne govornice, ki se pojavlja v spontanem govoru voditeljev, so npr. diskurzni označevalci, značilna pa je tudi preprosta skladnja. Analiza govora na Valu 202 pa je pokazala, da so razlike, do katerih prihaja, v nagovoru poslušalcev med nacionalnim radijem in komercialnimi radijskimi postajami tudi posledica različne vloge medija in različnega načina financiranja.

**Ključne besede: komercialne radijske postaje, nacionalni radio, spontani govor**

## **Verbal-textual analysis of the talk shows on commercial Radio Hit and national Radio Slovenia (Val 202)**

Commercial radio stations which are funded by advertising are forced to please their listeners to survive. The forms of language should not be left to coincidence. It should be informal and conversational, but still institutionalized. The analysis concludes that the presenters are approaching their listeners by using dialectal lexicon. On commercial stations, which have almost national coverage, listeners are directly addressed by presenters. The characteristics of spontaneous speech are for example discourse markers and simple syntax. Analysis of public services speech shows that different roles of media have also impact on the way how the audience is addressed.

**Keywords: commercial radio stations, public servis, spontaneous speech**

## Vsebina

1. Uvod .....	6
2. Cilji, metode dela in hipoteze .....	7
3. Delitev na komercialne radijske postaje in nacionalni radio .....	9
3.1 O komercialnih radijskih postajah .....	9
3.2 O nacionalnem radiu .....	9
3.3 Jezik na komercialnem in nacionalnem radiu .....	11
4. Govor – ključni element radijskega sporočanja .....	12
4.1 Slogi radijskega govora .....	12
4.2 Spontani govor .....	13
4.2.1 Spontani govor na komercialnih radijskih postajah .....	13
5. Obravnavane radijske postaje .....	14
5.1 Radio Hit .....	14
5.2 Val 202 .....	14
6. Analiza spontanega govora .....	15
6.1 Diskurzni označevalci .....	15
6.2 Glasovno-naglasna in oblikoslovna podoba .....	16
6.3 Avtomatizmi .....	17
6.3.1 Primeri avtomatizmov .....	17
6.4 Skladenske značilnosti .....	18
6.5 Ponavljanje in popravljanje .....	19
6.6 Hitrost govora .....	19
6.7 Premori .....	20
6.8 Individualni slog voditeljev .....	20
7. Promet in vreme .....	21
7.1 Promet .....	21
7.2 Vreme .....	22
8. Zaključek .....	23
9. Viri in literatura .....	24
10. Priloga 1 – transkripcija jutranjega programa Radia Hit .....	26
10.1 R. S., 2019 .....	26
10.2 B. B., L. B. L., G. J., 2019 .....	26
11. Priloga 2 – transkripcija jutranjega programa radia Val 202 .....	31
11.1 M. P., 2019 .....	31

## 1. Uvod

Radio je tehnologija, ki omogoča prenos signalov s prilagajanjem elektromagnetnih valov, ki imajo manjše frekvence kot svetloba. Izraz radio pa hkrati pomeni tudi radijski oddajnik, radijski sprejemnik in ustanovo, ki ustvarja radijski program.

Zelo pomembno je, da ima poslušalec vedno občutek, da sta z voditeljem na istem kraju, ob istem času (Chignell 2009: 7).

Zdi se mi zanimivo, da se ljudje kljub vsej tehnologiji, ki jim je na voljo, npr. socialna omrežja in spletni portali, kjer za novice izvemo takoj, ko se kaj zgodi, in televizija, kjer so novice opremljene s slikovnim gradivom, še vedno odločajo za poslušanje radia. Če ne ob drugih priložnostih, pa takrat, ko se npr. vozijo v avtu. Po mojem mnenju večina ljudi posluša komercialne radijske postaje, saj je tam čas, ki je namenjen novicam, krajši, informacije, ki jih zanimajo, so pogostejše (npr. informacije o vremenu in informacije o razmerah na cestah), glasba, ki se predvaja, pa je najaktualnejša. To potrjuje tudi raziskava, ki jo je leta 2018 opravil Media Pool; za najbolj poslušano radijsko postajo se je izkazal Radio Aktual (13,4 %), na lestvici najbolj poslušanih pa so še Radio 1 (12,7 %), Radio Center (4,9 %), Radio City (4,4 %), Radio Ognjišče (3,9 %) in Radio Veseljak (3,3 %). Kljub temu še obstajajo ljudje, ki poslušajo nacionalne radijske postaje, saj verjamejo, da so novice tam verodostojnejše, glasba, ki jo predvajajo, pa kakovostnejša. »Profesionalni govorci oz. napovedovalci (spikerji) nacionalnega radia (stari med 30 in 40 let, na višku svoje poustvarjalnosti) (so) prav gotovo obravnavani kot neke vrste ideal« (Tivadar 2004: 37). Tudi to potrjuje raziskava, ki jo je opravil Media Pool, in sicer se je Val 202 znašel na drugem mestu najbolj poslušanih radijskih postaj pri nas (13,2 %), na četrtem mestu pa je Slo 1 (7,7 %) (Grbin 2018).

## 2. Cilji, metode dela in hipoteze

Za naslov diplomskega dela, kakršnega sem izbral, sem se odločil, ker me zanima, ali je razlika med nacionalno in komercialno radijsko postajo res tako velika. V analizo sem vključil nacionalni radio Val 202 in komercialno radijsko postajo Radio Hit. Poslušal sem jutranji program. Po mojem mnenju bom ugotovil razlike v programu, saj je ta na komercialnih radijskih postajah bolj sproščen, namenjen je temu, da se ljudje na poti v službo zabavajo, na nacionalni radijski postaji pa temu, da ljudi obvešča in tudi izobražuje.

V teoretičnem delu sem s sekundarno analizo strokovnih virov predstavil nekatere značilnosti komercialnih radijskih postaj in nacionalnega radia ter značilnosti spontanega govora.

V empiričnem delu sem opravil avditivno analizo posnetkov, kjer sem analiziral besedila in prvine diskurza. V analizo sta zajeta jutranja programa obeh radijskih postaj. Pričakoval sem, da se bodo pri podajanju vsebin pokazale razlike, ki so posledica različne vloge medijev in različnih načinov financiranja teh. Merilo za izbiro komercialne radijske postaje je bila poslušanost. Radio Hit je, kot je mogoče razbrati iz raziskave, ki jo je leta 2011 opravil Valicon, dominiral v osrednji Sloveniji na dnevni ravni (akos-rs.si 2011). Glede na to, da ga na novejših lestvicah najbolj poslušanih radijskih postaj ne zasledimo več, to nakazuje upad poslušanosti. To je v enem izmed intervjujev potrdil tudi nekdanji voditelj jutranjega programa Robert Pečnik - Pečo: *»Meni je sicer to grozno reči, ampak mislim, da je Radio Hit na kolenih. Zelo težko bodo preživeli v teh časih. Hit je bil na kolenih že z mano, ker ni bilo več prave ekipe in kemije, konkurenca pa je začela delati zelo profesionalno /.../«* (domzalske-novice.si 2013). Da analiziram jutranji program, pa sem se odločil, ker je poslušanost v teh terminih praviloma največja (AKOS 2008, 29), saj je po raziskavi, ki jo je Valicon opravil leta 2013, najbolj poslušan termin dopoldanski čas od 6.00 do 12.00, ko radio posluša 70 % občinstva. Čez dan se obseg poslušanosti zmanjšuje, v popoldanskem času radio posluša 56 % občinstva, v večernih urah 17 %, ponoči pa le še 8 % (Analiza 2014), in sem pričakoval, da se bodo ustvarjalci programa najdosledneje držali napotkov praktične radijske stilistike.

