



A műfaj normatív jellege a médiában

H. Varga Gyula - 2017. 05. 31.

Már az ókori retorikák is megkülönböztették a beszédfajtákat, a műfaji rendszerezést pedig eredendően az *esztétikai értékkel bíró művek* típusokba sorolásához alakították ki.^[1] Az idők folyamán a műfaj irodalomelméleti gyűjtőfogalommá vált. Később más művészetek is átvették ezt a praktikus rendezési elvet, így beszélhetünk zenei műfajokról (pl.: szonáta, szvit, ária stb.), festészeti műfajokról (pl.: portré, csendélet, tájkép stb.), filmes műfajokról (pl.: burleszk, western, krimi, horror, sci-fi stb.), és sorolhatnánk tovább. Aztán a műfaji rendszerezést egyéb területekre, szövegekre is alkalmazták, például a tudományos munkák rendszerbe foglalására (tanulmány, recenzió, monográfia), a hivatalos életben (kérvény, jegyzőkönyv, önéletrajz), a sajtó-, illetve médiaműfajokra (tudósítás, riport; krónika, magazin; híradó, show). Itt tehát már nem volt kritérium a művészi érték, más funkcionális és formai szempontok játszottak szerepet. Ezzel a *műfaj* terminus jelentése a *típus* felé tolódott el, így mára a műfaj az adott terület alkotásainak, termékeinek tipizálására, rendszerbe foglalására alkalmas keretté vált.



A műfajt a különböző tudományterületek (irodalomtudomány, művészettörténet, szemiotika, pragmatika, hermeneutika, retorika, szövegelmélet stb.) is eltérően értelmezik.**[2]** Abban mindenki megegyezik, hogy a műfaj történelmi képződmény: az egyes történelmi korszakokban más-más műalkotástípusok – tágabban értelmezve: kommunikátumtípusok – kerülnek a kánon élére, míg mások háttérbe szorulnak, archaizálódnak, esetleg kivesznek a gyakorlatból. A műfajok kialakulásában szerepet játszó tényezőknek (műfajteremtő elveknek) tekinthetők a kommunikációs körülmények és célok, a közlők és a befogadók szokásai, szemléletmódja és magatartásformái, továbbá a közlés témája és tartalma, befolyásolhatják a különféle gyakorlati célok, sőt, a terjedelmi kötöttségek is. Ezek korszecifikus változásával alakulhatnak ki és/vagy át az egyes műfajok. Tehát a műfajok nem érték-, hanem rendezőfogalmak, egyes történelmi korszakokban, egyes kultúrákban mégis léteznek vezető – s ezzel ellentétesen periferikus – műfajok is. Ezek a kategóriák csak az utókor számára bontakoznak ki, e mellett az értékrend mellett azonban minden korban kialakíthat a hivatalos szemlélet

egyfajta hierarchiát, ami megkülönböztet értékesnek tekintett, azaz kanonikus és kánonon kívüli műfajokat.**[3]**

A műfaj mint kommunikációs forma sajátos problémamegoldó modellként is értelmezhető. Első számú címzettje az egymásnak feszülő alapélményekkel küzdő közösség. Egy műfaj akkor sikeres, ha nagy tömegek igényeit elégíti ki, sok embert érdekel, és mindaddig sikeres, amíg alkotóiban él az ebből származó (erkölcsi, szakmai, anyagi) haszon reménye. Ha egy műfaj elhal (mint pl. a burleszk vagy a western), a műfajt éltető közösségi konfliktusok, problémák valószínűleg megoldódtak, elavultak, jelentéktelenné váltak. A műfaj legfontosabb kötőanyaga a hagyomány, a műfaji konvenció.**[4]**

Anélkül, hogy mélyebben belemennénk műfajelméleti kérdésekbe, érdemes idézni Swales (1990: 58) kissé terjedelmes meghatározását. A szerző a műfaj egyik legtágabb, kommunikációs alapokra helyezett meghatározását adja: a műfaj „olyan kommunikatív események összessége, amelyekben a résztvevők bizonyos kommunikatív céljai megegyeznek. A célokat az anyadiskurzusközösség szakterületen jártas tagjai ismerik és elfogadják, e célok teremtik meg a műfaj funkcióját. A célok által meghatározott funkció szabja meg a diskurzus sematikus szerkezetét, befolyásolja és korlátozza annak tartalmát és stílusát. A kommunikatív cél privilegizált feltétel és egyben olyan kritérium, amely a műfajt bizonyos korlátok közé szorítja, melynek eredményeként a műfaj egy szűk értelemben vett, összevethető retorikai cselekedetet valósít meg. A kommunikatív cél mellett az egyes műfajpéldányok szerkezete, stílusa, tartalma és célközönsége is hasonlóságot (hasonló mintázatot) mutat. Ha a műfajpéldány minden erősen valószínűsíthető elvárást teljesít, az anyadiskurzusközösség azt prototipikus példánynak tekinti. A

műfaj egyes diskurzusközösségek által megörökölt és létrehozott, és mások által átvett elnevezése értékes etnográfiai kommunikáció, de általában még hitelesítésre szorul.” (Idézi Károly 2007: 134.)

