

Fejtón – novinársky priestor i novinársky žáner

MÁRIA FOLLRICOVÁ

Kľúčové slová: publicistika – publicistika emocionálneho typu – fejtón – dejiny, teória, druhy, tvorba

„Satira málokedy napráva. Preto nech nie je len úsmevná, ale aj trpká, aby bláznov, ktorých nemôže napraviť, aspoň vytrestala.“

Jean Paul



Za fejtón bolo dlho považované jednak všetko, čo bolo súčasťou samostatných inzertných, neskôr kultúrnych príloh významných periodík, jednak všetko, čo sa nachádzalo na prvej strane týchto novín a bolo od ostatného textu oddelené hrubou typografickou čiarou.

Za fejtón sa v západoeurópskej tlači dodnes považuje celá kultúrna a spoločenská časť novín alebo ich príloha: správy, recenzie, kritika, úvahy, eseje, populárno-vedecké a cestopisné state, televízny seriál. V románskej a anglosaskej tlači (Times, Monde, New York Times a Corriere della Sera) pod hlavičkou FEUILLETON vychádzajú reportáže, kritiky divadelných predstavení, koncertov, múzeí, galérií.¹

V novinárstve východnej a strednej Európy, predovšetkým v slovanskom novinárstve, sa postupne vyvinul svojbytný novinársky žáner, ktorý sa stal objektom teórie žurnalistických žánrov.

S oživením tohto novinárskeho žánra po roku 1989 sa slovenská vedecká a odborná obec zaoberá otázkami týkajúcimi sa miesta fejtónu v schéme novinárskych žánrov, charakteristik fejtónu a jeho odlíšenia od ostatných žánrov publicistiky emocionálneho typu (napríklad kurzívy, glosy a iných). Tieto otázky súvisia aj s podobou fejtónu v rôznych národných novinárstvach.

1. Z DEJÍN FEJTÓNU

Za predchodcov fejtónu sa pokladajú satirické texty Sebastiana Branta, humanistické polemiky Erasma Rotterdamského a rečnícke prejavy Ulricha Megerleho.²

¹ Dokumentácia Všetko o novinách. Frankfurt nad Mohanom: Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, 1994, s. 128.

² MISTRÍK, J.: Štylistika. Bratislava: SPN, 1997, s. 474.

1.1. Fejtón vo Francúzsku

Všeobecne sa za vlast' fejtónu považuje Francúzsko. Tam 28. januára 1800 vložil vydavateľ parížskeho *Journal des Débats* – parížsky vydavateľ, redaktor a divadelný kritik abbé **Julien Louis de Geoffroy** do svojho časopisu list – *Le feuille*, na ktorom pravidelne uverejňoval divadelnú kroniku a módu. Postupne začal uverejňovať v tejto samostatnej inzertnej prílohe ďalšie vtipné postrehy o divadelných hrách, o nových knihách, o umení, ale tiež zo svojich ciest. Formát listu bol o niečo menší ako formát samotného časopisu.

Keď v roku 1801 začal časopis vychádzať v novom formáte, vydavateľ prílohu *Le feuille* zrušil. Geoffroy si však uvedomoval, akú obľubu si získali novinárske i nenovinárske materiály uverejňované v prílohe a tak ich začal uverejňovať pod čiarou na prvej strane časopisu. Od politického a hospodárskeho obsahu novín ich oddeľovala silná typografická linka. V redakčnej praxi sa preto dodnes zachoval pojem *podčiarnik*.

Úspech Geoffroyových fejtónov u čitateľov podnietil v nasledujúcich rokoch mnohých spisovateľov a literárnych kritikov k písaniu fejtónov. Jules Janin, Sainte Beuve, Emile Girardin, Victor Hugo nepriamo založili *školu európskeho fejtónu*.

Typické charakteristiky vtedajšieho fejtónu však nachádzame už v 18. storočí. Názov fejtónu sa postupne vyvinul z Renaudotovho „feuille d'avis du bureau d'adresser“, ktorý uverejňoval v prvom francúzskom oznamovateli. V súčasnosti sa fejtón vo Francúzsku vyskytuje veľmi obmedzene. Chápe sa ním román na pokračovanie a od druhej polovice 20. storočia aj televízny seriál.