Postopek pridobivanja gradiva poteka v treh korakih, najprej moramo izbrati primerna besedila, potem posneti govorno gradivo, zadnji korak pa je segmentacija, označevanje in analiza zbranega govornega gradiva (Gros Žganec 2003: 52). Poskušal sem zbrati gradivo, ki bi bilo

najprimernejše za preverjanje mojih hipotez. Za znanstveni pristop je treba zagotoviti primerljivost in zanesljivost merjenih parametrov, kar se nanaša na primerno izbiro govorcev, vrsto oddaje in kakovost posnetkov. Za računalniške meritve besedilnofonetičnih značilnosti morajo biti posnetki kakovostni, brez šumov in prekinitev (Tivadar 2009: 365–368). Uporabil sem realno studijsko posneto gradivo, ki ga pridobimo tako, da posnamemo realna govornjena besedila aktualnih oddaj ali pa jih kasneje pridobimo iz arhiva posnetkov. Sam sem ga pridobil s spletne strani Vala 202, kjer imajo na voljo arhiv oddaj, ter s spletne strani Radia Hit, kjer se program oddaja v živo. Del gradiva z Radia Hit sem pridobil že leta 2015, ko je bila poslušnost tega radia še večja, preostali del pa leta 2019, ko se je poslušnost zelo zmanjšala. Oddaje sem posnel z mobilnim telefonom in posnetke Radia Hit obdelal v aplikaciji voice memos, da sem izločil vsebino, ki je za analizo nisem potreboval (npr. glasbo, oglase itd.). Posnetke sem nato v spletnem pretvorniku spremenil v mp3-format, kar je najprimernejša oblika za nadaljnje delo v programu Praat. To je brezplačen program za analizo govora in je »po ocenah fonetikov izvrstno orodje za fonetične analize govora – raziskovanje trajanja glasov, višine osnovnega tona, jakosti, formantov, premorov idr.« (Huber 2013: 349–350).

Moji hipotezi sta:

- V spontanem govoru na komercialni radijski postaji pričakujem prvine vsakodnevnih govorice (Lengar Verovnik 2010: 77), saj se voditelji želijo čim bolj približati ciljnemu poslušalstvu.
- Na nacionalni radijski postaji pričakujem dosledno uporabo slovenskega knjižnega jezika, saj ta ni odvisna od poslušalcev.

Dolžina poslušanega gradiva je 25 minut, v analizo pa sem vključil govor petih različnih govorcev. Na posnetkih programa Radia Hit iz leta 2015 je to govor B. B., diplomirane ekonomistke, ki je bila v tistem času le voditeljica jutranjega programa, sedaj pa je postala izvršna producentka vsebin (radiohit.si 2019), L. B. L., ki je na radiu delala kot napovedovalka, pred tem pa je kot novinarka delala na Planetu TV (si.linkedin.com 2019), in G. J., ki je bil pred delom na Radiu Hit prvi glas dolenjskega radia Zeleni val (slovenskenovice.si 2014). Na posnetkih iz leta 2019 pa je to govor R. S., 22-letnika, ki sedaj, ko dela na radiu, živi svoje življenjske sanje (Ulčar 2019). Na posnetkih programa Val 202 je to govor M. P., novinarja in voditelja (val202.rtv slo.si 2019).



### 3. Delitev na komercialne radijske postaje in nacionalni radio

V tem poglavju sem opredelil značilnosti dveh različnih tipov radijskih postaj, in sicer komercialnih radijskih postaj in nacionalnega radia. Vključil sem vlogo, način financiranja in odnos do rabe jezika.

Zakon o medijih, sprejet leta 2006, deli radijske postaje na komercialne in tiste posebnega pomena (ZMed, 75. člen), in ne na nekomercialne, kot bi morda pričakovali. Med programe posebnega pomena spadajo radijski programi Radiotelevizije Slovenija (ZMed, 76. člen), lokalni radijski programi (ZMed, 77. člen), regionalni radijski programi (ZMed, 79. člen), študentski in nepridobitni radijski programi (ZMed, 81. člen). Komercialnim radijskim postajam z drugim izrazom rečemo tudi pridobitne radijske postaje. Mednje uvrščamo vse radijske postaje, ki ne spadajo med tiste s posebnim pomenom, se pravi v registru statusa nimajo posebne oznake. Teh radijskih postaj je največ in za oddajanje potrebujejo dovoljenje (AKOS 2016). To, da dovoljenje za oddajanje imajo, pa še ne pomeni, da dejansko tudi oddajajo oz. da imajo aktivno frekvenco. Med komercialnimi radijskimi postajami, ki so navedene v registru radijskih programov, jih obstaja kar nekaj, ki dovoljenje za oddajanje imajo, vendar njihovega programa prek radijskih sprejemnikov vsaj za zdaj še ne moremo poslušati.

#### 3.1 O komercialnih radijskih postajah

Komercialne radijske postaje se morajo v celoti financirati iz lastnih sredstev, ki jih pridobijo s trženjem programskega časa (Oseli 2001). Njihov program mora biti tržno zanimiv. Sestavljen je iz glasbene vsebine, ki je preverjena, in kratkih informativnih blokov (Oseli 2001). Programske sheme komercialnih radijskih postaj so si med seboj zelo podobne (Oseli 2001).

#### 3.2 O nacionalnem radiu

Nacionalni radio, h kateremu sodi tudi Val 202, ustvarja in posreduje kakovostne, verodostojne in privlačne radijske, televizijske in večtimedijske vsebine, ki so kot javno dobro, ob spoštovanju avtorskih pravic, dostopne vsem poslušalcem, gledalcem in uporabnikom spletnih storitev ter zadovoljujejo najširšo javnost in posebne ciljne skupine ljudi (Strategija razvoja RTV Slovenija 2018–2022).

Deloval po tehle temeljnih načelih in pod navedenimi pogoji (Bašić Hrvatinić 2002: 11–13):

- **geografska univerzalnost oz. univerzalna dostopnost**, kar pomeni, da mora biti radio dostopen vsem državljanom, njegovo ponudbo si lahko privoščijo vsi kjerkoli v državi, to pomeni, da mora biti pokritost s signalom stoodstotna; poslušalec za poslušanje potrebuje le radijski sprejemnik, vendar pa mora plačevati prispevek (ni pa mu treba plačevati drugih storitev, ki jih radio ponuja);
- **zastopanje vseh interesov in okusov**, kar pomeni, da mora nacionalni radio ustrezati vsem interesom in okusom, njegova naloga, drugače od komercialnega radia, ki se prilagaja okusu »povprečneža«, ni ugoditi čim večji množici ljudi hkrati, ampak vsem ob različnem času;
- **plačevanje po načelu enakosti**, kar pomeni, da vsi poslušalci plačajo enak znesek;
- **nepristranskost in neodvisnost**, kar pomeni, da naj bi naročnina, ki jo plačujemo poslušalci, omogočila, da je nacionalni radio nepristranski in neodvisen od kakršnihkoli političnih in ekonomskih interesov;
- **izobraževanje javnosti**, kar pomeni, da strank ne pojmuje kot potrošnikov, ampak kot racionalna bitja, ki so se zmožna učiti, in zato zagotavlja raznolike izobraževalne vsebine;
- **skrb za manjšine**, kar pomeni, da mora program zagotavljati vsebine vsem narodnostnim manjšinam in vsem skupinam, ki so manjšine glede na celotno populacijo;
- **spodbujanje konkurenčnosti pri kakovosti, ne pa pri količini programa**, kar pomeni, da je pomembna kakovost vsebin, ne glede na to, koliko ljudi jih poslušajo;
- **usmerjanje k liberalizaciji in ne k omejevanju programskih producentov**, kar pomeni, da mora biti omogočeno delovanje producentov, da lahko z različnimi zamislimi in interesi producirajo programe za različne skupine občinstva;
- **služenje interesom javnosti**, kar pomeni, da nacionalni radio spodbuja poslušalce, da delujejo kot državljani in ne kot potrošniki.