Műfajok a médiában

Az újságírásban is hagyomány, hogy a különféle írásokat (újságcikkeket) típusokba, „műfajokba” sorolva elhatárolják egymástól. A rádió-, majd a tévéműsorok megjelenésével természetesen ez a törekvés oda is áttevődött. A médiaüzenetek, médiabeli szövegek (cikkek, műsorok) esetében a tipizálást kimondottan gyakorlati célok vezérik. A cél itt nem a befogadó segítése, nem a szövegértelmezés elmélyítése, hanem a (kezdő) újságíró fölkesztése a feladatokra. A sajtószövegek rendszerbe foglalására, típusokba sorolására, leírásukra épp ezért elsősorban gyakorló, a szakmában tekintélyes újságírók vállalkoznak.

Az újságcikkeknek^[5] mint szövegeknek a rendszerezési alapja hagyományosan az „objektív” információközlés és a szubjektív véleménykifejtés kettőssége.^[6] Harmadik, köztes, átmeneti csoportot alkotnak az innen kiszorult üzenetek, illetve a két alaptípus tulajdonságait vegyesen, ám korlátozottan mutató (infotainment, *edutainment*), valamint a kettősség iránt irreleváns (időjárás-jelentés, apróhirdetés, reklám) szövegfajták. A sajtószövegek rendszerezői az információ fogalmából, illetve a hírnek mint történelmileg és funkcionálisan kitüntetett szövegfajtának a leírásából indulnak ki, majd a tájékoztató–véleményközlő kommunikációs célkettősségre építik a felosztást.^[7] A rendszerezések általában nem törekszenek taxonómiára. A szövegfajták jellemzése – a korábban említett didaktikai céloknak megfelelően – meglehetősen preskriptív szemléletű.

A többi médium (rádió, tévé, internet) „műfajainak” már a megnevezése is fogós kérdéseket vet föl. Az ott fellelhető kommunikátumokat ugyanis még nehezebb műfajokba – vagy inkább *műsorfajták*ba – sorolni. A szépirodalmi művek műfajokba sorolását – kisebb viták ellenére – formai és tartalmi jellemzők alapján világos rendszerezés segíti (vö. pl. Szerdahelyi 1997). Nem ennyire egyértelműen, de többé-kevésbé hasonlókat tapasztalunk a sajtó területén is. A rádió és a televízió esetében ez már koránt sincs így.

Ha a sajtóban a tipizálendő alapegység az újságcikk, kérdés: mi az alapegység a rádióban? A *műsor* szó egyik, idevágó jelentése: Színházban, rádióban stb. előadott v. előadandó művek előadási terve, ill. összessége (ÉKsz.), bár a beszélt nyelvben a műsor egyes darabjait is így nevezzük meg (pl.: *Most következő műsorunk az irodalomkedvelőknek szól*). A műsor ('művek sora') egyes darabjai a *műsorszámok* (ÉKsz.: Műsor önálló része, pontja), a rádióban tehát lényegében *műsorszámfajtákról* beszélünk, illetve ezek típusait hívják *rádiós műfajok*nak. Hasonlókat mondhatunk el a televíziós műfajokról is. Ráadásul mindkettőben találunk olyan műsorszámokat, műfajokat, amelyekhez a rádió és a televízió csupán a technikát adja (pl. zeneszámok, filmek). Ezeket vendégműfajoknak nevezhetjük, szemben a valódi rádiós-tévés műfajokkal (pl. krónika-, magazin-, show-műsorok).

Még ennél is nehezebb feladatra vállalkozunk, ha az internet mint negyedik médium műfajait akarjuk áttekinteni. És itt nemcsak a sajátos internetes műfajok megjelenésére gondolunk (mint például a kommentelés vagy a blog), hanem arra is, hogyan változhatnak meg a klasszikusabb műfajok is a neten. Már az online újságok sem feltétlenül követik az írott sajtó műfajait.



