

EDITORIÁL AKO ŽÁNER (Z POHĽADU PREŠOVSKÝCH MEDIÁLNYCH ŠTÚDIÍ)

Daniela Slančová

Abstrakt

Príspevok sa venuje editoriálu ako žánru, ktorý sa v slovenskej tlači začal objavovať v prvej polovici 90. rokov 20. storočia. Vychádzajúc z teórie žánrov a kritérií žánrovosti (tematického, funkčného, kompozičného, jazykového a formálneho), zaraďuje ho medzi epištolárne žánre a poukazuje na jeho špecifický charakter, ktorý ho odlišuje od klasického úvodníka. Charakterizuje ho ako druh úvodného článku na rozhraní analytickej a beletristickej publicistiky, ako úvahový príhovor (list) (šéf)redaktora, ktorý často poskytuje i stručný prehľad tém daného čísla a komentuje ich. Venuje sa diachrónej dynamike editoriálu a jeho synchronnému rozptylu. Zároveň podáva prehľad diplomových a záverečných prác venujúcich sa problematike editoriálu v slovenskej časopiseckej tlači, ktoré vznikli pod vedením autorky na pôde Filozofickej fakulte v Prešove za posledných desať rokov.

Kľúčové slová

editoriál, žáner – kritériá žánrovosti – epištolárna publicistika – list

Môj príspevok na seminári pri príležitosti 15. výročia vzniku mediálnych štúdií na Prešovskej univerzite v Prešove by mal nielen predstaviť teoretické uvažovanie o problematike žánru, ale zároveň zdôrazniť úlohu spolupráce vysokoškolského učiteľa a študentov pri vedeckej práci. Takáto spolupráca často umožňuje posúvať hranice akademického vedeckého poznania. Preto som sa pri rozhodovaní o téme príspevku na tento seminár zámerne rozhodla v prospech štúdie o žánrovej podstate editoriálu v slovenskej teoretickej aj praktickej žurnalistike. Na pôde prešovských mediálnych štúdií vzniklo totiž od r. 2004 sedem záverečných (tri diplomové a štyri záverečné bakalárske práce),¹ ktoré sa venovali analýze editoriálu v slovenskej tlači. Všetky vznikli pod mojím vedením a vychádzajú z koncepcie žánru (porov. in: Slančová, 1994, 1996) predstavovanej systematicky na prednáškach v štylistických predmetoch študijného programu masmediálne štúdiá a zvlášť v predmete žurnalistické žánre v printových a elektronických médiách I a II. K týmto prácam možno priradiť aj článok A. Kalamárovej (2008), ktorý priamo odkazuje na citovanú literatúru (Slančová, 1994, 1996) vrátane prednášok. Za prácu, ktorá v slovenských podmienkach najvýraznejšie prispela k teórii editoriálu a k vysvetleniu jeho miesta v dejinách

¹ Autorky záverečných prác sú: K. Hudáková, J. Klingová, L. Kmecová, E. Koremová, A. Kvotidianová, K. Palenčárová, M. Popovičová.

slovenskej žurnalistickej tlače, treba pokladať diplomovú prácu K. Hudákovej (2004). Analyzujú sa v nej editoriály a žánre, ktoré možno pokladať za predchodcov editoriálu, v tridsiatke časopisov, a to od doby ich vzniku až po rok 2003. K najstarším analyzovaným časopisom patria periodiká *Duchovný pastier* (začal vychádzať v r. 1917), *Život* (1946) a *Slovenka* (1948). Celkovo sa v spomínaných záverečných prácach analyzovalo 43 časopisov.²

V príspevku by sme chceli poukázať na diachrónnu aj synchrónnu dynamiku tohto žánru, a to tak v teoretickej reflexii, ako aj v praktickom využití v žurnalistickej praxi. Hneď na začiatok možno editoriál charakterizovať ako druh úvodného článku na rozhraní analytickej a beletristickej publicistiky; glosujúci príhovor (list) (šéf)redaktora, ktorý často poskytuje i stručný prehľad tém daného čísla a komentuje ich. Umiestnený býva na prvých stranách periodika. V slovenskej tlači sa začína pod týmto pomenovaním objavovať začiatkom 90. rokov minulého storočia.³ Pomenovanie editoriál sa po prvýkrát objavuje v 2. vydaní *Slovníka cudzích slov* (2005) (v 1. vydaní z r. 1997 sa ešte nenachádza) v hesle: „editoriál, editorial -u m. <a> <l> úvodník vyjadrujúci postoj k aktuálnemu problému napísaný redakciou al. vydavateľom, redakčný komentár“. Následne ho zachytáva *Slovník súčasného slovenského jazyka* 1. zv. A – G (2006): „editoriál [d] –lu L. –li pl. N –ly m. (z angl. ~ lat.): úvodný článok novín, časopisu, niekedy na závažnú aktuálnu tému vyjadrujúci postoj redakcie, redakčný komentár, redakčné vyhlásenie“.

