



Generacija interneta The Internet Generation

Urednice
Diana Stolac
Anastazija Vlastelić

HRVATSKA SVEUČILIŠNA NAKLADA · SVEUČILIŠTE U RIJECI

GENERACIJA INTERNETA
THE INTERNET GENERATION

Recenzentice

prof. dr. sc. VLASTA RIŠNER

prof. dr. sc. IVANA VIDOVIĆ BOLT

Izvršna urednica

ANITA ŠIKIĆ

Jezična je redakcija autorska.

Grafička urednica

SANJA BABIĆ

Prijevod uvodnih poglavlja na engleski jezik

izv. prof. dr. sc. ANITA MEMIŠEVIĆ

Likovna oprema

DUBRAVKA ZGLAVNIK HORVAT

ISBN: 978-953-169-462-9 (HRVATSKA SVEUČILIŠNA NAKLADA)

ISBN: 978-953-361-031-3 (SVEUČILIŠTE U RIJECI, FILOZOFSKI FAKULTET)

ISBN: 978-953-361-032-0 (e-izdanje)

CIP zapis je dostupan u računalnome katalogu Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu pod brojem 001119227.

Knjiga je tiskana uz financijsku potporu Ministarstva znanosti i obrazovanja Republike Hrvatske.

Otisnuto u prosincu 2021.

GENERACIJA INTERNETA

THE INTERNET GENERATION

Urednice
Diana Stolac
Anastazija Vlastelić



HRVATSKA SVEUČILIŠNA NAKLADA



SVEUČILIŠTE U RIJECI, FILOZOFSKI FAKULTET

Zagreb – Rijeka 2021.

SADRŽAJ CONTENTS

Uvodno slovo.....	11
From the editors	13
 VIRTUALNA KOMUNIKACIJA – JUČER, DANAS, SUTRA	15
VIRTUAL COMMUNICATION – YESTERDAY, TODAY, TOMORROW	15
 Diana Stolac	
Uvod	17
Introduction.....	20
 Halina Kurek	
„NIEPRAKTYCZNOŚĆ POLSZCZYŹNY“ – NOWA PRZYCZYNA ZMIAN	
JĘZYKOWYCH W POKOLENIU SIECI.....	23
„IMPRATICABILITY OF THE POLISH LANGUAGE“ – THE NEW REASON	
FOR LINGUISTIC CHANGES IN THE NETWORK GENERATION.....	23
 Аляксандр Лукашанец	
БЕЛАРУСКАЯ МОВА Ў СУЧАСНАЙ КАМУНІКАТЫЎНАЙ ПРАСТОРЫ:	
СТАТУС, СІСТЭМА І СФЕРЫ ФУНКЦЫЯНАВАННЯ.....	37
THE BELARUSIAN LANGUAGE IN THE COMMUNICATIVE SPACE TODAY:	
STATUS, SYSTEM AND SPHERES OF FUNCTIONING	37
 Vladimír Patrás	
INTERNETOVÁ MEDIÁLNA KOMUNIKÁCIA A ŠTYLISTIKA	54
INTERNET MEDIA COMMUNICATION AND STYLISTICS.....	54

Mirosława Sagan-Bielawa	
SREBRNE POKOLENIE. ZAGADNIENIA JĘZYKOWE ZWIĄZANE ZE STARZENIEM SIĘ SPOŁECZEŃSTWA	76
SILVER GENERATION. LINGUISTIC PHENOMENA RELATED TO AGEING SOCIETY	76
Diana Stolar	
KOMUNIKACIJSKI OBRASCI NEKADA I SADA	91
COMMUNICATION PATTERNS THEN AND NOW	91
PORUKA U VIRTUALNOM KOMUNIKACIJSKOM PROSTORU	105
MESSAGE IN THE VIRTUAL COMMUNICATION SPACE	105
Anastazija Vlastelić	
Uvod	107
Introduction	110
Александра Гуркова	
ИНТЕРНЕТСКАТА КОМУНИКАЦИЈА: ТЕКСТ И КОНТЕКСТ	113
INTERNET COMMUNICATION: TEXT AND CONTEXT	113
Красимира Алексова, Руска Станчева	
ОБЩЕСТВЕННОТО МНЕНИЕ В БЪЛГАРИЯ ЗА СПАЗВАНЕТО НА ПРАВИЛАТА НА ПИСМЕНИЯ КНИЖОВЕН ЕЗИК В ЕЛЕКТРОННАТА КОМУНИКАЦИЈА	126
PUBLIC OPINION IN BULGARIA ABOUT COMPLIANCE WITH THE RULES OF THE MODERN BULGARIAN WRITTEN LANGUAGE IN ELECTRONIC COMMUNICATIONS	127
Vesna Grahovac-Pražić	
OSLOVLJAVANJE U DIGITALNIM MEDIJIMA	151
DIGITAL MEDIA ADDRESSING	151
Євгенія А. Карпіловська	
МОВНИЙ ПОРТРЕТ ВІРТУАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЯХ	162
LINGUISTIC PORTRAIT OF THE VIRTUAL SOCIETY IN UKRAINIAN REALIA	162
Ewa Komorowska, Dorota Dziadosz	
MEMY JAKO WSPÓŁCZESNY FENOMEN KOMUNIKACJI INTERNETOWEJ NA PRZYKŁADZIE MEMÓW Z KOMPONENTEM FRAZEOLÓGICZNYM	176
MEMES AS A PHENOMENON OF INTERNET COMMUNICATION: THE CASE OF MEMES WITH PHRASEOLOGICAL COMPONENTS	176

Zofia Kubiszyn-Mędrala	
STRATEGIE JĘZYKOWE W PARATEKSTACH INTERNETOWYCH (WYBRANE PRZYKŁADY).....	197
LANGUAGE STRATEGIES IN INTERNET-PARATEXTS (SELECTED EXAMPLES) ...	197
Lариса Викторовна Рацибурская	
ПОЛИКОДОВОСТЬ КАК ХАРАКТЕРНАЯ ЧЕРТА СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ МЕДИА.....	211
MULTIMODALITY AS A CHARACTERISTIC FEATURE OF MODERN RUSSIAN MEDIA	211
Petar Sotirov	
O JĘZYKOWYM OBRAZIE POJĘCIA INTERNETU	224
ON THE LINGUISTIC WORLDVIEW OF THE CONCEPT OF INTERNET	224
Anna Tyrpa	
INTERNET W LITERATURZE PIĘKNEJ	240
INTERNET IN BELLES-LETTRES.....	240
JEZIK i-GENERACIJE	255
LANGUAGE OF THE iGENERATION.....	255
Anastazija Vlastelić	
Uvod	257
Introduction.....	260
Елена Лукашанец	
МОЛОДЕЖНЫЙ СЛЕНГ В УСЛОВИЯХ БЛИЗКОРОДСТВЕННОГО ДВУЯЗЫЧИЯ.....	263
YOUTH SLANG IN THE CONDITIONS OF CLOSELY RELATED BILINGUALISM ...	263
Irena Masojć	
PRZEŁĄCZANIE KODÓW W WIELOJĘZycznym ŚRODOWISKU UCZNIÓW SZKÓŁ POLSKICH NA LITWIE	280
CODE SWITCHING IN THE MULTILINGUAL ENVIRONMENT OF PUPILS FROM POLISH SCHOOLS IN LITHUANIA.....	280
Dalibor Hrelja, Željka Macan	
PROMJENA KODA U KOMUNIKACIJI APLIKACIJOM WHATSAPP – STUDIJA SLUČAJA	295
CODE-SWITCHING IN WHATSAPP COMMUNICATION – A CASE STUDY	295

Anna Piotrowicz, Małgorzata Witaszek-Samborska	
MŁODZIEŻOWE SŁOWA ROKU (2016-2018) W POLSZCZYŹNIE	310
YOUTH WORDS OF THE YEAR (2016-2018) IN POLISH.....	310
Олена Руда	
„ТИ НЕ ПІДЕШІ ГОЛОСУВАТИ“: ЯК МОБІЛІЗУВАТИ МОЛОДІЖНИЙ	
ЕЛЕКТОРАТ (НА ПРИКЛАДІ ВИБОРІВ-2019 В УКРАЇНІ)	326
„YOU NOT GONNA VOTE“: MECHANISMS OF YOUTH INVOLVEMENT	
INTO ELECTIONS (ON EXAMPLE OF PRESIDENTIAL ELECTIONS	
OF 2019 IN UKRAINE).....	326
Світлана Соколова	
ОСОБЛИВОСТІ МОВНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДИХ УКРАЇНЦІВ.....	343
PECULIARITIES OF UKRAINIAN YOUTH LINGUISTIC BEHAVIOR.....	343
Beata Ziajka	
POKOLENIE MŁODYCH MIESZKAŃCÓW WSI W ŚWIETLE NAZW GRUP	
DYSKUSYJNYCH NA KOMUNIKATORZE INTERNETOWYM MESSENGER....	359
THE GENERATION OF YOUNG INHABITANTS AND THE NAMES	
OF DISCUSSION GROUPS USED IN MESSENGER COMMUNICATOR	359
JEZIČNI DODIRI U VIRTUALNOJ KOMUNIKACIJI	373
LANGUAGE CONTACTS IN VIRTUAL COMMUNICATION.....	373
Diana Stolac	
Uvod	375
Introduction.....	378
Katica Balenović	
ENGLESKO-HRVATSKI IZRAZI U JEZIKU DIGITALNIH DOMORODACA.....	381
ENGLISH-CROATIAN ELEMENTS IN THE LANGUAGE OF DIGITAL NATIVES	381
Zbigniew Greń	
STYLIZACJA ŚLĄSKA W TEKSTACH INTERNETOWYCH.	
ANALIZA FUNKCJONALNA	397
SILESIAN STYLIZATION ON THE INTERNET. FUNCTIONAL ANALYSIS.....	397
Катя Исса	
КОМУНИКАЦИОННИ МОДЕЛИ НА ТРИ ПОКОЛЕНИЯ БЪЛГАРИ,	
ПОЛЗВАЩИ ИНФОРМАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ В АВСТРАЛИЯ.....	411
COMMUNICATION MODELS OF THREE BULGARIAN GENERATIONS, USING	
INFORMATION TECHNOLOGY IN AUSTRALIA	411