Műfaj és norma

A korábban elmondottak alapján azt is mondhatjuk, hogy a műfaj voltaképpen (remek)művekből elvont *normarendszer*, amely az egyes további alkotásoknak is mintául szolgál, illetve a megítélésükhöz, értelmezésükhöz támpontot nyújthat.

A műfajok bemutatása sokáig *normatív* jelleggel történt, vagyis leírták, hogy egy-egy műfaj milyen jellemzőkkel bír, sőt, *előírták*, milyennek kell lennie ahhoz, hogy az adott kategóriához tartozónak ismerhessék el. Ha valamely alkotás nem – vagy nem eléggé – követte az előírásokat, szabályokat, akkor esztétikai értéke vált vitathatóvá. Ahogyan kánonban énekelni csak előírás szerint lehet, a kánonikus ellenében a kánonon kívüli vagy kifelé tartó műfajok zavart okoztak a rend(szer)ben.**[8]** Ugyanakkor az egy-egy alkotással kapcsolatos heves viták egyúttal paradigmaváltások kísérőivé, alkalmanként konkrét elindítóivá váltak. (Orosz–Rác 2006: 144)

Mindezek az ellentétek és csatározások visszavezethetők az alkotói autonómia, valamint a művészi formák történeti változékonyságának el- és felismerésére, illetve esztétikai

elvekben való kifejeződésükre. Egyfelől a normáknak való megfelelés, másfelől a normák határainak kitágítása, elmozdítása, a szerzői újítás feszültsége a modernség művészetének egyik legfontosabb mozgató ereje, és a normativitást a deskriptivitás felé tolta. (l. m. 145)

A műfaj – mint a szövegek besorolásának egyik, talán legfontosabb módja – fontos szabályozó a kommunikációs folyamatban: felállítja az egyetértés, a kritika és az elvárások terminológiáját (Gunning 2004). A műfaj nem pusztán elemzési eszköz, hanem egyesít(het)i a szövegalkotás és a befogadás hatásmechanizmusát is, befolyása lehet a szövegalkotási és a -befogadási folyamatokra egyaránt. A műfaj tehát nem pusztán egy adott (számú) szövegben föllehető közös jegyek leírása, hanem a hasonlóságok előállításához és felismeréséhez szükséges preconcepciók, pragmatikai körülmények felkutatása is. Nem egyszerűen az elolvasott szövegek véleményezéséről van szó, hanem azoknak a diszkurzusoknak a feltárásáról is, amelyek az adott szövegek létrejöttét befolyásolták, és kialakították a róluk alkotott felfogások, nézetek módját.

Hasznosnak látszik, ha – kerülve a kategorikus szembeállítást – nem mossuk össze a műfajnak az alkotás folyamatára gyakorolt hatását a kész üzenetekből földeríthető, korábban meg nem fogalmazott sémák módszeres felderítésével. Az előbbi esetben a „médiapiaar” szereplőinek (alkotó – szerkesztő – közvetítő – befogadó) fontos egyeztetési eszköze (Gunning i. m.), az utóbbi módszert pedig a kutatók, kritikusok építik ki, nekik viszont a médialáncban mint közvélemény-formálóknak van igen fontos szerepük. (Jóllehet általában megfélekedeznek róla – vagy eltekintenek attól –, hogy a kategóriákat ők állították fel, s az általuk tanulmányozott műfajokat eleve létező, az elemzéshez kész jelenségekként kezelik.[9])

A sajtószövegek műfaji rendszerezését tovább árnyalja – amint arra több tankönyvszerző-újságíró is céloz –, hogy a napi szerkesztőségi, újságírói gyakorlat és az olvasóközönség igényei mennyire befolyásolják a megírásban, sőt a műfajválasztásban, a műfaji sajátosságok érvényesítésében vagy módosításában. A médiában dolgozók ugyanis az alkotási-befogadási folyamat részeként élik meg a rendszerezést, vagyis mintegy prekoncepcióval dolgoznak. Az újságíró a tények, történések foglya: vagy róluk ír, azokat mutatja be (alájuk rendelődve) szikár tömörséggel (ill. a háttérüket, körülményeiket tárja föl), vagy róluk mond véleményt. Emellett az alkotásban, műfajválasztásban, műfajhasználatban marketingszemponatok is érvényesülnek. Ez teszi indokolttá és szükségessé a befogadás-lélektani, illetve a különféle hatásvizsgálatok eredményeinek visszahatását – a lap-, illetve műsorkészítőkön keresztül – médiaüzenetek létrehozóinak műfajfelfogási, -értelmezési, szövegalkotási eljárásaira.

