

Jazyk, politika a humor. K problematike konceptualizácie producentov online humoru ako aktérov politického diskurzu¹

Nina Cingerová 

Abstract

Language, Politics and Humour: On the Conceptualization of Online Humour Producers as Political Discourse Actors. *This paper examines humor-producing profiles on social media as specific forms of online communities with hierarchical structures centred around administrators as privileged content creators. Building on research on virtual and discourse communities, it argues that humor communities function as symbolic and interpretive collectives whose members co-construct shared narratives through varying degrees of participation, including passive reception. The study adopts the DIMEAN framework to conceptualize these actors within political discourse, emphasizing the role of the producer's identity in shaping interpretive frames. Humor in these communities is not only representational but often ostensive and performative: not only commenting on political realities but rather exposing them. Drawing on metacommunication theory, the paper shows how humorists activate a humorous frame that encourages audiences to detect paradoxes, incongruities, and contradictions. Thus, humorist online communities emerge as significant political actors, not merely for formulating opinions, but for enabling ironic revelation and discursive critique in contemporary public spheres.*

<https://doi.org/10.53465/JAP.2025.9788022552806.47-56>

Keywords: humour, online community, ostension, political discourse.

Kľúčové slová: humor, online komunita, ostenzia, politický diskurz.

¹ This article was written within the framework of the project DELIAH, funded by the European Union's Horizon Europe programme (Grant agreement ID: 101177739). Views and opinions expressed are however those of the author only and do not necessarily reflect those of the European Union or the granting authority. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Úvod

Témou príspevku sú producenti humoru, ktorí pôsobia predovšetkým online prostredníctvom profilov na sociálnych sieťach.

V rámci výskumu pre tento typ entity používame termín humoristická online komunita, a to z toho dôvodu, že považujeme za potrebné upriamiť pozornosť na komunitný charakter profilov spravovaných administrátorom/administrátormi. Administrátori stoja v centre komunity ako privilegovaní producenti obsahu, iniciátori diskurzov, okolo nich sa väčšinou zhromažďuje prostredníctvom kvantitatívne i kvalitatívne rôznej interakcie publikum-recipienti. Tí svojimi reakciami dodávajú komunite dynamiku, zaručujú jej „životaschopnosť“ a viditeľnosť, legitimizujú ju počtom sledovateľov, avšak vo vzťahu k pozícii administrátorov zostávajú väčšinou sekundárni. V tomto zmysle možno hovoriť aj o hierarchizovanom spoločenstve.

Potreba takého vymedzenia vyplýva z výskumu, ktorý sa realizuje v rámci projektu zameraného na demokratickú gramotnosť a humor (DE-LIAH).

V článku sa najprv dotkneme samotnej matérie tohto typu producenta diskurzu, potom prejdeme k jeho konceptualizácii pre potreby diskurzne orientovaného výskumu, pričom relevantná bude pre nás téza o neukotvenosť kategorizácie a prioritizácie praxe pred obsahom evokovaným pomenovaním praxe/typu producenta pri jeho určovaní.

Online komunita v užšom chápaní

S nástupom celosvetovej siete sa vo vedeckom diskurze zároveň objavili prvé pokusy o konceptualizáciu online/virtuálnej komunity, ktorá sa aktuálne naďalej rozpracováva v rámci interdisciplinárneho výskumu. Jednou z prvých bolo vymedzenie H. Rheingolda, ktorý virtuálnu komunitu opísal ako „sociálne zoskupenia, ktoré vznikajú na sieti vtedy, keď dostatočný počet ľudí vedie tieto verejné diskusie dostatočne dlho a s dostatočným ľudským zanietením na to, aby sa v kyberpriestore vytvorili siete osobných vzťahov (Rheingold, 1993: 5)².

Kým H. Rheingold na zač. 90. rokov podčiarkoval emocionálny rozmer a faktor trvania interakcie, tieto sociologické premenné mnohé z technologickejších vymedzení neskôr úplne vynechávali. Tak napríklad A. Oksanen et al. konštatuje, že online komunity predstavujú „sociálne siete na interne-

² Tu i ďalej ide pri cudzojazyčných prameňoch o preklad autorky článku.

te, ktoré využívajú technológiu na interakciu“ (Oksanen et al., 2024: 1), do popredia dávajú teda sieť a využitie technológií.