Елена Каневска-Николова, Давиде Фанчуло

ЕДНА АРХАИЧНА СЛАВЯНОБЪЛГАРСКА МОРФОЛОГИЧНА ОСОБЕНОСТ, РЕВИТАЛИЗИРАНА В ИНТЕРНЕТ ПРОСТРАНСТВОТО (тричленната система при определените форми на имената и при показателните местоимения)	428
AN ARCHAIC SLAVIC BULGARIAN MORPHOLOGICAL FEATURES REVITALIZED IN THE INTERNET SPACE (The tripartite system in the definite noun forms and in demonstrative pronouns)	429

Joanna Korbut

OSTRAWSKA TAXUVKA, CZYLI POLSKIE WPŁYWY JĘZYKOWE W GWARZE OSTRAWSKIEJ	441
OSTRAVA TAXUVKA – POLISH LANGUAGE INFLUENCES IN THE OSTRAVA DIALECT	441

Елена Коряковцева

ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗМИ – ГИБРИДНЫЕ ДЕРИВАТЫ В ЯЗЫКЕ РУССКИХ, ПОЛЬСКИХ И ЧЕШСКИХ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ	457
INTERNATIONALISMS – HYBRID DERIVATIVES IN THE LANGUAGE OF RUSSIAN, POLISH AND CZECH INTERNET USERS	457

Renata Kucharzyk

SŁOWNICTWO GWAROWE W WYPOWIEDZIACH INTERNAUTÓW	471
LOCAL DIALECTAL VOCABULARY IN THE STATEMENTS OF INTERNET USERS	471

STVARNI SVIJET VS. VIRTUALNI SVIJET	485
REAL WORLD VS. VIRTUAL WORLD	485

Anastazija Vlastelić

Uvod	487
Introduction	490

Anna Piechnik

OBRAZ ROLNIKA NA POLSKICH PORTALACH RANDKOWYCH DLA ROLNIKÓW	493
THE IMAGE OF A FARMER IN POLISH FARMER DATING SITES	493

Zofia Sawaniewska-Mochowa

KULTURA KOMUNIKACJI NA ZAJĘCIACH PILATESU A JĘZYK BLOGÓW PILATESOWYCH	507
CULTURE OF COMMUNICATION DURING THE PILATES CLASSES AND THE LANGUAGE OF PILATES BLOGS	507

Anastazija Vlastelić

JEZIK REKLAMA KOZMETIČKIH PROIZVODA ZA ŽENE

U 20. I 21. STOLJEĆU.....522

LANGUAGE OF COMMERCIALS FOR FEMALE BEAUTY PRODUCTS

IN THE 20th AND 21st CENTURY 522

Vladimír Patráš

Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Slovensko
Vladimir.Patras@umb.sk

INTERNETOVÁ MEDIÁLNA KOMUNIKÁCIA A ŠTYLISTIKA

V ére integrovania vedeckého sveta, medziodborových prienikov a syntéz sa štylistické koncepcie, prístupy a smery vysporadúvajú s protirečivosťou *integračné (nivelizujúce) – dezintegračné (špecializačné) procesy*. Do kontrastu s „tradičnými“ vedeckovýskumnými prístupmi (selektívna štylistika) sa dostávajú neoštrukturalistické, sociolingvistické, komunikačné, pragmatické, popkultúrne, mediologické, lingvokulturologické, antropolingvistické, liberálne, postmodernistické, e- etc. podnety a výzvy. Stále výraznejšie sa tak deje pod vplyvom teletechnologizácie, ktorá masívne zasahuje už vcelku všetky komunikačné sféry. Ako koncepcný problém sa pritom ukazuje absorbovanie, interpretovanie a zovšeobecňovanie viacerých nesúrodých impulzov, ktoré tvarujú a ovplyvňujú vlastný predmet štylistického záujmu – textovo-komunikačný produkt (text, komunikát, diskurz, formát). Základnou súbežnou otázkou je pritom kondícia štylistiky ako vednej a študijnej disciplíny. Ide o to, či štylistika je schopná i naďalej, prínosne obhospodarovat' stále sa rozširujúci výskumný areál a aplikačné priestory, výpovedne hodnotne interpretovať nadobudnuté výsledky a prieskumne transformovať získané poznatky do ambicióznej vzdelávacej podoby.

Cieľom príspevku je predstaviť, usúvzťazniť, interpretovať a zovšeobecniť silné a slabé stránky zmienených vyhládok a procesov v slovenskom lingvoštylistickom kontexte a zaujať k nim stanovisko. Argumentačnú platformu utvára názorová mediálna e-produkcia printového typu so zameraním na hlavnoprúdové a alternatívne mediálne komunikáty.

Kľúčové slová: štylistika, komunikačná sféra, komunikát, teletechnologizácia, mediálna komunikácia, médiá hlavného prúdu, alternatívne médiá

INTERNET MEDIA COMMUNICATION AND STYLISTICS

In the era of an integrated scientific world, interdisciplinary penetrations and syntheses occur. Due to this, the stylistic concepts, approaches, and directions have to face the contradictions related to the *integrating (leveling) – disintegrating (specialized) processes*. Neo-structuralist, sociolinguistic, communicative, pragmatic, pop-cultural, mediological, lingvo-cultural, anthropolinguistic, liberal, postmodern, e- etc. incentives and challenges also begin to be in contrast with „traditional“ scientific research approaches (such as selective stylistics). This is becoming more

evident under the influence of tele-technologization since this process has affected almost all communication spheres. Furthermore, absorption, interpretation and generalization of various disparate impulses that shape and influence the subject of stylistic interest, which is represented by a text-communication product (text, a piece of communication, discourse, format), seem to be the conceptual problem. Therefore, the condition of stylistics as a discipline of science and study has become an essential parallel issue. The question is whether stylistics is, and in the future will be able to maintain the perpetually expanding research area and application spaces, to interpret the results and to transform the acquired knowledge into an ambitious educational form.

Thus, this paper will introduce, interconnect, interpret and generalize the strengths and weaknesses of the aforementioned perspectives and processes in the Slovak lingvo-stylistic context and to take a stand on them. The argumentative platform is formed by the media based e-production of the print type which focuses on mainstream and alternative media communications.

Keywords: stylistics, communication sphere, a piece of communication, tele-technologization, media communication, mainstream media, alternative media

1. Východiská a ciele problematiky¹

Moderná štylistika vyrastala z univerzálnych poznatkových zdrojov; získavala podnety a ťažila skúsenosti z antickej súvzťažnosti rétoriky, poetiky a dialogiky. Uvedená trojzložkovosť už v protoštylistickej ére účinne prispievala k prirodzeným konvergentným sklonom, ktoré sa po dvoch tisícročiach zužitkovali pri integrovaní teoreticko-metodologického potenciálu a praktických potrieb i prejavov a podporili ambície štylistiky na hladký vstup do interdisciplinárneho sveta. Ako najmladšia, pritom plnoprávna vedecká disciplína *sui generis* sa štylistika konštituovala až v polovici 19. storočia a do terminologickej sústavy a spoločensko-kultúrneho rámca sa dostalo aj jej pomenovanie. (K dejinám, stavu a perspektívam štylistiky prehľadovo uvažuje Mistrík 1989: 7 – 30.)

V období intenzívneho rozvoja vied v 20. storočí pod vplyvom štrukturalistickej paradigmy, ktorá pre vedecké oblasti znamenala nadobudnutie, zosúladenie a overenie všetkých nosných znakov vedy, aj štylistika – hlbkovo semiotická veda so zreteľnou štruktúro-systémovou výbavou

¹ Príspevok vznikol v rámci riešenia vedeckého projektu VEGA č. 1/0598/18 *Štylistika mienkotvornej elektronickej tlače strednoprúdového a alternatívneho typu.*

– sa zodpovedne potvrdila ako jazykovedná disciplína. Ani v postavení „čistej“ lingvistickej vedy sa nebránila výskumom textu v širšom sociálnom poňatí, t. j. s jeho verbálnymi i neverbálnymi súčasťami vrátane štúdia existenčného priestoru textu – (sociálneho) správania účastníkov spoločenských aktivít v rozmanitých komunikačných sférach a komunikačných situáciách. (Problematiku jazyka a textu v existenčnom priestore človeka koncepcne rozpracúva Findra 2013.)

