JAZYKOVEDNÝ ČASOPIS, 2016, roč. 67, č. 3

KOMUNIKAČNÉ FORMÁCIE[1]

JURAJ DOLNÍK
Filozofická fakulta Univerzity Komenského v Bratislave

DOLNÍK, Juraj: Communication Formations. Journal of Linguistics, 2016, Vol. 67, No 3, pp. 195 – 206.

Abstract: This paper is intended to be a contribution to research of communication formations that are shaped by systematic communication. The approach of the author is based on the idea that the human being has a gift for making signs and people make use of this property if they are adapting to a situation of recurrent coexistence. This property enables the participants of such a situation to create social signs with the structure sociolect as the form of the sign: the semantic interpretation of this form as the meaning of the sign. One way of analysing this meaning is by looking at the foundation of the motivation of animal and human behaviour. The author argues that this meaning is based on a feeling of safety and the participants of potential communication formations follow the principle of coordination in order to sustain this feeling and to introduce the state of communication comfort.

Key words: communication formation, systematic communication, social sign, principle of coordination, communication comfort

0. ÚVOD

Sociálny život v rámci istej spoločnosti prebieha ako nepretržitý prúd komunikácií, ktorý jej členov prechodne alebo stabilne spája. Komunikačný modus existencie jednotlivcov a spoločnosti je v základe ich fungovania ako kultúrotvorných a reprodukčných síl. Tento spôsob ich existencie a fungovania je umožnený tým, že jednotlivci sú obdarení znakotvornou dispozíciou, a teda aj interpretačnou schopnosťou, takže si mohli vytvoriť znakový svet ako svoj kultúrny domov. Znakotvornou dispozíciou dokážu pretvoriť „surový“ svet na kultúrnu realitu a túto schopnosť uplatňujú aj pri skultúrňovaní vzájomných komunikačných kontaktov ako základu ich sociálneho života. Tieto kontakty stvárňujú ako interpretované znakové formy, ktoré sa tu nazývajú komunikačné formácie. V záujmovej sfére lingvistiky je jazyk týchto formácií a spôsoby ich používania, ale aj ich výklad, smerujúci k porozumeniu diferencovanej jazykovej a komunikačnej jednote spoločnosti, na základe ktorého sa dá kvalifikovane zasahovať do jej jazykového života. Nasledujúci text je vstupom do takého výkladu.

[1] Štúdia vznikla v rámci riešenia grantového projektu VEGA 1/0338/16 *Slovenský jazyk v komunikačných formáciách.*

DE GRUYTER OPEN
DOI 10.1515/jazcas-2017-0007

1. PREDPOKLADY KOMUNIKAČNEJ FORMÁCIE

Jeden z prístupov k skúmaniu spoločnosti môže byť navodený otázkou, ako sa jednotlivci adaptujú na okolnosť, že koexistujú, že neexistujú ako izolované indivíduá, ale ako jednotlivci, ktorí sa vzájomne vnímajú. Otázka nie je náhodná, výrazom adaptácia sa pripomína, že schopnosť jednotlivca prispôsobiť sa prostrediu mala rozhodujúci význam pre prežitie v evolúcii a takú istú dôležitosť má aj v jeho ontogenéze (ako je známe, za evolúciu „zodpovedajú" tri faktory – variácia ako následok „chyby" v replikačnom mechanizme dedenia, prirodzený výber a adaptácia – a adaptácia znamená prežitie, viabilitu organizmu; v ontogenéze adaptácia sa deje prostredníctvom učenia, ktorým jednotlivec zvyšuje svoju vitalitu, schopnosť na prežitie). Adaptácia jednotlivcov na koexistenčnú okolnosť spočíva na posilňovaní schopnosti prežiť, čo sa dialo jednak tak, že sa učili ochraňovať seba samých pre prípad, keď sa aktualizoval ich potenciálny konkurenčný vzťah (boj o potravu, územie a pod.), a jednak tak, že sa učili kooperovať, prežívajúc alebo aj si uvedomujúc výhody kooperácie. Predlohou obidvoch smerov adaptácie sú živočíšne inštinkty, inštinkt sebazáchovy, potomstva (inštinkt mláďaťa a matky) aj druhovej príslušnosti. Správanie jednotlivcov v duchu týchto inštinktov (analogicky) viedlo k tomu, že sa vytvárali kolektívy nad rámcom inštinktu spolupatričnosti (výklad o analogickom správaní vo vzťahu k inštinktom sa ponúka v práci Dolník, 2012). To znamená, že svojím správaním navodili niečo, čo pre nich fungovalo ako súdržná, zjednocujúca sila. Vznik menších či väčších zoskupení mal istý účel (posilniť svoju obrannú aj dobyvačnú silu, spolupráca v prospech zabezpečenia živobytia alebo špecializácia na isté činnosti v rámci deľby práce), ale účel nebol ešte kolektívotvornou silou, vnútorným súdržným faktorom (zoskupenia boli dielom vôle a aktivít vodcov), ktorý sa v jednotlivcoch prejavuje ako cit kolektívnej spolupatričnosti, solidarity. Týmto faktorom sa stali interindividuálne zvyklosti a návyky v správaní a konaní v rámci zoskupení. Adaptácia jednotlivcov na koexistenčné okolnosti sa tu prejavuje v ich správaní a konaní, ktorými sa navodzuje a upevňuje kohézia (vnútorná súdržnosť v protiklade s vonkajšou súdržnosťou, iniciovanou, resp. nanucovanou vodcami) a tým životaschopnosť kolektívu, jeho viabilita.