V slovníkových vymedzeniach slova si možno všimnúť dve skutočnosti, tak z hľadiska formy, ako aj z hľadiska obsahu. Z hľadiska formy *Slovník cudzích slov* uvádza dve variantné podoby, s dlhým *á* (na prvom mieste) aj s krátkym *a*. *Slovník súčasného slovenského jazyka* uvádza už len podobu s dlhým *á*. Slovníkové zachytenie odráža dobovú prax písania tohto slova. V 30 časopisoch, ktoré analyzovala K. Hudáková, sa v 17 nachádza len podoba s *a*; v 5 (*Obchod*, *Štýl*

² Analyzované časopisy rozdelené podľa kategorizácie UNESCO (Tušer, 2010, s. 40 – 41): periodiká pre širokú verejnosť: univerzálne (spoločensko-politicko-ekonomické): *Týždeň*, populárno-odborné: *Kormorán*, *Obchod*, *PC revue*, *Pekné bývanie*, *Štýl bývania*; programové: *Eurotelevízia*, *TV komplet*; rodinné: *Harmonia*, *Markíza*, *Rodina*, *Život*; ženské: *Eva*, *Madam Eva*, *Emma*, *La Femme*, *Míau*, *Slovenka*; detské a mládežnícke: *Adamko*, *Fifík*, *Hráč*, *Nová dúha*, *Rebrík*, *Slniečko*, *Superohník*, *Šikovniček*, *Zornička*; športové a pre turizmus: *Auto Motor a šport*, *Autošport*, *Cestovateľ*, *Voyage*; cirkevné a náboženské: *Duchovný pastier*; iné: *Bezpečnosť práce*, *Svadba*; periodiká pre špecifické skupiny čitateľov: odborné: *Duševné vlastníctvo*, *Naše pole*, *Slovenský chov*, *Strojárstvo*; vedecké: *Urológia*; profesionálnych a občianskych skupín: *Kilometer*, *Slovenský výber*; podnikové a firemné: *Slovenské telekomunikácie*, *Slogas*.

³ K. Hudáková uvádza vo svojej vzorke skúmaných časopisov prvý výskyt pomenovania editoriál v r. 1993.

bývania, Svadba, Duchovný pastier, Bezpečnosť práce) sa od začiatku používania tohto pomenovania (1997, 1998, 2001, 2003, 2003) objavuje len podoba *s á*; v 7 (*Slovenský chovateľ, Pekné bývanie, Rodina, Eva, Kilometer, TV komplet, Emma*) dochádza v sledovanom období k zmene *a* na *á*. Slovníkové spracovanie, ako aj vydavateľská prax odrážajú proces transfonologizácie (k termínu porov. Ološtiak, 2007) v danom slove, signalizujúc tým jeho postupné zdomácnovanie v slovenskom jazykovom prostredí.

Z hľadiska obsahu si možno všimnúť sémantizáciu lexémy editoriál pomocou sém „úvodník“, resp. „úvodný článok“. Práve so žánrovým vysvetľovaním editoriálu prostredníctvom úvodníka sa stretávame vo viacerých teoretických prácach. Prvá zmienka o editoriáli, ktorú sa nám v žánrologických prácach podarilo nájsť, je konštatovanie J. Mistríka (1975, s. 55), ktorý sa domnieva, že „... v slovenskej žánrológii sú neznáme publicistické útvary anglosaské, ako editorial, column;...“, pričom na s. 143 podáva bližšiu charakteristiku týchto žánrov:

„V anglosaskej tlači sa vyvinulo niekoľko žánrov, ktoré sú formálne zhodné s našim úvodníkom. Najživší je tzv. editorial (s krátkym *a* – pozn. D. S.), ktorý je redakčným článkom – úvodníkom, komentárom, fejtónom i karikatúrou. Niektoré noviny prinášajú na prvých stránkach celý rad editorialov, ktoré vážnym úvodníkovým tónom a štýlom hovoria k rozličným spoločenským situáciám.“

Táto charakteristika sa opakuje vo všetkých vydaniach *Štylistiky* (Mistrík, 1985, 1989, 1997). J. Findra v *Štylistike slovenčiny* (2004) editoriál nespomína, no pri charakteristike úvodníka (s. 215) konštatuje, že:

„... ‚klasický‘ úvodník sa v dnešných novinách nevyskytuje. Jeho funkciu do istej miery plní komentár, ktorý však má iné zameranie. V niektorých časopisoch možno za úvodník považovať *úvodný stĺpček*, v ktorom redaktor stručne glosuje obsah najdôležitejších článkov, a tak čitateľa orientuje i získava.“

A. Tušer v publikácii *Ako sa robia noviny* (1999) v prílohe *Malý novinársky slovník* má pri hesle editorial (s krátkym *a*) len odkaz na heslo úvodník, pričom úvodník sémantizuje ako: „publicistický žáner, v ktorom sa analyzuje, hodnotí a zovšeobecňuje závažný aktuálny problém, spravidla sa umiestňuje ako vstupný novinársky prejav periodika – patrí do publicistiky racionálneho typu“ (s. 159). V texte publikácie (s. 103 – 104) úvodník inštruktážne charakterizuje takto:

„(Úvodník) má byť taký novinársky prejav, ktorý sa orientuje na aktuálny spoločensko-politický problém v čase, kedy periodikum vychádza. Jeho poslaním je tento problém analyzovať, hodnotiť a ukázať východiská, nemá však používať mentorský tón. Z hľadiska významu sa úvodník v novinách umiestňuje spravidla na prvej, v časopisoch na jednej z prvých strán, a býva nápadne upravený. Ak autor úvodníka vyjadruje svoje stanovisko alebo názory, je podpísaný, ak úvodník vyjadruje stanovisko redakcie, nemusí byť podpísaný. Aj keď v súčasnosti periodiká nevyužívajú tento žáner v takom rozsahu, ako by si zaslužil (hovorilo sa mu aj zástava novín), redakcie vidia jeho renesanciu v kratších úvahových útvaroch a často ich publikujú pod anglickým názvom editorial, čo znamená úvodník alebo redakčný príhovor“.