Umiestnenie textu do širšieho komunikačného kontextu znamená, že okrem zreteľnej príslušnosti k humanitným vedám štylistika vždy bola a je schopná nadväzovať prínosné kontakty aj s vednými oblasťami mimo rangu svojho domicilu. Dialo sa tak v pozoruhodnom období kvantitatívnych výskumov, algoritmizácie, matematizácie a komputelizácie vied – v československých podmienkach v 60. a 70. rokoch 20. storočia. Štylistika tieto impulzy úspešne zachytila a okrem didaktických aplikácií prínosne zužitkovala v podobe vedeckých štúdií, knižných monografií a vysokoškolských učebníc; za túto metodologickú líniu je namieste *pars pro toto* uviesť dielo Mistrík 1977.

V súčasnej ére dynamického integrovania vedeckého sveta, medzi-odborových prienikov a syntéz sa štylistické koncepcie, prístupy a smery vysporadúvajú s protirečivosťou *integračné (nivelizujúce) – dezintegračné (špecializačné) procesy*. Do kontrastu s „tradičnými“ vedeckovýskumnými prístupmi charakteristickými pre teoreticko-metodologické trasovanie, nadobudnuté poznatky a výsledky tzv. selektívnej štylistiky sa dostávajú súbežné, korešpondujúce či dopĺňujúce, ale nezriedka aj protichodné podnety. Máme na mysli neoštrukturalistické, komunikačné, pragmatické, popkultúrne, mediologické, lingvokulturologické, antropolingvistické, sociolingvistické etc. motívy a smerovania. Stále výraznejšie sa tak deje pod vplyvom *teletechnológií*, *technológií vzdialenosti/na diaľku* (termín v novšom videní pozri Wilken 2011). Teletechnológie predovšetkým počas dvoch dekád 21. storočia poznačených vstupom či priam vpádom internetu do života, vytvorením kyberpriestoru a virtuálneho sveta zreteľne zasiahli a ovplyvňujú už všetky komunikačné sféry vrátane myslenia a konania ich účastníkov a participantov v individuálnom, skupinovo-komunitnom či spoločenskom zmysle.

Cieľom príspevku je predstaviť, usúvzťazniť a interpretovať silné stránky a obmedzenia zmienených vyhliadok a procesov v súčasnom slovenskom lingvoštylistickom kontexte s ambíciou na zovšeobecnenie prinajmenšom v podmienkach slovanských jazykov a následne zaujať k nadobudnutým poznatkom prijateľné stanovisko. V jadre úsilí pritom

spočíva zásadná dvojotázka. **1.** Je štylistika vo svetle konfrontácie vedeckých koncepcií s prevahou interdisciplinarity schopná potvrdzovať svoju metodologickú nosnosť, produktívne rozvíjať vedecky fundované teórie a predostierať prakticky využiteľné poznatky? **2.** Má štylistika na ambiciózne výskumné pobyty v kyberpriestore pripravené pohotové, uplatniteľné inštrumentárium zaručujúce kvalitné bádania a umožňujúce získavať a predstavovať výsledky, v ktorých sa zachová a/alebo zdôrazní jazyková (semiotická, dorozumievacia, systémová) podstata skúmaných predmetov pozornosti a zhodnotia sa lingvistické prístupy?

Argumentačnú platformu na výpovedne presvedčivé zistenia a konštatácie utvára názorová mediálna e-produkcia printového typu so zameraním na hlavnoprúdové a alternatívne mediálne komunikáty.

1.1. Elektronicky determinovaná komunikácia a štylistika

Na vymedzenie prístupu k problematike vychádzame z dvoch novších, príbuzne motivovaných a korešpondujúcich náhľadov. Predostrieme ich prostredníctvom dvojice vybraných citátov zreťazených podľa vročenia a zamerajme pozornosť na ich spoločné (podobné) a odlišné (kontrastívne) črty v otázke vzťahu medzi internetom a štylistikou:

Internet a štylistika sa stotožňujú v tom, že oba fenomény sú verejné a zároveň individuálne. Pre štylistiku sa ako veľmi atraktívny preukazuje najvýraznejší príznak internetu – subjektívnosť. Zbližujú sa aj v tom, že *významná časť sieťového a štylistického materiálu sa vyznačuje nejestvovaním prísnych pravidiel organizácie a pre obidva fenomény je najdôležitejšou črtou narušanie noriem.* Vyznačujú sa odlišným prístupom k redundancii: *štylistika je zameraná na zníženie prahu opakovateľnosti jazykových jednotiek, zatiaľ čo internet si vyžaduje zvýšenie hustoty kľúčových slov na účely indexovania softvéromi.* Existuje ešte jeden nesúlad: *štylistika tenduje k harmónii, rovnováhe, estetickému usporiadaniu, ale internet integruje poriadok, chaos a synergetiku, čo veľmi komplikuje analýzu ich vzájomného pôsobenia* (Tošovič 2015: 32. Z ruštiny do slovenčiny preložil a pasáž zvýraznil V. Patráš).

Tým, že *stúpa zaangažovanosť ľudí na veciach verejných a technologické zázemie súčasnej doby s prakticky neobmedzene dostupným multimedialným virtuálnym priestorom umožňuje bezprostrednú masovú reakciu širokej verejnosti (laikov i expertov)* na mnohé odborné stimuly, otázka pochopenia úspešnosti medziľudských interakcií a osvojenia si spôsobilosti plnohodnotne v nich figurovať sa stáva naliehavejšou než kedykoľvek v minulosti. *Adresátom takejto náuky nie je „len“ expert*

na lingvistiku, ale aj laik, príslušník širšej verejnosti – potenciálny či reálny účastník komunikačných aktov v každodennom živote, v práci, na úrade či v ktorejkoľvek sfére života (Orgoňová 2018: 99; pasáže zvýraznil V. Patráš).

V prvom fragmente zo štúdie (Tošovič 2015) sa poukazuje na kontrastívne vymedzenie substancií, ktoré počítajú s aktivizovaním niekoľkých podobných a zároveň odlišných konštituentov. Tošovičov postreh o nejestvovaní prísnych pravidiel a narúšaní noriem v sieťovom a štylistickom materiáli poukazuje na jednotiacu črtu oboch substancií – geneticko-typologickú príslušnosť k neurónovým sieťam a umelej inteligencii. V štylistických teóriách a koncepčných prístupoch sa vymedzujú, definujú a aplikujú v podobe sústavy neverbálnych podmienok – štýlotvorných činiteľov (faktorov, determinantov), ktoré ovplyvňujú prípravu, odoslanie, prijatie, interpretovanie a predpokladané, príp. reálne účinky textu a pri štylistických analýzach majú vymedzené pevné, tektonicky podmienené miesto. S menšími či výraznejšími výhradami ich rešpektuje väčšina (slovanských) štylistických koncepcií a prístupov (Čechová, Krčmová, Minářová 2008; Čmejrková, Havlík, Hoffmannová, Müllerová, Zeman 2013; Findra 2013; Hoffmannová 1997; Hoffmannová, Homoláč, Chvalovská, Jílková, Kaderka, Mareš, Mrázková 2016; Liashuk 2018; Lysakova 2018; Michalewski 2012; Minářová 2011; Orgoňová 2018; Patráš 2009; 2018; Rončáková 2019; Slančová 2003 a i.). Sieť neverbálnych konštituentov akceptujú prístupy, ktoré sa primárne nehľasia k štylistike, ale manévrujú na pragmalingvistickom, mediálnom, komunikologickom a i. podloží, resp. na ich prieniku (Bednář 2011; Habrajska, Obrębska 2007; Stolac, Vlastelić 2014 a i.). Autor zmieneného citátu poukazuje na efekt synergie, príp. synestézie, rešpektuje technologické podložie, zdôrazňujúc ťažkosti pri výskumoch štýlu a komunikácie v elektronicky podmienenom prostredí.

Druhý citát (Orgoňová 2018) upriamuje pozornosť na elektronické technológie (dodajme: v nich sa nachádzajú pohotovité podmienky na využívanie softvérovej podpory jazykovedných analýz), na formovanie „demokratickeho“ typu účastníkov, ktorí bez väčších rozpakov obsadzujú verejný komunikačný priestor v postavení *wriders*, teda dvojdomých „auto-adresátov“. Autorkine úvahy možno ponímať ako poukazy na sociokultúrne osobitosti doby *e*-technológií poznačenej virtualitou a masovosťou, na jej axiologické vektory, najmä na pragmatické, didaktické a používateľské črty štylistických výskumov. Ide najmä o problematiku čítavosti/čitateľnosti v *e*-prostredí, o porozumení mediálnemu komunikátu, o zachytávaní prejavov

persuázie, resp. signálov manipulácie. Máme na mysli kompetentnú prípravu dnešného používateľa multimediálnych technológií na zodpovedné vysporadúvanie sa aj so sofistikovanými prostriedkami ovplyvňovania. Ide napr. o *hoax* ,podvodná, resp. žartovná remediovaná správa s nízkou výpovednou hodnotou'; *trolling* ,provokačné, útočné, spochybňujúce správanie, vyvolávajúce napätie medzi internetovými diskutujúcimi; *spin-doctoring* ,persuazívno-manipulatívne pôsobenie na publikum s cieľom vytvoriť v povedomí príjemcov želateľný efekt' a pod.