Premena zoskupenia na kolektív je podmienená časom, ktorý je potrebný na navodenie interindividuálnych behaviorálno-akčných zvyklostí a návykov. V základe adaptačnej schopnosti jednotlivcov ako predpokladu vytvárania kolektívov je ich imitačná dispozícia (spätá s interpretačnou dispozíciou – imitácia je sprevádzaná interpretáciou, preto imitácia nie je kopírovanie), špeciálne dispozícia na imitáciu verbálneho jazyka, ktorá je najviditeľnejšia pri pozorovaní dieťaťa osvojujúceho si materinský jazyk (rozsiahly výklad imitácie aj vo vzťahu k verbálnemu jazyku podáva v citovanej práci Dolník, 2012). Touto dispozíciou sa jednotlivci dostávajú do solidarizačného vzťahu: „Imitácia verbálneho jazyka je jedným z konštituentov človeka ako solidarizačného subjektu. Zreteľne sa to prejavuje pri úsilí o navodenie solidari-

ty s novým kolektívom, keď imitácia je intenčná (akčná), t. j. keď jednotlivec zámerne hovorí „ich“ jazykom (napríklad intelektuál jazykom trhovníkov). Menej zreteľné je to pri správaní členov kolektívu. V ich jazykovej interakcii je však imitácia takisto prítomná, pravda, prevažne v behaviorálnom mode. Solidarita jednotlivcov sa neustále reprodukuje, pričom sa reprodukuje aj imitácia verbálneho jazyka, ktorá je prevažne mimovoľná (vedomá imitácia má osobitnú motiváciu)“ (op. cit., s. 98). Na základe tejto dispozície jednotlivci zjednocujú svoje jazykové správania v podobe interindividuálnych jazykových zvyklostí a návykov. Interpretácia ako komponent imitácie spôsobuje, že ide o „diferencovanú jednotu“ a súčasne aj dynamickú. Aj keď sa jednotlivci odlišujú vo výslovnosti, v spôsobe hovorenia, v chápaní významu slov a pod., nenarúša to ich pocit jazykovej jednoty, lebo svoje jazykové produkty vnímajú ako zodpovedajúce produktom iných, čiže ich interpretujú ako vytvorené v duchu jazykového kolektívu. A interpretačný komponent je, pravdaže, aj zdrojom zmeny v jazykovom správaní.

Adaptácia jednotlivcov na koexistenčnú okolnosť a vytváranie kolektívov prebiehajú v komunikácii a prostredníctvom nej. Zoskupovanie jednotlivcov s istým účelom vytváralo rámcové podmienky na systematickú komunikáciu, čiže na komunikáciu vyznačujúcu sa iteratívnosťou a nadväznosťou, a teda istou stabilitou a dejinnosťou. Na systematickej komunikácii sú založené komunikačné formácie. Komunikačné formácie sú sociálne útvary vytvorené jednotlivcami v opakovaných komunikačných interakciách, v ktorých udržiavajú vlastnú komunikačnú kontinuitu s príznakom dejinnosti. Opakované komunikačné interakcie nezahŕňajú len to, že jednotlivci opakovane vstupujú do komunikačných kontaktov, ale aj to, že týmito kontaktmi opakovane oživujú svoje predchádzajúce komunikačné interakcie, teda nadväzujú na ne, a tým pestujú vlastnú komunikačnú kontinuitu a udržiavajú vlastnú dejinnosť. Pre existenciu komunikačnej formácie majú teda rozhodujúci význam opakované návraty k vlastným komunikačným interakciám, t. j. udržiavanie reťazca nadväzovaní na predchádzajúce komunikačné interakcie, a tým konštruovanie vlastných komunikačných dejín. Čo sa oživuje z predchádzajúcich komunikačných interakcií, na čo sa nadväzuje, čo je obsahom vlastných komunikačných dejín? Oživuje sa referenčná realita komunikácie, nadväzuje sa na konštruovanie obrazu tejto reality v predchádzajúcich komunikačných interakciách a obsahom vlastných komunikačných dejín sú opakovane oživované spôsoby komunikácie o referenčnej realite, ako aj reprodukované komunikačné formy. Oživovaním referenčnej reality, nadväzovaním na konštruovanie jej obrazu, oživovaním spôsobu komunikácie o nej a reprodukovaním komunikačných foriem sa jednotlivci adaptujú na ich komunikačnú koexistenciu, čiže vytvárajú podmienky na ich prežitie v podobe kolektívneho subjektu.