1.2. Fejtón v Nemecku a Anglicku

V Nemecku a Anglicku už na začiatku 18. storočia fejtóny vychádzali najmä v takzvaných moralistických týždenníkoch. Boli to kritiky s polemickým štýlom, ktoré boli symbiózou fejtónu, causerie a eseje.

V *Nemecku* v rokoch 1751-1755 Gotthold Ephraim Lessing uverejňoval v prílohe denníka *Vortiche Zeitung* spoločenské a kultúrne aktuality. Prvý moderný feuilleton uverejnil v roku 1835 Nürnbergger Korrespondent. Bojovný duch mali fejtóny nemeckého demokratického novinára a spisovateľa, ideológa Mladého Nemecka Ludwiga Börneho, ktoré mali silný vplyv aj na začiatky českého fejtónu, a najvýznamnejšieho politického básnika v Nemecku pred marcom 1848 Henricha Heineho. Popri nich v Nemecku fejtóny písali aj ďalšie osobnosti kultúrneho a politického života: Albert Wolf, Ludwig Weibert, Georg Weerth a iní.

Fejtónu bola venovaná celá novinová strana alebo kultúrna príloha. Vo *Frankfurter Allgemeine Zeitung* bola posledná strana označovaná ako FEUILLETON. V súčasnosti je fejtón jedným z troch produktov tohto denníka (politika, ekonomika a fejtón), pričom je umiestnený na otváracjej strane (1. Literatúra – každodenná aktuálna, knihy; 2. Denník – televízna a filmová kritika, upozornenie na kultúrne podujatia a iné informácie; 3. každodenná časť románu na pokračovanie).³ Podobne to bolo a je aj v *Neue Zürcher Zeitung*.

³ Dokumentácia Všetko o novinách. c. d., s. 130.

Aj v Nemecku dochádza k posunu v chápaní fejtónu. „...pod fejtónom rozumieme literárno-publicistické dielo satiricko-humoristického charakteru na nejakú súčasnú aktuálnu tému, kde hlavnú úlohu zohráva nie nejaká konkrétna osoba, ale určitý variant aktuálnej problematiky, zobrazený jednoduchým, vtipným, krátkym výkladom.“⁴

V *Anglicku* boli významnými autormi fejtónu H. Belloc, Gilbert Keith Chesterton, John Boynton Priestley.

1.3. Fejtón v Rusku

V *Rusku* už v rokoch 1769-1774 vychádzali prvé fejtóny v Novikovovom časopise **Trute** a v **Živopisci** či v Gercenovom **Kolokole**. V časopise **Sovremennik** vznikla rubrika Fejtón, neskôr Zmes, v ktorej uverejňovali najmä spisovatelia V. G. Belinskij, I. S. Turgenev a N. A. Nekrasov, v *Kolokole* – A. I. Gercen a v *Sankt-Peterburských vedomostiach* – F. M. Dostojevskij. Bol to zvláštny druh fejtónu, pretože cárska cenzúra nedovoľovala bezprostrednú kritiku pomerov života. Využíval takzvanú ezopovskú reč.

K. F. Rylejev, A. S. Puškin, I. S. Turgenev, N. A. Nekrasov, F. M. Dostojevskij, A. P. Čechov, V. V. Majakovskij obohatili fejtón novými literárnymi postupmi. Boli uverejňované predovšetkým na stránkach Otečestvennych zapiskov. Vrcholnú stránku vo vývoji ruského fejtónu predstavuje tvorba **Maxima Gorkého**. V rokoch 1895-1896 v Samarskej gazete uverejňoval svoje fejtóny a v *Sovremenniku* v roku 1912 cyklus fejtónov Ruské rozprávky, ostro zamerané proti vtedajšiemu spoločnesko-politickému životu. Známe sú tiež fejtóny V. V. Majakovského, **A. P. Čechova** (slávne fejtóny zo Sachalinu).

1.4. Fejtón v Čechách

V roku 1818 *Pražské noviny* uverejnili prvý fejtón. V rokoch 1843-1846 J. K. Tyl sa pokúšal o fejtón na stránkach *Květov* a *Českej včely*. Podobne sa usiloval V. B. Nebeský vo svojich „dopisoch“ z Viedne. Fejtóny v *Květoch*, *Českej včele* uverejňovali aj Karel Havlíček-Borovský (*Národní noviny*), Jan Neruda (napísal takmer 2 500 fejtónov).