Na šírku interpretácie poukazujú v podstate všetci bádatelia zaoberajúci sa online komunitami, pričom ako základné parametre sú v odbornej literatúre uvádzané tieto (podľa J. Preeceovej):

- ľudia, ktorí sociálne interagujú, keď sa usilujú uspokojiť svoje vlastné potreby alebo vykonávať špeciálne úlohy, ako je vedenie alebo moderovanie,
- zdieľaný účel, napríklad záujem, potreba, výmena informácií alebo služba, ktoré poskytujú dôvody pre existenciu komunity,
- pravidlá a politiky vo forme tacitných predpokladov, rituálov, protokolov, pravidiel a zákonov, ktoré usmerňujú interakcie ľudí,
- počítačové systémy, ktoré podporujú a sprostredkujú sociálnu interakciu a uľahčujú pocit spolupatričnosti (Preece, 2000: 10).

Participačné roly v komunitách

Podobne iným zoskupeniam ľudí sa zoskupenia môžu líšiť pokiaľ ide o také parametre ako je ich veľkosť, kohézia alebo miera anonymity (Oksanen et al., 2024). Môžu sa líšiť aj mierou a kvalitou participácie na komunite, ktorá môže byť aktívna alebo pasívna³.

S. Golder a J. Donath v komplikovanejšej taxonómii rozlišujú pri aktívnej a pasívnej participácii medzi rôznymi rolami – nováčik (ang. *newbie*), celebrita (ang. *celebrity*), tichý pozorovateľ (ang. *lurker*), provokátor (ang. *flamer*), troll (ang. *troll*), sťažovateľ (ang. *ranter*) (Golder & Donath, 2004).

V inej taxonómii sa rozlišuje medzi „moderátormi a mediátormi, ktorí usmerňujú diskusie/slúžia ako arbitri; profesionálnymi komentátormi, ktorí vyjadrujú názory a usmerňujú diskusie; provokátormi, ktorí provokujú, všeobecnými účastníkmi, ktorí prispievajú do diskusií a tichými pozorovateľmi (ang. *lurkers*), ktorí diskusiu len mlčky sledujú“ (Preece et al., 2002; citované podľa Zaphiris et al., 2008: 604-605).

Len predbežne treba poznamenať, že pri najsledovanejších humoristických online profiloch je badateľná rôzna miera interakcie, sú skupiny, v ktorých možno pozorovať výrazné diskrepancie medzi počtom sledovateľov a počtom komentárov, v tomto zmysle je zaujímavé najmä rozlíšenie medzi človekom, ktorý aktívne prispieva, a rolou účastníka, ktorý číta, sleduje posty, ale z mnohých dôvodov, ktoré sa často stáva predmetom vý-

³ K prehľadu rolí identifikovaných pri výskume online komunít porov. (Davidson et al., 2019)

skumu, sa sám do komentovania nepúšťa (porov. Golder & Donath, 2004: 14-15).

S. Malinenová v svojom prehľade výskumu venovanom online komunitám pritom sumarizuje, že vedci špecializujúci sa na túto tému sa zhodujú v tom, že aj „tichí pozorovatelia sú dôležitými členmi publika, keďže vnímanie aktivity a sociálnej prítomnosti môže byť rozhodujúce pri prehliadaní stránok, ktoré nemajú veľký objem nového obsahu, pozorovanie a iné pasívne aktivity by sa mali zviditeľniť prostredníctvom ukazovateľov využívania stránky – napríklad vo forme počtu nedávnych návštevníkov či aktuálnych zobrazení stránky, alebo prostredníctvom hodnotiacich a hlasovacích nástrojov“ (Malinen, 2015: 232).