Výraz formácia dostal prednosť pred inými možnými výrazmi (útvar, spoločenstvo, kolektív, celok, agregát a pod.) aj preto, lebo priezračne dáva najavo, že ide o formovanie vyúsťujúce do istej formy, v tomto prípade o komunikačné formovanie

koexistujúcich jednotlivcov s vyústením do istej sociálnej formy. Stimuluje predstavu o objektívnom pozorovateľovi z výškovej perspektívy, ktorý sleduje, čo robia ľudia na tomto svete, a popri mnohých iných javoch si všimne, že istí ľudia sa na seba vzájomne obracajú, komunikujúc medzi sebou, a ako množiny jednotlivcov sa začínajú stvárňovať, vytvárať z nich formy. A potom si kladie otázku, prečo to robia, aký význam to má pre nich. Je to pohľad pozorovateľa impregnovaného semiotickým nazeraním na svet: svet tvoria formy, ktoré niečo znamenajú. Pozorovateľ je bytosť z tohto sveta a ľudské bytosti sú na svet semioticky nastavené (porov. k tomu výklady v spomínanej práci Dolník, 2012). Jednotlivci sa adaptujú na koexistenčnú okolnosť ako semioticky nastavené bytosti, teda bytosti nastavené na konštruovanie, identifikáciu foriem, ktoré niečo znamenajú. Takto nastavené svoju systematickú komunikáciu prežívajú, vnímajú alebo si aj uvedomujú ako interindividuálne autosemiotizačné dianie: zo seba ako koexistujúcich jednotlivcov konštruujú formu, ktorej prisudzujú význam. Výsledok tohto interindividuálneho autosemiotizačného diania sa tu nazýva komunikačná formácia. Je to formácia konštruovaná ako znak, ktorého výrazovú stránku tvoria jednotlivci zapojení do systematickej komunikácie. A čo je jej významovou stránkou? Aký zmysel má pre koexistujúcich jednotlivcov, že svoju semiotizačnú nastavenosť uplatňujú ako autosemiotizačne orientované správanie a konanie?

2. ISTOTA V ZÁKLADE VÝZNAMU KOMUNIKAČNÝCH FORMÁCIÍ

Ako oporný bod odpovede na tieto otázky sa núka pojem istota. Komunikačnej formácii jej členovia pripisujú význam „podporujúca pocit domovskej istoty“. Táto interpretácia pramení z bežného poznania, že istota patrí k fundamentálnym potrebám človeka (hovorí sa dokonca o pude istoty), čo je kauzálne späté s pudom sebazáchovy (pud vyžaduje, aby sa človek vyhýbal tomu, čo ohrozuje jeho život, aby vyhľadával alebo si vytváral podmienky, v ktorých sa minimalizuje ohrozenie jeho života, a teda mu zaručia optimálne bezpečie a pocit istoty). Pocit istoty, viazaný na ohrozenie života, v človeku sa rozšíril aj na iné potreby a záujmy, a tak popri základnom pocite „mám pocit, že tu a teraz môj život nie je ohrozený“ prežíva analogické pocity „mám pocit, že tu a teraz nie je ohrozená moja kariéra, budúcnosť, povesť, duševná rovnováha...“. Dominantný je, samozrejme, základný pocit, ktorý sa menil v korelácii so zmenami vo vnímaní a hodnotení okolností. Napríklad vo vzťahu k súčasným okolnostiam sa zisťuje: „Ako to rozličné sociologické a historické štúdie preukazujú, západné spoločnosti sotva sú na iné hodnoty viac orientované ako na hodnotu istota. V priebehu niekoľkých desaťročí istota sa stala jednou z najvyšších spoločenských hodnotových ideí. Tento vývoj sa neodzrkadľuje len v príslušných demoskopických údajoch, ale aj v konaniach vlád moderných štátov, ktoré sú už desaťročia nasmerované na maximu istoty. Z antropologického hľadiska sa nastoľuje otázka, aké následky má pre spoločnosť a politickú činnosť toto dominantné bezpečnostné myslenie. So zreteľom na toto teoretické zistenie by sme mohli prognózovať,

že budúcnosť patrí človeku istoty“ (Anter, 2012, s. 88 – 89). V pozadí týchto myšlienok je zaiste interpretácia západnej spoločnosti ako rizikovej, vyznačujúcej sa množstvom faktorov, ktoré ohrozujú človeka (pojem riziková spoločnosť sa dostal do obehu zásluhou sociológa Ulricha Becka v polovici osemdesiatych rokov; Beck, 2015). Avšak rizikovosť prírodného a sociálneho prostredia človek pociťoval aj si uvedomoval vždy, na čo reagoval hľadaním útočiska ako sveta, ktorý mu je zvlášť vlastný, lebo sa v ňom cíti bezpečne, žije v ňom s pocitom istoty. Skonštruoval si predstavu domovskej istoty (porov. s klišéovitým spojením *istota domova*) v protiklade s predstavou mimodomovskej neistoty, rizikovosti. Keďže pocit istoty sa neviaže len na ohrozenie života, jeho predstava domovského sveta je spojená s pocitom všestrannej istoty, bezrizikovosti (porov. so zdvorilostnou výzvou „Cíťte sa ako doma“, ktorá smeruje k tomu, aby návšteva preniesla pocit istoty z domova do iného prostredia). Tento pocit vzchádza z dôvernej znalosti poriadku daného prostredia a zo zapojenosti do spoločného znalostného horizontu.