Posun v charakteristike možno vidieť v najnovšom vydaní publikácie *Ako sa robia noviny* (2010). Rovnako ako v predchádzajúcich vydaniach aj tu sa v *Malom novinárskom slovníku* pri hesle editoriál (už s dlhým *a*) odkazuje na úvodník, pričom heslo úvodník sa sémantizuje takisto rovnako ako v predchádzajúcich vydaniach s tým rozdielom, že sa na koniec pridáva odkaz na editoriál. V texte publikácie sa pri charakteristike úvodníka v nadpise uvádza aj editoriál (Úvodník (editoriál)) a žáner úvodníka sa charakterizuje v minulom čase, pričom editoriál sa pokladá za náhradu úvodníka (s. 145 – 146):

„Pôvodne sa *úvodník* z hľadiska významu umiestňoval na prvej strane ako ‚zástava novín‘. Orientoval sa na prvoradý spoločensko-politický problém v čase, kedy periodikum vychádzalo. V súčasnosti má formu kratšieho úvahového útvaru a často sa publikuje pod poslovenčeným anglickým názvom editoriál, čo znamená úvodník alebo redakčný príhovor. V časopisoch sa nachádza na niektorej z prvých strán a informuje väčšinou o hlavných témach obsahu periodika. Ak autor periodika vyjadruje svoje stanovisko alebo názory, je podpísaný, ak úvodník vyjadruje stanovisko redakcie, nemusí byť podpísaný.“

Editoriál a úvodník sa tak chápu ako takmer absolútne synonymá. Synonymne úvodník a editoriál (s odkazom editoriálu na úvodník) chápe aj V. Hochelová (2001, s. 250):

„... Po roku 1989 sa v našej tlači úvodníky vyskytujú zriedkavejšie. V časopisoch miesto úvodníka preberá editorial (s krátkym *a* – pozn. D. S.), čo je skôr príhovor šéfredaktora čitateľom, obsahujúci často informácie o obsahu čísla a štýlovo pripomínajúci viaceré podobné žánre – úvodník, komentár, otvorený list.“⁴

4 Táto definícia sa zhoduje s významom hesla úvodník/editoriál in: Osvaldová – Halada a kol., 1999, s. 196.

Podobne T. Rončáková v učebnici *Žurnalistické žánre* (2011) spomína editoriál len v rámci charakteristiky úvodníka:

„Úvodník [...] patrí medzi žánre, ktorých názov je odvodený skôr od formy než od obsahu. Nazýva sa aj výkladnou skriňou novín, píše ho poprední členovia redakcií. Obsahuje menej faktov, dôležitý je postoj, totožný s postojom redakcie. Preto býva úvodník niekedy nepodpísaný, stojí za ním celá redakcia. Klasický slovenský úvodník je blízky komentáru, prípadne úvahe. V poslednom období sa aj u nás udomácňuje druhý typ úvodníka – zhrnutie obsahu čísla s nejakou spoločnou niťou, prípadne pointou. Popri slovenskom pomenovaní úvodník sa zároveň presadzuje zdomácnený anglicizmus editoriál.“ (s. 81 – 82).

Tento stručný prehľad názorov na charakter a podstatu editoriálu možno pokladať za príklad diachrónej dynamiky žánru. Uvedený prehľad názorov dokumentuje cestu od neexistencie k priznávaniu existencie a zároveň upozorňuje na nestabilné miesto v systéme žánrov: hoci sa zväčša pokladá za samostatný žáner racionálnej (analytickej) publicistiky, uvažuje sa o jeho existencii prostredníctvom iných, viac etablovaných žánrov: editoriál = úvodník, komentár, otvorený list, úvahe, stĺpček, fejtón, ba aj karikatúra.

V našom ponímaní vychádzame z historického výkladu vzniku editoriálu tak, ako ho vo svojej práci podala a argumentačne, na základe analýzy materiálu, zdôvodnila K. Hudáková (2004, s. 11 – 15): v období pred r. 1989 úvodník charakterizovali: významná, spoločensky naliehavá téma, dôležitý aktuálny problém, direktívnosť a postulatívna a zovšeobecnenie (porov. *Malá encyklopédia žurnalistiky*, 1982, s. 512). Aj v tomto období však existovalo žurnalistické prostredie, napr. v nedeľných, resp. víkendových prílohách novín, v obrázkových časopisoch, ktoré umožňovalo v úvodných textoch využiť príhovorovú a celkovo „voľnejšiu“ formu s inklináciou skôr ku glose, s potlačením direktívno-postulatívneho momentu. Práve v tom možno vidieť živnú pôdu na vznik dnešného editoriálu v prostredí slovenskej periodickej tlače. K. Hudáková ďalej uvádza:

„V deväťdesiatych rokoch slovenská žurnalistika zaznamenáva výrazný vplyv pôsobenia západnej tlače. Z tohto priestoru preniká do teórie a praxe našej žurnalistiky veľa modelov, ktoré prinášajú nový aspekt pohľadu na žurnalistiku v zmysle jej účinkov na príjemcu (jednotlivca i spoločnosť), kategorizácie publika, produkcie mediálnej kultúry, mediálnych štruktúr a inštitúcií a tiež nových teórií, pojmov a modelov. Z anglosaskej tlače, konkrétne zo systému stanoviskových, resp. postojových, žánrov sa v slovenskej žánrológii... udomácňuje termín editoriál. Tento novovznikajúci žáner je prienikom pôsobenia dlhoročnej tradície v používaní úvodníka, zároveň jeho vývinu a prispôsobovania sa požiadavkám doby a pôsobenia vonkajších vplyvov západnej tlače... Na základe kombinácie domácich

a cudzích parametrov sa utvára žáner, ktorý má veľmi blízko k úvodníku a zároveň je možné diferencovať v ňom isté formálne a obsahové črty, ktorými sa od úvodníka vzďaľuje“.