Online komunita vs príbuzné pojmy

Online komunita sa v určitých parametroch zblízuje s pojmom diskurznej komunity (ang. *discourse community*), ktorý nadviazal na také koncepty ako rečová/jazyková komunita (ang. *speech community*) a interpretačná komunita (ang. *interpretative community*) and „sits somewhat uneasily between them“ (Borg, 2003: 398). Na rozdiel od rečovej komunity, ktorá predstavuje „každé ľudské zoskupenie charakterizované pravidelnou a častou interakciou prostredníctvom spoločného súboru jazykových znakov a odlišené od podobných zoskupení významnými rozdielmi v jazykovom používaní“ (Gumberz, 2009: 66), je členstvo v diskurznej komunitě „zvyčajne vecou voľby“ (Borg, 2003, s. 398) a na rozdiel od interpretačnej komunity „členovia diskurzívnej komunity aktívne zdieľajú ciele a komunikujú s ostatnými členmi, aby tieto ciele dosiahli“ (Borg, 2003: 398).

Diskurzné komunity v podstate poukazujú na to, že „komunikácia vo veľkej miere funguje v rámci konvencií a očakávaní, ktoré vytvárajú rôzne typy komunit“ (Swales, 2016: 12), za základné ich znaky sa považuje „široko zdieľaný súbor cieľov, mechanizmy vzájomnej komunikácie medzi členmi, participatívne mechanizmy na poskytovanie informácií a spätnej väzby, využívanie a tým aj vlastníctvo jedného alebo viacerých žánrov na komunikačné presadzovanie svojich cieľov; okrem toho, že vlastní žánre, komunita si osvojila aj špecifickú lexiku, disponuje prahovým počtom členov s primeranou mierou relevantného obsahu a diskurzívnej expertízy, rozvíja pocit „tichých vzťahov“ a vytvára horizonty očakávania“ (Swales, 2016: 9, 12, 16).

Žiada sa dodať, že toto vzájomné porozumenie, interdiskurz navádza na uchopenie aj cez koncept symbolického spoločenstva A. P. Cohena, na čo bolo v odbornej literatúre tiež poukázané, podľa ktorého je komunita defi-

novaná symbolicky: „Základným referenčným znakom komunity je, že jej členovia vytvárajú – alebo veria, že vytvárajú – podobné chápanie vecí, či už vo všeobecnosti, alebo vo vzťahu ku konkrétnym a významným záujmom, a ďalej, že sa domnievajú, že toto chápanie sa môže odlišovať od chápania, ktoré vzniká inde. Realita komunity v ľudskej skúsenosti teda spočíva v ich pripútanosti alebo oddanosti spoločnému súboru symbolov.“ Podčiarknuť pritom treba, že pre Cohena nie je „zdieľanie symbolu nie je nevyhnutne totožné so zdieľaním významu“ (2001: 16).

Online komunita v širšom chápaní

Mnohé z vyššie menovaných východísk sa dajú aplikovať aj na materiál humoristických profilov akými sú napr. *Zomri*, *Adolf Snehuliak*, *Memoviny* atď. Aj zohľadňujúc tieto východiská v širokom chápaní predstavujú komunikačné komunity vo virtuálnom priestore, kde sa producenti správ zameriavajú na tvorbu a šírenie humoristických výpovedí, o ktorých vzhľadom na skupinu sledovateľov predpokladáme, že sú recipované a podieľajú sa na konštruovaní entít, súvislostí a naratívov – ich nastoľovaní, resp. utvrdzovaní alebo podryvaní, pričom interakcia medzi komunikantmi sa v jednotlivých komunitách kvantitatívne (počet postov-potenciálnych stimulov komunikácie, počet postov-reakcií, dĺžka postov-reakcií) a kvalitatívne (miera symetrickosti/asymetrickosti komunikácie, masovosť/personálnosť komunikácie, žáner postov-stimulov a postov-reakcií, realizované rečové akty atď.) líši.

Recipienti správ postovaných administrátormi môžu byť pritom aj „iba“ tichí pozorovatelia. Toto je v súlade aj s chápaním komunikácie podľa G. Gerbnera ako „zámerného (intencionálneho) konania aspoň jedného aktéra, ktorá sa orientuje na potenciálnych príjemcov“ (odcitované podľa Bočák, 2024: 32).