Jednou z vlastností poriadku je, že vzbudzuje pocit istoty. Vykladač „poriadkovej istoty“ Heinrich Popitz (1976) vysvetľuje, že jednotlivci svojimi drobnými každodennými konaniami prispievajú k stabilizácii poriadku, ktorý im vyhovuje, lebo vedia, na čom sú a na čo sa môžu spoliehať. Istota je „investičná hodnota“ daného poriadku. Je to v súlade s naším výkladom domovského sveta, ktorý stimuluje pocit všestrannej istoty, a preto jednotlivci sa správajú a vedome aj nevedome konajú v prospech poriadku tohto sveta. Pocit istoty motivuje jednotlivcov v zoskupeniach k „poriadkotvornému“ správaniu a konaniu. Spomínaná systematická komunikácia je reakciou na túto motiváciu. Vytvára sa ňou komunikačný poriadok, v ktorom jednotlivci nachádzajú domovskú komunikačnú istotu. V „komunikačnom domove“ jednotlivci žijú s pocitom, že nie sú vystavení komunikačným rizikám tak ako mimo tohto domova, že nie sú ohrození v ich komunikačnej modalite v protiklade s ich mimodomovskou komunikáciou. Výraz komunikačné riziko sa dá interpretovať v súhlase s významom „riziko“, a teda mu pripísať význam „možnosť ohrozenia subjektu v jeho komunikačnej modalite“. Toto možné ohrozenie spočíva v obave jednotlivcov zo zníženej schopnosti komunikačnej orientácie, t. j. schopnosti vyznať sa v komunikácii, rozumieť jej poriadku a na základe toho komunikačne konať. Ostrým protikladom komunikačnej zneistenosti, aproximácie ku komunikačnej dezorientácii je komunikačný komfort.

4. KOMUNIKAČNÝ KOMFORT

Výraz komfort má význam „pohodlie, prepych“, takže výraz komunikačný komfort naznačuje, že ide o „komunikačné pohodlie, prepych“, čiže o príjemný, bezstarostný komunikačný život. Keďže máme na mysli „komunikačný domov“, vybavuje sa nám konvencionalizované spojenie z každodennej komunikácie *pohodlie domova* („užívať si pohodlie domova“, „túžiť po pohodlí domova“), ktoré evokuje

predstavu našej základnej životnej lokality (kde sme doma v základnom zmysle) a s ňou spojený zážitok duševnej pohody a bezstarostnosti, umožňujúcej naplno sa oddávať tomu, čo vzchádza z našej vôle. Tento zážitok zahŕňa aj komunikačnú stránku nášho pobytu v tejto lokalite, k fyzickému a duševnému komfortu sa pridružuje komunikačný komfort. Komunikačný komfort je komunikantova predstava suverénneho mentálneho a emocionálneho rozpoloženia, ktorá je založená na istote praktického ovládania systematickej komunikácie v domovskej lokalite a spojená s túžbou po možnosti bezrizikového komunikačného správania a konania. Predstava komunikačného komfortu je predstavou optimálnej komunikačnej istoty. Ak sa jednotlivci zoskupujú a okolnosti sú také, že sa môže usadzovať systematická komunikácia, začína pôsobiť gravitačná sila komunikačného komfortu, pretože predstava tohto komfortu je spojená s predstavou optimálnej istoty ich sebazáchovy ako subjektov v komunikačnej modalite. Komunikačný komfort nezahŕňa len harmóniu, bezkonfliktovosť, ale aj možné konflikty, nedorozumenia aj neporozumenia, ktoré sú bežnými sprievodnými javmi komunikácie, napríklad v rodinnej komunikačnej formácii, ktorá je prototypovou lokalitou komunikačného komfortu, sa vyskytujú všetky tieto sprievodné javy. Napriek týmto javom aktéri sa necítia diskomfortne, nemajú pocit, že je ohrozený ich komunikačný spôsob existencie (ich existencia v komunikačnej modalite), nepoužívajú ich ako rozkývanie ich komunikačnej istoty, ako narušenie ich komunikačnej orientácie, pretože sú dôvernými znalcami príslušného komunikačného poriadku (a tak hádka medzi manželmi alebo neporozumenie dospievajúcim deťom zo strany rodičov nevedú ku komunikačnej dezorientácii). Kto nie je takým znalcom istého poriadku a ocitne sa v príslušnej komunikačnej formácii, je vystavený hrozbe komunikačnej dezorientácie, neistoty, komunikačnému riziku, a teda diskomfortu, hrozbe, že nevie, ako má rozumieť tomu, čo sa v komunikácii deje, ako má reagovať s anticipáciou následkov svojich reakcií a tým hrozbe, že sa nedokáže realizovať ako akceptovaný komunikant (ako subjekt v komunikačnej modalite).