### 3.3 Jezik na komercialnem in nacionalnem radiu

Vsaka radijska postaja ima svojo jezikovno politiko, ki določa, kakšen jezik in besednjak je treba oz. je dovoljeno uporabljati ter v katerih oddajah se lahko uporabljajo narečja ali načini izražanja skupin, ki imajo svoj jezikovni slog (Pirc 2005: 76).

Na nacionalnem radiu veljajo posebna jezikovna merila. RTV Slovenija, ki je javna ustanova, slovenskemu jeziku namenja posebno skrb (Pravilnik o poklicnih standardih 2001: 1.9). Jezik mora biti jasen, jedrnat, preprost in nedvoumen. Zaposleni so dolžni dosledno uporabljati slovenski knjižni jezik oz. knjižni jezik narodnih skupnosti. Profesionalni bralci in novinarji pri branju uporabljajo zborni jezik, pri vodenju pogovorov pa se lahko uporablja splošni pogovorni jezik (Pravilnik o poklicnih standardih 2001: 1.9). Govorci morajo opraviti usposabljanje na Centru za kulturo govornega izražanja Radia Slovenija. Usposabljanje traja vsaj leto dni in je dvojno, sestavljeno iz izobraževanja pri mentorici, ta del zajema govorno tehniko, ter izobraževanja pri fonetičarki, ta del zajema fonetične in fonološke značilnosti slovenščine in splošna jezikoslovna znanja (Jurgec 2006: 2). Glede pravorečnih pravil upoštevajo priročnike, ki so na voljo, to sta Slovenski pravopis in Slovar slovenskega knjižnega jezika (Jurgec 2006: 2).

Stanje na komercialnih radijskih postajah ni formalno regulirano. Jurgec v svojem delu zapiše, da je, če komercialni mediji načrtno oz. organizirano skrbijo za govorno kulturo, to zaradi notranje politike medija, odzivov poslušalcev ali pa financerjev. To v praksi sicer zagotavlja kakovostnejši program, vendar pa za podjetje pomeni nezanemarljive stroške, zaposleni pa morajo biti za to zavzeti (Jurgec 2006: 2). Voditelji s komercialnih radijskih postaj pogosto poslušajo predavanja radijskih govorcev z javnega radia. Na Radiu Hit npr. poslušajo predavanja Jureta Longyke (Jure Longyka 2019). Sam sem jim sicer poslal elektronsko sporočilo z anketo, v kateri sem jih spraševal tudi, na kakšen način izobražujejo svoje govorce, vendar mi nanj, žal, do zaključka diplomskega dela niso odgovorili. Na splošno si voditelji na komercialnih radijskih postajah prizadevajo za rabo preprostih vsakodnevnih besed, za to, da povedi niso predolge in prezapletene.

## 4. Govor – ključni element radijskega sporočanja

Najpomembnejši pri vzpostavljanju stika med poslušalcem in postajo je nastop radijskih govorcev. Čeprav si komercialne radijske postaje prizadevajo, da predvajajo čim več glasbe in da se govor skrči na minimum, ima še vedno zelo pomembno vlogo (Crisell 1994: 54). Govor da programu identiteto, podobo in imidž (Pirc 2005: 72). Radijska postaja mora izoblikovati splošni slog govora za ljudi, ki se pojavljajo v programu. Radijski govorniki si med seboj ne smejo biti preveč podobni, saj predstavljajo blagovno znamko in imajo intertekstualno identiteto. Pirčeva v svojem delu pravi, da morajo voditelji izražati svoje govorniške in osebne specifičnosti, hkrati pa ostati sestavni del govorne identitete radijske postaje (Pirc 2005: 76).

V nadaljevanju analize bom uporabljal termina govor in branje. To sta dva načina sporočanja, ki sta med seboj močno povezana, večina govora namreč nastaja po pisni predlogi. Crisell v svojem delu zapiše, da je radijski jezik mešanica govornega in zapisanega jezika (Crisell 1994: 59). Govorjenje je sporočanje lastnih misli, stališč in sodb o temi, ki jo dobro poznamo. Branje pa je sporočanje tujih misli, stališč in sodb o temi, ki ni naša in ki je morda ne poznamo dovolj (Šeruga - Prek 1982, 46). Vse pogostejše pa postaja govorno branje, pri katerem se radijski govorec trudi, da bi poslušalec dobil vtis govora in ne branja, napisano besedilo mu je le v pomoč, med govorom pa ga lahko krajša oz. daljša (Šeruga - Prek 1982: 46). Pomembno pa je, da ločujemo govor radijskih voditeljev in govor drugih radijskih govorcev, kot so npr. novičarji oz. novinarji in napovedovalci. Razlika med njimi je v tem, da morajo prvi govoriti čim bolj spontano in naravno, drugi pa lahko gradivo prebirajo, saj tako zvenijo bolj kredibilno (Wilby in Conroy 1994; 143).

### 4.1 Slogi radijskega govora

Večini slogov radijskega govora je skupna živost, to je občutek, da se govor dogaja zdaj, pa čeprav je program posnet vnaprej. Slogi se razlikujejo glede na vsebino, kontekst in namen (Barnard 2000: 175). Barnard (Barnard 2000: 176) ločuje pet osnovnih načinov radijskega govora, in sicer branje novic in napovedi, pripovedovanje oz. opisovanje (namen je doseganje dramatičnega učinka), komentar, pogovor oz. intervju ter spontani govor.

V diplomskem delu se bom osredotočil na spontani govor.

## 4.2 Spontani govor

Sredi 70. let 20. stoletja je pri nas začel naraščati trend posnemanja vsakodnevnega govora v radijskih programih, vendar pa je zasebna govorna praksa le izhodišče, govorniki nato ta govor prilagodijo (Lengar Verovnik 2010: 77). Tolson ugotavlja, da radijski govor postaja vedno bolj konverzijski (Tolson 2006: 11). Čeprav gre za spontani govor, pa so voditelji precej omejeni. Ker so govorni deli radijskega programa vpeti med oglase, napovednike, novice in razne druge rubrike, se mora govor zreducirati na minimum (Barnard 2000: 182). Po Goffmanovih domnevah naj bi imeli radijski voditelji omejen vir formuliranih opomb, iz katerih potem gradijo govor (Goffman 1981: 214). Barnard dojema kot spontani govor vse, kar poslušalec razume in dojame kot spontano tvorjeni govor (Barnard 2000: 176).

### 4.2.1 Spontani govor na komercialnih radijskih postajah

Po Skubicu so za komercialne medije relevantne tele skupine sociolektov (Skubic 2005, 185–213):

1. **Kultivirani sociolekt**, za katerega je na glasovni in slovnični ravni ter na ravni leksike in skladnje značilno približevanje standardni izreki. Ta izraz zajame tradicionalno govorico več vrst skupin, ki sprejmejo pravila dominantne kulture kot svoja (Skubic 2005: 185–187).
2. **Obrobni sociolekti** so tipični sociolekti govornice nižjega sloja. Govorniki tega sociolekta deklarativno priznavajo večvrednost kulturnega jezika, vendar pa do svojega sociolekta čutijo lojalnost in to zahtevajo tudi od drugih pripadnikov iste skupine (Skubic 2005: 201). Razdelimo jih na podeželske, mestne in priseljske obrobne sociolekte (Skubic 2005: 207–213). Med seboj so izrazito geografsko razčlenjeni, včasih celo do medsebojne nerazumljivosti. Povedi sestavlja manj stavkov in ti so krajši (Skubic 2005: 203).
3. **Ekscenčni sociolekti**, za katere je značilna pretirana raba jezikovnih inovacij in vulgarizmov (Skubic 2005: 214). Gre za aktivno mešanje visokega in nizkega, starega in novega, domačega in tujega (Skubic 2005: 215–216). Glasovna posebnost teh

sociolektov je besedišče, izreka in slovnica pa do neke stopnje vedno temeljita na kultiviranem ali obrobnem sociolektu.