Összefoglalva elmondhatjuk, hogy a médiaüzenetek típusokba sorolása távolról sem elhanyagolható eszköz a média számára a befogadás ellenőrzésében és kiszámíthatóságában.

Az internetes műfajok normaalkotó szerepe

A legújabb, a negyedik médium kommunikációs üzeneteinek rendszerezése még a kezdeteknél tart. Bár jelentek meg tanulmányok a vizsgálatokról, itt azonban még nehezebb a műfaj kategóriáját meghatározni, sőt, a rendszerezni kívánt elemek, alapegységek köre és összehasonlíthatósága sem egyértelmű. A műfajoknak nevezett típusok gyakran technikai eljárások vagy azok termékei (pl. e-mail, cset, mém stb.). Az interneten található összes üzenet (kommunikátum) rendszerezéséhez még nincs megnyugtató módszertani szempontrendszer.

Az interneten szinte az összes hagyományos napi- és hetilap, magazin online verziója megtalálható. Leggyakrabban a nyomtatott lap anyagait töltik fel, kiegészítve on-line eszközökkel (linkekkel, keresőkkel, archívummal stb.). Vannak újságok, amelyeknek az internetes változata eltér a nyomtatott verziótól (MNO, hvg.hu, NSO), gyakran másik stáb szerkeszti. Végül a harmadik típus a nyomtatást nem ismerő, valódi on-line lapok (Index, Origo, Hír24) sorolhatók. Ez utóbbiak lassan távolodnak a másik két típus eljárásaitól, normáitól, új technikai és műfaji megoldásokat vezetnek be. Enélkül legitimitásuk kérdőjeleződik meg.

Ezzel kapcsolatban érdekes és a témáján messze túlmutató gondolatokat fogalmaz meg Boldog Zoltán (2013) a kritika interneten megváltozott tulajdonságairól. A szerző úgy látja, hogy az internetes újságírás két évtizede alatt a műfaj két metamorfózison ment át. Szerinte a kritika átalakulása a webes folyóiratokban kezdődött el, jelentősen átformálva a magyar kritikaírás hangját. Az első átalakulás attitűdváltással járt: a kritikák elemzés és bemutatás helyett értékítéletet fogalmaztak meg, eredményeképpen a kritika keményebb, szókimondóbb lett.

A második váltás, a „webkettes kritika” új formát és nyelvet hozott. Eredője alapvetően az olvasási szokások és a technikai feltételek változásában, főleg pedig a szélesebb olvasóközönség felé nyitásban keresendők. Ez egyrészt ahhoz vezetett, hogy jelentősen lerövidült az írások terjedelme, hiszen a „webkettes olvasó”-nak nincs türelme a terjedelmes szaknyelvi szövegek olvasásához. Másrészt pedig „a kritikákat közreadó felületeken az olvasó is szót kap, hozzászólásaiban pedig kifejti a műfajjal szembeni elvárásait. Ezeket leegyszerűsítve ő csakis arra szeretne választ kapni: a könyv jó-e vagy sem? Elolvassa-e, kikölcsönözze-e, megvegye-e? Ezután következik a másik kérdés: miről szól az ajánlott vagy

nem ajánlott olvasmány? Minden más csak ködösítésnek tűnik neki. Egyértelmű ítéletet vagy konkrét iránymutatást vár, hogy meghozza döntését a műről.” (Boldog 2013.)

Így tehát a kritika estében (is) a bírált művel együtt maga az értékelő írás is „megméretik”. Ettől kezdve a szerkesztő és a kritika írója is igyekszik eleget tenni az olvasók elvárásainak, vagyis az interaktivitás eredményeképpen a műfaj további alakulásában a befogadók is részt vesznek minősítéssel, pontozással, véleménynyilvánítással. A kommenteléssel „a recepciótörténet folytatódik a »beszélt írott nyelviség« közegében. Azaz megindul egy közösségi háló által behatárolt párbeszéd, amely nagyon hasonlít a kocsmaasztalok intenzív eszmecseréjéhez.” (Uott.) Az írások (kritikák, recenziók, ajánlások stb.) értékelésének kitüntetett szempontja – a szakmaiságot megelőzve –: *a mérhető olvasottság (klikkelések, lájkolások, értékelések, kommentek száma)*.