Postupné etablovanie editoriálu v podmienkach slovenských tlačенých médií tak do istej miery odráža celkovú spoločensko-kultúrnu klímu svojej doby, keď zvonka prichádzajúca realita vrátane pomenovania sa stretla s priaznivo nastavenou situáciou domácej tradície, pričom došlo k ich prepojeniu a vznikla nová kvalita.

Anglický názov editorial interpretujeme ako list vydavateľa (editora) adresovaný čitateľom periodika (*a letter from the editor*). Editoriál zaraďujeme k žánrom epištolárnej publicistiky. Pod epištolárnou publicistikou rozumieme takú publicistiku, ktorá na komunikáciu využíva rozlične modifikovaný žáner listu⁵ (o epištolárnej komunikácii porov. bližšie Ruščák, 2002). V dichotomickej žánrovej klasifikácii lokalizujeme editoriál do priestoru medzi racionálnou a emocionálnou publicistikou; v trichotomickej klasifikácii medzi analytickou a beletristickou publicistikou (v zmysle chápania J. Mistríka) k skupine fejtónu. Pri žánrovom vymedzení editoriálu vychádzame z komplexu žánrovtvorných kritérií, resp. kritérií opisu žánrovej normy. Ide o tematické, funkčné, kompozičné, formálne a jazykové kritérium (porov. Slančová, 1994, 1996, s. 113 – 119).

Formálne kritérium: editoriál je spravidla umiestnený na prvých stranách periodika.⁶ Ak je zaradený do obsahovej štruktúry periodika, jeho výskyt je prediktabilný aj v nasledujúcich výtlačkoch. Buď ide o celostranové texty v jednoliatom celku, alebo v dvoch či troch stĺpcoch. V takomto prípade editoriály vytvárajú samostatnú rubriku. Ďalším spôsobom je uvádzanie editoriálu vo forme stĺpca alebo odseku tak, že vyplňajú stranu v rozpätí jednej až troch štvrtín. Najčastejšie je to stĺpec v pravej alebo ľavej časti pozdĺž celej strany. Niekedy len od horného okraja strany približne do polovice alebo od polovice po dolnú hranicu strany. Časté je aj umiestnenie editoriálu v hornej časti strany, no nie vždy po celej jej šírke. Väčšinou ho buď zľava, alebo sprava dopĺňa stĺpec s tirážou, obsahom, ohlasmi čitateľov či reklamným príspevkom. Niektoré redakcie uprednostňujú ako miesto editoriálu strednú časť strany. Lokalizácia

⁵ Š. Veľas (1997, s. 26) charakterizuje epištolárnu publicistiku ako „kontaktný typ publicistických prejavov, ktoré vznikajú vo vzájomnej spolupráci redakcie a čitateľov, alebo aj verejnosti vôbec, pričom na ich tvorbe môže byť obojstranný záujem, alebo iniciatívu má jedna alebo druhá strana“.

⁶ Vývin editoriálu v nedávnej histórii ukazuje, že napr. v týždenníku *Život* sa od r. 1977 do č. 5 z r. 1990 pravidelne objavujú texty veľmi blízke súčasnému editoriálu lokalizované na záver časopisu na 63. stranu (porov. Hudáková, 2004, s. 20 – 21).

v dolnej časti strany je veľmi zriedkavá. Označenie editoriálu je dvojaké: menej výrazné, rubrikové, nachádzajúce sa na hornom okraji strany, a veľkostne a farebne zvýraznený v rôznych častiach zvyčajne hornej polovice strany. V textoch, ktoré nemajú vlastné titulky, rolu titulku preberá práve označenie editoriál. (Spracované podľa Hudáková, 2004, s. 74 – 75.) Rozsah editoriálu ho radí skôr ku krátkym žánrom s podobnou priemernou dĺžkou.⁷

Tematické a funkčné kritérium: tematické zameranie editoriálu sa odvíja od obsahu textov uverejnených v žurnalistickom celku príslušného periodika, pričom miera viazanosti na tému čísla alebo vybraných článkov je rozdielna – od úzkej viazanosti až po veľmi voľné spojenie témy editoriálu a ostatných textov časopisu. Voľnejšie napojenie na tému časopisu znamená zväčša zvýšenie subjektívnosti a posun smerom k prezentovaniu názorov autora s úsilím vyjadriť sa atraktívnym spôsobom. Autor sa usiluje pôsobiť na príjemcu často vtipným, fejtónovým spôsobom (porov. Hudáková, 2004, s. 72), zvyšuje sa miera zážitkovosti, beletrizácie textu.

Funkciou editoriálu je nadviazať kontakt s čitateľom, informovať o čísle, príp. apelovať na čitateľov. Ide teda o funkcie podobné tým, ktorými sa vymedzuje epistolárny text.⁸ Pravda, funkcia je modifikovaná celkovým zameraním časopisu (porov. napr. didaktickú funkciu v detských časopisoch – Koremová, 2009; špecifické funkcie editoriálu v ženských časopisoch – Klingová, 2012).

