

TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ POPULARIZÁCIE PREKLADOVEJ LITERATÚRY NA SLOVENSKU PO ROKU 1989

THEORETICAL FRAMEWORK OF THE POPULARISATION OF TRANSLATED LITERATURE IN SLOVAKIA AFTER 1989

Vanda Koniarová

Katedra anglistiky a amerikanistiky, Filozofická fakulta, Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici

vanda.koniarova @umb.sk

Abstract: This paper examines the theoretical framework of the role of social, cultural, and public institutions, as well as publishers, in the popularisation of translated literature in Slovakia after 1989. It assumes that the popularisation of translated literature constitutes a complex cultural process in which aesthetic, political, economic, and ideological factors intersect. In this context, translated literature is understood as a cultural asset whose social visibility, reception, and symbolic value are shaped by a network of institutional actors and their mediation strategies. The theoretical framework draws on translation studies, sociology of translation, and historical research, and is grounded in the notion of translation as a part of the cultural system. Particular attention is paid to the period following 1989, which represents a fundamental turning point in Slovak literary, cultural, and social life. Nevertheless, the popularisation of translated literature has received only limited attention in the Slovak context, and systematic research addressing it as a structured and historically conditioned phenomenon is largely absent. This paper, therefore, argues for a shift away from an exclusively text-oriented approach towards an analysis of the social and institutional functioning of translation. It does not aim to provide a comprehensive analysis of popularisation practices, but it seeks to establish a theoretical and methodological framework that will serve as a foundation for the forthcoming doctoral dissertation.

Key words: institutions, periodicals, popularisation, translated literature, reception of translated literature

Úvod

Popularizácia prekladovej literatúry nie je automatický proces, ale premyslená činnosť vydavateľstiev, časopisov, kultúrnych a verejnoprávnych inštitúcií. Prekladový text nevstupuje do cieľovej kultúry samovoľne (Djovčoš – Šveda, 2017). Výber textov na preklad, ale aj ich miesto v našom literárnom kánone formujú viaceré faktory (Bednárová – Kusá – Rybárová, 2024), preto je dôležité uvedomiť si, že spôsob integrácie do cieľovej kultúry nezávisí iba od prekladateľa, ale v zásadnej miere od inštitúcií, ktoré preklad sprostredkujú verejnosti.

Popularizácia prekladovej literatúry predstavuje kľúčovú aktivitu, bez ktorej by poznanie diel, ktoré vstupujú do nášho kultúrneho, literárneho a spoločenského priestoru, zostalo výrazne obmedzené. Práve prostredníctvom popularizačných mechanizmov sa prekladové diela stávajú pre čitateľov uchopiteľnými, interpretovateľnými a rovnako aj spoločensky rezonujúcimi. Samotná popularizácia nie je statickým javom, ale procesom, ktorý sa neustále vyvíja a prispôbuje meniacim sa formám kultúrnej komunikácie.

Napriek jej významu popularizácia prekladovej literatúry v slovenskom kontexte po roku 1989 nebola doposiaľ systematicky skúmaná. Existujúce výskumy sa sústreďia prevažne na preklad, prekladateľské stratégie alebo prekladateľov, zatiaľ čo mechanizmy, prostredníctvom ktorých sa prekladová literatúra dostáva do verejného diskurzu, nadobúda viditeľnosť a kultúrnu legitimitu, zostávajú analyzované skôr čiastkovo. Absentuje pohľad, ktorý by popularizáciu uchopil ako súčasť širšieho literárneho a kultúrneho poľa. Translatológia sa pôvodne sústredila na jazyk a text, no „kultúrny obrat“ ukázal, že preklad je

predovšetkým kultúrny akt, formovaný normami, mocenskými vzťahmi a historickým kontextom. Práve tento posun otvoril priestor pre skúmanie mechanizmov, ktoré určujú postavenie prekladu v kultúre (Bassnett, 2002).

Príspevok sa zameriava na popularizáciu prekladovej literatúry na Slovensku po roku 1989, teda na obdobie spoločenskej, politickej a kultúrnej transformácie, ktorá výrazne ovplyvnila podmienky produkcie, recepcie a sprostredkovania prekladu. Východiskom analýzy je predpoklad, že literárne periodiká a kultúrne inštitúcie sú kľúčovými aktérmi popularizačných stratégií. Cieľom príspevku je zmapovať popularizáciu prekladovej literatúry ako historicky podmienený a inštitucionálne sprostredkovaný proces a identifikovať stratégie, prostredníctvom ktorých sa preklad po roku 1989 stáva súčasťou slovenského kultúrneho a literárneho priestoru, so zameraním na úlohu literárnych periodík a ich premeny. Text slúži ako teoretické a metodologické východisko pre pripravovanú dizertačnú prácu, ktorá sa bude ďalej rozvíjať prostredníctvom rozsiahlejšej empirickej analýzy.

Popularizácia prekladovej literatúry

Popularizácia nepredstavuje jednotný, jednoznačne vymedzený pojem, ale zahŕňa rôzne prístupy a praktiky, ktoré sa líšia podľa kontextu, aktérov a komunikačných cieľov. Na účely tohto príspevku popularizáciu chápeme ako šírenie vedeckých a kultúrnych poznatkov prístupným, všeobecne zrozumiteľným spôsobom (Jazykovedný ústav Ľ. Štúra SAV, s. v. popularizácia). Popularizácia je cielený proces sprístupňovania vedeckých, umeleckých a kultúrnych poznatkov širšiemu publiku, pri ktorom sa obsah prenáša do zrozumiteľných komunikačných foriem primeraných skúsenostiam a očakávaniam nešpecializovaného recipienta. Neznamená zjednodušenie na úkor významu, ale mediáciu medzi expertízou a verejnosťou, ktorá umožňuje poznatkom vstupovať do verejného diskurzu a kultúrneho obehu (Corbett, 2006).