Okrem toho fixujeme v prípade humoristických profilov aj ustálené mechanizmy interakcie, špecifickú lexiku, žáner, a – v prípade niektorých – aj spoločnú symboliku (zdieľanú aj cez merch), ktorej nemusí porozumieť outsider.

Môžeme pritom predpokladať, že recipienti navštevujú jednotlivé profily – vstupujú do komunikácie – s určitým cieľom (podobne ako členovia „diskurzného spoločenstva“), a tým je okrem zdieľania pocitu komunity, zdieľanie humoru pri určitej skupine humoristických profilov aj reflexia politických a spoločenských procesov.

Humoristické komunity ako aktéri diskurzu

Na vstupovanie do spoločenských diskusií bolo v minulosti poukázané vo viacerých štúdiách, predovšetkým vo vzťahu k profilu *Zomri*. K publikáciám, ktoré uchopujú humor ako formu spoločenskej praxe, patrí štúdia N. Cingerovej a I. Dulebovej (2022). Autorky v nej prostredníctvom diskurzívnej a multimodálnej analýzy skúmajú hranice humoru. Za mimoriadne relevantný možno označiť spoločenskovedný výskum R. Vicenovej a D. Trottiera (2020), ktorý na základe hĺbkových rozhovorov so zakladateľmi facebookovej skupiny *Zomri* a dotazníkového prieskumu medzi jej podporovateľmi, analyzuje lokálne zakorenené, hybridizované formy občianskej participácie prostredníctvom digitálnych médií. Ďalší relevantný, etnologický príspevok predstavuje aj práca E. Šipőczovej (2023).

Táto vedecká reflexia je pritom motivovaná tým, že producenti humoru sú, cez vyjadrenia politikov (v rôznych rečových žánroch) prezentní aj v politickom diskurze, ale aj v celospoločenskom – využívaním svojho sociálneho kapitálu na zdieľanie oznamov o rôznych zbierkach (čím supľujú zlyhávajúcu úlohu štátu), a tiež cez občiansky žurnalizmus, čo nás nabáda (na základe charakteru vykonávanej praxe) k problematizácii kategorizácie „len“ ako humoristického profilu, ale aj „len“ ako vtípu. V ďalšom kroku sa preto dotkne problematiky konceptualizácie pre potreby diskurzne orientovaného výskumu.

Naša konceptualizácia buduje na modeli diskurznelingvistickej viacúrovňovej analýzy (DIMEAN⁴) J. Spitzmüllera a I. H. Warnkeho (2011), ktorí uvažujú o 3 rovinách analýzy: intratextovej roviny (analýza textu, analýza propozícií, analýza výrazov), roviny aktérov (recipient, producent, diskurzne pozície, medialita) a transtextovej úrovni (intertextualita, rámce, topoi, základné sémantické figúry, sociálna symbolika, historicita, ideológie, gouvernementalita a mentalita) (Tamže, s. 197-201).

Pri uvažovaní o producentoch online humoru nás bude zaujímať rovina aktérov. Aktér sa v chápaní J. Spitzmüllera a I. H. Warnkeho približuje k širokému chápaniu, ktoré poznáme z greimasovskej semiotickej školy, ktorá hovorí o aktorovi: môže to byť jednotlivец, skupina, sieť, inštitúcia, strana, médium atď. (Tamže, s. 172). Na rovine aktérov rozlišujú ďalej medzi medialitou (spôsobom sprostredkovania), diskurznými pozíciami a interakčnými rolami (Tamže). Rovina aktérov je pre J. Spitzmüllera a I. H. Warnkeho kľúčová, je pre nich „filtrom príslušnosti singulárnych textov

⁴ Z nemeckého die *Diskurslinguistische Mehr-Ebenen-Analyse*. V príspevku naznačujem len základný rámec modelu, podrobnejšie je rozvedený v publikácii Cingerová, & Dulebová (2023): 154-183. Z tejto publikácie sú citované základné východiská uvedené ďalej.