A leírás akár az internetes újságokra, hírportálokra, rádió- és tévécsatornák honlapjaira is érvényesíthetők lehetnek. Ezt erősítik meg a különféle újságíró tanfolyamok felhívásai, tananyagai is, pl.: „Internet: a közvélemény barométere – a szerkesztőség számára az egérkattintások határozzák meg a következő napi újság tartalmát. Ha egy cikket sokan látogatnak, akkor az jelzés a szerkesztők felé, hogy írjanak többet róla másnap, vagy keressenek hasonló témákat. A rendszer alkalmas a közvélemény közvetlen figyelésére, hasonlóan a tévék nézettségeinek méréséhez.” (Turi 2007.)

Az interneten lényegében nincs meg a hagyományos–bulvár kettősség, föltehetőleg ebből fakad a köztes profil. Az on-line újságok világában alig különbözik a kettő, sőt, az előbbieket erős bulvárosodása figyelhető meg. Látszik ez a címadáson, a tördelésen, a hatalmas, színes betűméreteken, a képeken – és persze a tartalmon is. Az ismertebb on-line újságok

témavilága kommerszebb, mint az országos napilapoké, érezhető, megfigyelhető az olvasót (felhasználót) odavonzó szándék. (Vö.: H. Varga 2004.)

Magyarul is megjelent tanulmányában Mark Deuze (2003) az on-line újságok négy típusát különbözteti meg, aszerint, hogy benne a szerkesztettség és a moderáltság milyen mértékben dominál. (Lásd az ábrát.)



Forrás: Médiakutató, 2003. ősz

Az on-line újságoknak is kialakul az olvasói körük, de sok más olvasó is odatévedhet böngészés közben, őket újszerű újságírói eljárásokkal lehet a weboldalra csalni. Ehhez szokták idézni Jakob Nielsen tanácsait: emblémák, a lógók és a vezető szalagcímek; kulcsszavak kiemelése és linkelése (amelyeket a keresőmotorok könnyen megtalálnak), felértékelődnek a (kulcsszavakat is tartalmazó) figyelemfelkeltő címek és alcímek; bekezdésenként egy gondolat, könnyen befogadható, tömör írások (a nyomtatottnak legalább a felére rövidítve); vizuális kiegészítők (táblázatok, keretes írások, grafikák, infografikák stb. (Nielsenre hivatkozik pl. Turi 2007.) Merthogy az interneten általában nem szóról szóra olvasunk, hanem böngészünk, egy-egy szót, mondatot kiemelve. A böngészés során

állítólag a „szemmozgás hőterképe” az E betű alakját követi, föntről lefelé.

A netes olvasó számára az interneten egy forrás kevés. Elvárja a linkeket a kapcsolódó anyagokhoz, háttérelmezésekhez. A hírforrások összehasonlításának lehetősége erősíti az internetes hírek hitelességét. Az internetes olvasók szívesen olvassák szakértők véleményeit, de ugyanakkor meg kívánják osztani nézeteiket másokkal. (Turi i. m.)

Az on-line újságírás persze új műfajokat is teremt. Ezek közül a legismertebbek a komment, a fórum és a *blog*. Minden harmadik blogoló újságírásnak tekinti blogolását, ezért is nevezik többen civil újságírásnak. Habár a blogírás célja általában a személyes önkifejezés, többnyire megtapasztalt történetek, események, tények, olvasmányok (hírek, tudósítások, művészi alkotások stb.), a személyes vélemények naplószerű tudósításokként, afféle nagy igazságokként fogalmazódnak meg.

Összegzés

Összességében elmondhatjuk, hogy a médiaműfajok (ha vannak ilyenek) a sajtó területén áttekinthető rendszert alkotnak, a rádió- és tévéüzenetekben, főleg pedig az interneten nehezen kezelhető, értelmezhető és írható le a rendszer. Az is biztos, hogy a tömegkommunikációs műfajok az utóbbi évtizedekben jelentős átrendeződésen mentek keresztül. Ennek – a belső okok mellett vagy előtt – két fő generálója volt. Az egyik a rendszerváltást követő politikai-társadalmi-gazdasági átalakulás, mely átformálta a magyar médiarendszert, vele együtt – pl. a bulvár/kereskedelmi megjelenésével és térhódításával – a műfaji palettát. A másik az internet, a web2. Ez utóbbi – a befogadói igények újszerűségével és az interaktivitás lehetőségeivel – inkább a műfajok belső tulajdonságaira volt erősebb hatással.