Český fejtón bol spočiatku cestopisný, kronikársky, národopisný, zábavný a neskôr aj satirický. Bojoval proti lakomstvu, poverám, pijatike a rôznym iným ľudským nerestiam. Zakladateľom a tvorcom moderného českého fejtónu však je **Jan Neruda**. Jeho fejtóny sú mimoriadne tematicky pestré. Bojoval nimi na obranu obyčajného človeka. V teórii žánrov sa pre jeho fejtóny zažil pojem nerudovský, respektíve pozitívny fejtón. Neskôr fejtóny tvorili takí významní fejtónisti, akými boli Antonín Macek, Jaroslav Hašek, Július Fučík, Eduard Urx, Karel Čapek a iní.

1.5. Fejtón na Slovensku

Prešpurské noviny v roku 1783 uverejnili fejtón U nás vetrojezdci a v roku 1847 almanach Nitra publikoval fejtónistické texty **Jozefa Miloslava Hurbana** Korytnic-

⁴ BO CZKOWSKYJ, O.; SIROPOLKO, S.: *Ukrainische Journalistik in der Vergangenheit und Gegenwart* (Geschichte, demokratische Erfahrungen, neue Aufgaben). München: Ukrainische Technisch-Wirtschaftliches Institut 1993, s. 82.

ké poháriky. Fejtón mal spočiatku charakter humoristicko-satirického cestopisu. Významnými fejtonistami 19. storočia boli okrem Jozefa Miloslava Hurbana Karol Zechenter Laskomerský, Svetozár Hurban Vajanský.

Aj keď na základe novinovej ankety v Pešťbudínskych vedomostiach redakcia začala 1. apríla 1862 používať namiesto názvu feuilleton slovenský pojem **besednica**, v roku 1881 Svetozár Hurban Vajanský uverejnil Letný feuilleton. A tak sa tieto dva novinárske žánre vyvíjali paralelne. Až do druhej polovice 20. storočia však fejttón i besednicu považovali za **rubriku**, nie žáner. Noviny ju uverejňovali na prvej strane pod čiarou a v rámci nej najmä krátke beletristické žánre: poviedky, bájky, arabesky, humoresky, anekdoty, epigramy, úryvky z románov, ale aj básne a neskôr aj krátke novinárske žánre: glosy, recenzie, cestopisné črty a neskôr fejttón ako ho poznáme v súčasnosti.

V prvej polovici 20. storočia fejttóny písali Peter Jilemnický, Fraňo Kráľ, František Hečko.

V roku 1953 Ladislav Novomeský *konštatoval*, že „...**fejttón je vyhynutý druh**...“⁵. K tomuto konštatovaniu ho viedlo to, že v 50. rokoch 20. storočia sa u nás prejavovala istá kríza fejttónu ako dôsledok kultu osobnosti. V novinárskej tvorbe prevládala oficialita a šablónovitosť. V rokoch 1968/69 sa fejttón obrodil a zdokonaľoval sa. No zasiahla ho druhá kríza fejttónu počas normalizácie v 70. rokoch. Po dvadsiatich rokoch sa fejttón opäť plnohodnotne vrátil na stránky slovenskej periodickej tlače.

V posledných troch desaťročiach 20. storočia svoje fejttóny uverejňoval Dobroslav Hrubý (Práca); od toho istého času dodnes Ľubo Trefný (Hlas ľudu, Pravda, Nedelná Pravda, Moment); od 90. rokov 20. storočia dodnes Martin Hric (Národná obroda, Pravda), Július Satinský (Domino a Domino-fórum), Ján Štepiť (Nové slovo, Nové slovo bez rešpektu, Národná obroda, Pravda) a iní.

2. Z TEÓRIE FEJTÓNU

Doposiaľ nebola sformulovaná všeobecná definícia fejttónu. Vyplýva to z jeho mnohorakosti. Jednotliví novinovedci a odborníci kladú dôraz na tú-ktorú charakteristiku, no celkove vytvárajú pestrý obraz tohto novinárskeho žánra.