Fonetik Škarić posebej omenja artikulacijski in prozodični vidik govorne komunikacije. Poudarja, da je govor zvočen, in ugotavlja, da je triritmičen, ker v njem hkrati potekajo trije ritmi, in sicer stavčni, besedni in zlogovni. Ti so v ritmičnem smislu fonetične enote in ne jezikovne. Stavki so za Škarića intonacijske enote, ki jih izrečemo z enim splošnim mišičnim fonacijskim trzljajem, ki so od drugih pogosto ločene s premori, ena beseda pa je vedno poudarjena. Besedo razume kot zvočno enoto, zloge pa kot ritmične zvočne impulze. V govoru loči dva konstitutivna sloja, glasovni in besedilni, ki sta sočasna oz. prepletena in usklajena, pri čemer opozarja, da pripadajo tako imenovana prozodična sredstva tako glasovnemu kot besedilnemu sloju (Škarić 1991).

## 5. Obravnavane radijske postaje

### 5.1 Radio Hit

Radijska postaja Radio Hit je kot prvi komercialni radio začela oddajati 1. aprila 1993 na frekvenci 95,6 MHz. Na začetku je radio oddajal le osem ur na dan, kasneje pa je začel pripravljati 24-urni lastni program. Prvi je po zgledu svetovno priznanih radijskih postaj začel predvajati jutranji šov, radijske osebnosti pa so postale znane. Leta 2005 in 2006 je ta radio prejel viktorja za najboljšo radijsko postajo. Leta 2014 je korenito spremenil program, izbiro glasbe je prepustil anketnemu izbiranju poslušalcev ter precej zmanjšal količino vodenega programa in število moderatorjev. Njihov logotip je figura Hitko (Radio Hit 2019).

Voditelji programa so zdaj Barbara Bergant, Aida Budimlić, Jaka Peterka, Renata Smešnjavec in Rudi Sieger (Radio Hit 2019).

### 5.2 Val 202

Val 202 je drugi program Radia Slovenija. Je njegov najbolj poslušani program, spada pa tudi med najbolj poslušane radijske programe v Sloveniji. Oddaja 24 ur na dan. Večinoma se

predvaja sodobna popularna glasba, poleg tega pa je program sestavljen še iz informativnih oddaj, športa, satiričnih rubrik ter pogovornih oddaj. Oddajati je začel 16. junija 1972, ime pa je program dobil po valovni dolžini 202 MHz, na kateri je oddajal. Leta 2003, 2011 in 2014 je prejel viktorja za najboljšo radijsko postajo. Med letoma 2006 in 2010 je bila to na vsakodnevni ravni najbolj poslušana radijska postaja (Val 202 2019).

## 6. Analiza spontanega govora

Spontani govor je govor voditeljev v moderiranih delih programa in je nasprotje branega in polbranega. Branje in polbranje sta načina govorne interpretacije, vezana sta na zapisani jezikovni kod in zahtevata osnovno poznavanje pravorečja. S stališča radia je tipičen primer branja govor napovedovalca (poklicni govorec, t. i. spiker). K tej kategoriji lahko dodamo še podkategorijo branja novic in drugih novinarskih prispevkov. Polbranje pa je prisotno pri radijskih voditeljih, tj. povezovalcih oddaj, ki imajo vnaprej pripravljeno besedilo (Tivadar 2011: 493).

### 6.1 Diskurzni označevalci

V spontanem govoru so pogosti diskurzni označevalci, ki so definirani kot izrazi, ki k vsebini govora ne prispevajo nič ali skoraj nič, rabljeni so predvsem v pragmatičnih vlogah, saj omogočajo povezovanje s propozicijsko vsebino v smeri naprej ali nazaj, pomagajo pri razvijanju odnosa med sogovornikoma, izražajo odnos govorca do vsebine, pomagajo organizirati potek diskurza (npr. menjavanje vlog, prehajanje med tematskimi sklopi, prehod v zaključek pogovora). To so predvsem izrazi ja, mhm, aha, aja, no, eee, v redu, okej, prav, veste, mislim (Verdonik in drugi 2007: 1–2).

V gradivu, ki sem ga obravnaval, se je veliko pojavljal polglasnik əə.

/.../ dobørdan želim əə Rudi in upam da /.../ (Radio Hit 2019)

/.../ tega pondelka əə upam da /.../ (Radio Hit 2019)

Njen goust əəəə duh /.../ (Radio Hit 2015)

Torej əə če si priden /.../ (Val 202 2019)

/.../ kakšnemu poslušalcu al pa poslušalki pomagalo əə ga opogumilo /.../ (Val 202 2019)

Ne gre pa vedno za sredstvo premora, ko voditelj razmišlja o nadaljevanju govora kot v zgornjih primerih, ampak lahko z diskurznimi označevalci nakaže, da še ni povedal vsega. To npr. stori, da se izogne prekrivnemu govoru oz. skakanju v besedo, kar se lahko zgodi zelo hitro, če program vodi več voditeljev hkrati.

/.../ poročit ... tle u Sloveniji pač /.../ (Radio Hit 2015)

## 6.2 Glasovno-naglasna in oblikoslovna podoba

Na komercialnih radijskih postajah se pogosto pojavljajo vdori narečnih prvin.

Ker Radio Hit s svojim dosegom meri predvsem na poslušalce iz osrednje Slovenije, so bili vplivi narečnega govora kar izraziti.

Zelo pogosta je bila samoglasniška redukcija, tako popolna, kjer samoglasnik onemi, kot delna, kjer se samoglasnik spremeni v polglasnik.

prot → proti (primer popolne samoglasniške redukcije), nč → nič (primer delne samoglasniške redukcije), blo → bilo, otroc → otroci, kšno → kakšno, rajš → rajši, izpustil → izpustili, vs → vas, k → ko, vidmo → vidimo, odeslil → odselilo, kr → kar, prložnost →

V analiziranem programu Vala 202 samoglasniške redukcije nisem zasledil, vendar verjamem, da bi jo, če bi bil obseg gradiva za analizo večji.

Posledica samoglasniškega upada so tudi izgovori nenaglašnega deležnika na l kot [u].



dobu → dobil, reku → rekel, preselu → preselil, touče → tolče

Narečne vplive pa je bilo mogoče zaslediti tudi na ravni leksike, vendar le v programu Radia Hit.

zdej → zdaj, kej → kaj, tut → tudi, ka → kaj, tuko → tako, pukličem → pokličem, skupej → skupaj, kuko → kako

Da narečni vplivi na ravni leksike v programu Vala 202 niso bili prisotni, pripisujem temu, da je doseg radia celotno nacionalno ozemlje, zato se poslušalcem ne poskuša približevati na lokalni ravni, poleg tega pa poslušalce želi tudi izobraževati.

V vseh navedenih primerih puščica nakazuje knjižno obliko.

### 6.3 Avtomatizmi

Avtomatizem je jezikovno sredstvo, ki postane za opravljanje neke naloge običajno in se utrdi v konvenciji med tvorci in naslovniki. Strukturno so besednozvezni ali stavčni (Korošec 1998: 13–16).