1.2. Metavedný svet a súčasná štylistika

Koncepcne možno pristupovať k sledovaniu, analýzam a interpretáciám mediálne podmieneného vzťahu *internetová publicistika – štylistika/štyl* prostredníctvom vyvažovania vzťahovo-príčinných a vývinových stránok. Do prvej oblasti (kauzality) sa ako metodologicky inšpiratívne hlásia výskumné podnety éry veľkých syntéz, podmienky a prejavy pragmatického obratu a výsledky interdisciplinárnych prístupov k objektom výskumnej pozornosti. Je samozrejmé, že v takomto prístupe sa exponujú najmä neverbálne okolnosti vymedzenej problematiky. Druhá, vývinová stránka je prepojená s jednou z dominánt jazykovedy a zároveň pedagogicko-didaktických aplikácií – (lingvistickou) štylistikou, ktorá je odbornomo-etodicky disponovaná na výskumy dorozumievania v mediálnej komunikačnej sfére.

Cielené, viacrozmerne projektované výskumy internetového mediálneho kyberpriestoru sa v štylistickej paradigme ocitajú na priesečníku podmienok, na ktoré každý náročný bádateľ musí vedieť odpovedať počas všetkých výskumných fáz:

- a) podľahnúť „diktátu“ teletechnológií v mediálnom komunikačnom priestore, alebo sledovať a zdôrazňovať semiotické stránky ako výrazovo a významovo prístupnú argumentačnú bázu mediálnej produkcie?
- b) uplatňovať konfrontačný (divergentný), konfliktný, alebo kooperačný (konvergentný) postoj na osi *médiá – relevantné vedné oblasti*?
- c) zahrnúť „nové výzvy“ spočívajúce v elektronickom prostredí a podmienkach do interdisciplinárnych, pragmaticky koncipovaných štylistík (medioštylistika, internetová, resp. *e*-štylistika, pragmaštylistika, socioštylistika, sieťová štylistika, interaktívna/interakčná štylistika, investigatívna štylistika, forenzná štylistika a pod.) a ich aplikácií (akademické písanie, tvorivé písanie, didaktika jazyka a slohu) alebo

sa vydať po trase „dekonštrukcie“ (podstatu pozri Derrida 1993) lingvistickej štylistiky so zameraním na osobité podmienky semiózy, multimediality a viackódovosti, ktorými sú vybavené mediálne komunikačné interakcie?

Na vybudovanie hodnoverného štylistického výskumného programu vo vybranej časti mediálnej elektronicky determinovanej komunikačnej sféry je navyše žiaduce sledovať predmet pozornosti vo výskumnom areáli v zmysle sieťového myslenia (k jeho profilovaniu viac Barabási 2006) a nasadiť argumenty s vývinovo-porovnávacou (kauzálnou) podstatou, napr. ukážky so zhodnou, príp. podobnou žánrovou profiláciou pochádzajúce z časovo rozmanitých období. Uvedený program môže prispieť k poznaniu dynamiky a reálneho miesta jazykového inventára v službách príslušného žurnalistického žánru.

Uvedené námety, predpoklady a očakávania s väzbami na internetovú mediálnu komunikáciu a štylistiku usúvzťazňujeme a rozpracúvame v prípadovej štúdii. Poslaním prípadovej štúdie je predstaviť možnosti exaktného softvérového prístupu ku kognitívno-didaktickým aspektom porozumenia mediálnemu komunikátu. Ide o čitateľnosť a o predpokladanú vzdelanostnú úroveň vzťahovanú k veku adresného príjemcu. *Mediálnym komunikátom* je text názorového typu, pripravovaný pre mediálnu komunikačnú sféru a umiestnený do elektronicky determinovaného prostredia. *E-prostredie* si vyžaduje prijímať text prostredníctvom displeja a odporúča aktivizovať poznatkový, resp. skúsenostný komunikačný aparát prostredníctvom elektronických diskusných násteniek.

2. Internetová publicistika a softvérová analýza

Na zodpovedné operovanie v akčnom priestore *webovej žurnalistiky, internetovej žurnalistiky/publicistiky* (synonymické terminologické vymedzenia používa Bednář 2011), na vyargumentované aplikovanie štylistických prístupov v mediálnej komunikácii je namieste vyčleniť hlavné technologicko-komunikačné znaky internetovej publicistiky: žurnalizmus v reálnom čase (s minimálnym technologickým oneskorením edície a s požiadavkou online aktualizácie), interaktivita (čitateľ sa stáva emitentom, t. j. kompetentným spolutvorcom mediálneho posolstva), bezprostrednosť (v dôsledku prístupného sledovania viacerých médií a porovnávania ich produkcie), informačná previazanosť (pod vplyvom hypertextu), technologická a sémantická kombinovateľnosť obsahov (súbeh rozmanitých formátov v

spoločnom multimediálnom prostredí – printové komunikáty, zvuk, video, infografika, podcasty, vlogy, sekvencie Youtube a iné); vymedzenie a základné charakteristiky pozri Bednár 2011: 29–30. K uvedenému výpočtu pridáme ďalšie, výraznejšie štylisticky poňaté črty, ktoré rešpektujú existenciu štýlotvorných faktorov: nevyhranenosť povrchovej štruktúry textu, štylistickú disparátnosť, protirečivosť a heterogénnosť jazykového výrazu (Findra 1998: 109), stratu súkromnosti, dialogickosť, kolokvializovanie dorozumievania pod vplyvom multimodálneho prostredia, preexponovanú expresívnosť, gestačnosť a (seba)exhibíciu (pozri Patráš 2014: 185).

2.1. Žánrová skladba internetovej publicistiky

Je zrejmé, že v inventári rozmanitých, pritom protichodných znakov a charakteristík viazaných na elektronicky determinovanú mediálnu komunikačnú sféru so zameranosťou (prinajmenšom) na internetovú publicistiku printového typu sa relativizuje, resp. sa občas priam bráni terminologickému a aplikačnému uchopeniu aj samotný pojem *žáner*.

V. Bednár (2011) rešpektuje komunikačné štýly a v ich akčnom zábere ustálené členenie žánrov v službách mediálnej komunikácie na *spravodajské* a *publicistické žánre*. Poznamenáva, že konkrétny komunikát v praxi temer nikdy nezodpovedá jednému žánru. Autor zvažuje ponímať žáner prostredníctvom účelu, ktorý sa plní v mediálnej komunikácii, a považuje za správne rešpektovať aspoň jeden východiskový žáner. Publicistické žánre/publicistický prístup oproti spravodajskému prístupu umožňuje vložiť do textov vlastné postoje. Žurnalista v nich približuje udalosti a poskytuje informácie; môže však analyzovať, konfrontovať postoje a dopĺňať informácie s pridanou hodnotou. V. Bednár dodáva, že na väčšine serverov sa omnoho častejšie používa publicistický prístup. (K uvedeným poznámkam bližšie pozri Bednár 2011: 106–110.)

T. Rončáková (2019) typologicky širšie vymedzuje žánre elektronických médií. Popri rozhlasových a televíznych žánroch (s jemnejším vnútorným členením) východiskovo naznačuje jestvovanie online žánrov. Internetová, resp. onlinová tvorba je podľa nej v úzkom vzťahu s printovou tvorbou; tradičné tlačové žánre sa „preklopili“ do online prostredia. Nadobudli pritom niekoľko osobitostí: nejestvuje priebežná redakčná závierka; čitatelia v intenzívnom kontakte s redakciami prostredníctvom digestov, newsletterov a sociálnych sietí sú zapájaní do tvorby obsahu vrátane čitateľských diskusií; dochádza k rozdeleniu tém predurčených na webové publikovanie (aktuálne spravodajstvo) a na print (analýzy a interpretácie); online tvorba sa bulvarizuje. T.

Rončáková oprávnene neobchádza *weblog/blog* ako špecifický, autorsky otvorený onlinový žáner. (K problematike viac Rončáková 2019: 199–238.)

V uvedených súvislostiach stojí za zváženie, či pri reálnom rozpínaní kategórie hybridných komunikátov, prelínaní slohovopostupových, štýlových a žánrových ohraničení a prevrstvovaní informačnej a persuzívnej funkcie v internetovej mediálnej komunikácii je ešte produktívne hľadať štruktúrno-typologicky vyhranenejší žánrový model, na jeho územie umiestňovať mediálnu produkciu so znakmi printovej príslušnosti a súbežne otvorenú teletechnologickej podpore prameniacej z internetového prostredia. Ako priechodné a praktické riešenie dilemy sa ukazuje zámer postrehnúť textotvorný potenciál a určiť nosnú modelovú štruktúru, schopnú integrovať spravodajstvo aj publicistiku ako dve základné žurnalistické činnosti do spoločného multimediálneho kontextu. Elektronicky determinované prostredie s jeho podmienkami (Rončáková 2019: 233–234) umožňuje putovať po naznačenej ceste.