J. V. Bečka píše „Fejttón je útvar pomerne zložitý. Autor v ňom vychádza z konkrétneho faktu alebo zo zaujímavej myšlienky – tým je vyznačená téma fejttónu. Tému ďalej rozvíja osobnou úvahou, v ktorej argumentácia citová sa postupne prestupuje argumentáciou rozumovou. Načrtnutý problém nerieši, skôr rozvádza vo variáciách a riešenie iba naznačuje. Dôležité je slohové podanie. Sloh má byť živý, vtipný, použité výrazové prostriedky osobité, neošúchané. Vo vydarených fejttónoch autor postupuje umelecky, hovorí sugestívne, aby bol čitateľ čítaním zaujatý a sám domýšľal a precíťoval to, čo autor naznačil. Neraz sa autor na čitateľa priamo obracia, oslovuje ho.“⁶

Emil Kadnár fejttón definuje ako „svojbytný publicistický žáner, charakteristický ľahkým a vtipným rozprávaním, či už vo forme humoru, irónie, satiry alebo sarkazmu. Nešetří kritikou, pichľavosťou, útočnosťou.“⁷

⁵ Kultúrny život, 24.10.1953, s. 3.

⁶ BEČKA, J. V.: Sloh žurnalistiky. Praha: Novinář, 1986, s. 218.

⁷ KADNÁR, E.: Novinárska publicistika III. Beletristické novinárske žánre. Bratislava: SPM, 1988, s. 121.

Andrej Majchrák v definícii fejtónu využil svoje bohaté novinárske skúsenosti: „Vo fejtóne sa satirickou formou i kladným hodnotením vyzdvihujú alebo pranierujú rozličné fakty spoločenského života. Charakteristickým znakom fejtónu je zveličovanie, vsadenie faktov do vymyslených situácií, ľahkosť a dokonalosť štylistického stvárnenia témy. Prevažujú v ňom prvky zobrazovacieho stvárňovania.“⁸

Jozef Mistrík uvádza: „Podstatou fejtónu je ľahšia, prístupnejšia forma prejavu, ktorá vychádza zo skutočných udalostí a javov. Fejtón je duchaplné, vtipné rozprávanie o aktuálnej veci. Môže sa končiť vtipnou, prekvapujúcou pointou, ale pointa môže byť aj nenápadne zakomponovaná v celom texte. Fejtón je z beletristických novinárskych žánrov najviacej pod vplyvom písuceho autora. Vo fejtóne sa jeho postoj presadzuje využívaním sugestívnych prvkov: hnev, sarkazmus, žiaľ, humor. Len ten fejtón je dobrý, ktorý vyvoláva okamžité reakcie u čitateľa, ktorý ho provokuje, znepokojuje a irituje.“⁹

Karel Štorkán zdôrazňuje: „Hlavným kritériom každého fejtónu sú konkrétne fakty, ktoré autor zovšeobecňuje a objaňuje umeleckými obrazmi, postupmi. Výsledkom úvahy autora musí byť jemná myšlienka, pre ktorú zvolí vhodné jazykové prostriedky.“¹⁰

V slovníku literárnovedných termínov sa podčiarkuje: „Vo fejtóne sa spravidla výrazne prejavuje osobnosť fejtonistu a jeho vlastný názor na opísané udalosti. Jedným z najčastejších príznakov žánru je, že vo fejtóne sa popri základnej téme vyskytuje jedna, alebo niekoľko ďalších tém. Hoci sú z iného tematického radu, asociatívne sú späté so základnou témou.“¹¹

A **Malá encyklopédia žurnalistiky** uvádza: „Fejtón je žurnalistický prejav zobrazujúci najmä satirickým spôsobom negatívne stránky aktuálneho života spoločnosti s cieľom kritizovať alebo pranierovať ich a tak prispieť k náprave. Charakteristickým znakom je duchaplné, vtipné rozprávanie, posúvanie javu až do fiktívnych súvislostí (zveličovania).“¹²

Tieto pokusy o definíciu fejtónu môžeme stručne zhrnúť takto:

Fejtón – ľahké a vtipné rozprávanie o závažných a aktuálnych spoločensko-politických otázkach vo forme humoru, ironie, satiry alebo sarkazmu.

Umiestnenie fejtónu v novinárskych žánroch nám umožní špecifikovať jeho ďalšie charakteristiky.

2.1. Klasifikácia novinárskych žánrov

Pri klasifikácii žurnalistických žánrov v periodickej tlači vychádzame z dichotomického členenia novinárskych žánrov na

- a) **spravodajské,**
- b) **publicistické.**

Spravodajstvo zväčša operatívne oznamuje. Publicistika hľadá súvislosti, spojenia, robí závery a hodnotenia, fakty slúžia ako argumenty.