V dizertačnej práci budeme popularizáciu identifikovať podľa troch nami vybraných kritérií:

1. funkcia (vysvetľovanie, hodnotenie, kultúrne ukotvenie),
2. diskurzívne prostriedky – využitie interpretačných rámcov (porovnania, hodnotiace argumenty, výber diela a prekladateľa),
3. recipient – komunikácia zameraná na nešpecializovaného recipienta.

V kontexte prekladovej literatúry chápeme popularizáciu nielen ako sprístupňovanie informácií, ale ako mediáciu významu, hodnoty a viditeľnosti prekladu v kultúrnom priestore prostredníctvom interpretačných rámcov a inštitucionálneho sprostredkovania. Popularizačné stratégie vnímame ako spôsoby sprostredkovania prekladovej literatúry. Popularizácia sa iba zriedka vyskytuje v izolovanej podobe, no často vstupuje do kontaktu s ďalšími formami sprostredkovania, z ktorých najvýraznejšou je marketing.

Je však dôležité rozlišovať medzi popularizáciou a marketingom, pretože hranice medzi nimi sú niekedy veľmi nečitateľné a ťažko sa identifikujú. Obe formy komunikácie sa síce zameriavajú na cieľového konzumenta, ich východiská, ciele aj hodnotové rámce sa však zásadne líšia. Popularizácia je primárne orientovaná na sprostredkovanie poznania, vysvetľovanie, kontextualizáciu a interpretáciu obsahu s cieľom podporiť porozumenie, kritickú reflexiu a kultúrnu gramotnosť širšieho publika (Sterk – Van Goch, 2023). V súčasnosti je popularizácia často stotožňovaná s marketingom. My však medzi týmito pojmami vnímame zásadný rozdiel, a preto považujeme za nevyhnutné objasniť naše chápanie popularizácie a marketingu. Marketing chápeme ako komunikáciu, v ktorej dominuje predajná logika (predaj, návštevnosť, zisk), kým popularizácia vychádza primárne z informačno-interpretačnej

logiky (kontext, hodnotenie, kultúrne ukotvenie). Marketing je činnosť, metóda usmerňovania a aktívneho ovplyvňovania hospodárskej činnosti podľa potrieb trhu (Jazykovedný ústav Ľ. Štúra SAV, s. v. marketing). V oblasti prekladovej literatúry sa tieto dve roviny často prelínajú: marketingové stratégie môžu využívať jazyk a formu popularizácie, zatiaľ čo popularizačné aktivity môžu byť sekundárne zapojené do marketingových kampaní. Práve preto je dôležité sledovať, ktorá logika v konkrétnych praktikách prevažuje.

Pri analýze nám pomôžu naformulované indikátory, ktorými rozlíšime popularizáciu od marketingu:

1. prevaha argumentačno-interpretačného kontextu oproti hodnotiacim tvrdeniam,
2. argumentačný základ, na ktorý text nadväzuje,
3. explicitná tematizácia prekladateľa a prekladateľských rozhodnutí,
4. prítomnosť alebo absencia predajných informácií (cena, dostupnosť, zľavy, distribučné kanály),
5. používanie „call-to-action“ formulácií (objednajte, kúpte, nenechajte si ujsť),
6. štylistické znaky persuzívneho diskurzu (superlatívy, emotívne slogany) (Braca – Dondio, 2023).

S popularizáciou úzko súvisí aj intraprofesijná legitimácia prekladu, teda spôsob, akým odborná komunita vytvára hodnotové kritériá a symbolický kapitál, z ktorého následne čerpá verejná prezentácia prekladovej literatúry legitimitu (Abbott, 1988). Inými slovami, to, ako odborná komunita o preklade hovorí, ako ho hodnotí a legitimizuje, priamo formuje spôsoby jeho verejnej prezentácie. Popularizáciu preto nemožno chápať ako jednosmerný a jednorazový akt sprístupňovania prekladovej literatúry verejnosti, ale ako dlhodobý, obojsmerný proces prebiehajúci medzi odbornou komunitou a širším kultúrnym priestorom.

V príspevku sa sústreďíme najmä na literárne periodiká ako kľúčových aktérov popularizácie prekladovej literatúry. „Časopisecká recepcia sa vyznačuje vysokou mierou operatívnosti: na rozdiel od knižných publikácií, ktorých príprava je časovo náročná, periodiká umožňujú rýchlu reakciu prostredníctvom krátkych ukážok a sprievodných textov. Zároveň poskytujú väčší priestor na tematické a ideové odchýlky, keďže nie sú viazané rovnakými inštitucionálnymi a ideologickými obmedzeniami ako knižný preklad, ktorý sa od oficiálnych línii odchyľuje len výnimočne“ (Vajdová, 2020, s. 99). Na uchopenie súčasných foriem popularizácie prekladovej literatúry je nevyhnutné zohľadniť jej historický vývin, najmä porovnať funkcie a formy popularizácie pred rokom 1989 a po ňom v odlišných politických, kultúrnych a ekonomických podmienkach.