#### 6.3.1 Primeri avtomatizmov

Za komercialne radijske postaje so značilni avtomatizmi v nagovorih, ko voditelj poslušalcem pove, katero radijsko postajo poslušajo in kaj jim ta ponuja.

/.../ u tvojem fil gud jutru /.../ (Radio Hit 2015)

/.../ s hiti seveda na Hitu /.../ (Radio Hit 2015)

Komercialne radijske postaje so bolj agresivne pri opozarjanju poslušalcev na to, kateri program poslušajo, da lahko raziskovalnim družbam, ko jih te kličejo, povejo točno, za kateri program gre, saj so postaje odvisne od meritev poslušanosti.

Na Valu 202 je takega nagovarjanja manj, saj je nacionalni radio večinoma financiran z mesečno naročnino državljanov in ni odvisen od meritev poslušanosti, vendar se pojavlja, npr. po oglasih sledi avtomatizem »Poslušate Val 202«.

Avtomatizirani so pozivi k posredovanju prometnih informacij.

/.../ na najhitrejši prometni servis za prestolnico. (Radio Hit 2015)

Avtomatizirane pa so tudi odpovedi in napovedi rubrik. Drugi pogosti avtomatizmi so še »poglejmo na ceste«, »poglejmo, kako je z vremenom«, »z vami sem« itd.

#### 6.4 Skladenjske značilnosti

Toporišič piše, da je spontani govor najtežji, zato se v njem deloma tolerirajo pretrganost, preskakovanje iz ene skladenjske oblike v drugo, slabša povezanost posameznih delov besedila, ponovitve (Toporišič 2000: 32). Vse to bi bilo po merilih knjižnega jezika skladenjsko neustrezno, a poslušalci napak verjetno sploh ne opazijo, saj imajo pri »segmentiranju govora poleg skladenjskih zgradb odločilno vlogo tudi stavčnofonetične prvine, še posebej premori, poudarki in tonski poteki« (Lengar Verovnik 2011: 156).

Navajam nekaj primerov, ki bi bili v pisnem besedilu neustrezni.

Nepravilni besedni red:

/.../ in vs bi povabl dvaindvajsetega /.../ (Radio Hit 2015)

Pretrganost oz. slabša povezanost besedila:

Ne no ampak številka pa res ni velika ta teh je sam šesto. (Radio Hit 2015)

Slovnična nepravilnost:

/.../ ste oče od Lize in vs /.../ (Radio Hit 2015)

Izpust:

Lov me agejn točno pol sedmih u tvojm fil gud jutru /.../ (Radio Hit 2015)

Po mojem mnenju večina poslušalcev navedenega ne zazna kot motnjo, se pa da glede na skladenjske značilnosti ugotoviti, ali je govor tvorjen popolnoma spontano ali pa ima govorec del govora pripravljen vnaprej (npr. če je uporabljena daljša in bolj zapleteno tvorjena poved, ki je skladenjsko brezhibno izpeljana).

## 6.5 Ponavljanje in popravljanje

Značilnost spontanega govora je tudi popravljanje voditelja, ko se med govorom odloči, da bo kakšno besedo zamenjal z drugo ali pa da bo drugače začel poved (Lengar Verovnik 2010: 170).

/.../ decembra na Radio Hit u prostore Radia Hit kjer /.../ (Radio Hit 2015)

In Liza je in Liza je tudi /.../ (Radio Hit 2015)

/.../ ja in vi ste in vi ste to kliknili /.../ (Val 202 2019)

Če je ponavljanja, ki je značilno za skladnjo spontanega govora, manj, to navadno pomeni, da voditelji uporabljajo različne oporne točke.

## 6.6 Hitrost govora

Voditelji najpogosteje upočasnijo govor, ko želijo povedati novo informacijo ali pa jo želijo poudariti, že znane informacije ali dodatna pojasnila pa so povedana hitreje.

Dele, ki jih je voditelj povedal hitreje, sem zapisal med večaje.

<Kot že rečeno pār prometu> danes so možni proti večeru močnejši nalivi ponekot po državi seveda že pada (Radio Hit 2019)

Uvodne povedi oz. že znana dejstva, s katerimi voditelj umesti novo informacijo, so povedana hitreje, včasih pa dajejo tudi vtis branosti. Voditelj z upočasnitvijo tempa govora poudari novo informacijo.

Minuto čez pet <lep dobørdan želim> æ Rudi /.../ (Radio Hit 2019)

Voditelji govor upočasnijo tudi, ko razmišljajo o nadaljevanju. Počasnejši govor je strategija za pridobivanje časa (uporaba premorov, mašil in podaljšanih samoglasnikov).

<Noo supr supr> se veselimo /.../ (Radio Hit 2015)

Hitrost govora sem izračunal tako, da sem preštel število zlogov v desetih sekundah in potem delil, da sem dobil povprečno število zlogov na sekundo.

RADIJSKA POSTAJA	ŠTEVILO ZLOGOV NA SEKUNDO
Radio Hit (2019, govorec R. S.)	5,3
Val 202 (2019, govorec M. P.)	6,3

## 6.7 Premori

Premor razumemo kot vsakršno prekinitev govornega toka. Lahko je tih (prazen) ali pa zapolnjen z različnimi vrstami zvočnega signala (podaljševanje glasov, hkratni govor, mašila, neverbalni dogodki, kot je npr. smeh). V transkripciji označujemo premore, ki so dolgi 50 ms ali več (Huber 2017: 12).

Vloga premorov je enaka kot vloga diskurznih označevalcev. Voditelji z njimi pridobivajo čas za nadaljnje tvorjenje besedila.

/.../ ampak (1,2 sekunde premora) vərjaməm da ma /.../ (Radio Hit 2019)

Premori se pogosto pojavljajo v govornih situacijah, ki predvidevajo poslušalčev odziv, pred zaključkom šale, torej pred najmočnejšim vsebinskim delom povedanega, kot sredstvo za ustvarjanje dramatičnosti.

Včasih se namesto premorov pojavlja tudi podaljševanje soglasnikov s polglasnikom.

V programu Vala 202 pa se premori pojavljajo tudi na mestih, kjer bi voditelj rad neko stvar poudaril oz. nanjo usmeril posebno pozornost.

/.../ z najbolj zanimivimi križarjenji (0,3 sekunde premora) tri najbolj odbita /.../ (Val 202 2019)

## 6.8 Individualni slog voditeljev

Pripovedovanje osebnih izkušenj, s katerimi se lahko poslušalci poistovetijo, humor in domačnost, ki se ustvarja tudi z jezikovnimi izbirami, ki so poslušalcu blizu, naredijo voditelje

priljubljene. Odnos med poslušalcem in voditeljem je osebni, pozitiven in grajen na vrednotah, ki so za poslušalca relevantne (Wilby in Conroy 1994: 127).

/.../ bom pa kšno mamico na kolena uzeu. (Radio Hit 2015)

Sam bi rajš mamice. (Radio hit 2015)

Voditelj na Valu 202 se od voditeljev na Radiu Hit loči po tem, da upošteva knjižno normo, s tem pa ne le izobražuje, ampak tudi pritegne poslušalce.

## 7. Promet in vreme

V podajanju vremenskih in prometnih informacij, ki so jih včasih voditelji prebiral, danes zasledimo vse več značilnosti spontanega govora oz. je očitno približevanje vsakodnevni govorici. Pogosto voditelji poslušalce nagovarjajo neposredno. Po mojem mnenju je tako zato, ker so te informacije postale stalnica jutranjega programa in se poslušalcem podajajo zelo pogosto, npr. takoj, ko se na cesti zgodi kaj novega, in niso več na vrsti le vsako polno uro kot del novic.