4. KOMUNIKAČNÉ FORMÁCIE AKO AUTOSOCIÁLNE ZNAKY

Vymedzenie komunikačnej formácie v tomto výklade sa nemôže, samozrejme, v základe odlišovať od iných určení takýchto sociálnych celkov. Napríklad jeden z klasikov sociolingvistiky John Gumperz (1971, s. 115) špecifikuje jazykové spoločenstvo ako ľudský agregát, ktorý sa vyznačuje pravidelnými a častými interakciami, ktoré sa realizujú spoločnými jazykovými znakmi a ktoré sa odlišujú od podobných agregátov špecifickými príznakmi používania jazyka (agregátom sa rozumie súhrn jednotlivcov). Pravidelnosť, opakovanosť je konštituentom každého stabilného sociálneho útvaru. Na jej základe sa vymedzujú inštitúcie ako „skupiny jednotlivcov, ktorí sú vzájomne spojení pravidelnými znakovými procesmi“ (Posner, 2003, s. 39; znakovým procesom – semióziou – sa rozumie každý proces, v ktorom niečo funguje ako znak, čiže sa interpretuje ako znak). Do vymedzenia komunikačnej for-

mácie spoločné jazykové znaky, špecifické príznaky používania jazyka, pravidelné znakové procesy sú zahrnuté do formulácie, že sa v nej udržiava vlastná komunikačná kontinuita, ktorá implikuje spoločné znaky, ich spôsoby používania, a teda interpretácie. Ako sme videli, výrazom komunikačná formácia sa však do popredia dostáva, že ide o autosemiotizačný produkt. Vychádza sa teda z toho, že znakotvorné aktivity koexistujúcich jednotlivcov zasahujú aj ich koexistenciu, aj tá sa formuje a interpretuje (čiže podlieha signifikácii), a tak sa vytvárajú autosociálne znaky ako súčasť semiosféry, semiotizovaného sveta. Komunikačné formácie sú autosociálne znaky, komunikáciou stvárnené koexistencie jednotlivcov, ktoré týmto stvárneniam prisudzujú význam domovskej istoty. Lingvista môže pristúpiť k skúmaniu spoločnosti ako k systému autosociálnych znakov, v ktorom sa prejavia ich jazykové dištinktívne príznaky, môže skúmať dynamiku tohto systému so zreteľom na jazyk, ako aj jeho fungovanie. Poučný je odkaz citovaného J. Gumperza, že – v jeho terminológii – jazykové spoločenstvo nehovorí ani tak jedným jazykom ako jazykovým repertoárom, jazykovými prostriedkami z vlastného súboru, ktorý môže zahŕňať prvky z rozličných jazykových variet a štýlov a ani nemusí byť obmedzený jedným jazykom. Môže zahŕňať aj vlastné vytvorené prostriedky a vlastné spôsoby používania prvkov z repertoára (prirodzene aj v kombinácii s nejazykovými prostriedkami). V tejto súvislosti sa dá použiť aj termín sociolekt, chápaný ako „súbor skutočných aj potenciálnych diskurzov, ktoré vychádzajú zo spoločného lexikálneho repertoára a zo spoločnej sémantickej bázy, t. j. zo spoločných kritérií relevancie, klasifikácií (taxonómií) a definícií“ (Zima, 2010, s. 16), ako aj – pridávame – zo spoločného charakteristického spôsobu používania jazykových, parajazykových a mimojazykových prostriedkov. A potom môžeme dodať, že komunikačná formácia je komunikáciou stvárnená a sociolektom reprezentovaná koexistencia jednotlivcov, a teda formou sociálneho znaku je sociolekt, do ktorého je inkorporovaná komunikačná kontinuita. Komunikačná orientácia, ktorú spájame s významom domovskej istoty, zahŕňa ovládanie sociolektu, čiže to, že jednotlivec je aktérom a dôverným znalcom diskurzov založených na spoločnom lexikálnom a sémantickom repertoári a – dodajme – na spoločnom spôsobe prežívania jazykových a mimojazykových prostriedkov. Opis jazykových dištinktívnych príznakov ako spomínaná lingvistická úloha je teda porovnávacou deskripciou sociolektov.

Vnímaním komunikačnej formácie ako autosociálneho znaku dávame najavo, že na spoločnosť nazeráme zo semiotickej perspektívy, z ktorej sa nám tento sociálny makrocelok ukazuje ako dynamická sieť zoskupení a zoskupovaní jednotlivcov, čiže stvárnení a stvárňovaní koexistencie jednotlivcov, ktoré majú pre nich význam, zmysel. Spoločnosť sa tak javí ako sústava autosociálnych znakov. Sú to znaky stabilné aj premenlivé, dočasné, spontánne aj cieľavedome vytvorené a vytvárané. Typickými príkladmi stabilných autosociálnych znakov sú rodinné, náboženské alebo tradičné straníckopolitické komunikačné formácie v protiklade s premenlivými, dočasnými zoskupeniami, ako politické aliancie (koalície), združenia občanov za nie-