Časopisecké prostredie pred rokom 1989

Pred rokom 1989 nemožno popularizáciu prekladovej literatúry chápať ako otvorené, pluralitné a recipročné sprostredkovanie literárnych diel verejnosti. Namiesto popularizácie možno v tomto období hovoriť skôr o ideologicky regulovanom sprostredkovaní literatúry v oficiálnom priestore a o alternatívnych formách kultúrnej cirkulácie v exile a samizdate (Marušiak, 2001). Oficiálne popularizačné mechanizmy zvýhodňovali literatúru zlučiteľnú s ideologickými požiadavkami režimu, pričom umelecká či odborná kvalita nemusela byť vždy rozhodujúcim kritériom. Literatúra vnímaná ako politicky nežiaduca bola, naopak, systematicky potláčaná a zakazovaná, hoci naďalej cirkulovala prostredníctvom samizdatových periodík alebo vychádzala v exile (Perstická – Přerostová, 1991). Procesy šírenia a recepcie literatúry tak boli determinované politickou mocou, nie otvorenou kultúrnou komunikáciou, čo zásadne limitovalo možnosť hovoriť o autentickej popularizácii literárnej tvorby.

Napriek týmto obmedzeniam zohrávali literárne časopisy pred rokom 1989 významnú úlohu v recepcii prekladovej literatúry, keďže uverejňovali preklady, recenzie a informácie o zahraničnej literárnej produkcii. Medzi kľúčové periodiká patrili *Slovenské pohľady*, *Prúdy* a *Slovenské smery umelecké a kritické*. Od konca päťdesiatych rokov sa literárny priestor otváral západným literatúram, k čomu prispel časopis *Mladá tvorba*. Mimoriadnu úlohu zohral časopis *Revue svetovej literatúry*, založený v roku 1965, ako jediný časopis špecializovaný na umelecký preklad. V osemdesiatych rokoch došlo k uvoľňovaniu politického tlaku, a tým aj rozšíreniu priestoru pre prekladovú tvorbu. Vznikli nové periodiká *Literárny týždenník*, *Dotyky*, *Romboid* či *Kultúrny život*. *Mladá tvorba* a *Kultúrny život* po roku 1968 z ideologických dôvodov zanikli (Bednárová, 2015; Perstická – Přerostová, 1991). Prekladová tvorba nachádzala svoj priestor najmä v samizdatových časopisoch a edíciách, ktoré plnili funkciu alternatívnych platforiem kultúrnej komunikácie a intelektuálneho odporu. K najvýznamnejším patrili periodiká *Trinásta komnata*, *Kontakt*, *Altamira*, *Alternatíva* a *Alternatíva 2*, ako aj časopis *Fragment*. *Slovenské pohľady* patrili už koncom osemdesiatych rokov k hlavným indikátorom nastupujúcich spoločenských zmien a ako literárne periodikum vychádzajú kontinuálne dodnes (Bilík, 2021). V roku 1987 ich redakčne prevzali Rudolf Chmel a Ján Štrasser, v rovnakom období vznikli *Literárny týždenník* a časopis *Dotyky*, ktorý predtým vychádzal ako príloha *Romboidu* (Passia, 2021). V roku 1987 sa zásluhou Martina M. Šimečku a Jána Budaja obnovilo vydávanie *Kontaktu*. Paralelne s tým Oleg Pastier a Jiří Olšovský iniciovali vydávanie samizdatového časopisu *Fragment*. No začiatkom roka 1988 sa oba projekty spojili a ďalej vychádzali pod spoločným názvom *Fragment-K* (Cabadaj, 2022). Tieto časopisy sprostredkovali texty, ktoré by v oficiálnom publikačnom priestore nemali šancu na vydanie a významne sa podieľali na udržiavaní kontinuity intelektuálneho a prekladového diskurzu v období normalizácie (Bednárová, 2015). Popularizácia prekladovej literatúry pred rokom 1989 tak nemala podobu otvorenej kultúrnej komunikácie, ale bola podriadená ideologickej regulácii a fungovala v rámci prísne kontrolovaných alebo neoficiálnych distribučných kanálov. Hoci sa práca explicitne nezaoberala samizdatovou literatúrou, je vhodné pripomenúť, že pred rokom 1989 existovali časopisy a neoficiálne publikačné platformy, ktoré sprostredkovali zakázanú literatúru v úzkom okruhu čitateľov. Aj tieto aktivity možno chápať ako formu popularizácie, hoci nie masovej, ale smerovanej ku komunite so zdieľaným kultúrnym a hodnotovým rámcom.

Časopisecké prostredie po roku 1989

Po roku 1989 vznikli ako reakcia na zmenu edičnej politiky viaceré veľké vydavateľstvá, no zároveň viaceré menšie vydavateľské subjekty zanikli (Bednárová – Kusá – Rybárová, 2024). Pád cenzúry znamenal odstránenie ideologického dohľadu nad výberom diel a interpretačnými stratégiami, čo umožnilo návrat predtým zakázaných autorov a prekladateľov a rozšírenie tematického spektra prekladovej tvorby (Bednárová, 2015). Matejovič (2018) opisuje fenomén tohto obdobia, ktorým je rozmach komerčnej prekladovej literatúry spätý s trhovou liberalizáciou a tlakom na ekonomickú návratnosť. Tento vývoj síce prispel k zvýšenej dostupnosti prekladov a rozšíreniu čitateľskej základne, zároveň však vyvolal obavy z oslabovania kvality a z marginalizácie umelecky a kultúrne náročnejších titulov v prospech trhovo úspešnej literatúry (Matejovič, 2018).