Kompozičné kritérium: textová (makro)stratégia (o termíne textová makrostratégia porov. Slančová, 2012) uplatňovaná v editoriáli sa viaže na tematicko-funkčné zameranie príslušného textu. Stvárnenie pojmového tematického univerza si vyžaduje skôr informačno-deskriptívnu, príp. výkladovú expanziu témy; stvárnenie zážitkového tematického univerza zasa naratívno-deskriptívnu expanziu témy, resp. úvahový variant výkladovej stratégie (k termínu expanzia témy porov. Dolník – Bajžíková, 1998). Mikrokompozičné členenie editoriálu súvisí aj s jeho formálnymi vlastnosťami. V prípade krátkych textov je odsekovo nečlenený, s pribúdaním dĺžky pribúdajú aj odseky a text sa vnútorne štruktúruje na osi úvod – jadro – záver. Na mikrokompozičné členenie editoriálu má vplyv aj jeho grafická úprava. Zvýšená miera zážitkovosti podporuje expresivi-

⁷ Priemerná dĺžka editoriálu v slovách za celý čas vychádzania v časopise *Štýl bývania* je 280 slov (Popovičová, 2012, s. 55); priemerná dĺžka editoriálu v detských časopisoch *Adamko*, *Fifík*, *Nová dúha*, *Rebrík*, *Superohník* a *Zornička* je 235 slov (Koremová, 2009, s. 66).

⁸ Podľa F. Ruščáka (2002, s. 16) je funkcia súkromnej korešpondencie operatívna s cieľom oznámiť, hodnotiť, kvalifikovať javy z vlastného hľadiska, vyzývať, prosiť, žiadať, želať si... ovplyvňovať adresáta prehovraním, poučaním, presvedčaním.

zovanú stavbu odseku (porov. editoriály v časopise *Miau* alebo *La Femme*). Titulovanie je fakultatívnou súčasťou editoriálu a znamená oslabenie epištolárnej kontaktovej zložky. Vyskytuje sa zväčša v tých textoch, v ktorých chýba oslovenie (porov. nižšie).

Jazykové kritérium: jazykové prostriedky editoriálu sa odvíjajú od uplatnenia predchádzajúcich kritérií. Štylistické kvality textov editoriálu sú podmienené aktivizáciou kategórií operatívnosti, subjektívnosti, sociatívnosti a vyznačujú sa osciláciou medzi kategóriami pojmovosti a zážitkovosti (k charakteristike vymenovaných výrazových kategórií porov. napr. Miko – Popovič, 1978; Plesník a kol., 2011). V takejto konfigurácii výrazových kategórií, ktoré odrážajú štylistické kvality textu, možno nájsť argument v prospech zaradenia editoriálu k prechodným žánrom medzi analytickú a beletristickú publicistiku, resp. medzi publicistiku racionálneho a emocionálneho typu. Do spomínaného priestoru oprávňujú zaradiť editoriál aj také jeho kvality, ktoré sú charakteristické pre epištolárne texty. F. Ruščák (2002, s. 18), vychádzajúc z charakterizačných dištingcií epištolárnych textov, určuje epištolárne texty nasledujúcimi vlastnosťami: písomnosť, simplexnosť, singulárnosť, personálnosť, implicitnosť, dialogickosť („pásmo replikovanosti“), uplatnenie epištolém. Všetky vymenované znaky možno nájsť aj v žánri editoriálu. Editoriál je žáner realizovaný písomným kódom (písomnosť); priestor a viazanie sa na tému textov v príslušnom periodiku neumožňuje ísť do hĺbky problému, preberaná problematika sa nevyhnutne zjednodušuje (simplexnosť), editoriál nie je ani komentár, ani analýza; aj v tom, teda v nižšej miere analytickosti, sa líši od klasického úvodníka. Prediktabilita čitateľa umožňuje vyjadrovať sa pomocou náznakov, príp. intertextuálne (implicitnosť). Dialogickosť sa prejavuje prítomnosťou operatívnych (direktívnych) typov komunikačných aktov/komunikačno-pragmatických funkcií výpovedí, konverzačných osôb (1. a 2. osoba sg. a pl.), ako aj kontaktoými prvkami (znaky dialogickosti porov. in: Müllerová – Hoffmannová, 1994). Personálnosť editoriálu sa okrem posilnenej subjektívnosti a hodnotiacich komunikačných aktov prejavuje aj neverbálne, napr. prítomnosťou fotografie autora editoriálu, faksimile podpisu alebo štylizáciou podpisu pomocou písma. Špecifickú podobu personálnosti majú editoriály v detských časopisoch, v ktorých je reálny autor štylizovaný do fiktívnej postavičky, zvieratka či fiktívnej dvojice blízkej detskému príjemcovi (porov. Koremová, 2007, s. 63).

Osobitné zastúpenie majú v žánri editoriálu epištolémy (k termínu porov. Ruščák, 2002, s. 18, 22 – 23).⁹ Z nášho hľadiska ide v prípade epištolém explicitného typu o konštantné kompozičné a jazykové prostriedky záväzné, resp. typické pre epištolárnu komunikáciu. Sú to: oslovenie, časová a priestorová situovanosť textu, viac či menej konvenčné kontaktové a zdvorilostné vyjadrenia v rámcových začiatkových a záverečných častiach listu, podpis, formulácie postskriptum. Ide teda o komplex prostriedkov, ktoré sa v konkrétnom texte editoriálu nachádzajú buď všetky, alebo kombinovane len niektoré z nich. V každom prípade však predstavujú žánrotvorné prostriedky. Štandardne je prítomná časová a priestorová situovanosť textu, vychádzajúca v prípade editoriálu tak z vlastnosti aktuálnosti žurnalistického textu ako takej, ako aj z viazanosti témy na obsah periodika. V editoriáloch sa objavujú oslovenia všeobecné (porov. Mistrík, 1997): *Vážení čitatelia, Milí čitatelia, Vážení čitatelia, milí priatelia, Milí priatelia*, špecifickejšie *Milé čitateľky*; adresnejšie oslovenia odvíjajúce sa od zamerania textu editoriálu na cieľové publikum: *Vážení priatelia televíznej obrazovky, Milí dopravcovia, Drahí bratia a sestry, milí čitatelia; Vážené kolegyne, vážení kolegovia* v profesijných, občianskych, podnikových a firemných periodikách (Hudáková, 2004, s. 85); subjektívnejšie a zážitkovejšie *Ahoj, deti, Ahoj, kamaráti, Ahojte, hráči* v detských a mládežníckych časopisoch.¹⁰ Oslovenie tak predstavuje sociálne deiktikum, príslušná podoba oslovenia má nielen pragmatický, ale zároveň sociálny význam. Oslovenie nemusí byť vždy iniciálovým kontaktoвым prostriedkom, vyskytuje sa aj vnútri editoriálového textu. Podpis v editoriáli chápeme ako uvedenie mena a priezviska, resp. iba mena autora, často graficky špeciálne upravené. Čím viac sa grafika uvedenia mena približuje písanému písmu, tým viac sa posilňuje personálnosť editoriálu. Existujú rozličné spôsoby kombinácie podpisu a mena autora editoriálu. Meno autora spolu s uvedením jeho pozície v časopise sa môže vyskytovať na začiatku aj na konci textu. Rovnako, štylizovaný podpis býva najčastejšie na konci, no vyskytuje sa aj na začiatku v nadväznosti na fotografiu, čím sa posilňuje epištolárna kvalita personálnosti. Štylizovaný „písaný“ podpis sa vyskytuje buď samostatne, alebo v súvislosti s vytlačeným menom autora editoriálu. Kontaktové formulácie možno podľa K. Hudákovvej rozdeliť na všeobecné, realizujúce zásadu kontaktu zdvorilostného princípu efektívnej komunikácie (porov. Slančová, 1994, 1996),

