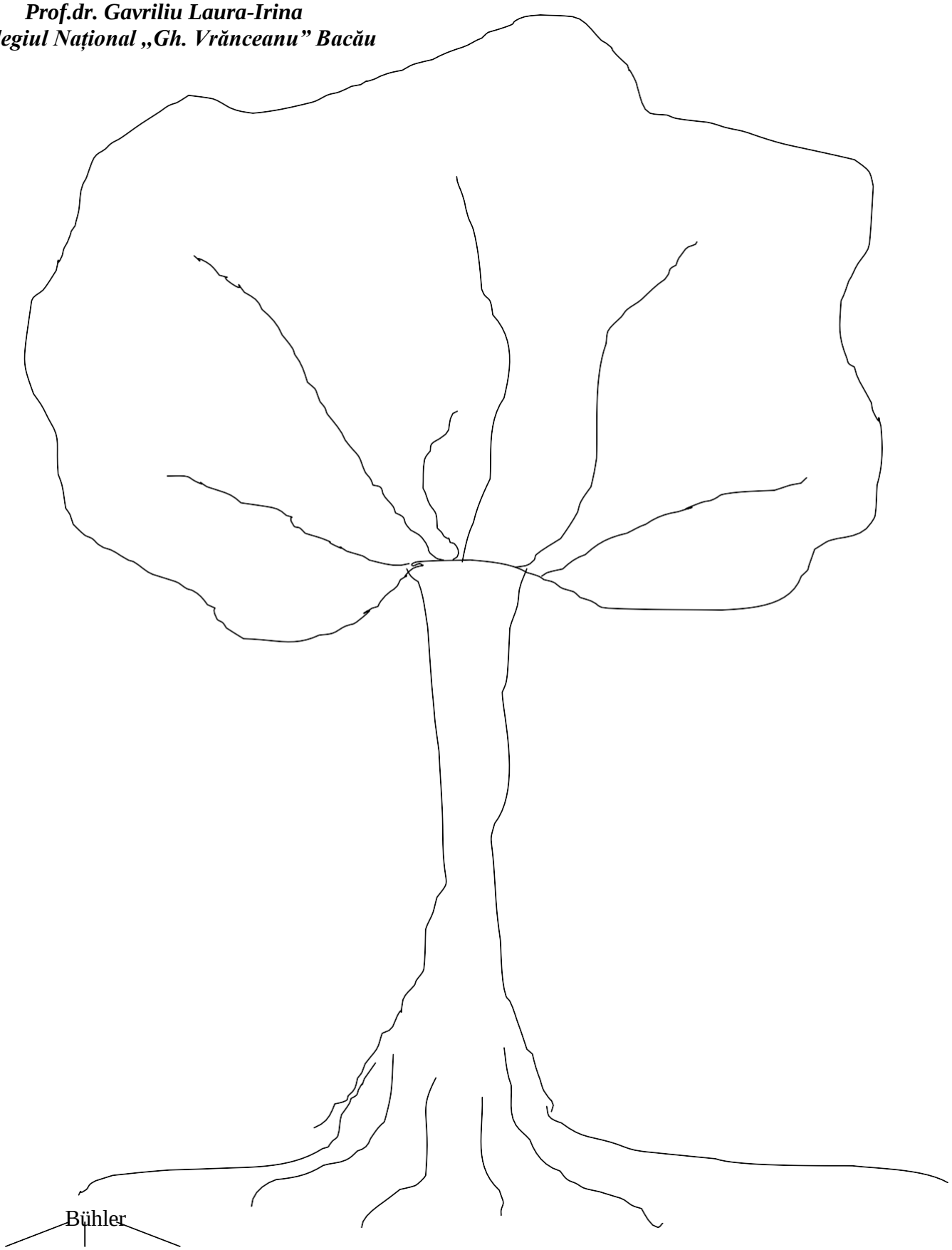
Arborele *situației de comunicare în viziunea lui Jakobson*