S oporou o dlhodobé a nadväzujúce výskumy elektronicky determinovanej komunikácie a webových médií konštatujeme, že ústredné a nosné postavenie v žánrových typológiách internetovej mediálnej produkcie nadobúda *komentár*. Komentár v rámci názorovej žurnalistiky utvára objektivizované väzby s *rozborom* (*analýzou*) a aj prostredníctvom analytických postupov čerpá podklady z fakticity mediovaného objektu. Zároveň vytvára subjektivizované predpolie pre *stĺpček*, *podcast*, *i-pod* + *broadcasting* a sekundárne pre amorfný *blog* v individualizovanej weblogovej sfére.

Príkláňame sa k myšlienke, že publicistický prístup k príprave a napísaniu mediálneho produktu sťažuje rozlišovanie faktu od názoru v mediálnom komunikáte. Z hľadiska „dvojcestného“ prístupu k mediálnemu stvárňovaniu znáročenie hĺbkovej (slohovopostupovej) a povrchovej (štýlovej) štruktúracie textu príjemcovi, ktorý očakáva viditeľný rozdiel medzi fakticitou a postojom k nej, nezriedka spôsobuje komplikácie s príjmom, spracovaním a porozumením mediovaného posolstva.

2.2. Prieskum a softvérová analýza čitateľnosti analytických žánrov

Na argumentovanie uplatniteľnosti stylistických prístupov, ne/produktívnosti kategórie žánru v internetovej publicistike a na zaujatie postoja k naznačeným motívom slúži prípadová štúdia. Je zameraná na softvérový prieskum kognitívnych aspektov (čitateľských kompetencií) vo vzťahu k sociodemografickým charakteristikám adresných príjemcov internetovej

mediálnej produkcie názorového typu. Predpoklady a zistenia sa vcelku zhodne viažu na produkciu *mainstreamových médií*, médií hlavného prúdu s plošným rozšírením a mienkotvorným vplyvom² i *alternatívnych médií*, prinášajúcich témy, o ktorých sa príliš nehovorí, okrajové fokusy, expresívno-provokatívne stvárňovanie faktov, udalostí a vzťahov a utváranie kontextu odlišného od mainstreamu³. (K špecifikám alternatívnych médií, k ich svetu a stavu mediálnej komunikácie v nich pozri Atton, Hamilton 2008; de Bens 2009; Ftorek 2017; Patráš 2018.)

Kontrastívne ladený prieskum metodologicko-metodicky a pragmaticko-prakticky vychádza z koncepcie (anglojazyčných) softvérov voľne šíriteľného programového balíčka *Word Counter*⁴. Softvéry sú použiteľné napr. pri nácviku kreatívneho písania prostredníctvom generovania náhodných slov a brainstormingu pomenovaní⁵, pri kalkulácii počtu slov na stránke⁶, zostavovaní a formátovaní hierarchizovaných súpisov⁷, príprave a úprave webových stránok a pri niekoľkých ďalších textotvorných zručnostiach. Softvérový nástroj so zameraním na analýzu hustoty slov, dĺžku viet v texte pre autorov, blogerov, marketérov, reklamných textárov a pod. z hľadiska požiadaviek na čítanie pre slovenské jazykové prostredie pripravil M. Veselý⁸ ako prílohu k vlastnej publikácii (Veselý 2010). Metodika nasvedčuje, že ide o elektronického súbežca, resp. komplementárnu metódu ku *cloze-testu*, ktorý bol aplikovaný už v polovici minulého storočia v pedagogickej diagnostike (Taylor 1953).

Z Veselého softvérových aplikácií sme použili nástroj na analýzu čitateľnosti s oporou o vyhodnocovanie textových súčastí (početnosť slabík, slov, viet, dĺžku slov a viet) internetovej mediálnej produkcie printového typu prostredníctvom vzorcov a indexov. Zo štyroch indexov sme brali do úvahy dva relevantné indexy:

*Gunningov fog*⁹ index stanovuje počet rokov vzdelávania, ktorý je potrebný na porozumenie textu. Index vyhodnocuje stav ako priamu

² <https://wordcounter.net> (Online. Cit. 21. 08. 2019.)

³ <https://wordcounter.net/random-word-generator> (Online. Cit. 23. 08. 2019.)

⁴ <https://wordcounter.net/words-per-page> (Online. Cit. 23. 08. 2019.)

⁵ <https://wordcounter.net/alphabetize> (Online. Cit. 23. 08. 2019.)

⁶ <https://inmarketing.sk/analyza/citateľnosť-textu.php> (Online. Cit. 22. 08. 2019.)

⁷ *Fog* (angl.) 1. 'hmla'; 2. 'prostredie s nepríjemným vzduchom (zadymené)'; 3. 'neprehľadná situácia, zmätanie'; *English-Slovak Advanced Dictionary*. Ver. 3.0. Lingea Ltd. 1997–99.

úmernosť medzi dĺžkou vety a úrovňou čitateľnosti: vyššia prítomnosť kratších viet a slov podporuje kvalitu čitateľnosti. Optimálne škálovanie sa viaže na rozmedzie 8–12 bodov.

Fleschov index čitateľnosti parametrizuje text prostredníctvom škály 1–100 ako stav priamej úmernosti medzi číselným údajom a kvalitou čítania: vyšší údaj podporuje čitateľnosť textu. Autor softvéru interpretuje optimálnu čitateľnosť v škále 60–70 bodov; takýto text je vhodný pre 13–15-ročných žiakov základnej školy. Textu s číselnou hodnotou 80 a viac bodov porozumejú aj žiaci nižších tried základných škôl. Údaju 50 a menej bodov lepšie rozumejú čitatelia s vysokoškolským vzdelaním. Ak usudzujeme, že väčšine mediálnych produktov by mali porozumieť jednotlivci v (spriemerovanom) veku okolo 12 rokov, je zrejmé, že Fleschov index má pre prípravu mediálneho posolstva na patričné porozumenie nosnú výpovednú hodnotu. Napokon, vekové kritérium sledujú a vyhodnocujú aj výskumy mediálnej a digitálnej gramotnosti: „Až 36 % žiakov ZŠ a 42 % oslovených stredoškôľakov tvrdí, že si denne prezrie noviny, prípadne časopisy (ZŠ – 36 %, SŠ – 38 %).“ (Vrabec 2008: 13).

Pramennú bázu prípadovej štúdie utvára priebežne dopĺňaný a pravidelne modifikovaný zásobník online periodík názorového typu. Na účely kontrastívne vybudovanej prípadovej štúdie sme siahli po produkcii z oblasti maistreamových aj alternatívnych médií. (Prehľad excerpovanej alternatívnej produkcie pozri Patráš 2018: 459–461).

Zo sústavy online periodík sme vybrali tri texty. Vzorky na aplikáciu – všetko sú komentáre umiestňované v printovom aj elektronickom prostredí – poskytuje **A.** dnes už zaniknutý mienkotvorný slovenský denník *Národná obroda* zo začiatku 21. storočia (bol editovaný v printovej a súbežne v elektronickej verzii), **B.** alternatívny denník *Postoj.sk* s deklarovaným konzervatívnym poslaním a zameraním, a napokon **C.** mienkotvorný denník *Pravda* s dlhoročnou a už v období socializmu rozvinutou

Poznámka k výpovednej hodnote indexovania: index *fog* 'hmly, zastretia' možno považovať za hodnoverný príznak čitateľsky náročného textu. Index má však i výpovedné obmedzenia. Nie všetky zložité slová sú totiž ťažko čitateľné. Napr. slovo „porozumenie“ obsahuje päť slabík; zo sémantického a praktického hľadiska sa však nepovažuje za náročné pomenovanie. Naopak, kratšie slovo môže vyvolávať ťažkosti, ak ho používatelia uplatňujú v dorozumievaní zriedkavejšie. Treba korelovať parameter náročnosti s častotou výskytu slova v dorozumievaní. Čitateľnosť textu je ovplyvnená frekvenciou slova. (O čitateľnosti slova podľa jeho fyzickej dĺžky vo vzťahu k porozumeniu pozri Mistrík 1996.)

tradíciou, s profesionálne vybudovanou a aj po viacnásobnej zmene majiteľov stále fungujúcou redakciou.

Komentár ako názorový žáner (jemne diferencované žánrové vymedzenie komentárovej produkcie prináša Rončáková 2019: 113–115) všeobecne počíta s osobným (subjektívnym) postojom pôvodcu, s prítomnosťou argumentácie a vypointovania, sugestívnosťou a s hodnotiacim ladením. Dodajme: kvalifikovane vybudovaný komentár by nemal rezignovať na podnecovanie kľúčových myšlienkových operácií (analýza, porovnávanie, vyhodnocovanie, syntéza, zovšeobecňovanie, interpretácia). Žánrové vlastnosti sa z kompozičného hľadiska modelovo presadzujú a potvrdzujú prostredníctvom titulku, podtitulku a perexu, citátov a parafráz priamej reči, variabilnej vetnej štruktúry a a upútavania pozornosti v textových jadrách. Deje sa tak na začiatku a na konci komentára a obvykle nasadzovaním skratiek (*tzv.*), časticových prvkov (*vraj*), opakovaním rovnakých súčastí a zaraďovaním úvodzoviek ako metajazykového signálu s navrstvovaním hodnotenia – odstupu, irónie, hyperboly, odľahčujúceho žartovania či sarkazmu, v poslednom čase aj manipulatívneho pohrávania s postojovými prejavmi.