⁹ F. Ruščák charakterizuje epištolému ako paradigmatickú jednotku súkromných listov, ktorej funkciou je *expressis verbis* vymedzovať základné dimenzie epištol všetkých subsystemov. Epištolémy člení na explicitný a implicitný typ. Parafrázujúc, explicitný typ epištolém predstavujú oslovenia, časovo-miestne údaje, obligátne spojenia a záverečné podpisy.

¹⁰ Príklady v príspevku uvádzame podľa citovaných záverečných prác.

slovné spojenia rečovej etikety (*s úctou, s pozdravom, s vďakou*), kontextové zdvorilostné formulácie výrazne napojené na obsah textu editoriálu, apelujúce (motivačné), ktoré motivujú k prečítaniu časopisu (*nech je Vám¹¹ čítanie prvého letného Štýlu bývania príjemným osviežením...; tak obráťte list a ponorte sa do sveta, ktorý my všetci máme tak radi...; takže, milí priatelia, zostaňte s nami, neoľutujete, ... tešíme sa na stretnutie opäť o týždeň...*), a vlastné epištolárne podnecujúce čitateľa k aktívnej spolupráci tak, aby buď predstavoval aktívneho spolutvorcu časopisu, alebo aby vyjadril svoje názory, postoje, pripomienky prostredníctvom elektronickej alebo klasickej korešpondencie (*čítajte nás, píšete, posielajte...; tešíme sa na všetky Vaše ohlasy...; budeme vďační za každý nápad, ktorý nám pošlete, veď celý časopis patrí len Vám*). Špecifické sú formulácie postskriptum uvedené skratkou P.S. Vyskytujú sa ako klasický dodatok k napísanému, alebo bez skratky P.S., ale na konci editoriálu graficky oddelene odkazujú na obsah periodika (porov. Klingová, 2012, s. 63).

Zhrňajúc schematicky uplatnenie epištolém v editoriálovom texte, ponúkame nasledujúcu schému: oslovenie (+/-); situovanosť (časová a priestorová) (+); záverečné formulácie (+/-); podpis (+/-); konvenčné kontaktné a zdvorilostné vyjadrenia (+/-); formulácie post scriptum (-/+).¹²

Na ilustráciu uvádzame príklad editoriálu z detského časopisu *Adamko*,¹³ ktorý je určený pre deti od 6 do 9 rokov¹⁴ a ktorý takmer prototypovo reprezentuje znaky editoriálu. Je to zároveň dôkaz, ako časopisy pre deti pripravujú svojich čitateľov na vstup do „dospelého“ žurnalistického sveta.

¹¹ Písanie veľkého písmena v personálnych pronomínach 2. osoby je znakom ritualizovanej epištolárnosti a vyjadruje úctu k príjemcovi (porov. *Pravidlá slovenského pravopisu*, 2000, s. 75).

¹² Znamienko + značí viac-menej záväznú prítomnosť vlastnosti, znamienko - jej viac-menej záväznú neprítomnosť; poradie znamienok naznačuje tendencie uplatňujúce sa v texte editoriálov: ak je na prvom mieste plus, ide skôr o tendenciu využívať danú epištolému, ak je na prvom mieste znamienko mínus, ide skôr o tendenciu danú epištolému využívať menej, resp. nevyužívať.

¹³ Text editoriálu preberáme z práce L. Koremovej (2007).

¹⁴ Porov. <http://www.mamaaja.sk/assets/Dokumenty-na-stiahnutie-k-clankom/Adamko2012.pdf>.

Obrázok č. 1: Editoriál časopisu *Adamko*

A ALICA
 tila svoje obľúbené
 celý deň sa
 najst.
 a celý môj
 niekoľkokrát
 skrytú na
 časopisu.
 právnu
 v listárni
 toľkokrát
 počítaj ešte raz!

SAH
 obsahu
 ísla strán!
 nej
 elov

Dovolenkový poklad

$1+2=$

Malá škola kúziel

TÉMA ČÍSLA: KRÁSA PRÍRODY

Ahoj, kamaráti!