⁸ MAJCHRÁK, A.: Základy socialistickej žurnalistiky. Bratislava: Práca, 1979, s. 64.

⁹ MISTRÍK, J.: c. d., s. 475.

¹⁰ ŠTORKÁN, K.: Publicistické žánry. Praha: Novinář, 1980, s. 204.

¹¹ TIMOFEJEV, L. I. – TURAJEV, S. V.: Slovník literárnovedných termínov. Bratislava: SPN, 1981, s. 65.

¹² JACZ, L. a kol.: Malá encyklopédia žurnalistiky. Bratislava: Obzor, 1982, s. 177-178.

Publicistika je širší pojem ako žurnalistika, pretože sa realizuje aj mimo žurnalistiky (napr. v knižných vydaniach reportáží, esejí, fejtónov, besedníc, zábavníc). Publicistika sú žurnalistické prejavy, ktorých základ tvoria hodnotenia a postoje. Publicistika významnou mierou formuje verejnú mienku.

K **spravodajským žánrom** patria: krátka správa (noticka, fleš, jednostĺpec), rozšírená správa (interpretujúca správa a pokračujúca /situačná/ správa), úradná správa (oznámenie, komuniké), referát (chronologický referát, voľne spracovaný referát), spravodajský rozhovor a report.¹³

Publicistiku členíme na:

- a) **publicistiku racionálneho typu** (logicko-pojmový spôsob stvárnenia a podania publicistického prejavu); patria sem: poznámka, komentár, úvaha, úvodník, recenzia, obzor tlače, rozbor, komplexný žurnalistický rozbor (tematická strana alebo dvojstrana), publicistické interview, redakčná beseda, polemika a epištolárna publicistika (ohlas, anketa, diskusia a žurnalistický list)¹⁴;
- b) **publicistiku emocionálneho typu**, resp. beletrizované novinárske žánre (emocionálno-zobrazovací spôsob stvárnenia publicistického prejavu); patria sem: reportáž, črta, esej, fejtón, besednica, stĺpček, glosa, zábavnica (causerie), kurzíva a entrefilet.¹⁵

Publicistika emocionálneho typu obsahuje hodnotiaci súd podložený argumentami a obrazný spôsob podania, názornosť.

Vzťahy medzi žurnalistikou a beletriou sa premietajú práve v beletrizovaných novinárskych žánroch. Rozdielne názory na oblasť **vzťahov medzi žurnalistikou a beletriou** pretrvávajú od zrodu novínovedy na konci dvadsiatych rokov 20. storočia. Pri osvetľovaní týchto vzťahov môžeme vychádzať z niekoľkých uznávaných axiém:

- žáner je historická kategória a všetky jeho hodnoty sú späté s určitým historickým obdobím,
- umenie má aktívny vzťah k ostatným zložkám spoločenského vedomia (a ony k umeniu), a preto medzi beletriou a žurnalistikou nemôže byť neprekonateľná hranica, a ako sa beletria prelína do žurnalistiky, tak aj žurnalistika ovplyvňuje beletriou,
- beletria metódou **zovšeobecňovania** a **typizácie** (v realistických dielach), ako aj formou umeleckých obrazov zväčša hovorí, aký by svet mal byť, kým žurnalistika odráža aktuálnu objektívnu realitu dneška, teda **svet taký, aký je**,
- z čoho vyplýva, že zásadným hraničným predelom medzi beletriou a žurnalistikou je **adresná dokumentárnosť** a **aktuálnosť**.

Sú dva aspekty **ovplyvňovania žurnalistiky beletriou**:

1. poznanie a hodnotenie životnej skutočnosti a metóda zovšeobecnenia a typizácie,
2. využívanie, osvojovanie si formotvorných prvkov beletrie, a to štýlu, jazyka, kompozície atď.

Beletria a žurnalistika majú veľa spoločného i veľa rozdielneho.

Vzťahy medzi beletriou a žurnalistikou nie sú tak presne vymedzené. Existuje medzi nimi akýsi asimilačný priestor.

¹³ TUŠER, A.: Spravodajské žánre. In: Tušer, A., Follrichová, M.: Teória a prax novinárskych žánrov I. Bratislava: UK, 1998, s. 5-36.

¹⁴ VEEAS, Š.: Teória a prax novinárskych žánrov. Bratislava: UK, 2000, 66 s.