Komentár vnímaný cez štylistický priezor povrchovej štruktúracie textu a s oporou o koncepciu štylistickej klasifikácie slovnej zásoby s dichotómiami makro- a mikroparadigiem (Findra 2013) bez ohľadu na dobu svojho vzniku a umiestnenia v mediálnom priestore na lexikálnej rovine počíta s dvoma súvisiacimi okolnosťami. Na jednej strane najmä s podporou a nasadzovaním štylisticky príznakových, emocionálno-expresívnych a štylisticky zafarbených pomenovaní a na druhej strane nocionálnych, štylisticky príznakových pomenovaní so štylistickým príznakom odbornosti. Skelet slovnej zásoby a slovných spojení v komentári pritom obligatórne kontúrujú žurnalistické póly *automatizácia* – *aktualizácia*. Ich inventár tvoria priezračné, sémanticko-pragmaticky zreťazené obrazné pomenovania, synekdochy, prirovnania, aktualizované frazémy, okazionalizmy (vo vzorkách z prípadovej štúdie sú zvýraznené **bold-kurzívou**), hromadenie ukazovacích a odkazovacích T-elementov ako príznaku premenlivej verbálnej proxemiky obvykle na ploche odseku (v ukážkach sú zvýraznené veľkým písmenom). Charakteristickými a častými súčasťami názorovej žurnalistiky sú expresívno-emocionálne pomenovania s kladnou i zápornou expresivitou, hovorové pomenovania tendujúce k profesionalizmom či slangizmom, deminutíva s postojovo motivovaným posunom k zveličovaniu, aluzívne súčasti a pod. (vo vzorkách sú stvárnené **boldom**).

Prirodzene, vlastná štylistická hodnota významového (obsahovo-motivického) a výrazového (formálneho) inventára závisí od súhry neverbálnych

podmienok a okolností – mimojazykového kontextu – a od frekvencie a distribúcie prvkov, prostriedkov a postupov nasadzovaných do textu. Uvedené podmienky vplývajú aj na dva vybrané indexy čítavosti, resp. čitateľnosti (Veselý 2010) internetovej názorovej žurnalistiky printového typu. Na podporenie patričnej výpovednej hodnoty náhľadov predstavujeme trojicu textov vybavených avizovanými signálmi ich štylistických vlastností, príznačkov a črt. Súčasťou každej ukážky sa stávajú výsledky softvérovej analýzy podľa metodiky M. Veselého a sformulovanie krátkeho pracovného záveru.

Ukážka A

Národná obroda (2001)

NOVINÁRI AKO PRITAKÁVAČI

Katarína Šelestiaková

Zrejme pod *rúškom kauzy* v Českej televízii *sa* aj na Slovensku *začala pretriasať* sloboda tlače alebo téma politici verzus médiá. Hoci tu ide len o *jemné záchvevy pôdy*, a nie o *zemetrasenie*, ktoré v tomto smere zažil náš *západný sused*, predsa len sa ozývajú hlasy, že ani u nás *nie je* „*novinárčina*“ *s kostolným poriadkom*. Naproti tomu sa v tom istom čase slovenskí poslanci netaja tým, že sa im nepáči, keď ich verbálne „skvosty“ citujú médiá bez autorizácie. Nehovoria pritom o rozhovore, kde aj tak väčšina novinárov čaká na súhlas autora, hoci nemusí. Hovoria o tzv. komentovanom spravodajstve, ktoré momentálne *oživilo roky stuchnuté agentúrne vyjadrovanie*.

Nepáči sa im, že všetko, čo *vyletí z ich ctených úst*, sa môže ocitnúť na stránkach novín. Bazírujú na *slovíčkach*, ktoré vraj odznejú celkom ináč, ako to oni mysleli. Fakt je, že jedno *slovíčko* dokáže veľa. Trebárs poukázať aj na hlúposť citovaného. Ale o Tom To celé je. Ak by novinár uverejňoval len To, na čo má súhlas od politika či štátneho úradníka, nemuseli by na Slovensku fungovať „*pijár*“ agentúry. Novinár by klesol na úroveň platenej sekretárky. A čitateľ by v médiách počúval alebo čítal len samé chválospevy. Tak ako bol na To zvyknutý pred vyše desiatimi rokmi. Zrejme v Tom je gro celého problému. Väčšina Tých, ktorí navrhujú Takýto *nezmysel*, si ešte pridobre pamätá časy minulé. Až Tak dobre, že im je ľúto, že médiá sú v súkromných rukách, a ako Také majú právo písať, ako sa im zachce. Hoci nie vždy v súlade s Tým, čo sa páči politikom.

Výroba súhlasu čosi stojí. Nie všetci novinári sú však úplatní. Nie každý má chuť byť lojálny. A ak to nejde peniazmi, treba na to použiť zákonný postup. Príklady z Česka teda nepritahujú. Naopak, u politikov vytvárajú obavy, že aj u nás sa konečne začne robiť nezávislá žurnalistika. Hoci,

priznajme si, že taký ideál neexistuje. Napomáhať však, aby sa mu médiá vzdiaľovali, aby písali len to, na čo dostanú súhlas, znamená pochovanie demokracie už v jej základoch. Je to hrozba nielen pre slovenskú žurnalistiku, ale aj pre občana. A predovšetkým zlá vizitka tých, ktorí chcú povinnosť autorizovať vari každé slovo predložiť na schválenie v parlamente.

Národná obroda, roč. XII, č. 42 Utorok 20. február 2001

© 2001 NO PUBLISHING HOUSE, Web design & Technology: Bit-Media, spol. s r. o.

Výsledok analýzy

Počet viet: 28

Počet slov: 360

Počet znakov s medzerami: 2 177 (= 1,2 normostrany)

Priemerný počet slov vo vete: 12,9 (optimum okolo 6 až 15 slov)

Gunningov *fog* index: 11,7 (8 až 12 je dobré, menej je lepšie)

Fleschov index čitateľnosti: 51,1 (60 až 70 je dobré, menej je horšie)

Pracovný záver: komentár presvedčivo spĺňa indexované kritériá kladené na vhodný, čítavý, výrazovo pestrý, kompozične vyvážený textový útvar, ktorý sa nachádza v centrálnom a neutrálnom postavení produktov online názorového typu. Svoje predurčenie by kompozične a jazykovo bez ťažkostí, ba dokonca s úspechom naplnil aj po dvoch desaťročiach od svojho dobového zverejnenia.

Ukážka B

Postoj (2019; upravené grafické členenie na odseky)

OTÁZKA ZA MILIÓŇ

Ako chce Kiska vládnuť s Matovičom, Hlinom, Bugárom a Kollárom.

Nová Kiskova strana vzniká podivne. Jej východiskom je rozpor, o ktorom hovoril Kiska, keď po **nekonečnom otáľaní** oznámil, že nebude druhýkrát kandidovať za prezidenta, a ako dôvod uviedol rodinu. Stranícka politika je, samozrejme, podstatne viac náročná na čas aj konflikty, dôsledky pre rodinu sú násobne vyššie.

Druhým rozporom je, že Kiska chcel byť „**spájač**“ a integrátor, teraz hovorí o ďalšej a vlastnej strane. Iste, k integrácii (koalícii) môže prísť vždy, ale viac či menej aj tu pôjde najmä o konkurenciu.

Tretí rozpor je, že chce byť symbolom novej vecnej politiky, kde ide o program nápravy štátu, svoju stranu však buduje ako futbalové mužstvo

bez zázemia, „nakupovaním“ hráčov a trochu aj programu. Akoby najpodstatnejšou informáciou bol milión eur, ktorý ide minúť. Dôkazom sú aj vágne odkazy o „centrizme“ a „pro-európskosti“.

Nemali by sme zabúdať, že do straníckej politiky mieri trochu iný Kiska ako ten, ktorý sa stal kedysi prezidentom. Ten spred piatich rokov bol neznámy, mal program prvej dámy (Procházka) a písalo sa o ňom len pozitívne. Ten dnešný je opäť viac „podnikateľom“ s pozemkami a kadečím iným, platcom daní, ktorý vie, čo je to účinná ľútosť, ako „dobrým anjelom“.

A keď príde na Európu, aj tu sme ďalej než v časoch, keď Dzurinda dával na bilbordy **mačičku a psíka**. Európsky konsenzus kresťanských demokratov a socialistov nahradil konsenzus liberálov z rôznych strán, a ten sa práve otriasa.

Spor o grécke dlhy nás naučil, že viac ako o deklarované ideály rozhodujú záujmy (a peniaze). Spor po imigračnej kríze zase, že mať vlastný názor sa oplatí viac ako prikyvovanie **Nemcom**. Pred EÚ je ťažká diskusia o Číne, ktorá odhalí, kto sú najväčší klienti čínskeho trhu, ktorý štát myslí ako obchodný štát a ktorý myslí na bezpečnosť a hodnotu ľudských práv. Nemecko je dnes, ako píše Marek Cichocki, navyiac za dlhé obdobie vychýlené na východ, **Trumpovu Ameriku** považuje za väčší problém ako Čínu.