Tieto zmeny sa zásadne premietli aj do podoby popularizácie prekladovej literatúry. Po roku 1989 sa popularizácia prestala viazať na ideologicky kontrolované sprostredkovanie a začala fungovať ako otvorený, pluralitný a inštitucionálne diverzifikovaný proces. Rozšírila sa škála aktérov vstupujúcich do popularizačných praktík – od vydavateľstiev a literárnych periodík cez kultúrne inštitúcie až po médiá a neskôr digitálne platformy. Po roku 1989 sa

zásadne predefinovala úloha, povaha aj obsahové smerovanie periodík vo verejnom a v akademickom priestore. Periodiká sa začali orientovať na širšie a systematickejšie spracovanie sociálno-humanitných disciplín (Bednárová – Kusá – Rybárová, 2024).

Novú oblasť výskumu do spoločenského priestoru priniesol feministický časopis *Aspekt*, ako aj periodiká *Kritika & Kontext*, *Anthropos* a iné (ibid.). Literárny časopis, ktorý vznikol po roku 1989, je *Knižná revue* – dvojtýždenník zameraný na knižné dianie a knižnú kultúru na Slovensku. Bol založený v roku 1990 a vydáva ho Literárne informačné centrum v spolupráci so Združením vydavateľov a kníhkupcov Slovenskej republiky. Ťažiskom časopisu sú recenzie nových titulov a najpredávanejších kníh, anotácie pripravovaných publikácií, bibliografické prehľady, ako aj informácie o literárnych a knižných podujatiach. *Knižná revue* zároveň sprostredkúva prehľad o činnosti vydavateľstiev, kníhkupectiev a knižníc (Encyclopaedia Beliana, s. v. *Knižná revue*).

Slovenské literárne centrum zároveň prevádzkuje samostatnú internetovú stránku, na ktorej publikuje vlastné články, anotácie a knižné ukážky, čím dopĺňa a rozširuje časopiseckú prezentáciu knižného diania v digitálnom priestore.

Revue svetovej literatúry bol časopis, ktorý predstavoval po roku 1989 jednu z kľúčových platforiem popularizácie prekladovej literatúry na Slovensku. V postsocialistickom období sa mohol opätovne profilovať ako priestor systematického sprostredkovania umeleckého prekladu a prezentácie autorov, ktorých tvorba bola v predchádzajúcom období obmedzovaná politickými zásahmi. V tomto kontexte zohrával významnú úlohu pri rozširovaní literárneho horizontu a pri obnovovaní prekladového diskurzu, až do roku 2018 (Samcová, 2009).

Podobne aj časopis *Romboid*, ktorý bol v období normalizácie výrazne limitovaný ideologickými zásahmi, po roku 1989 znovu nadobudol funkciu otvorenej platformy pre literárnu kritiku a prekladovú tvorbu. V postsocialistickom kontexte sa *Romboid* etabloval ako priestor slobodnej literárnej diskusie a významný aktér formovania recepcie súčasnej domácej aj prekladovej literatúry (Zajac, 2013). Časopis *Romboid* funguje kontinuálne dodnes a zároveň rozvíja aj svoju digitálnu platformu. Na webovej stránke pravidelne uverejňuje komentáre, úvahy, preklady a rozhovory, čím rozširuje svoj literárny a kritický diskurz aj mimo tlačenej média.

Popri uvedených periodikách je potrebné spomenúť aj ďalšie časopisy, ktoré sa podieľali na formovaní literárneho a kultúrneho diskurzu, ako *RAK*, *Rozum*, *Fraktál*, *Vertigo* a *Literárny týždenník*, ktoré rozširovali priestor pre literárnu kritiku, esejistiku a popularizáciu prekladovej literatúry v postsocialistickom období. Po roku 2000 sa slovenská literárna časopisecká scéna rozšírila o nové časopisy, ktoré reflektovali meniace sa kultúrne a spoločenské prostredie. Medzi takéto časopisy patria napríklad *Verzia*, *Vertigo* a *Vlna*, ktoré poskytli priestor pre mladšiu generáciu autorov, pre experimentálnejšie literárne formy a pre reflexiu súčasnej domácej i prekladovej literatúry.

Uvedený prehľad periodík naznačuje, že časopisecké prostredie po roku 1989 nepredstavuje homogénny celok, ale dynamicky sa meniaci priestor, ktorého funkcie, témy a popularizačné stratégie sa vyvíjali v závislosti od širších spoločenských a kultúrnych podmienok.

Vývinové obdobia popularizácie prekladovej literatúry

Popularizáciu prekladovej literatúry skúmame v troch časovo vymedzených obdobiach:

1. 1989 – 2000 (postsocialistické formujúce obdobie),

2. 2000 – 2010 (obdobie digitalizácie),
3. 2010 – 2026 (obdobie nástupu sociálnych médií).

Prvé obdobie 1989 – 2000 predstavuje formujúcu fázu postsocialistického spoločenského a kultúrneho priestoru. Zvolené časové obdobie vychádza zo skutočnosti, že ide o roky bezprostrednej spoločenskej, politickej a kultúrnej transformácie, ktorá zásadne ovplyvnila mechanizmy výberu, produkcie aj popularizácie prekladovej literatúry. Po roku 1989 sa otvoril priestor zakázaným autorom a prekladateľom, ale aj novým literárnym smerom a témam do nášho kultúrneho priestoru. Zároveň dochádza aj k premene vydavateľského sektora, vzniku nových periodík a iniciatív (Bednárová, 2015). Koniec deväťdesiatych rokov uzatvára fázu inštitucionálneho a trhového etablovania, po ktorej sa popularizačné stratégie postupne stabilizujú a profesionalizujú. Prvé obdobie je preto analyticky relevantné ako základný referenčný rámec, na ktorom možno sledovať vznik a počiatočné nastavenie popularizačných mechanizmov, s ktorými budeme následne porovnávať ďalšie fázy vývoja. Vzhľadom na dobový mediálny a inštitucionálny kontext sa v tomto období sústredíme predovšetkým na úlohu literárnych a kultúrnych periodík ako kľúčových platforiem popularizácie prekladovej literatúry.