Primarna vira za te informacije sta Prometno-informacijski center in Agencija Republike Slovenije za okolje in prostor.

Analiziral sem morebitne značilnosti spontanega govora v teh dveh rubrikah.

### 7.1 Promet

Prometni informator uporablja sredstva vsakodnevne komunikacije.

/.../ ne pozabot na luči /.../ (Radio Hit 2019)

/.../ dejmo še pogledat kje /.../ (Radio Hit 2019)

Na tak način ustvarja kvaziinteraktivno vključenost poslušalca (Tolson 2006: 9).

Vallerie Geller, piska radijskega priročnika, svetuje, naj bo v radijskih prometnih informacijah na prvem mestu lokacija, šele nato, kaj se je na tej lokaciji zgodilo. Poslušalec se bo namreč najprej vprašal, ali je to v njegovi bližini, šele nato bo pozoren na nadaljnjo informacijo (Geller 2007: 156).

Prometne informacije so podane na način, kot bi bile zapisane v Prometno-informacijskem centru.

/.../ na primorski autocesti od kozarij proti vrhniki /.../ (Radio Hit 2019)

/.../ na gorenski autocesti od kosez proti šentvidu /.../ (Radio Hit 2019)

## 7.2 Vreme

Vremenske informacije Agencije Republike Slovenije za okolje so prilagojene radijskemu mediju ter se v skladnji in leksiki približujejo vsakodnevnim govorici. Povedi so kratke, meteorološke fraze pa so nadomeščene z bolj pogovornimi.

/.../ po državi seveda že pada. (Radio Hit 2019)

/.../ čez dan nas bo grelo /.../ (Radio Hit 2015)

## 8. Zaključek

Kot sem predvidel v tezi, so bile v spontanem govoru na komercialni radijski postaji opazne prvine vsakodnevne govorice. Voditelji so se približevali poslušalcem tudi na ravni narečnih leksikalnih izbir. Po mojem mnenju je izbira narečnih prvin hotena odločitev in ni posledica neznanja, saj se s tem dosežeta živost jezika in stik s poslušalcem. Na Valu 202 se zaradi nacionalnega dosega in zaradi zakonske zavezanosti k rabi knjižnega jezika poslušalcem ne približujejo z narečnimi izbirami, uporaba narečja je dovoljena le, ko govorijo tisti, ki niso zaposleni na radijski postaji, ali če je to v skladu z družbenim interesom (Pravilnik o poklicnih standardih 2001: 1.9).

Za spontani govor so značilni diskurzni označevalci, premori, ponavljanje ter popraviljanje, ki so značilni tudi za vsakodnevno govorico. Nakazujejo, da si voditelji, vsaj večinoma, pri delu ne pomagajo s pisno predlogo. Z odsotnostjo naštetih značilnosti lahko poslušalci ugotovimo, kdaj govor temelji na pisni predlogi in kdaj ne. Najočitneje se to kaže v skladenjsko zahtevnejših povedih, ki so brezhibno izpeljane. Govor voditeljev komercialne radijske postaje se od govora voditelja Vala 202, kjer voditelj bolj ali manj upošteva knjižno normo, razlikuje tudi po tem, da voditelji komercialnih radijskih postaj poleg vsebine prodajajo tudi razpoloženje. Prepoznavni so po individualnem slogu govora, kar je zelo pomembno, saj predstavljajo glas radijske postaje. Vsak moderator sčasoma razvije svoj prepoznavni slog, ki postane njegov zaščitni znak, pogosto pa se z njim identificira tudi radijska postaja (Golčar 2003: 62).

Radijske prometne informacije in vremenske napovedi lahko žanrsko uvrstimo med novinarska in nenovinarska besedila. Zelo očitno je približevanje vsakodnevni govorici, in sicer z nagovori poslušalcev ter opisovanjem vremenskih pojavov z besedami, ki jih poslušalci uporabljajo v vsakodnevnem pogovoru. Po mojem mnenju do tega prihaja, ker se ustvarjalci radijskega programa zavedajo, kako pomembno vlogo imajo zjutraj prometne in vremenske informacije, zato te niso le sprotne servisne informacije, ampak prostor v programski shemi, ki omogoča ustvarjanje kvaziinteraktivnega odnosa med poslušalcem in voditeljem.

V prihodnosti bi se mi zdelo smiselno podrobneje raziskati, kolikšen vpliv ima na poslušalčevo izbiro radijske postaje poleg vsebine tudi forma posredovanega govora, če so že preverjeni vsebine, glasba in voditelji, saj govor še vedno ostaja najpomembnejši zvok na radiu.

## 9. Viri in literatura

- Analiza radijske ponudbe v Republiki Sloveniji in možnost za njen razvoj. Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije. 7. 9. 2019. Splet.
- Stephen Barnard. *Studying radio*. London, New York in Arnold: Oxford university press, 2000.
- Sandra Bašić - Hrvatini. *Državni ali javni servis: perspektive javne radiotelevizije v Sloveniji*. Ljubljana: Mirovni inštitut, 2002.
- Lucija Breznik Legiša. si.linkedin.com. 7. 9. 2019. Splet.
- Hugh Chignell. *Key conceptions in radio studies*. Los Angeles: Sage, 2009.
- Andrew Crisell. *Understanding radio*. London in New York: Routledge, 1994.
- Čakanje na honorarje odgnalo Hitova budilkarja. Slovenskenovice.si. 7. 9. 2019. Splet.
- Ekipa. radiohit.si. 7. 9. 2019. Splet.
- Vallerie Geller. *Creating powerful radio*. Oxford: Focall press, 2007.
- Erving Goffman. *Forms of talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania press, 1981.
- Bojan Golčar. *Radio: prvi koraki v radijsko ustvarjanje*. Maribor: Mariborski radio Študent – MARŠ, 2003.
- Branka Grbin. Menjava na prvem mestu najbolj poslušanega radia v Sloveniji. siol.net. 7. 9. 2019. Splet.
- Jerneja Gros Žganec. *Govorne tehnologije: pridobivanje in pregled govornih zbirk za slovenski jezik*. Ljubljana: Slavistično društvo Slovenije, 2003.
- Damjan Huber. Poudarek in pavza v standardnem slovenskem govoru [:Doktorska dizertacija]. Ljubljana, 2013.
- Damjan Huber. Raziskovalna izhodišča besedilnofonetične analize slovenskega medijskega govora (na primeru besednovrstne predvidljivosti poudarkov). Ur. Miran Hladnik. Ljubljana: Filozofska fakulteta, 2017 (Slavistična revija, 2). 12.
- Peter Jurgec. *Organizirana skrb za govorno kulturo v slovenskih elektronskih medijih*. Ljubljana: Ministrstvo za kulturo, 2006.
- Tomo Korošec. *Stilistika slovenskega poročevalstva*. Ljubljana: Kmečki glas, 1998.
- Jure Longyka. Iz Wikipedije, proste enciklopedije 7. 9. 2019
- Petra Oseli. Ima tretji radijski sektor v Sloveniji prihodnost? Medijska preža. 26. 8. 2019. Splet.