Prof.dr. Gavriliu Laura-Irina
Colegiul Național „Gh. Vrânceanu” Bacău



Schema lui Jakobson poate fi reprezentată astfel:

CONTEXT/REFERENT(funcţie **referenţială**)

MESAJ(funcţie **poetică**)

EMIŢĂTOR----------**RECEPTOR**

(funcţie **emotivă/ expresivă**) (funcţie **apelativă/ conativă)**

CONTACT(funcţie **fatică**)

COD(funcţie **metalingvistică**)

1. *FUNCŢIA REFERENŢIALĂ/ DENOTATIVĂ/ INFORMATIVĂ/ COGNITIVĂ*

- Corespunde funcţiei de reprezentare din teoria lui Bühler;
- Se subordonează **contextului extraverbal**, fiind axată pe **referentul** mesajului;
- îi aparţin enunţuri **non-ambreiate**, întrucât sunt independente de situaţia de enunţare, fiind **expresia unor generalizări** (*Leul este un animal sălbatic.*).

2. *FUNCŢIA EMOTIVĂ/ EXPRESIVĂ/ INTERJECŢIONALĂ*

- este centrată asupra **emiţătorului**;
- orice act de limbaj are o dublă componentă: informaţională, cognitivă şi expresivă, fiind rezultatul unei percepţii individuale;
- implicarea emoţională a locutorului în enunţ poate fi marcată prin: persoana I a verbului şi a pronumelui, interogaţii, exclamaţii, lungimea medie a frazelor, bogăţia/ sărăcia lexicală, mărci paralingvistice, negările, justificările exagerate, conotaţiile unor cuvinte, stilurile şi variaţiile de stil, aluziile şi referinţele codate, presupoziţiile, subînţelesurile (*Ce frumos ninge!).*

3. *FUNCŢIA CONATIVĂ/ APELATIVĂ/ PERSUASIVĂ/ RETORICĂ/ IMPERATIVĂ*

- Este axată pe **receptor;**
- este marcată lingvistic prin persoana a II-a a verbului şi a pronumelui, vocativul substantivului sau imperativul verbului.

4. *FUNCŢIA FATICĂ*

- Este orientată spre factorul **contact;**
- locutorul verifică menţinerea comunicării cu alocutorul prin intermediul unor enunţuri exclamative, declarative şi interogative (*Mă auzi? Mă înţelegi?).*

5. *FUNCŢIA POETICĂ/ ESTETICĂ/ LITERARĂ*

- este centrată pe factorul **mesaj;**
- prin predominarea acesteia, comunicarea lingvistică este transformată în comunicare artistică, individualizată prin ambiguitatea mesajului;
- prin absolutizarea funcţiei poetice, semnul lingvistic nemotivat este metamorfozat în semn poetic motivat, cu un grad maxim de autonomie („Apele plâng, clar izvorând în fântâne”- M. Eminescu).

6. *FUNCŢIA METALINGVISTICĂ/ METALINGUALĂ/ METASEMIOTICĂ*[1]*(în cazul în care nu este privilegiat limbajul verbal-Jean-Marie Klinkenberg)*

- Este predominantă în contextele în care limbajul devine propriul său referent, **comunicarea fiind orientată asupra limbii înseşi** (*Ce înţelegem prin cuvântul „ substantiv”?)*;
- se evidenţiază în: *definiţii, precizări terminologice, legende ale hărţilor geografice, ghiduri pentru turişti* etc.

Situaţia de comunicare cuprinde „ansamblul condiţiilor ontice, sociale şi istorice în care se petrece actul de comunicare”[2]. Orice act de vorbire este dependent de o anumită situaţie de comunicare.

Din perspectiva teoriei proceselor de comunicare, formulate de Alex Mucchielli[3], sensul oricărei comunicări este rezultatul simbiozei acţiunii de comunicare cu contextul acesteia, neputând fi separat de condiţiile producerii sale. Sensul este rezultatul unei contextualizări.