O to na Slovensku nepôjde, dodá skeptik. Nie celkom, dôsledky prípadného rozdelenia Európy na vzťahoch voči Číne a Amerike sa nás týkať budú.

Mierim inde, na akú ťažkú európsku debatu dal Kiska kedy odpoveď? Rozdiel oproti Sulíkovi je zrejмый.

Kiskov vstup do parlamentnej politiky môže priniesť dve paradoxné veci. Po prvé, má všetky predpoklady, aby sa stal tehličkou, ktorá dostane opozíciu k moci. Voliči chcú zmenu a tú im doterajšia opozícia nevedela dodať.

Po druhé, vstup Kisku do straníckej politiky je zároveň prvou dobrou správou pre Smer za posledný rok. Ešte lepšou správou by bol súčasne aj vstup Ivety Radičovej. Kiska dnes reprezentuje všetko, na čom sa chce Smer polarizovať, bude ho to stabilizovať, potenciálne aj posilňovať.

A potom je tu tá najťažšia vec. Kiska sa až doteraz snažil všetkým možným konfliktom vyhýbať, jeho **váha v parlamente** však bude priamo úmerná tomu, ako dokáže zvládať konflikty, kde nepôjde o centristický program, ale niečo ťažšie.

Zostáva rok, aby sme sa dozvedeli, ako mieni Kiska pristupovať k fenoménu Matovič, ako dokáže reagovať na nenávisť Hlinu ku Kollárovi a Matoviča k Bugárovi, ako na *ďalšie míny na opozičnom poli*. Poznáme, ako na túto (či skôr veľmi podobnú) otázku odpovedala Iveta Radičová.

Dá sa to s hádkami a trvá to rok a niečo. A tušíme, že ak by s Kiskovou stranou *zazvonila hrana* Matovičovi či Hlinovi, predvedú, čo sme ešte nevideli, nepočuli.

Ak sa má niečo zmeniť, ostáva rok.

Je to *otázka za milión eur*.

POSTOJ

<https://www.postoj.sk/42295/otazka-za-milion> (Online. Cit. 10. 08. 2019)

Výsledok analýzy

Počet viet: 36

Počet slov: 561

Počet znakov s medzerami: 3 506 (= 1,9 normostrany)

Priemerný počet slov vo vete: 15,6 (optimum okolo 6 až 15 slov)

Gunningov *fog* index: 14,36 (8 až 12 je dobré, menej je lepšie)

Fleschov index čitateľnosti: 41,9 (60 až 70 je dobré, menej je horšie)

Pracovný záver: komentár štandardne spĺňa indexované kritériá kladené na vhodný, čítavý, výrazovo pestrý textový útvar. Znázorňujúcou črtou je atomizovanie textu na nadmerný počet kratších odsekov (oslabuje sa úvahový slohovoútvárový pôdorys), nasadzovanie nevlastnej priamej reči, nadpočetnosť zátvoriek a nocionálnych – štylisticky zafarbených pomenovaní s príznakom odbornosti. Ukážka komentára venujúceho pozornosť jednej udalosti integruje výstavbové črty rozboru a stĺpčeka. Disparátne trendy sťažujú čitateľnosť textu; stav signalizujú oba sledované indexy.

Ukážka C

Pravda (2019; upravené grafické členenie textu na odseky)

LÍBYJSKÝ ZEMIAK

Silvia Ruppeltdová

Keď sa raz budú zostavovať príklady najväčších *politických zlyhaní* spáchaných za výdatného *osprost'ovania* verejnej mienky a *otupovania zdravého rozumu* *vznešenými vetami o hodnotách* demokracie a slobody, nepochybne bude medzi prvými tragédia Líbye.

Krajinu, ktorej kmeňovú štruktúru *stmel'ovala tvrdá ruka* Muammara Kaddáfího, sa po *vlně protestov* tzv. arabskej jari *podarilo leteckými útokmi zmeniť na kašu*. Od násilnej smrti „nenávideného diktátora“,

plukovníka Kaddáfího, v nej de facto prebieha vojna podobne neprehľadná, ako bezvýchodiskové je *prešľapovanie na strane tých, ktorí kašu navarili*.

Na Tripolis útočí Líbyjská národná armáda. Rozkaz na ofenzívu vydal poľný maršal Chalíf Haftar, ktorý chce odstrániť medzinárodne uznanú vládu národného porozumenia. Konflikty, ktoré nikdy celkom nezmizli, sa teraz môžu zmeniť na konflikt totálny.

A ako to tak už býva, tí, ktorí sú za prakticky neriešiteľnú situáciu zodpovední, mlčia, prípadne *si horúci zemiak prehadzujú jeden na druhého*. Keďže pre Nicolasa Sarkozyho a Davida Camerona bolo jednoduchšie vymyslieť si zámienky na bombardovanie **Kaddáfího Líbye** ako rozmýšľať, čo v Líbyi po Kaddáfího smrti, obrátili sa i na NATO, ktorej generálny tajomník Jens Stoltenberg *sa teraz tvári ako my nič, my muzikant*.

Totálna fraška sa odohrala už na novembrovej konferencii v talianskom Palerme, ktorej sa zúčastnil aj Chalíf Haftar, odmietol rokovať s „podporovateľmi islamistov“ (Turecko), tí urazene odišli a **nenápadne sa vyparil** i taliansky minister zahraničných vecí Enzo Moavero. A medzičasom tisíce ľudí stále utekajú z Líbye, **klany** a skupiny sa vzájomne „žerú“ a teraz hrozí aj totálny vojenský konflikt, ktorého prapôvodcovia *čúšia ako voš pod chrastou*.

PRAVDA 9. 4. 2019 22:00

<https://nazory.pravda.sk/komentare-a-glosy/clanok/508412-libyjsky-zemiak>

(Online. Cit. 10. 08. 2019)

Výsledok analýzy

Počet viet: 11

Počet slov: 243

Počet znakov s medzerami: 1 719 (= 1 normostrana)

Priemerný počet slov vo vete: 22,1 (optimum okolo 6 až 15 slov)

Gunningov *fog* index: 20,85 (8 až 12 je dobré, menej je lepšie)

Fleschov index čitateľnosti: 11,7 (60 až 70 je dobré, menej je horšie)

Pracovný záver: komentár len na stopovej úrovni spĺňa indexované kritériá kladené na vhodný, čítavý textový útvar. Príčinou stavu je sebaapresadzujúce zosubjektívňovanie, expomovanie pôvodcu, nie témy a/alebo postoja nadmerné nasadzovanie úvodzoviek, príznaková prítomnosť expresívnych pomenovaní a slovných spojení v počiatočných a koncových pasážach, fragmentarizovanie ukážky na síce graficky vyvážený, ale značný počet kratších

odsekov (oslabuje sa úvahový slohovoútvárový pôdorys). Vo vzorke sú aktivizované výstavbové črty glosy, polemiky, fejtónu a weblogu. Pochopiteľne, oba sledované indexy značne príznakovo prekračujú limitné ukazovatele.

2. Diskusia a závery

Po vymedzení teoreticko-metodologických podmienok a predpokladov, po usúvzťažnení metodicko-technických okolností problematiky a po predstavení a výsledkoch prípadovej štúdie s analýzou vzťahu medzi internetovou názorovou mediálnou produkciou printového typu v hlavnoprúdových a alternatívnych médiách je namieste predostrieť niekoľko synteticko-interpretčných a zovšeobecňujúcich poznámok. Na ich priebežníku výberovo poukazujeme na dynamiku štylistiky a štylistických bádání v prostredí internetovej publicistiky. Predkladáme tiež odpoveď na dvojotázku sformulovanú v úvode príspevku. Ide najmä o potvrdenie výskumného statusu a aplikačného potenciálu (jazykovednej) štylistiky v nezriedka protirečivých stretoch a napätiach s vedeckými disciplínami a metodologickými výzvami prvej štvrtiny 21. storočia, determinovanej osobitosťami kyberpriestoru.