čo, resp. proti niečomu, alebo zoskupenia žiakov v rámci školských tried. Aktuálnymi motívmi zoskupovania jednotlivcov sú ich aktuálne záujmy, takže nimi sú určené aj aktuálne významy zoskupení. S takými významami konštituované autosociálne znaky sú potenciálnymi komunikačnými formáciami. Ich realizácia prebieha ako formovanie vlastného sociolektu s konštantným („hĺbkovým") významom „podporujúci pocit domovskej istoty". Dodajme k tomu, že komunikačné kontakty medzi jednotlivcami sú stimulom k potenciálnemu konštituovaniu autosociálnych znakov, ktoré môžu nadobudnúť kvalitu komunikačných formácií, čiže autosociálnych znakov, ktorých formy reprezentujú sociolekty. Z tohto rozšíreného pohľadu spoločnosť ako sociálny makrocelok sa ukazuje ako komunikácia nezoskupených jednotlivcov (jednotlivci v nenáhodných aj náhodných komunikačných kontaktoch bez pocitu, resp. vedomia skupinovej solidárnosti), čiže ako komunikácia v predznakovej koexistencii jednotlivcov, a ako komunikácie v ich znakovej koexistencii s potenciálnym a reálnym sociolektom. Sociálny život členov spoločnosti plynie v týchto koexistenčných rámcoch, v nich sa formujú jednotlivci ako sociálne bytosti a v nich sa reprodukuje a rozvíja ich spoločný jazyk. Sociálny znak, ktorý sa v tomto výklade nazýva komunikačná formácia, je najvlastnejšou koexistenčnou formou jednotlivcov, čo je dané tým, že táto forma je ich komunikačným domovom, v ktorom prežívajú to, čo je im najvlastnejšie – pocit optimálnej istoty. Tento autosociálny znak tvorí bázovú doménu sociálnej existencie jednotlivcov, do nej sa rodia a v nej sa začína ich formovanie ako sociálnej bytosti a v priebehu sociálneho života k nej inklinujú, pod tlakom náklonnosti k nej prejavujú tendenciu k jej reprodukcii.

Pojmu komunikačná formácia konkuruje pojem diskurzná formácia. Jednou z možností, ako sa dá využiť pojem diskurzná formácia, je, že ho dáme do súvislosti s ideológiou, ale nie v univerzálnom (v zmysle „niet nazerania na svet bez ideológie", „každý má nejakú ideológiu"), lež v partikulárnom chápaní, ktoré môžeme vyjadriť napríklad takto: „Ideológia je súhrn štandardizovaných kognitívnych preferencií, fungujúcich ako interpretačné konštrukty, prostredníctvom ktorých sa utvrdzuje istý sociálny poriadok" (Dolník, 2010, s. 238). Táto súvislosť sa aktualizuje, keď v koncepte diskurz vyzdvihneme, že ide o konvencionalizované spôsoby hovorenia, „ktoré konštituujú konvencionalizované spôsoby myslenia a súčasne sú konštituované týmito spôsobmi myslenia" (Dolník, 2013, s. 311 – 312), pričom táto vzájomná väzba hovorenia a myslenia sa využíva na získavanie prívržencov pri presadzovaní partikulárnych záujmov v spoločnosti, a teda partikulárnej ideológie. Výraz diskurzná formácia sa potom vzťahuje na zoskupenia členov spoločnosti, ktoré sa konštituujú akceptáciou a reprodukciou partikulárnych ideológií, čo sa deje prostredníctvom diskurzu. Diskurzom sa utvára a utvrdzuje predstava, že sociálny poriadok založený na presadzovanej ideológii zodpovedá normalite, teda tomu, čo spoločnosť považuje za normalitu, lebo sa stotožňuje s touto ideológiou. Na tomto pozadí diskurzná formácia je osobitný prípad komunikačnej formácie. Vytvára sa so zámerom masovej internalizácie partikulárnej ideológie.

5. AUTOSOCIÁLNA KULTÚRA – PRINCÍP KOORDINÁCIE

Keďže semiotizácia – vytváranie znakového sveta – je kultúrotvorná aktivita (v duchu kultúrnej semiotiky kultúra je sústava znakov), aj autosemiotizácia – vytváranie autosociálnych znakov – je aktivita konštituujúca kultúru. Vytváranie komunikačných formácií – autosociálnych znakov – zodpovedá faktu, že kultúra generuje rozmanitosť. Tieto formácie sú jednotky spoločnosti chápanej ako kultúra: spoločnosť je aj kultúra konštituovaná komunikačnými formáciami. Ich vytváranie je založené na semiotizačnom nadaní človeka ako bytosti svojho druhu, nadaní na konštruovanie foriem, ktoré interpretuje, prisudzuje im význam. Pri vytváraní znakov človek postupuje dvojako: semiologicky a onomaziologicky. V prvom prípade vychádza z formy, objavuje ju a pripisuje jej význam; objavuje napríklad formu ‚ovocný strom' a prisudzuje jej význam „poskytujúci zdravú potravu", formu ‚čierny mrak', ktorú interpretuje ako „zvestujúci dážď, búrku", alebo recipient abstraktnej maľby vníma formu a hľadá k nej význam (aj samotný umelec môže tak postupovať: skonštruuje abstraktnú formu a potom chce v nej vidieť nejaký význam). V druhom prípade vychádza z významu a vytvára k nemu formu; potrebuje napríklad zapchať dieru, hľadá predmet s formou, ktorá má význam „vhodný na zapchanie diery", alebo sochár hľadá formu na vyjadrenie istého významu, ktorý nosí v hlave (tvorivé muky umelca). Keď je však forma objavená, skonštruovaná, môže sa, prirodzene, aktivovať semaziologický postup – forme sa pripisujú aj ďalšie významy. Komunikačné formácie sa konštituujú onomaziologickým postupom: k významu „podporujúci pocit domovskej istoty" sa konštruuje forma, ktorej potom môžu byť pripisované ďalšie významy. K tomuto konštitučnému významu sa konštruujú sociolekty ako jeho forma. Tento význam, ktorý má inštinktívne pozadie a funguje ako fundamentálny motivačný faktor sociálneho správania a konania človeka, je univerzálny, spoločný jednotlivcom, a pôsobí na nich ako sila podporujúca koordináciu ich komunikačných aktivít, ktorá smeruje k stavu komunikačného komfortu. Touto koordináciou („harmonizáciou") sa k nemu konštruujú formy – sociolekty – a tak sa vytvára autosociálna kultúra (kultúra reprezentovaná autosociálnymi znakmi).