Alex Mucchielli[4] susţine că orice situaţie este rezultatul conjugării a şapte contexte:

- ***Contextul spaţial*** (ceea ce se spune capătă un sens în raport cu dispunerea locului şi constrângerile impuse de acesta tuturor);
- ***Contextul fizic şi senzorial*** (ceea ce se spune capătă un sens în raport cu ansamblul elementelor senzoriale care ajung la diferite simţuri);
- ***Contextul temporal*** (ceea ce se spune într-un moment capătă un sens în raport cu ceea ce s-a spus mai înainte);

---

[1]Jean-MarieKLINKENBERG, *Iniţiere în semiotica generală*, traducere de Marina MUREŞANU IONESCU, Editura Institutul European, Iaşi, 2004, p. 42.
[2]Eugen MUNTEANU, *Introducere în lingvistică*, Editura Polirom, Iaşi, 2005, p. 247.
[3]Alex MUCCHIELLI *et,al*., *Teoria proceselor de comunicare*, traducere de Livia Iacob, Editura Institutul European, Iaşi, 2006,pp. 25- 26.
[4]*Ibidem.*

- ***Contextul poziţiilor relative ale actorilor*** (ceea ce se spune capătă sens în raport cu poziţia marilor actori între ei);
- ***Contextul relaţional social imediat*** (ceea ce se spune capată un sens în raport cu calitatea relaţiei dintre actori şi alt sens în ansamblul sistemului de interacţiune creat);
- ***Contextul cultural sau subcultural de referinţă la norme şi reguli împărtăşite colectiv*** (ceea ce se spune capată un sens în raport cu normele numite sau construite de-a lungul acestor schimburi);
- ***Contextul expresiv al identităţilor actorilor*** (ceea ce se spune capată un sens în raport cu ceea ce se ştie sau ceea ce este vizibil afişat, cu privire la intenţiile şi mizele actorilor de faţă)[5].

În consecinţă, sensul oricărei comunicări este consecinţa punerii în relaţie, derivând din contextul global al comunicării.

Procesele de contextualizare[6] pot fi precizate prin raportare la cele şapte contexte. Astfel, putem vorbi, în primul rând, de **procesele de contextualizare spaţială**[7] care au un rol important în „punerea în scenă" a enunţării. Nu vizează în mod obligatoriu datele contextului obiectiv, având în vedere elementele care se impun actorilor în timpul comunicării.

Care sunt, în acest sens, principalele procese?

- Învăţământul la distanţă se desfăşoară acasă;
- Şedinţa consiliului de administraţie se desfăşoară la sediu;
- Aranjarea unui loc într-un anumit fel;
- Constrângerea discursului prin artificii tehnice;
- Atribuirea unui anumit loc în spaţiu.

Pentru a-i determina pe cei prezenţi să-şi piardă punctele de reper, se apelează la **procesele de contextualizare senzorială**[8], care caracterizează, mai ales, multiplele impacturi senzoriale (vedere, auz, miros, atingere).

Având în vedere că orice enunţ capătă sens în relaţie cu ceea ce s-a afirmat anterior, putem vorbi de **procese de contextualizare temporală**[9]:

- Apelul la memorie;
- Evocarea unor evenimente trecute;

---

[5]Alex MUCCHIELLI*et,al*., *op.cit*., pp.25-26.
[6]*Ibidem*, p.41.
[7]*Cf.Ibidem*, pp.41-47.
[8]*Cf.Ibidem*, pp.47-49.
[9]*Cf.Ibidem*, pp.51-54.

- Adoptarea unui anumit ritm în comunicare;
- Comentariile care fac referire la o anumită perioadă de timp;
- Prezenţa unor ritualuri de aducere aminte (cum ar fi dările de seamă în şedinţe).