¹⁵ FOLLRICHOVÁ, M.: Publicistika emocionálneho typu (Beletrizované novinárske žánre). In.: Tušer, A. – Follrichová, M.: Teória a prax novinárskych žánrov I. Bratislava: UK, 2001, s. 37-106.

3. DRUHY FEJTÓNU

Fejtóny delíme podľa metódy tvorby a stupňa kritickosti.

3.1. Druhy fejtónu podľa metódy tvorby

Z asimilačného priestoru medzi beletriou a žurnalistikou vyplýva, že fejtóny delíme na dva základné druhy:

- **publicistické**, čiže adresne dokumentárne (autor opisuje konkrétnu udalosť, jav, človeka),
- **umelecké**, čiže zovšeobecňujúce a typizujúce (podnetom je myšlienka, nápad; autor si sám vytvára epický príbeh, aby vyústil do originálnej pointy).
Niekedy sa publicistické fejtóny ešte delia na **priamo adresné** a **nepriamo adresné**.¹⁶
Ďalej sa budeme venovať len publicistickému fejtónu.

Publicistický fejtón akoby mal dvoch autorov: život a fejtónistu. Život prináša fakty, fejtónista im dáva podobu fejtónu. Dôležitý je výber udalosti, javu či osoby. Autor ich dotvára, umocňuje, fakty zbavuje zbytočných nánosov, no nemení ich charakter.¹⁷

Karel Štorkán uvádza tri druhy fejtónu:

- **fejtón-beseda**, autorský rozhovor s čitateľom dovoľuje autorovi zverejniť svoje pocity a názory, sprostredkovať svoju fantáziu a spomienky (napríklad tvorba Jana Neruda),
- **polemický fejtón** (spochybňuje a vyvracia nesprávne názory, rozhodujúca je presvedčivosť argumentov a britkosť zvoleného štýlu),
- **satirický fejtón** (duchaplnosť, ostrý šľah, literárna zdatnosť autora)¹⁸.

V ruskej teórii novinárskych žánrov sa fejtóny delia na **problémové a fejtóny kladného charakteru**.¹⁹

3.2. Druhy fejtónu podľa intenzity kritiky

Podľa stupňa kritiky fejtóny delíme na štyri skupiny:

- *humoristický* (vtipné rozprávanie o ľudskej nedokonalosti, naivite, ľahostajnosti, pohodlí),
- *ironický* (výsmech nedostatkov, ktoré nemožno tolerovať; je to zosmiešnenie, ktoré obsahuje hodnotenie toho, čo sa zosmiešňuje; nevyslovuje sa priamo, vysloví sa protikladný, skrytý význam),
- *satirický* (nekompromisne kritizuje, vytvára obrazy, ktorými narúša vzájomné vzťahy javov; vystupňuje do krajnej komickosti a nezmyselnosti),
- *sarkastický* (zraňujúci, pichľavý, jedovatý výsmech, uštipačný výsmech, uštipačný vtip či posmešok – najvyšší stupeň irónie; nedostatky sú pre autora neprijateľné).

V českej novinovede sa uplatňuje aj delenie fejtónu na **kritiku** (fejtón kritický, satirický; bez dlhej argumentácie), **polemiku** (fejtón politický; bez dlhých rozborov) a **besedu s čitateľom** (intímne slovo; fejtón besedového typu).²⁰

¹⁶ JACZ, E. a kol.: c. d., s. 178.

¹⁷ KADNÁR, E., c. d., s. 130.

¹⁸ ŠTORKÁN, K.: c. d., s. 100-104.

¹⁹ BOGDANOV, N. G.; VJAZEMSKIJ, B. A.: Spravočník žurnalista. Leningrad: Leninzdat, 1971, s. 289.

Známe sú pozitívne, tzv. **nerudovské fejtóny a hybridné fejtóny** (reprezentované fejtónmi amerického publicistu Arta Buchwalda²¹).

Fejtóny podľa výberu témy delíme na **polytematické a prevažujúce monotematické**. Pri polytematickom fejtóne rozvíjanie hlavnej myšlienky epizódami obohacuje jeho humor, iróniu i satiru. Táto tematická rozvetvenosť je pre fejtón na rozdiel od väčšiny ostatných publicistických žánrov prínosom.