Ako komunikanti riadime sa aj princípom koordinácie. Jeho špecifickosť sa prejaví, keď ho porovnáme so všeobecne známymi princípmi kooperácie a zdvorilosti. Princíp kooperácie Herberta P. Gricea (1975) sa týka porozumenia. Pripomeňme si ho: Príspevok ku konverzácii koncipuj tak, ako to vyžaduje aktuálne akceptované určenie účelu a smeru rozhovoru, na ktorom sa zúčastňuješ. Grice to chápal ako racionálny prostriedok kooperatívneho vedenia rozhovoru a vyvodil ho z úvahy o rozličných kooperatívnych stykoch ľudí. Princíp zdvorilosti (Lakoff, 1973) sa týka vzťahu medzi komunikantmi so zreteľom na úspešnosť komunikácie nad rámcom porozumenia. Pripomeňme si, že zahŕňa tri pravidlá, ktoré sa vzťahujú na dištantnosť (nevnucovať sa niekomu, zostať dostatočne vzdialený), úctu (umožniť adresátovi voľbu, či odpovie, alebo nie, a ako odpovie) a rovnosť (konať v duchu

rovnosti s adresátom, aby sa ten cítil dobre). Tento princíp je vyvodený z ľudskej empatie, ktorá sa u komunikanta prejavuje ako stanovisko, že komunikačný partner má tie isté ľudské potreby ako on sám (porov. aj s princípom akomodačno-asimilačnej proporcie v práci Dolník, 2013, s. 361 – 365). Princíp koordinácie sa týka zjednocovania komunikačných aktivít a je vyvodený z úvahy o potencii kolektívu, o emergencii vo vzťahu k sile kolektívu: sila kolektívu je niečo viac ako súčet síl jednotlivcov, ktorí ho tvoria, a k tomuto „viac" prispieva koordinácia; napríklad zosúladené (koordinované) pohyby jednotlivcov pri dvíhaní bremena zväčšuje ich výkon v pomere k ich individuálnej sile. Dôležité je, že koordinácia vyvoláva pocit, resp. presvedčenie, že ňou sa umocňuje sila jednotlivcov (napríklad zosúladenie krokov pochodujúcich vojakov v tvare vyvoláva pocit zomknutosti, jednoty jednotlivcov a tým umocnenej sily). A umocnená sila znamená pocit väčšej bezpečnosti, istoty. Pole pôsobnosti tohto princípu sa navodzuje formovaním znakovej koexistencie jednotlivcov, formovanie ich zoskupení je spúšťačom jeho pôsobenia, takže do formulácie obsahu tohto princípu treba zahrnúť aj túto podmienku. Princíp koordinácie znie: Ak sú navodené podmienky na vytvorenie komunikačného zoskupenia s tvojou účasťou, tvoje komunikačné aktivity stvárňuj tak, aby prispievali k zjednocovaniu komunikačných aktivít v zoskupení so smerovaním ku komunikačnému komfortu. Tým, že sa komunikanti riadia týmto princípom, „pracujú" na konštituovaní vlastného sociolektu ako formy autosociálneho znaku. Pôsobenie tohto princípu je skĺbené so sklonom jednotlivcov vo vytvárajúcom sa zoskupení k správaniu, ktorým sa odlišujú od iných zoskupení [porov. so známym postrehom Charlesa Fergusona: „Komunikačná situácia, ktorá sa pravidelne vyskytuje v istej societe (vymedzená účastníkmi, prostredím, komunikačnými funkciami atď.), časom vykazuje tendenciu k navodeniu identifikačných príznakov týkajúcich sa jazykových štruktúr a používania jazyka, ktorými sa odlišuje od jazyka iných komunikačných situácií"; Ferguson, 1994, s. 20]. Tento sklon jednotlivcov môžeme chápať aj ako systémotvornú energiu, ak komunikačnú formáciu interpretujeme terminológiou teórie systému. Správaním a konaním riadeným princípom koordinácie a skĺbeným s týmto sklonom jednotlivcov autopojeticky sa vytvára sociálny systém, ktorý sa vydeľuje zo svojho okolia. Autopojetickosť zahŕňa aj fungovanie systému na základe vlastnej dynamiky, čo spôsobuje, že systém si utvrdzuje, udržiava svoju identitu. Komunikačnú formáciu môžeme teda vykladať aj ako autopojetický sociálny systém, vytváraný koordinovanými komunikačnými aktivitami a stabilizovaný udržiavaním kontinuity týchto aktivít, ktoré majú sociálne relevantný význam (základný význam = vytvárajúca komunikačné prostredie pre pocit domovskej istoty). Komunikačná formácia z tohto pohľadu je špecifickým prípadom sociálneho systému, ktorý evokuje teóriu vplyvného sociológa Niklasa Luhmanna (1984). Podľa neho vždy, keď sa stretávame s komunikáciou, máme do činenia so sociálnym systémom, pretože komunikácia je práve ten spôsob operácií, ktorými sa autopojeticky vytvárajú sociálne systémy (systémy z jeho pohľadu sa konštituujú operáciami) a ohraničujú sa vo vzťahu k svojmu