În ceea ce priveşte **procesele** de comunicare care **participă la poziţionarea şi structurarea relaţiilor**[10]**,** trebuie să avem în vedere:

- Prezenţa deicticelor personale (eu,tu);
- Precizarea prin limbaj a poziţionărilor sociale (poliţist, profesor etc.);
- Indicii atitudinali şi paralingvistici care definesc rolurile date;
- Locurile şi rolurile diverşilor actori, marcate prin haine, insigne;
- Mărcile culturale evocate;
- Ritualuri de prezentare şi de mulţumire;
- Folosirea spaţiului, a timpului, a diverselor instrumente pentru a se putea poziţionafaţă de norme;
- Modul de a accepta sau de a refuza anumite tipuri de interacţiuni pentru a structura diferite relaţii;
- Jocurile diferiţilor actori.

Putem vorbi de existenţa unui **context normativ de referinţă**[11]**,** în care se poziţionează o autoritate, recunoscută social şi investită cu dreptul de a interveni într-o problemă care o priveşte. „Investitura socială”[12] îi conferă emiţătorului dreptul să intervină.

Finalitatea oricărei comunicări este **relaţia**. Importantă este însă calitatea relaţiilor: de opoziţie, de neutralitate sau de solidaritate afectivă. Zâmbetul, veselia, umorul, dezinvoltura sunt atitudini caracteristice seducătorului, în general, fiind precondiţii ale stabilirii unei relaţii „destinse”. Relaţiile serioase se dezvoltă pe axa dominator-dominat (maestru-discipol, profesor-elev etc.).

În impunerea ideilor, tipul relaţiei stabilite este de maximă importanţă. În acest sens, instituirea unei relaţii pozitive este o condiţie fundamentală pentru atingerea scopului.

Procedeele[13] folosite pentru **influenţarea relaţiei** sunt numeroase:

- Atitudinile agreabile, amabilitatea;
- Naturaleţea discursului;
- Umorul;
- Evidenţierea modului comun de a vedea lucrurile;

---

[10]Alex MUCCHIELLI *et.al.,op.cit.*, pp.54-68.
[11]*Ibidem*,p.71.
[12]*Ibidem*,p.78.
[13]*Cf.Ibidem*,p.127.

- Evocarea valorilor comune;
- Reconsiderarea unui trecut comun;
- Apelul la încrederea reciprocă;
- Ameninţarea cu ruperea relaţiei privilegiate.

Aceste proceduri ţin de implicitul comunicării. Conştientizarea lor ne oferă mijloace de autoapărare pentru a şti să reacţionăm în faţa acelora care îşi propun să ne manipuleze.

Punctul de plecare al oricărei acţiuni de influenţare este reprezentat de norme, stereotipuri. Acestea se asociază, de obicei, cu date sociale implicite deja existente.

Procedeele[14] uzitate pentru **manipularea normelor** sunt:

- Ţinută vestimentară, mod de prezentare;
- Atitudine relaţională;
- Paralimbaj,postură corporală;
- Folosirea unor cuvinte semnificative;
- Fraze sau formule de limbaj stereotipe;
- Referiri la situaţii deosebite;
- Apelul la cunoştinţe comune;
- Evocarea unor evenimente trecute;
- Discreditarea unor atitudini, reguli sau norme;
- Apelul la elemente spaţiale sau senzoriale.

Pentru reliefarea **contextului identităţilor**[15] nu putem vorbi de existenţa unor tehnici de comunicare propriu-zise. Contextele comunicative care acţionează asupra identităţii celor implicaţi sunt reprezentate de publicitate, propagandă, discursul persuasiv, etc.

Elementele componente ale situaţiei de comunicare

- **EMITĂTORUL/ TRANSMIŢĂTORUL**

- Este sursa actului de comunicare;
- Trebuie să fie original, competent, bine informat, credibil, inteligibil, să aplice regulilede exprimare corectă;
-este determinat de propriul său sistem cognitiv, dependent de contextul în care se desfăşoară comunicarea;

[14]*Cf.*Alex MUCCHIELLI *et,al., op.cit.*, p.165.
[15]*Cf.Ibidem*, p.92.