Dynamiku štylistiky súčasnej internetovej publicistiky spríznačňujú predovšetkým nasledujúce črty (uvádzame ich v kontrastívnom vymedzení a nehierarchizovanom usporiadaní):

- a) permanentné „spetrovanie terénu“ elektronicky determinovanej mediálnej krajiny pod vplyvom intenzívneho, konvergujúceho rozvoja teletechnológií a súbežné, vôbec nie paradoxné inklinovanie výskumov elektronických médií vykonávaných zodpovedajúcim inštrumentáriom exaktného typu (softvérovými analytickými nástrojmi) ku konceptom humánnej podstaty: indexy a koeficienty v náležitom interpretačnom poli môžu poukazovať na hodnotové stránky mediálne zobrazovanej skutočnosti;
- b) rozpínanie sústavy mediálnych žánrov s faktickým a účinným prekonaním ich vývinových a typologických ohraničení a zároveň zachovávanie osvedčených, odskúšaných žánrových modelov v pribúdajúcich variáciách;
- c) stieranie rozdielov podporujúce trend nivelizácie žurnalistických koncepcií: bulvárna, resp. paparacovská produkcia sa prekrýva so serióznou názorovou tvorbou, mainstreamové médiá sa zbližujú s alternatívnymi médiami najmä v nasadzovaní jednostranných faktov a

- hodnotení v zmysle „vlastnej pravdy“ – vzniká efekt *biasu*, posunu, predsudku, predpojatosti ako predstupňa na persuzívny tlak a na manipulovanie;
- d) početnosť, rozmanitosť, kontrastívnosť až rozpornosť mediálneho stvárňovania a žánrová nevyhranenosť až disparátnosť sa transformuje do účelovej kooperatívnosti médií hlavného prúdu a alternatívnych médií s odrazom v ich dočasnom, príp. trvalejšom synergickom jestvovaní;
 - e) preformátovanie markantného vektora *expresivita/emocionálnosť* v prostredí online názorovej žurnalistiky: konštitutívne príznaky sa včleňujú do mediálnych produktov podporou de-/refrazeologizácie, resémantizácie a rekontextualizácie (dekonštrukcie – Derrida 1993);
 - f) favorizovanie aktualizovanosti a postupné oslabovanie automatizovanosti dorozumievania ako dôsledok individualizovania názorového mediálneho produktu aktivitami autora (pôvodcu), ktoré sú v internetovej publicistike „hatené“ (po)vedomím o čínorodosti „strážcu“ – interaktívneho diskutéra (*wreadera* „autoro-adresáta“; termín Landow 1997);
 - g) ambície komentára ako exkluzívneho reprezentanta názorovej internetovej publicistiky putovať do oblasti beletristických žánrov, resp. k publicistike emocionálneho typu, alebo k weblogovému a podcastovému, t. j. výraznejšie multimodálnemu spôsobu mediálneho komunikovania;
 - h) silnejúca zameranosť internetovej publicistiky nie na názor, t. j. schopnosť cieleného, adresného príjemcu vnímať, pamätať, myslieť, byť inšpirovaný a usmerňovaný na vecnú problematiku a jej riešenie, ale na ovplyvňovanie s jeho krajnosťami (presadzovanie, propaganda, manipulovanie), na vyzdvihovanie, zvýrazňovanie najmä účastníkov komunikovaného naratívu (autori, diskutéri, časť virtuálneho publika).

Napokon namiesto záveru nasleduje racionálne konštatovanie, na ktoré sa v príspevku našli postrehy a zistenia a boli prezentované úvahy a výsledky. Štylistika sa neobáva stretu a interakcií s kyberpriestorom v jeho celistvosti i súčastiach. Ako vnímavá, otvorená integratívna vedná a študijná disciplína so semiotickou výbavou je aj v ére teletechnológií naďalej a zodpovedajúco vybavená na presvedčivé pôsobenie v dynamickom výskumnom prostredí elektronickej mediálnej komunikácie.

Literatúra

- Atton, Chris, Hamilton, James F. 2008. *Alternative Journalism*. London: SAGE Publications.
- Barabási, Albert-László. 2006. *U mreži*. Zagreb: Jesenski i Turk.
- Bednář, Vojtěch. 2011. *Internetová publicistika*. Praha: Grada Publishing.
- Čechová, Marie, Krčmová, Marie, Minářová, Eva. 2008. *Současná stylistika*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny.
- Čmejrková, Světlá, Havlík, Martin, Hoffmannová, Jana, Müllerová, Olga, Zeman, Jiří. 2013. *Styl mediálních dialogů*. Praha: Academia.
- De Bens, Els. 2009. „Media between Culture and Commerce: An Introduction“. U *Changing Media, Changing Europe*, Vol. 4, uredio De Bens, Els, 9–24. Chicago: University of Chicago Press.
- Derrida, Jacques. 1993. *Texty k dekonstrukci*. Bratislava: Archa.
- Findra, Ján. 1998. *Jazyk, reč, človek*. Bratislava: Q 111.
- Findra, Ján. 2013. *Štylistika súčasnej slovenčiny*. Martin: Vydavateľstvo Osveta.
- Ftorek, Jozef. 2017. *Manipulace a propaganda na pozadí současné informační války*. Praha: Grada.
- Habrajska, Grażyna, Obrębska, Anna, ur. 2007. *Mechanizmy perswazji i manipulacji*. Łódź: Pictor.
- Hoffmannová, Jana. 1997. *Stylistika a...* Praha: Trizonia.
- Hoffmannová, Jana, Homoláč, Jiří, Chvalovská, Eliška, Jílková, Lucie, Kaderka, Petr, Mareš, Petr, Mrázková, Kamila. 2016. *Stylistika mluvené a psané češtiny*. Praha: Academia.
- Landow, George P. 1997. *Hypertext 2.0: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Liashuk, Viktoria, ur. 2018. *Štýl ako výskumný nástroj v synchronii a diachronii: k teórii slovanských spisovných jazykov*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela – Belianum.
- Lysakova, Irina P. 2018. *Sociolingvističeskoje issledovanie sovetskoy pressy: teorija i praktika*. Sankt-Peterburg: Izd-vo RGPU im. A. I. Gercena.
- Michalewski, Kazimierz, ur. 2012. *Język nowych mediów*. Łódź: Primum Verbum.
- Minářová, Eva. 2011. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha: Grada Publishing.

- Mistrík, Jozef. 1977. *Štylistika slovenského jazyka*. 2. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo.
- Mistrík, Jozef. 1989. *Štylistika*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo.
- Mistrík, Jozef. 1996. *Efektívne čítanie*. Bratislava: VEDA.
- Orgoňová, Oľga. 2018. „Komunikačno-pragmatické východiská slovenskej interakčnej štylistiky“. *Jazykovedný časopis* 69 (1): 91–100.
- Patráš, Vladimír. 2009. *Sociolinguistic Aspects Electronically Determined Communication*. Karviná: Obchodně podnikatelská fakulta Slezské univerzity v Karviné.
- Patráš, Vladimír. 2014. „O (ne)konstituovaní štýlu v elektronicky podmienenej komunikácii“. U *Registre jazyka a jazykovedy II. Na počesť Daniely Slančovej*, uredili Kesselová, Jana, Imrichová, Mária, Ološtiak, Martin, 179–190. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove.
- Patráš, Vladimír. 2018. „K dynamike štylistiky slovnej zásoby v súčasnej online mediálnej produkcii názorového typu“. *Jazykovedný časopis* 2018, 69 (3): 446–461.
- Rončáková, Terézia. 2019. *Žurnalistické žánre*. Druhé, rozšírené vyd. Ružomberok: Verbum.
- Slančová, Daniela. 2003. „Východiská interaktívnej štylistiky (Od eklektizmu k integrácii)“. *Slovenská reč* 68 (4): 207–223.
- Stolac, Diana, Vlastelić, Anastazija. 2014. *Jezik reklama*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna Naklada – Rijeka: Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci.
- Taylor, Wilson L. 1953. „Cloze procedure: A new tool for measuring readability“. *Journalism Quarterly* 30 (4): 415–433.
- Tošovič, Branko. 2015. „Internet kak stilističeskoje prostranstvo“. *Aktualnyje problemy stilistiki. Ježegodnyj meždunarodnyj naučnyj žurnal* (1): 27–34.
- Vrabec, Norbert. 2008. *Mládež a médiá: Mediálna gramotnosť mladých ľudí na Slovensku*. Bratislava: IUVENTA – Slovenský inštitút mládeže.
- Veselý, Miro. 2010. *Tvorba webu od A po Zisk*. Bratislava: Dobré knihy.
- Wilken, Rowan. 2011. *Teletechnologies, Place, and Community*. New York – London: Routledge.

Pramene

Národná obroda (denník editovaný v rokoch 1990–2005)
„Nezávislý denník občanov Slovenska“

<https://www.postoj.sk> – Konzervatívny denník *Postoj*

„Je jediným médiom, ktoré sa otvorene hlási ku konzervatívnym hodnotám a zároveň dosahuje vysoký profesionálny štandard. Naším cieľom nie je naháňať čítanosť, ale, naopak, snažíme sa odolať tomuto škodlivému trendu a seriózne sa zapojiť do verejnej debaty z konzervatívnej pozície. Vďaka tomu sme rešpektovaným partnerom pre authority verejného života, od prezidenta, členov vlády, lídrov parlamentných strán a významných inštitúcií, lekárov, cirkevných hodnostárov, vedcov, umelcov, športovcov... Hoci s nami často nesúhlasia, majú záujem o konfrontáciu na úrovni. Za postojom nestoja žiadne finančné skupiny, žiadna cirkev, verejné dotácie ani veľkí investori. Hlavným zdrojom financovania je podpora dobrovoľných predplatiteľov, celý obsah, ktorý tvoríme, je prístupný zadarmo.“

(Prístupné na <https://www.postoj.sk/25362/o-denniku>. Online. Cit. 10. 08. 2019.)

www.pravda.sk – *Pravda*

„Denník Pravda je celoštátny titul s najdlhšou tradíciou na Slovensku, a to od roku 1920. Vychádza denne okrem nedele a je naším najpredávanejším a najčítanejším mienkotvorným denníkom.“

(Prístupné na <https://www.pravda.sk/info/o-nas>. Online. Cit. 10. 08. 2019.)