3.3. Príbuzné literárne a publicistické druhy

Pre autora fejtónu je dôležité poznať aj príbuzné literárne a publicistické druhy, akými sú: román fejtón, humoreska, groteska, hyperbola, arabeska, paródia, travestia, burleska, aforizmus, karikatúra, invektíva, paškvil a iné.

4. TVORBA FEJTÓNU

4.1. Téma fejtónu

Fejtón sa venuje predovšetkým závažným spoločensko-politickým problémom. Jeho základom je myšlienka. Negatívne javy slúžia ako námety. Autor ich obohacuje o ideový zámer, myšlienku, cieľ.

Témou fejtónu je zväčša jeden fakt, jedna udalosť, jedna základná myšlienka. Skrytou silou myšlienky je nápad. Slúži na presunutie myšlienky z roviny prísne logickej do roviny fejtónu.

„Nie je podstatné, ako novinár **vidí** udalosť, ale ako ju **vie ukázať**.“²²

Fakty musia byť pravdivé a overené. Sú však sfarbené autorským subjektom. Čiže autor fejtónu pracuje s objektívne získanými faktami a používa fikciu, fantáziu a satirické umocnenie.²³

Pre fejtónistu je veľmi dôležité, aby fakt správne zhodnotil, videl jeho spoločenskú, politickú podstatu. Základom fejtónu je osobitný anekdotický fakt. Zdrojom faktov môže byť redakčná pošta, čitatelia novín, ktorí prichádzajú do redakcie so sťažnosťami.

4.2. Výstavba textu

4.2.2. Kompozícia fejtónu

Výber témy podmieňuje osobitosti kompozície a možnosti budovania sujetu. Z makrokompozičných prostriedkov sa vo fejtóne uplatňujú:

²⁰ JISL, V.: Žurnalistika. Novinové druhy. Praha, SČSN, 1966, s. 122-123.

²¹ BUCHWALD, A.: Copak jsem vám někdy lhal? (100 +1 sloupek). Praha: Lidové noviny, 1992, 249 s.

²² HLAVČÁKOVÁ, S.: Spravodajský text náš každodenný -II (Jazyková rovina spravodajstva The Associated Press). In: Otázky žurnalistiky, XLIII., č. 1, 2000, s. 30.

²³ JISL, V.: c. d., s. 122-123.

7. **rozprávanie** (preferuje subjektívne prvky; možno v ňom rozlíšiť priamu reč a všetky reči rozprávača; je to reťaz dejových zložiek textu, ktoré sú spojené časovo-príčinnými vzťahmi; časovým rozvíjaním príbehu vzniká kompaktný útvar);
8. **opis** (zoradené subjektívne videné dojmy autora; text nie je súdržný, nie je tak sklbený ako rozprávanie; využíva sa statickosť a nedejovosť; využívajú sa najmä menné väzby /menej sloviess/; uprednostňujú sa prídavné mená).²⁴

Názory na kompozíciu fejtónu sa líšia. V ruskej novinovednej literatúre sa uvádza, že ak je témou fejtónu jeden jav, jedna udalosť, autor si vytyčuje tieto súčasti kompozície: **expoziciu, zápletku, rozvoj deja, kulmináciu a rozuzlenie-záver**.²⁵

Podobne aj v českej novinovede sa uvádza **otvorenie fejtónu** (úvod, expozičia), **rozvinutie deja** (rozčlenenie, zápleтка) a **záver** (pointa).²⁶

J. Mistrík konštatuje, že fejtón **nemá lineárnu stavbu**. Pre jeho kompozíciu je typická cyklickosť. Býva koncentrovaný a nečlenený. Nemožno ho deliť na dôležité a menej dôležité časti, nemožno odčleniť rámcové časti – úvod a zakončenie.²⁷

4.3. Jazyk a štýl fejtónu

4.3.1. Jazykové prostriedky

Lexika fejtónu je nevyvážená. Uplatňujú sa v ňom aj nepriame pomenovania, polysémia, konkrétne fakty a údaje.

Vo fejtóne sa využívajú nečakané slovné spojenia, dvojzmysly, stylistické paradoxy, synonymá, ale aj slovné archaizmy, novotvary, príklady, podobenstvá, porovnávanie.

4.3.2. Štýlový a emocionálny kontrast

„Pre fejtón je charakteristická organická jednota logického a obrazného prvku.“²⁸ Ďalšou typickou črtou fejtónu je **štýlový a emocionálny kontrast**. Je to stylistická antonýmia a najobľúbenejšia metóda tvorby fejtónu.