Felhasznált irodalom

Aczél Petra 2011. Világtalan hír. Retorikai felvetések műfajról, objektivitásról, újmédia-hírszövegről. *Vigilia* 2010/11. 75. évf.: 805–813. www.vigilia.hu

Andok 2013. A hírek története. L'Harmattan, Budapest.

Balázs Géza 1995. Újságírás, rádiózás. Diákújságírók Országos Egyesületet, Budapest.

Balázs Géza 2011. Sms-nyelv és -folklór. Magyar Szemiotikai Társaság, Budapest.

Bernáth Árpád – Orosz Magdolna – Radek Tünde – Rácz Gabriella – Tőkei Éva: Irodalom, irodalomtudomány, irodalmi szövegelemzés. Bölcsész Konzorcium, Budapest, 2006. <http://mek.oszk.hu/05400/05477/>

Bernáth László (szerk.): 1995. Műfajismeret. A MÚOSZ és a Bálint György Újságíró-iskola kiadása, Budapest. (Második kiadás)

Boldog Zoltán 2013. Műfajtalankodás, műfajalkotás. Irodalmi Jelen. <http://www.irodalmijelen.hu/05242013-1602/mufajtalankodas-mufajalkotas>

Deuze, Mark 2003. A web és a webes újságírás típusai. Ford.: Szakács Judit. Médiakutató, ősz. http://www.mediakutato.hu/cikk/2003_03_osz/04_webes_ujzagiras

Domokos Lajos 1995. A nyomtatott és az elektronikus újságírás elmélete. Teleschola, Bp.

Gunning, Tom 2004. „Nagyon finom teveszőr ecsettel rajzolták”. A filmes műfajok eredetei. In: Kovács András Bálint–Vajdovich Györgyi (szerk.): A kortárs filmelmélet útjai. Palatinus, 273–290.

Károly Krisztina 2007. Szövegtan és fordítás. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Orosz Magdolna – Rácz Gabriella (szerk.): Irodalom, irodalomtudomány, irodalmi szövegelemzés. Bölcsész Konzorcium, Budapest, 2006.
<http://mek.oszk.hu/05400/05477/>

Swales, John Malcolm 1990. Genre Analysis. English Academic and Research Settings. Cambridge: Cambridge University Press. H.

Szerdahelyi István 1997. Műfajelmélet mindenkinék. Akadémiai, Budapest.

Turi László (szerk.) 2007. 21. századi újságírás. Tanfolyami tananyag, munkaverzió. www.slideshare.net/.../21-szzadi-jsgrs-tanfolyami-tananyag-munkaverzi

2004 . Varga Gyula 2004. A negyedik médium kommunikációja. (Nyelvhasználat az interneten). In: Kommunikáció és nyelvhasználat. (Szerk.: H. Varga Gyula) Líceum Kiadó, Eger, 103–129.

Egyéb források

Kulturális enciklopédia. <http://enciklopedia.fazekas.hu>

<http://estiklopedia.hu>

<http://www.kislexikon.hu/mufaj>

[1] A műfaj fogalmát az ÉKsz. az irodalomtudomány fogalomtárába sorolja (Irodalomtudományi műveknek tartalmi és alaki sajátosságai szerint elkülönülő csoportja), másodsorban a zenét – talán pontosabb lenne így: a művészeteket – jelöli meg.

[2] Erről kitűnő áttekintést ad Andok Mónika (2013: 36–42).

[3] Vö. még: <http://enciklopedia.fazekas.hu>

[4] <http://estiklopedia.hu>

[5] Bonyolítja a dolgot, hogy a közhasználatú *cikk* megnevezést az újságírók szűkebben értelmezik, a véleményközlő írások (publicisztika) körét értve rajta.

[6] Az objektivitás lehetőségére és megvalósíthatóságára itt most nem érdemes kitérni.

[7] Vö. pl. Gombó Pál, Bernáth László, Domokos Lajos, Balázs Géza felosztását. (Mindhárom az 1995-ös évszámhoz kötődik.)

[8] A normáknak, műfaji konvencióknak való megfelelés kérdése által kiváltott vitákat jól példázza többek között a „Cid csatája” vagy a „Hernani csatája” (Orosz–Rácz 2006: 144–5).

[9] Hasonlókat állít Gunning (2004) a (film)kritikusokról.

Nincs hozzászólás!

Your Email address will not be published.

Save my name, email, and website in this browser for the next time I comment.

This site uses Akismet to reduce spam. [Learn how your comment data is processed.](#)

© 2025 e-nyelvmagazin.hu. All rights reserved.