okoliu, ku ktorému priraďuje aj komunikantov (jednotlivci teda nie sú súčasťou systému, systém zahŕňa len komunikáciu). Komunikačná formácia v našom poňatí je špecifický prípad sociálneho systému, ktorý sa vyznačuje dejinnosťou koordinovaných komunikačných aktivít (čiže tieto aktivity majú už svoje dejiny, vyhranili sa v nich ako fixátor systému s vlastnou dynamikou) a tým, že sú pre komunikantov sociálnou formou, ktorá zodpovedá významu, ktorý patrí k ich fundamentálnemu významovému svetu.

Základný význam, ktorý je vyššie opísaný ako „podporujúci pocit domovskej istoty", sa diferencuje, špecifikuje podľa parametra ‚spôsob prežívania tohto pocitu' (objektivisticky: ‚prejavy tohto pocitu'), ktorý súvisí s otázkou, v akom zmysle je pre komunikantov istota „domovská". Napríklad sociolekt rodinnej komunikačnej formácie môžeme prežívať ako „podporujúci pocit domovskej istoty s autentickým citovým vzťahom", sociolekt náboženskej komunikačnej formácie veriaci môžu prežívať ako „podporujúci pocit domovskej istoty s ochranou Všemohúceho" alebo sociolekt nejakej odbornej komunikačnej formácie príslušní odborníci môžu prežívať ako „podporujúci pocit domovskej istoty spojený s pocitom/vedomím expertnej exkluzívnosti" a pod. Sociolekty sa môžu, pravdaže, interpretovať aj nad základným významom; napríklad rodinný sociolekt môže pre príslušných jednotlivcov znamenať „vzácna rodinná hodnota" alebo „zdroj uvoľnenosti", náboženskému sociolektu veriaci môžu prisúdiť význam „ozvláštnenie všedného života" alebo „povznesenie ducha", odborný sociolekt môže pre dotyčných znamenať „prostriedok prestíže" a pod. Aj významy sociolektov ako formových stránok komunikačných formácií (podobne ako napríklad štylistické významy) demonštrujú sociálne relevantnú variabilitu správania a konania jednotlivcov. Behaviorálno-akčná variabilita, prameniaca z neohraničenosti interpretačnej ponuky sveta a nevyčerpateľnosti interpretačného potenciálu (talentu) človeka ako bytosti svojho druhu, ktorá je sociálne relevantná, vytvára sociálnokultúrnu sústavu spoločnosti. Vyššie spomínaný výrok, že kultúra generuje rozmanitosť, zahŕňa túto variabilitu. Rozmanitosť spoločnosti generovaná kultúrou má sociálny zmysel. Významy sociolektov sú jeho demonštráciami.

Bibliografia

ANTER, Andreas: Theorien der Macht zur Einführung. Hamburg: Junius Verlag 2012. 171 s.

BECK, Ulrich: Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. 22. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag 2015. 391 s.

DOLNÍK, Juraj: Teória spisovného jazyka so zreteľom na spisovnú slovenčinu. Bratislava: VEDA, vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied 2010. 301 s.

DOLNÍK, Juraj: Sila jazyka. Bratislava: Kalligram 2012. 368 s.

DOLNÍK, Juraj: Všeobecná jazykoveda. Opis a vysvetľovanie jazyka. 2., dopl. a upr. vyd. Bratislava: VEDA, vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied 2013. 432 s.

FERGUSON, Charles A.: Dialect, register and genre: Working assumptions about conventionalization. – In: Sociolinguistic Perspectives on Register. Eds D. Biber – E. Finegan. New York: Oxford University Press 1994, s. 15 – 30.

GRICE, Herbert P.: Logic and Conversation. In: Syntax and Semantics, Vol. 4, Speech Acts. Eds. P. Cole - J. L. Morgan. New York: Academic Press 1975, s. 41 – 58.

GUMPERZ, John J.: Language in Social Groups: Essays by John J. Gumperz. Selected and introduced by A. S. Dil. Stanford: Stanford University Press 1971. 350 s.

LAKOFF, Robin T.: The Logic of Politeness: or, Minding Your P´S and Q´S. In: Papers from the Ninth Regional Meeting Chicago Linguistic Society (April, 13 – 15, 1973). Eds. C. Corum – T. C. Smith-Stark – A. Weiser. Chicago: Chicago Linguistic Society 1973, s. 292 – 305.

LUHMANN, Niklas: Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag 1987. 675 s.

POPITZ, Heinrich: Prozesse der Machtbildung. 3. Aufl. Tübingen: Mohr Siebeck 1976. 42 s.

POSNER, Roland: Kultursemiotik. In: Konzepte der Kulturwissenschaften. Theoretische Grundlagen – Ansätze – Perspektiven. Hrsg. A. Nünning – V. Nünning. Stuttgart, Weimar: Verlag J. B. Metzler 2003, s. 39 – 72.

ZIMA, Peter V.: Theorie des Subjekts. 3. Aufl. Tübingen und Basel: A. Francke Verlag 2010. 454 s.