Druhé obdobie 2000 – 2010 možno charakterizovať ako fázu diverzifikácie spôsobov popularizácie. Popularizácia prekladovej literatúry sa v tomto období prestáva viazať výlučne na tlačene médiá a začína fungovať v hybridnom prostredí, kde sa prepájajú periodiká a prvé digitálne platformy. Mení sa aj povaha publika – popularizácia sa obracia k širším diferencovanejším čitateľským komunitám a posilňuje sa aj komunitný rozmer literárnej komunikácie. Tento posun sa naplno prejavuje po roku 2000, keď technologický rozvoj a dostupnosť internetu zásadne menia prostredie, v ktorom sa popularizácia prekladovej literatúry realizuje (Jenkins, 2008). Internet sa na Slovensku začal rozširovať začiatkom deväťdesiatych rokov prostredníctvom akademickej siete SANET, ktorá bola založená v roku 1991 s podporou Rakúska. Prvá doména .sk vznikla v roku 1993 a internet sa postupne otváral verejnosti od polovice deväťdesiatych rokov (Denník SME, 2019). Od roku 2000 sa internet masovo rozširoval, čím sa stal bežne dostupnou súčasťou každodenného života (Štefanička, 2024). V tomto období sa preto sústredíme na periodiká, zároveň však sledujeme aj to, akým spôsobom títo aktéri rozširovali svoje popularizačné stratégie a mechanizmy do digitálneho priestoru, najmä prostredníctvom internetových stránok, blogov a online platforiem.

Po roku 2010 sa rozširuje spektrum médií, prostredníctvom ktorých sledujeme popularizáciu prekladovej literatúry. V analýze sa stále zameriavame na literárne periodiká, zároveň však reflektujeme aj to, ako títo aktéri rozvíjajú svoje popularizačné stratégie v online prostredí a na sociálnych sieťach. Významným medzníkom bolo lokalizovanie platformy Facebook do slovenčiny, čím sa výrazne zvýšila jej dostupnosť a využívanie medzi slovenskými občanmi (Šimková et al., 2012). V nasledujúcom období sa Facebook stáva jednou z hlavných platforiem pre šírenie literárneho obsahu, diskusií, recenzií a odporúčaní, pričom jeho význam postupne dopĺňajú ďalšie sociálne siete, najmä Youtube a Instagram, ktoré umožňujú audiovizuálne a vizuálne formy prezentácie prekladovej literatúry (Hospodárske noviny, 2021). Po roku 2010 dochádza k systematickej integrácii sociálnych sietí do popularizačných stratégií periodík. Analýza sa sústreďí na praktiky aktérov literárneho poľa pri využívaní sociálnych médií na sprostredkovanie prekladovej literatúry, kde fungujú ako rozšírenie tradičných popularizačných platforiem a zároveň ako autonómny priestor generujúci nové formy mediácie, hodnotenia a recepcie prekladovej literatúry.

Systematické mapovanie vývoja popularizácie prekladovej literatúry umožňuje identifikovať základné mechanizmy, prostredníctvom ktorých sa preklad v jednotlivých obdobiach sprostredkoval verejnosti a nadobúdal kultúrnu hodnotu. Takto koncipovaný

prístup presahuje deskriptívnu rovinu a vytvára analytický rámec umožňujúci kriticky hodnotiť efektívnosť, dosah a udržateľnosť jednotlivých foriem popularizácie v slovenskom kultúrnom priestore.

Aktéri popularizácie prekladovej literatúry na Slovensku

Popularizáciu prekladovej literatúry nemožno chápať ako homogénny proces jedného aktéra. Do tohto procesu vstupujú rôzni aktéri so svojimi motiváciami, kompetenciami a mierou symbolického a ekonomického kapitálu. Hlavnými aktérmi popularizácie prekladovej literatúry sú vydavatelia periodík, literárni kritici a recenzenti, prekladatelia, kultúrne a verejnoprávne inštitúcie a grantové mechanizmy. Títo aktéri nevystupujú iba ako sprostredkovatelia informácií o prekladovej literatúre, ale ako aktívni spolutvorcovia jej viditeľnosti, hodnotového rámca a spoločenskej legitimacy. Ich pôsobenie sa odohráva na niekoľkých úrovniach od odborného diskurzu a inštitucionálneho ukotvenia až po mediálnu prezentáciu a verejnú recepciu. Vzájomná interakcia týchto aktérov vytvára sieť popularizačných mechanizmov, v ktorej sa prekladová literatúra nielen sprístupňuje širšiemu publiku, ale zároveň sa profiluje a upevňuje aj vnútri samotnej prekladateľskej a literárnej komunity.