k diskurzu“ (Tamže, s. 173). Na rovine aktérov sa selektuje, ktoré výpovede sa stanú súčasťou diskurzu, ktoré texty budú vôbec publikované, aké pozície sa budú distribuovať, komentovať, resp. marginalizovať (Tamže). Aktérov možno rozlišovať aj na základe ich spoločenskej pozície. V tejto súvislosti možno vyčleniť expertov a laikov, čo sa manifestuje v používaní rôznych registrov, aktérov, ktorí môžu prehovoriť, disponujú „hlasom“ [voice], autoritou a snahou ťažiť z afirmácie postojov a hodnotení [ideology broker] či diskurzné spoločenstvá (Tamže, s. 177-183). Ako uvádza K. Motyková: „Zjednodušene sa dá povedať, že aktéri sú odpoveďou na Foucaultovu otázku, kto uskutočňuje výpoveď, inými slovami, komu dáva diskurz slovo, komu dáva prehovoriť.“ (Motyková, 2022: 20-21)

Záver

V máji 2013 uskutočnil konceptuálny umelec Piotr Pavlenskij akciu s názvom „Jatočné telo“ (rus. *Tuša*). Priatelia Pavlenského priniesli nahého umelca, obaleného do viacvrstvového „kokónu“ z ostnatého drôtu, k budove zákonodarného zhrmaždenia v Petrohrade. Akciou chcel umelec upozorniť na postavenie človeka vnútri legislatívneho systému, ostnatý drôt pritom odkazoval nielen k oplateniu pre dobytok, ale aj oplateniu trestných táborov – gulagov. Tam, kde slová „ste polapení uprostred represívneho systému“ podľa Pavlenského nestačili, lebo nebolia, nie sú nám nepríjemné, necítíme ich, využil ako médium vlastné telo, použil ho na komunikáciu, „precítil“ obsah na vlastnej koži.

Humoristické výpovede, ktoré nie sú výsledkom tvorivej činnosti a len „ukazujú“, prezdieľavajú vystúpenie politika/političky alebo jeho výroku, čo mnohé z humoristických profilov robia, tiež predstavujú iný spôsob komunikácie o politických obsahoch ako komentár alebo politický prejav. Definujú „termín ostenzívne, vyjadrujú[ú] ukázaním designátu samotného, čo termín označuje“ (Osolobě, 2002: 17). Takýto humor je performatívny – nesprostredkováva realitu, len ju „predvádza“. Tento typ, táto poloha humoristickej výpovede, je azda najviac zaujímavý. Analyzovať ho pritom možno nielen ako spôsob referovania o mimojazykovej realite, ale aj ako hru s možnosťami pravdepodobného čítania správy. Táto rovina sa dá uchopiť cez koncepciu metakomunikácie (Bateson, 1972), ktorá sa zameriava na to, ako recipient na základe určitých metakomunikačných signálov rozpoznáva, že komunikácia má byť dekodovaná inak než doslovne, v našom prípade: je vyzvaný k určitému spôsobu čítania typickému pre humoristické výpovede, k tomu, aby rozpoznával, hľadal inkongruenciu, rozpor, scitlivoje sa pre nachádzanie paradoxov. Parafrázujúc Batesona (1972:

69) by sme mohli túto metajazykovú správu vyjadriť nasledovne: Tieto výroky, prezentované ako správy, neoznačujú to, čo by takéto výroky označovali v svojom pôvodnom informatívnom rámci; namiesto toho hľadajte nezrovnalosti, paradoxy a mechanizmy typické pre humorný diskurz.

Práve identita humoristu, humoristickej komunity túto interpretáciu aktivuje. Tvorca neurčuje len konkrétny obsah, ale aj kontext dekodovania, v ktorom sa aj neutrálne pozorovanie môže stať politickým gestom. Tým sa humoristické online komunity ukazujú ako aktéri politického diskurzu: nielen preto, že vyslovujú politické tézy, ale aj preto, že vytvárajú podmienky na ich dekonštrukciu.