Úmyselné spojovanie stylistických rôznorodých lexikálno-frazeologických jednotiek v nie príliš veľkom kontexte je tvorivou metódou mnohých fejtónistov. Práve tu sa prejavuje jedna zo špecifických zvláštností jazyka fejtónu.²⁹

Jedným z pôsobivých druhov štýlového kontrastu je uvádzanie do kontextu slov, ktoré patria do kategórií stylisticky kontrastných slov – knižných s hovorovými, hovorových s administratívnymi, knižných s argotickými. Používa sa nielen ako samostatný jazykový prostriedok. Zvyšuje účinnosť jazykových prostriedkov napr. slovnou hračkou, ironiou, individuálnymi metaforami, prirovnaniami, neologizmami, parafrázou atď.³⁰

²⁴ ŽILKA, T.: Poetický slovník. Bratislava: Tatran, 1984, s. 73-75.

²⁵ Kol.: Gazetnyje žanry. Moskva: Vydavatel'stvo političeskoj literatúry, 1971, s. 157.

²⁶ ŠTORKÁN, K.: c. d., s. 105-106.

²⁷ MISTRÍK, J.: c. d., s. 475.

²⁸ VAKUROV, V. N.: Stylový kontrast ve fejetonu. In: Sešity novináře, Praha: Novinář, 1978, s.99.

²⁹ VAKUROV, V. N.: c. d.

³⁰ MISTRÍK, J.: c. d., s. 475.

4.4. Vonkajšia stránka fejtónu

Rozsah fejtónu sa pohybuje v dvoch krajnostiach – od jednej rukopisnej strany po niekoľko strán. Dôležité je, aby v krátkom fejtóne autor popri poukázaní na svoj postoj dokázal čitateľa o ňom aj presvedčiť a v dlhom fejtóne udržať čitateľovu pozornosť a neunaviť ho.

Titulok je zväčša krátky. Možno v ňom naznačiť obsah fejtónu, no neprezradiť jeho pointu. Často sa v ňom využívajú zvolacie vety, vety slovné, dynamické, elipsy, citáty aj opytovacie zámená.

5. PERSPEKTÍVY SLOVENSKEHO FEJTÓNU

Fejtón je v slovenskej tlači čitateľsky obľúbeným žánrom. Jeho autori sa nespoľiehajú len na svoju citovú pripravenosť. Využívajú fakty, opierajú sa o ľudovú múdrosť, snažia sa poznať cítenie i vedomosti čitateľa. To všetko preto, aby ich fejtóny boli pochopené a plnili svoje poslanie.

Súčasný slovenský fejtón nestagnuje. Popri už spomínaných „nestoroch“ nastupuje generácia fejtonistov, ktorá prináša nové impulzy pre rozvoj tohto nezastupiteľného novinárskeho žánra.

Adresa autorky: PhDr. Mária Follrichová, CSc., Katedra žurnalistiky FiF UK, Štúrova 9, 818 01 Bratislava, T: 02/5296 4192, F: 02/5292 6530, E-mail: maria.follrichova@fphil.uniba.sk

Feuilleton – Journalistic Space and Journalistic Genre

Follrichová, M.

Keywords: publicistic – publicistic genres of emotional type – feuilleton – history, theory and creation

In the last century there were published many opinions about the place of feuilleton in the schema of the journalistic genres in Slovak science and professional literature. The author gives reasons for classifying feuilleton as one of the **publicistic genres of emotional type**. The author exploits of the history and theory of feuilleton.

The author accentuates that **publicism of emotional type** contains evaluative opinion with arguments and imaginative method of rendering, conviction. The feuilleton is the component of effort of society to infiltrate to its problems, to get the answers to complicated questions.

The author deals with the types of feuilleton. She divides the feuilleton according to the met-

hod of the creation and according to the pitch of criticism.

The problem of the creation of the feuilleton takes very important place: the building of the text, text composition. The author gets the questions about the language and the style of feuilleton, ambit and headline.

The experiences of history, theory and creation of publicistic feuilleton regularly deepens, the feuilleton become ripes. Innovative approach of young feuilletonists to the creation of feuilleton and its frequency in periodical press are quarentee of future of the Slovak feuilleton.