Šrank (2015) vysvetľuje, že súčasní aktéri literárneho života často vystupujú v niekoľkých rolách zároveň, čím prispievajú k výraznému nárastu počtu literárnych podujatí a ich vzájomnému prepájaniu. To ale neznamená iba kvantitatívny rozmach podujatí, ale aj kvalitatívnu premenu samotnej povahy literárneho diania. Literárny text sa tak stáva súčasťou širšieho kontextu, do ktorého vstupujú nielen autor a vydavateľ, ale aj ďalší aktéri, ako sú moderátori, kritici, médiá či podporovatelia podujatia. V dôsledku týchto zmien nadobúda literárny život čoraz výraznejšie znaky komunitného sociálneho správania, založeného na interakcii a spoluúčasti (Šrank, 2015).

Pri uvažovaní o popularizácii prekladovej literatúry v digitálnom prostredí je vhodné nadviazať na koncept participatívnej kultúry, ktorým Jenkins (2009) označuje formu kultúrnej praxe založenej na stieraní hraníc medzi producentmi a recipientmi kultúrnych obsahov a na zvýšenej miere komunitnej participácie. Tento koncept je využiteľný aj pri uvažovaní o súčasných formách sprostredkovania literatúry v online priestore, kde sa čitatelia aktívne podieľajú na šírení, hodnotení a interpretácii literárnych diel bez toho, aby vystupovali ako samostatní aktéri popularizácie v inštitucionálnom zmysle. V analytickej rovine ich preto chápeme ako neinštitucionálnych mikrosprostredkovateľov, ktorí spoluvytvárajú recepčné rámce a viditeľnosť prekladovej literatúry, aj keď nevystupujú ako aktéri s formálnou inštitucionálnou zodpovednosťou a silou.

Metodika

Vzhľadom na povahu skúmaného problému v dizertačnej práci využívame kombináciu kvalitatívnych a kvantitatívnych výskumných postupov (Hanzel, 2009). Metodologický rámec je viacúrovňový, pričom jadro výskumu tvorí obsahová analýza textov publikovaných v literárnych periodikách v časovom období od roku 1989 po rok 2026. Ostatné štatistické metódy plnia podpornú funkciu a slúžia na rozšírenie a interpretáciu zistení získaných z analýzy (Molnár et al., 2012).

Zameriavame sa na identifikáciu, typológiu a komparáciu popularizačných stratégií. V kvalitatívnej rovine analýzy sa zameriavame na interpretačné postupy, jazykové rámcovanie a tematizáciu prekladu a prekladateľskej práce. V kvantitatívnej rovine sa sústredíme na

výskyt a frekvenciu jednotlivých popularizačných stratégií v rámci skúmaných období a periodík, čo umožňuje sledovať ich vývoj a premeny v dlhodobom horizonte.

Súčasťou metodiky je aj analýza digitálneho prostredia, orientovaná na mapovanie foriem prezentácie a šírenia prekladovej literatúry prostredníctvom oficiálnych webových stránok a verejných profilov vybraných literárnych periodík na sociálnych sieťach. Digitálne príspevky sú analyzované ako rozšírenie tradičných popularizačných stratégií.

Ďalšou podpornou metódou je prieskum verejnej mienky zameraný na zisťovanie faktorov a kritérií, ktoré ovplyvňujú rozhodovanie čitateľov pri výbere prekladovej literatúry a priamo nadväzuje na prieskum z roku 2025 (NMS Market Research Slovakia, 2025). Uvedený prieskum poukazuje na skutočnosť, že takmer polovica populácie na Slovensku neprečítala za posledný rok ani jednu knihu, pričom čitateľské návyky sú výrazne nerovnomerne rozložené podľa rodových, generačných, vzdelanostných a regionálnych kritérií. Tieto zistenia naznačujú, že popularizácia literatúry sa neodohráva v prostredí samozrejmeho a plošne rozvinutého čitateľského záujmu, ale v kontexte fragmentovaného publika s odlišnými očakávaniami a kompetenciami (NMS Market Research Slovakia, 2025).

Prieskum verejnej mienky v dizertačnej práci nebude slúžiť na priame hodnotenie účinnosti jednotlivých periodík alebo popularizačných stratégií, ale na kontextualizáciu publika, v ktorom tieto stratégie pôsobia, a na identifikáciu očakávaní, s ktorými popularizačné diskurzy pracujú. Jednotkou analýzy bude:

- a) samostatný text publikovaný v literárnom periodiku (recenzia, rozhovor, anotácia, ukážka prekladu, esej, kritika, glosa),
- b) príspevok v digitálnom prostredí (webový článok, oficiálny príspevok, kritika, rozhovor, reportáž, anotácia, ukážka prekladu, esej, glosa na sociálnej sieti).

Korpus zostavíme výberom podľa časových období (1989 – 2000, 2000 – 2010, 2010 – 2026) a analytických osí (tri vybrané periodiká). Ako hlavné analytické osi zvolíme tri literárne periodiká, ktoré spĺňajú nasledujúce kritériá:

- a) kontinuita vydávania od roku 1989 až po súčasnosť (2026),
- b) preukázateľná recepčná funkcia v slovenskom literárnom poli (formovanie čitateľského vkusu, kritická evalvácia, sprostredkovanie prekladovej literatúry),
- c) verejná viditeľnosť a dostupné archívy (tlačené, digitálne).

Rozsah skúmaného časového obdobia (1989 – 2026) si vyžaduje strategickú redukciu korpusu, ktorá však neoslabuje výpovednú hodnotu výskumu, ale umožňuje jeho analytické prehĺbenie. Z tohto dôvodu výskum koncipujeme ako hĺbkovú komparatívnu analýzu troch vybraných periodík, ktoré fungujú od obdobia po roku 1989 po súčasnosť. Zvolený počet periodík umožňuje zachytiť diverzitu prístupov k popularizácii. Tento postup dáva priestor na sledovanie posunov v spôsobe popularizácie.