- Mitja Peček – novinar in voditelj. val202.rtv slo.si. 7. 9. 2019. Splet.
- Tatjana Pirc. *Radio: zakaj te imamo radi*. Ljubljana: Modrijan 2005.
- Poslušnost radijskih oddaj. Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije. 7. 9. 2019. Splet.
- Pravilnik o poklicnih standardih. rtvslo.si. 7. 9. 2019. Splet.
- RA in TV programi. Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije. 7. 9. 2019. Splet.
- Radio Hit. Iz Wikipedije, proste enciklopedije 26. 8. 2019
- Robert Pečnik - Pečo: Po duši še vedno radijec. Domzalske-novice.si. 7. 9. 2019. Splet.
- Strategija razvoja radijskih in televizijskih programov v Republiki Sloveniji. Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije. 26. 8. 2019. Splet.
- Strategija razvoja RTV Slovenija 2018–2022. rtvslo.si. 7. 9. 2019- Splet.
- Cvetka Šeruga - Prek. *Voditelj – napovedovalec? Slovenščina na radiu*. Radio Slovenija: Oddelek za kulturo govora, 1990.
- Ivo Škarić. *Povijesni pregled, glasovi i oblici hrvatskoga književnog jezika*. Zagreb: HAZU Globus, 1991.
- Hotimir Tivadar. *Fonetično-fonološke lastnosti samoglasnikov v sodobnem knjižnem jeziku*. Ljubljana: Slavistično društvo Slovenije, 2004.
- Hotimir Tivadar. Fonetika in realno gradivo – izbira(nje), pridobivanje, urejanje in analiza govorjenih medijskih besedil. *Infrastruktura slovenščine in slovenistike*. Ur. Marko Stabej. Ljubljana: Filozofska fakulteta, 2009 (Obdobja, 28). 365–369.
- Hotimir Tivadar. Vzpostavitev razmerij med govorom in branjem, recitacijo in igranjem. *Meddisciplinarnost v slovenistiki*. Ur. Simona Kranjc. Ljubljana: Filozofska fakulteta, 2011 (Obdobja, 30). 493.
- Andrew Tolson. *Media talk: spoken discourse on TV and radio*. Edinburgh: Edinburgh university press, 2006.
- Jože Toporišič. *Slovenska slovnica*. Maribor: Obzorja, 2000.
- Miha Ulčar. Popoldnevi na Radiu Hit v družbi Rudija. domžalec.si. 7. 9. 2019. Splet.
- Val 202. Iz Wikipedije, proste enciklopedije 26. 8. 2019
- Darinka Verdonik, Andrej Žgank in Agnes Pisanski Peterlin. *Diskurzni označevalci v dveh pogovornih žanrih*. Ljubljana: Slavistično društvo Slovenije, 2007.
- Pete Wilby in Andy Conroy. *The radio handbook*. London in New York: Routledge, 1994.
- Zakon o medijih (ZMed). Ur. l. RS 35/2001. 26. 8. 2019. Splet.

## 10. Priloga 1 – transkripcija jutranjega programa Radia Hit

### 10.1 R. S., 2019

- text = "minuto čez pet lep dobørdan želim æ Rudi in upam da se je tvoj tedøn začeu dobør glede na to da zdej že bl lezemo prot koncu tega pondelka æ upam da se je donæs kej posebnga zgodil ampak"

text = "TP = tihi premor"

text = "vørjamøm da ma negdo izmed væs zarad današnjega dne zarad tega posebønga dogodka dons tut posebøn dan in za posebøn dan podelimo pico æ kmalu"

text = "ker s pico se pač da res dobør proslavit posebøn dan ane u tem času pa Ed Širøn in Pørfekt"

- text = "opazil ste neki zastojeu na primorski autocesti od Kozarij proti Vrhniki potem æ na gorenski autocesti od Kosez proti Šentvidu opčasno zapirajo predor Šentvid"

text = "TP = tihi premor"

text = "pol še na cestah Bohinska Bela Bled Lesce u obe smeri inø Ljubljana Brezovica tøm so zastoji pa ponekod po državi se občano pojaulajo močnejši nalivi prilagodite hitrost in način vožnje razmeram u primeru slapše vidlivosti ne pozabøt na luči voznike tudi opozarjam da je ustaulanje pod nadvozi in u predorih nevarno in prepovedano"

text = "æ dejmo še pogledat kje se skriva radar"

text = "P = premor"

text = "na cesti Rašica Črnuče na autobusni postaji meri smer Šentjakop previdno"

- text = "kot že rečeno pør prometu danes so možni proti večeru močnejši nalivi ponekot po državi seveda že pada"

text = "TP = tihi premor"

text = "æ možni so tudi jutri zjutraj čeprou vremenarji napovedujejo sončøn torek in sončno sredo te nevihte pa nej bi se vrnle u četrtek zvečer"

### 10.2 B. B., L. B. L., G. J., 2019

- text = "Vejting for lov Aviči"

text = "prihaja Ela Hinderson"

text = "njen Goust ooo duh te čaka v nadaljevanju pa prav tako [del besedila, ki ga ne razumem]"

text = "zdaj pa je čas za res koristne informacije"

text = "slaba minutka do šestih, dobrojutro Lucija"

text = "ja dobrojutro tut tep hh trenutno še vse mirno na cestah v ljubljanski kotlini in okolici tako da uživaj v vožnji s hiti na prvem Hit radiu če pa opaziš kej posebnega na svoji poti pa pokliči na najhitrejši prometni servis za prestolnico"

text = "pa zehalica Barbi"

text = "dobrojutro"

text = "ahahahaha"

- text = "Matej hvala"

text = "Barbi"

text = "ja pred nami je spet oblačen dan in čez dan nas bo grelo do sedmih stopin ta trenutk pa u prestolnici trojka u Mlaki pri Kranju minus ena in dve stopinji u Domžalah pri Železni Jami"

text = "ka pa sneg pa to"

text = "neboo snega še"

text = "tut do božiča nč"

text = "ne"

text = "nougga leta"

text = "tut ne"

text = "kitajskega"

- text = "točno minutka čes šesto"

text = "dobro jutro"

text = "dobro jutro"

text = "jutro"

text = "eo pa smo ga dočakal, torek petnajsti decembr ka bi blo loh še lepšga a razn tega da tvojga malčka obdarim kot božičkou pomočnik"

text = "ja toj pa res neprecenljivo ampaak upam da se te otroc ne bodo bal"

text = "am če se me pa bojo bom pa kšno mamico na kolena uzeu"

text = "jjoj Javornik"

text = "da ne bo diskriminacije pa očita tut no"

text = "jooj hahaha"

text = "ampak kako pridš do lepih daril za tvoje otroke pa slišiš u nadaljevanju"

text = "sam bi rajš mamice"

- text = "Džon Farvan na Hitu trinajst minut čes šesto u tvojm fil gud jutru Lucija Barbi in Javornik"

text = "dobro jutro"

text = "dobro jutro"

text = "jutro"

text = "učerej smo sicer izjemoma ispuštil božično praulico ker smo dobil en tak reees leep meejl"

text = "ja res se nismo mogli upret temu da ne bi poklical od Lize očeta in poskrbeli za tako mejčkeno presenečenje"

text = "dobro jutro Javornik pri telefonu s prvega Hit radia kličm a sm dobu od Lize očija"

text = "zdravo dobil smo tak prekrasn mejl naslouljen na božička za Lizo in tuko lepo napisan da sm reku da vs kr pukličm konec koncou ste oče od Lize in vs bi povabl dvaindvejssetega decembra na radio Hit u prostore radia Hit kjer bomo skupej z božičkom predal otrokom darila"

text = "in Liza je in Liza je tudi ta otrok ki bo prejela darilo od božička"

text = "prebral smo prebral smo da je Liza prava borka in držimo pesti da bomo tko naprej"

text = "še kej več kot borka ne"

text = "a je po mamicu al po očiju"

text = "a je seprau po očitu je k ni pridna po mamicu pa k je pridna al je obratno"

text = "noo supr supr se veselimo da se dvaindvejssetega decembra ob osemnajsti uri vidmo na radiju Hit"

text = "hvala lepa enako se vidimo"

text = "jaa ampak danes pa lahko ti ujamš izsek ene izmed pravlic in ko ga takoj pošlji esemes na nič šteri nič devet pet pet šestdevet pet šest napiši Unikatoj pripiši še svoje podatke in starost tvojih otrok"

text = "zdej pa uživej s hiti in dobro poslušej praulico jaa kej kmalu jo lahko slišiš"

text = "nadaljujemo z avstralsko zasedbo Šiprd Ďee Ronimo"