Už sa to blíži! Prázdniny! Cítim ich vo vzduchu, slnko svieti, vonku je teplo a vždy, keď zavriem oči a zhlboka sa nadýchnem, cítim vôňu mora, opaľovacieho krému, čerstvo pokosenej trávy a babkiných koláčov.

A teším sa aj na vysvedčenie. Ráno pôjdem s mamou kúpiť kyticu pre pani učiteľku a potom hurá po vysvedčenie. Celý rok som sa učil a hlásil, takže verím, že bude vynikajúce. Cez prázdniny sa budem s Teddym učiť angličtinu a opakovať si slovíčka, aby som nič nezabudol. To budú spolužiači v septembri pozerat', čo všetko som sa stihol naučiť!

Cez víkend som si bol s kamarátmi na jazere púšťať lodičky. Arnold nám ukázal, ako sa dajú vyrobiť lodičky s vlastným pohonom – postup nájdeš aj v tomto čísle v Šikovných ručičkách.

Držím vám všetkým palce, aby ste vydržali ten posledný mesiac do prázdnin a prajem všetkým to najlepšie vysvedčenie!

Uáš Adamko Príloha vo vnútri KOLOTOČ DO DETSKEJ IZBY

Viac o projekte „Adamko hravo-zdravo“ sa dozviete na www.adamkontakt.sk.

Adamko
 časopis pre deti, ktorých baví čítať
 jún 2008
ORBIS IN

REDAKCIA: Šéfredaktorka: Patrícia Zlámalová • Redaktorka: Mária Klamová • Redaktorka: Mária Klamová • Redaktorka: Mária Klamová
 • Riaditeľka vydavateľstva: Ing. Gabriela Zelníková
 • Obchodná redaktorka: Ing. Daniela Mamová • Inzercia: Miroslava Galová
 • Ilustrácie: Viera Veselňáková • Juraj Meriška • Alena Wagnerová • Alena Katarinová
 • Grafická úprava: Michal Zábek • AM 79, s. r. o.
 • ORBIS A REDAKCIE: ADAMKO, ORBIS IN, s. r. o., P.O. BOX 39, 830 00 Bratislava 3
 (tel.: 02/43426266, e-mail: adamko@orbis.in.sk)
 VYDÁVA: ORBIS IN, s. r. o., P.O. BOX 39, 830 00 Bratislava 3
 OBUJNÁVKY A PREDPLATNÉ: Vydavateľstvo ORBIS IN, s. r. o.,
 P.O. BOX 39, 830 00 Bratislava 3, tel.: 02/43 426 266, fax: 02/43 426 267,
 e-mail: predplata@orbis.in.sk, www.mamajka.sk/adamko
 DISTRIBÚCIA: Mediaprint & Kappa, s.r.o. a súkromní distribútori
 Povolené MKSR pod číslom 3/46/2009 ISSN 1336-6580
 Dvojnásobná stránka určená pre všetky autorky a autorov a narušená byť môže technickými chybami. Za obsah stránok zodpovedá výhradne autor. Každá stránka obsahuje informácie o tom, ako sa dostať k ďalším článkom. Každá stránka sa môže líšiť od tiskovej verzie. Redakcia neodporúča ani stáť, ani sedieť, ani chodiť.

Editoriál priamo nadväzuje na témy, uvedené v čísle (prázdniny a koniec školského roka, angličtina, postup na výrobu lodičiek). Prostredníctvom postavičky Adamka, zosobňujúcej časopis (personálnosť), kontaktuje svojich čitateľov, stotožňuje sa s nimi prostredníctvom predpokladaných životných situácií, ktorými čitatelia prechádzajú v čase vychádzania časopisu, oboznamujúc ich naratívno-zážitkovým spôsobom (*teším sa na vysvedčenie, celý rok som sa učil,*

bol som s kamarátom na jazere) s niektorými témami rozoberanými v danom čísle. Editoriál je realizovaný písomne, využívajúc grafiku štylizovanej písanosti v oslovení a podpise (znova personálnosť), simplexnosť sa prejavuje v enumeratívnej textovej stratégii, prediktabilita čitateľa v naviazaní na témy čitateľovi blízke, s ktorými by sa mohol stotožniť. Štylizácia je výrazne dialogická založená na striedaní pohľadu ja (1. os. sg.: *cítim, teším sa, pôjdem, učil som sa, verím, budem sa učiť* atď, tematizácia najbližšieho okruhu osôb, ktoré deti obklopujú: *babkine koláče, mama, pani učiteľka, kamaráti*) a ty/vy (2. os. sg., pl.: *postup nájdeš, držím vám všetkým palce, aby ste všetci vydržali*). V editoriali nájdeme všetky spomínané epištolémy: oslovenie, podpis, časovú a priestorovú situovanosť (blížiac sa prázdniny, číslo časopisu), kontaktné a zdvorilostné formulácie v poslednom odseku a formulácii postskriptum podobné štylizácie o prílohe časopisu a projekte.

Záver: Závazná obsahová viazanosť na príslušné číslo periodika, tendencia povýšiť text editoriálu na celú stranu, nadobúdanie špecifického funkčného zamerania zvlášť v textoch editoriálov v ženských časopisoch a v časopisoch pre deti, výrazné znaky epištolárnosti vrátane epištolém, to sú všetko vlastnosti, ktoré konštituuju editoriál ako osobitný žáner, ktorý podľa našej mienky nie je možné stotožňovať s úvodníkom.

ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV

- Dolník, J. – Bajžíková, E.: Textová lingvistika. Bratislava: Stimul 1998. 134 s.
- Findra, J.: Štylistika slovenčiny. Martin: Osveta 2004. 232 s.
- Hocheľová, V.: Slovník novinárskej teórie a praxe. Nitra: Filozofická fakulta UKF 2001. 235 s.
- Hudáková, K.: Editoriál v súčasnej slovenskej tlači. Diplomová práca. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove 2004. 102 s.
- Kalamárová, A.: Analýza editoriálu na základe využitia systému výrazových kategórií Františka Míka. In: *Varia XV*. Bratislava: SJS pri SAV, Katedra slovenského jazyka a literatúry FHV Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici 2008, s. 269 – 274.
- Klingová, J.: Editoriál v slovenskej ženskej tlači. Záverečná práca. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove 2012. 80 s.
- Kmecová, L.: Štýl časopisu *Miau*. Diplomová práca. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove 2009. 70 s.
- Koremová, L.: Editoriál pre deti prvého stupňa základných škôl. Diplomová práca. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove 2009. 77 s.
- Kvotidianová, A.: Editoriál v týždenníku *Týždeň*. Záverečná práca. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove 2012. 48 s.
- Malá encyklopédia žurnalistiky. Red. L. Jacz. Bratislava: Obzor 1982. 570 s.
- Miko, F. – Popovič, A.: *Tvorba a recepcia*. Bratislava: Tatran 1978. 386 s.
- Mistrík, J.: *Žánre vecnej literatúry*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo 1975.

- 216 s.
- Mistrík, J.: Štylistika.1., 2., 3. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo 1985, 1989, 1997. 582, 582, 598 s.
- Müllerová, O. – Hoffmannová, J.: Kapitoly o dialogu. Praha: Pansofia 1994. 94 s.
- Ološtiak, M.: Jazykovoštruktúrny a komunikačno-pragmatický status vlastného mena (Adaptácia anglických proprií v slovenčine). Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove 2007. 225 s.
- Osvaldová, B. – Halada, J. a kol.: Encyklopedie praktické žurnalistiky. Praha: Libri 1999. 256 s.
- Palenčárová, K.: Editoriál v slovenských časopisoch o cestovaní. Záverečná práca. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove 2012. 68 s.
- Plesník, L. a kol.: Tezaurus estetických výrazových kvalít. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta Ústav literárnej komunikácie 2011. 484 s.
- Popovičová, Monika: Editoriál v časopise Štýl bývania. Záverečná práca. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove 2012. 67 s.
- Pravidlá slovenského pravopisu. Bratislava: Veda 2000. 590 s.
- Rončáková, T.: Žurnalistické žánre. Učebnica pre poslucháčov vysokoškolského štúdia. Ružomberok: Verbum 2011. 146 s.
- Ruščák, F.: Štylistika epistolárnych textov. Prešov: Náuka 2002. 97 s.
- Slančová, D.: Praktická štylistika. Štylistická príručka. Prešov: Slovacontact 1994, 1996. 178 s.
- Slančová, D.: Slohový postup ako textová makrostratégia. In: Jazykoveda v pohybe. Ed. A. Bohunická. Bratislava: Univerzita Komenského 2012, s. 117 – 128.
- Slovník cudzích slov. 2., doplnené a upravené vydanie. Eds. J. Bosák – L. Balážová. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo – Mladé letá, s. r. o. 2005. 991 s.
- Slovník súčasného slovenského jazyka. A – G. Red. K. Buzássyová – A. Jarošová. Bratislava: Veda 2006. 1133 s.
- Tušer, A.: Ako sa robia noviny. 1. vydanie. Bratislava: Sofa 1999. 219 s.
- Tušer, A.: Ako sa robia noviny. 4., prepracované vydanie. Bratislava: Bratislavská vysoká škola práva 2010. 288 s.
- Veľas, Š.: Teória a prax novinárskych žánrov II. Bratislava: Univerzita Komenského 1997. 66 s.

Editorial as a Genre (From the Viewpoint of Prešov Media Studies)

Abstract

The article deals with the genre editorial which started to occur in Slovak press in the early 1990s. Based on the genre criteria (topic, function, composition, language, form), it is characterized as an epistolary genre with specific features which differentiate it from the classical leading article. Its place is seen between analytical and beltrised journalistic genres in diachronic and synchronic dynamics. In the article, there are commented the diploma theses and closing bachelor theses with the main topic of editorial in Slovak press, which have been written at the Philosophical Faculty of the Prešov University in Prešov under the tutorial of the author of the article.

Keywords

editorial – genre – genre criteria – epistolary journalism – letter

Daniela Slančová (1953) je profesorkou slovenského jazyka na Filozofickej fakulte Prešovskej univerzity v Prešove. Jej hlavným vedeckým záujmom je sociolingvistika, štylistika a vývin detskej reči. Iniciovala výskum jazykovej situácie na východnom Slovensku, na ktorom sa aj aktívne zúčastnila. Spolu s ostatnými členkami výskumného kolektívu začala systematický výskum detskej reči na Slovensku. Vydala knižné práce Praktická štylistika (1994, 1996), Reč autority a lásky. Reč učiteľky materskej školy orientovaná na dieťa – opis registra (1999), Základy praktickej rétoriky (2001), ako spoluautorka Hodnotenie komunikačných schopností detí v ranom veku (2010) a ako editorka a spoluautorka Štúdie o detskej reči (2008). V rámci štylistického výskumu sa venuje aj problematike žurnalistických žánrov.

prof. PhDr. Daniela Slančová, CSc.

Inštitút slovakistických, mediálnych a knižničných štúdií
Filozofická fakulta
Prešovská univerzita v Prešove
17. novembra 1
080 78 Prešov
Slovenská republika

daniela.slancova@unipo.sk

<http://www.unipo.sk/filozoficka-fakulta/daniela-slancova>