V dizertačnej práci sa zameriavame na analýzu stratégií, ktoré po roku 1989 využívali periodiká pri sprostredkovaní prekladovej literatúry, ako aj na sledovanie ich vývoja v priebehu troch dekád. Na tento účel si kladieme nasledujúce výskumné otázky:

1. Aké mechanizmy a nástroje využívajú aktéri po roku 1989 na popularizáciu prekladovej literatúry na Slovensku?
2. Ako sa popularizačné stratégie týchto aktérov menili v jednotlivých časových obdobiach?
3. Aké vzťahy možno identifikovať medzi používanými popularizačnými stratégiami a mierou viditeľnosti prekladovej literatúry?

Záver

Príspevok vymedzuje popularizáciu prekladovej literatúry ako komplexný, historicky podmienený a inštitucionálne sprostredkovaný proces, ktorý zásadne ovplyvňuje recepciu prekladu v cieľovej kultúre. Ukazuje, že prekladová literatúra nevstupuje do kultúrneho priestoru automaticky. Jej viditeľnosť, interpretácia a spoločenská rezonancia sa vytvárajú prostredníctvom aktérov a mechanizmov, ktoré pôsobia na rozhraní odbornej komunity, kultúrneho priestoru a médií. Zároveň vymedzujeme pojem popularizácie a dôsledne ho odlišujeme od marketingu, pričom upozorňujeme na ich prekrývanie v praxi a potrebu ich rozlišovania.

V časti, ktorá sa zaoberá historickým vývinom, argumentujeme, že pred rokom 1989 nemožno hovoriť o popularizácii prekladovej literatúry v zmysle otvorenej kultúrnej komunikácie. Namiesto toho dominovali ideologicky regulované formy sprostredkovania a alternatívne modely cirkulácie v exile a samizdate. Po roku 1989 sa popularizácia transformovala na pluralitný a diverzifikovaný proces, v ktorom sa menia aktéri, ale aj kanály a stratégie sprostredkovania.

V tejto súvislosti príspevok poukazuje aj na význam participatívnej kultúry a na rolu čitateľov ako neinštitucionálnych sprostredkovateľov, ktorí v online priestore vytvárajú recepčné rámce a prispievajú k viditeľnosti prekladovej literatúry. S cieľom pochopenia týchto premien delíme popularizáciu prekladovej literatúry po roku 1989 do troch období (1989 – 2000, 2000 – 2010, 2010 – 2026).

Metodologicky sa opierame o kombináciu kvalitatívnych a kvantitatívnych postupov. V príspevku formulujeme aj výskumné otázky zamerané na identifikáciu mechanizmov popularizácie, na ich časové premeny a na posúdenie účinnosti pri zvyšovaní viditeľnosti prekladovej literatúry a pri formovaní verejného diskurzu o preklade na Slovensku. Takto koncipovaný teoretický rámec vytvára východisko pre pripravovanú empirickú analýzu, ktorá umožní zmapovať vývin popularizácie prekladovej literatúry na Slovensku po roku 1989.

Literatúra

- ABBOTT, Andrew. 1988. *The System of Professions: An Essay on the Division of Expert Labor*. Chicago: University of Chicago Press, 1988. 452 s. ISBN 978-0226000695.
- BASSNETT, Susan. 2002. *Translation Studies*. New York: Routledge, 2002. 176 s. ISBN 0-203-42746-7.
- BEDNÁROVÁ, Katarína. 2015. *Rukoväť dejín prekladu na Slovensku II. (Situácia slovenského umeleckého prekladu v 20. storočí)*. Bratislava: Vydavateľstvo Univerzity Komenského, 2015. 66 s. ISBN 978-80-223-3838-7.
- BEDNÁROVÁ, Katarína – KUSÁ, Mária – RYBÁROVÁ, Silvia. 2024. *Slovník prekladateľiek a prekladateľov: vedy o človeku a kultúre*. Bratislava: VEDA, 2024. 461 s. ISBN 978-80-224-2077-8.
- BRACA, Annye – DONDIO, Pierpaolo. 2023. Developing persuasive systems for marketing: the interplay of persuasion techniques, customer traits and persuasive message design. In: *Italian Journal of Marketing*, roč. 2023, 2023, č. 3, s. 369 – 412. ISSN 2662-3331.