Literatúra

- Bateson, G. (1972). *A Theory of Play and Fantasy. Steps to an Ecology of the Mind*. Ballantine Books.
- Borg, E. (2003). Discourse community. *ELT Journal*, 57(4), 398–400. <https://doi.org/10.1093/elt/57.4.398>
- Davidson, B. I., Jones, S. L., Joinson, A. N., & Hinds, J. (2019). The evolution of online ideological communities. *PLOS ONE*, 14(5), e0216932. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0216932>
- Bočák, M. (2024). Komunikácia. In D. Slančová (Ed.), *Úvod do štúdia interaktívnej štylistiky (I)* (pp. 25–47). Vydavateľstvo Prešovskej univerzity.
- Cingerová, N., & Dulebová, I. (2022). Uštipačnosť and correctness in Slovak online humour. In *The ethics of humour in online Slavic media communication* (pp. 127–138). Routledge.
- Cingerová, N., & Dulebová, I. (2023). *Mediálna lingvistika. Východiská kritickej analýzy mediálnych textov*. Univerzita Komenského v Bratislave.
- Cohen, A. P. (2001). *The Symbolic Construction of Community*. Routledge.
- Golder, S., & Donath, J. (2004). Social Roles in Electronic Communities. *Internet Research*, 5(1), 19–22.
- Gumperz, J. J. (2009). The speech community. In A. Duranti (Ed.), *Linguistic anthropology* (pp. 66–74). Blackwell Publishing.
- Malinen, S. (2015). Understanding user participation in online communities: A systematic literature review of empirical studies. *Computers in Human Behavior*, 46(5), 228–238.
- Motyková, K. (2022). *Sever na konci jazyka. Transtextová analýza nemeckojazyčnej bratislavskej tlače 1920 – 1938*. Univerzita Komenského v Bratislave.

- Oksanen, A., Celuch, M., Oksa, R., & Savolainen, I. (2024). Online communities come with real-world consequences for individuals and societies. *Communications Psychology*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.1038/s44271-024-00112-6>
- Osolsobě, I. (2002). *Ostenze, hra, jazyk. Sémiotické studie*. Host.
- Preece, J. (2000). *Online Communities. Designing Usability, Supporting Sociability*. John Wiley & Sons, LTD.
- Preece, J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2002). *Interaction design: Beyond human-computer interaction*. John Wiley & Sons.
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier*. Addison-Wesley.
- Slačňová et al. (2024). *Úvod do štúdia interaktívnej štylistiky (I)*. Vydavateľstvo Prešovskej univerzity.
- Spitzmüller, J. & Warnke, I. H. (2011). *Diskurslinguistik. Eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse*. Boston: Walter de Gruyter.
- Swales, J. M. (2016). Reflections on the concept of discourse community. *ASp*, 69, 7–19. <https://doi.org/10.4000/asp.4774>
- Šipőczová, E. (2023). Интернет мемовете като част от политическата комуникация и участие (Наблюдения върху словашката онлайн платформа Zomri). *Български фолклор, XLIX*(1), 38–53.
- Vicenová, R., & Trottier, D. (2020). “The first combat meme brigade of the Slovak internet”: hybridization of civic engagement through digital media trolling. *The Communication Review*, 23(2), 145–171. <https://doi.org/10.1080/10714421.2020.1797435>
- Zaphiris, P., Ang, C., & Laghos, A. (2012). Online communities. In A. Sears & J. A. Jacko (Eds.), *The human–computer interaction handbook: Fundamentals, evolving technologies, and emerging applications* (2nd ed., pp. 603–619). Lawrence Erlbaum Associates.

Funding acknowledgment: *This article was written within the framework of the project DELIAH, funded by the European Union’s Horizon Europe programme (Grant agreement ID: 101177739). Views and opinions expressed are however those of the author only and do not necessarily reflect those of the European Union or the granting authority. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.*

Kontakt:

doc. Mgr. Nina Cingerová, PhD.

Katedra rusistiky a východoeurópskych štúdií

Filozofická fakulta

Univerzita Komenského v Bratislave

Department of Russian and East European Studies

Faculty of Arts

Comenius University Bratislava

Email Address: nina.cingerova@uniba.sk

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1271-4687>