---

• text = "Marvinge osmindvajset čez šesto u tvojm fil gud jutru Lucija Barbi in Javornik"

text = "dobro jutro"

text = "dobro jutro"

text = "jutro"

text = "Barbi neki zaskrblena mi delujš"

text = "ja res ja ja lej bojim se da bom čez par let sama ostala u tej Sloveniji"

text = "kuko to mislš"

text = "ja lej jst te pa čis razumm glede na to da je odseljivanje u tujino u Sloveniji sploh zadne šter leta u porastu ane"

text = "točno to ne u tujino se je preselilo že več kot trinajst tisoč slovenskih držaulanou pa si sam poglej vedno več mladih se odseli"

text = "ja res je leta dva tisoč deset se jih je odselil štersto dva tisoč štrnajst pa kr trikrat tolk tko d jst k bom mela prložnost se gotou preselm u Australijo"

text = "ah sej naju bi pa kr tle pustila pa ti u katero državo bi se recimo če bi meu možnost preselu"

text = "mhm"

text = "mhm ampak bi blo pa zanimiu vedt kok tujcou se je u zadnih letih prselilo hnm a"

text = "ene deset pa še tisti so kšne žene k so jih uspele a poročit ... tle u Sloveniji pač na tipe pejt sm boš zdej pr men žvela ane zdej si pa razbija glavo tm kuda s ti mene doveo aveš"

text = "ahahahaha"

text = "ne no ampak številka pa res ni velika ta teh je sam šesto"

text = "šesto bab se po glau touče aa gdje sam bila blesava šta sam ja to uradila"

text = "ja lej vedno mn ns je tkod tist k gre zadnji vn nej usaj luč ugasne no"

text = "ahahahaahah"

text = "mi pa zadnjič ... s Hiti seveda na hitu u nadaljevanju pa Đon Njumn tut"

text = "Lov me agejn točno pol sedmih u tvojm fil gud jutru čas je za koristne informacije"

---

• text = "Lucija"

text = "ja kot običajno op tej uri zaenkrat še voziš brez zaticou u osredni Sloveniji če pa morda ti veš za kšn zaplet na cesti mi pa to javi na najhitrejši prometni servis za prestolnico"

---

- text = "in Barbi"

text = "ja poglejmo trenutno je temperatura u prestolnici je trojka u Škofji Loki minus ena in u Kamniku dve stopinji je pa pred nami oblačn dan in ogrelo ns bo le do sedmih stopin"

---

## 11. Priloga 2 – transkripcija jutranjega programa radia Val 202

11.1 M. P., 2019

- text = "Jasmina Gregor"

text = "ə lep pozdrav na Koroško"

text = "ə skoraj pet let ste preživeli na križarkah kjer se je dogajalo ə precej več kot lahko stisneva v teh nekaj minut pogovora"

text = "ə v intervjuju za časopis Večer ste pred časom slikovito dejali ə da se lahko štirje meseci na ladji primerjajo z dvema letoma na celini"

text = "TP = tihi premor"

text = "zato predlagam da začneva kər z najbolj zanimivimi križarjenji"

text = "TP"

text = "tri najbolj odbita recimo in zakaj prau ta"

text = "njud kruz pomeni golo križarjenje"

text = "kako se je recimo vaše delo kaj razlikovalo od siceršnjega"

text = "ə še to bi vas uprašal Nju Kids on d Blok ste omenjali to gre za kaj nek ameriški boj bend"

text = "on ja oni so še aktualni"

text = "dijaški dom petinštirideset plus "

text = "vemo da so lahko križarke res ogromne na nek pravzaprav ggre za plovna mesteca ne ampak u številkah za kako velika plovila gre"

text = "mhm"

text = "hm in kaj ti ljudje tam počnejo a še ena vaša ubeseditev iz prej omenjenega intervjuja me je zbodla v oči menda ne zgrešimo preveč če si križarjenje predstavljamo kot resničnostni šov z več sto tudi tisoč tekmovalci kaj ste mislili s tem"

text = "mhm med tem ko gostje na križarkah uživajo u tej luksuzni brezskrbnosti je pa a za delauce življenje na ladji bistveno drugačno ker gosti pridejo tja na nekaj dneuni kot pravite nekaj tedenski dopust potem se pa vrnejo u svoj normalni usakdan vi pa tam preživite tri četrt leta a precejšen del tega delate u tistih nekaj prostih urah ali pa dnevu prostega časa na teden dnevu pa pol se pa tudi ne morete umakniti u zavetje toplega doma oziroma a treba si je neko različico približek doma ustvariti tam kjer ste ne večinoma na ladji kjer je precej če ne drugih prostorskih omejiteu in u teh situacijah pač človeku precej več kot sicer pomenijo kšne malenkosti kot je denimo nočna omarica ali pa a televizijski sprejemnik okno ja ste razvili drugačen od nos do kakšnih nam usakdanjih samoumeunih predmetou"

text = "že tako se človeka u tujini čez čas poloti domotožje na ladji si pa tudi zaradi slabih internetnih povezau meddrugim še bol odrezan od sveta katere stvari pa ste a poleg družine seveda torej najbolj pogrešali brez česta ste se pa na primer naučili živeti pa si prej niste predstauljali da lahko"

text = "pogovarjamo se z Jasmino Gregor kozmetičarko ki si je kruh skoraj pou desetletja služila z delom na luksuznih križarkah a dela se sicer veliko ne tudi po več kot dvakrat toliko kot pri osem urnem delauniku ampak se da tudi konkretno zaslužiti a u spajih masažnih centrih še največ če prau razumem nniso usi delauci na križarkah enako plačani ne"

text = "mhm če sva pa konkretna s številkami a čistilci torej nekaj sto eurou"

text = "torej a če si priden recimo mesečno"

text = "mhm ste bili tako pridni"

text = "torej več kot dva "

text = "okvirno no ampak delouni pogoji pa niso prau nedoužni ne veliko delauceu in delauk a še pred iztekom pogodbe obupa zakaj"



text = "kaj več kot pou"

text = "ahəm kako ste pa sploh prišli do tega delounega mesta a res s klikom na internetni oglas"

text = "in kaj je pisalo"

text = "ja in vi ste in vi ste to kliknili"

text = "a ampak je bilo treba še nekaj uložiti u to ne ni šlo kar tako"

text = "kaj to pomeni neko akademijo ste obiskovali u Londonu ki jo je bilo treba plačati zato"

text = "razumem ampak kako ste pa doma to povedali"

text = "ja oni so bili takoj za "

text = "ahəm kot ste rekli ste ə zadnji dve leti delali kot menedžerka ne več zgolj kot kozmetičarka ə kako to da niste dlje ustrajali kaj vas je potem prignalo do tega da ste zaključili s tem poglaujuem"

text = "in kako vəm gre zdey ta projekt"

text = "TP"

text = "in še s seboj ste prinesli zvrhan koš iskušenj pravite da ste se zelo spremenili na bolje ə v katerih pogledih"

text = "ko sva se dogovarjala za intervju ste bili takoj za z veseljem ste rekli takoj karkoli bi mogoče kakšnemu poslušalcu al pa poslušalki pomagalo ə ga opogumilo za to da se spravi malo vən iz Slovenije ə zakaj Slovenci to potrebujemo"

text = "TP"

text = "Jasmina Gregor ə hvala za klepet ter mirno ploubo in use dobro u prihodnje"