- BILÍK, Michal. 2021. Poetika prechodných období a koniec osemdesiatych rokov 20. storočia. In: *Listopadové proměny*. Praha: Ústav pro českou literaturu AV ČR, 2021, s. 21 – 34. ISBN 978-80-7658-019-0.
- CABADAJ, Peter. 2022. Slovenský príbeh Charty: načrtnutie témy a jej literárnych súvislostí. In: *Knižnica*, roč. 23, 2022, č. 3, s. 94 – 98. ISSN 1336-0965.
- CORBETT, John. 2006. Popularizations. In: *Encyclopedia of Language & Linguistics. 2nd edition*. Amsterdam: Elsevier, 2006, s. 755 – 759. ISBN 978-0-08-044854-1.
- Denník SME. 2019. Z luxusu je nevyhnutnosť: Slováci používajú internet už 25 rokov. In: *Denník SME*. 2019. Dostupné na: <https://www.sme.sk/tech/c/z-luxusu-je-nevyhnutnost-slovaci-pouzivaju-internet-uz-25-rokov> [2026-01-16].
- DJOVČOŠ, Martin – ŠVEDA, Pavol. 2017. *Mýty a fakty o preklade a tlmočení na Slovensku*. Bratislava: VEDA, vydavateľstvo SAV, 2017. 203 s. ISBN 978-80-224-1566-8.
- Encyclopaedia Beliana. Knižná revue. In: *Encyclopaedia Beliana*. ISBN 978-80-89524-30-3. Dostupné na: <https://beliana.sav.sk/heslo/knizna-revue> [2026-01-16].
- HANZEL, Ivan. 2009. Kvalitatívne, alebo kvantitatívne metódy v sociálnych vedách? In: *Filozofia*, roč. 64, 2009, č. 7, s. 646 – 657. ISSN 0046-385X.
- Hospodárske noviny. 2021. Králi sociálnych sietí na Slovensku: Facebook, YouTube a Instagram. In: *Hospodárske noviny*. Dostupné na: <https://strategie.hnonline.sk/news/marketing/2349341-krali-socialnych-sieti-na-slovensku-facebook-youtube-a-instagram> [2026-01-16].
- Jazykovedný ústav Ľudovíta Štúra SAV. Popularizácia. In: *Slovník súčasného slovenského jazyka*. Dostupné na: <https://slovník.juls.savba.sk/?w=populariz%C3%A1cia> [2026-01-16].
- Jazykovedný ústav Ľudovíta Štúra SAV. Marketing. In: *Slovník súčasného slovenského jazyka*. Dostupné na: <https://slovník.juls.savba.sk/?w=marketing> [2026-01-16].
- JENKINS, Henry. 2008. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2008. 368 s. ISBN 9780814742952.
- JENKINS, Henry et al. 2009. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Cambridge (MA) – London: MIT Press, 2009. 129 s. ISBN 978-0-262-06293-8.
- MARUŠIAK, Juraj. 2001. Slovenská spoločnosť a normalizácia. In: *Česká a slovenská společnost v období normalizace = Slovenská a česká společnost v čase normalizácie*. Liberec, 22.8. – 23.8. 2001. Bratislava: VEDA vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied, 2001, s. 109 – 153. ISBN 80-224-0747-X.
- MATEJOVIČ, Pavel. 2018. Transformácie cenzúry v súčasnom literárnom diskurze (s príkladmi zo slovenského kultúrneho prostredia). In: *World Literature Studies : časopis pre výskum svetovej literatúry*, roč. 10, 2018, č. 4, s. 9 – 23. ISSN 1337-9690.
- MOLNÁR, Zdeněk et al. 2012. *Pokročilé metody vědecké práce*. Praha: Profess Consulting s.r.o., 2012. 170 s. ISBN 978-80-7259-064-3.

- NMS Market Research Slovakia. 44 % Slovákov za posledný rok neprečítalo ani jednu knihu. In: *NMS Market Research Slovakia*. Dostupné na: <https://nms.global/sk/44-percent-slovakov-za-posledny-rok-neprecitalo-ani-jednu-knihu/> [2026-01-16].
- PASSIA, Radoslav. 2021. Slovenské spisovateľské organizácie okolo novembra 1989 – dobové a súčasné kontexty prahovej situácie. In: *Listopadové proměny*. Praha: Ústav pro českou literaturu AV ČR, 2021, s. 21 – 34. ISBN 978-80-7658-019-0.
- PERSTICKÁ, Dagmar – PŘEROSTOVÁ, Lea. 1991. *Dominik Tatarka a tí druzí*. Brno: Státní vědecká knihovna Brno, 1991. 173 s. ISBN 80-7051-046-3.
- SAMCOVÁ, Jarmila. 2009. Review of World Literature (Revue svetovej literatúry). In: *World Literature Studies : časopis pre výskum svetovej literatúry*, roč. 4, 2009, č. 1, s. 89 – 91. ISSN 1337-9690.
- STERK, Florentine Marnel – VAN GOCH, Merel M. 2023. *Re-presenting Research: A Guide to Analyzing Popularization Strategies in Science Journalism and Science Communication*. Cham: Palgrave Macmillan, 2023. 145 s. ISBN 978-3-031-28173-0.
- ŠIMKOVÁ, Mária et al. 2012. *The Slovak Language in the Digital Age = Slovenský jazyk v digitálnom veku*. Berlin – New York: Springer, 2012, 85 s. ISBN 978-3-642-30370-8.
- ŠRANK, Jaroslav. 2015. *Aktéri a tendencie literárnej kultúry na Slovensku po roku 1989*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, 2015. 112 s. ISBN 978-80-223-4041-0.
- ŠTEFANIČKA, Tomáš. 2024. Internet na Slovensku In: *Orange Slovensko*. Dostupné na: <https://www.orange.sk/clovek/detail/internet-na-slovensku> [2026-01-16].
- VAJDOVÁ, Libuša. 2020. Preklad z francúzskych „sciences sociales“ v slovenských časopisoch na prelome 20. a 21. storočia. In: *Preklad vo vedách o človeku a dialóg kultúr*. Bratislava: VEDA, 2020, s. 99 – 100. ISBN 978-80-224-1873-7.
- ZAJAC, Peter. 2013. Kritické diskusie osemdesiatych rokov na pôde Zväzu slovenských spisovateľov. Prípad Náprstok. In: *Slovenská literatúra*, roč. 60, 2013, č. 5, s. 397 – 408. ISSN 0037-6973.