- acest sistem cognitiv se reflectă în limbajul utilizat, care va deveni codul comunicării şi care va contribui decisiv la crearea imaginii de sine, care se desăvârşeşte prin locul pe care îl ocupă într-un anumit sistem social;

- personalitatea emiţătorului se reflectă în **rolul** şi în **tonul** adoptat;

- în funcţie de statutul său, fiecare individ îşi va asuma un anumit **rol**[16]:

- **Povestitor** al unor întâmplări;
- **Portretist** atunci când realizează descrieri;
- **Lector**,când prezintă o carte;
- **Ghid de lectură**,când îşi asumă un demers interpretativ;
- **Reporter** când face o anchetă;
- **Avocat** când evaluează un proces;
- **Lider de opinie** când îşi propune să convingă.

- **Tonul**[17] se evidenţiază în modul în care emiţătorul îşi prezintă ideile; acesta poate fi:

- **Obiectiv**, caracteristic textelor non-ambreiate/ **subiectiv**, implicat, personal;
- **Impersonal/personal;**
- **Formal/informal;**
- **Dogmatic/dilematic**etc.

- poate scrie din motive **extrinseci (**pentru a câştiga reputaţie) sau **intrinseci** (cu scopul de a exprima un punct de vedere/pentru a exersa resursele cognitive);

- trebuie să manifeste o atitudine comprehensivă, care îl privilegiază pe celălalt.

➢ **<u>RECEPTORUL/ CITITORU/ DESTINATARUL</u>**

- Este o entitate proiectată de mesaj;

- Trebuie să fie receptiv la ceea ce i se comunică;

- În funcţie de *tipul de ascultare*[18] pe care îl adoptă, putem identifica mai multe *tipuri de receptori:*

- **Ascultarea pentru aflarea de informaţii:**
- **Ascultarea critică;**
- **Ascultarea reflexivă;**
- **Ascultarea pentru divertisment**.

- Katz[19] propune mai multe tipuri de reacţie:

---

[16]Andra ŞERBĂNESCU, *Cum se scrie un text*, Editura Polirom, Iaşi, 2001, p. 68.
[17]*Cf.Ibidem*, pp.66-67.
[18]Ion-Ovidiu PÂNIŞOARĂ, *Comunicarea eficientă*, Editura Polirom, Iaşi, 2008, p.52.

- Reacţia instrumentală, **adaptativă** sau utilitară este consecinţa modului în care obiectele, persoanele satisfac anumite nevoi;
- Reacţia **egodefensivă** sau de autoapărare;
- Reacţia **expresivă** valoric, cu rol important în autodezvoltare;
- Reacţia **cognitivă** este consecinţa nevoii de a ne stabili un cadru de referinţă coerent.

- **Cititorul** este cel care legitimează textul; Dominique Maingueneau[20] vorbeşte despre mai multe categorii de cititori:

- **Cititorul invocat**, „un efect de sens ce se integrează textului", este persoana căreia i se adresează acesta;
- **Cititorul instituit** este cel construit prin registrul lingvistic şi stilistic valorificat;
- **Publicul generic** este consecinţa înscrierii operei într-un anumit gen, putând fi caracterizat din perspectiva identităţii sociale;
- **Cititorul cooperativ/„cititorul model"** (U. Eco) este înscris în text, fiind invitat să identifice implicitul printr-un efort de înţelegere şi interpretare a enunţurilor.

➢ **<u>MESAJUL</u>**

- Este forma cea mai potrivită pe care emiţătorul o dă ideilor;
-„Structura lingvistică a unui mesaj depinde, înainte de toate,de funcţia predominantă"[21];
- Mesajul este constituit dintr-un ansamblu de semne aparţinând unui cod sau unor coduri diferite (de ex., teatrul), fiind scena pe care relaţionează ceilalţi factori ai comunicării;
- În ceea ce priveşte organizarea mesajului,există două reguli fundamentale:

- **Coerenţa** se reflectă prin adecvarea la situaţia de comunicare, fiind consecinţa aplicării a patru tipuri de reguli[22]:
  1. **de repetiţie**, prin pronume, sinonimii parţiale (**Comoara** a fost descoperită de **arheologi**. **Aceştia** au anunţat imediat autorităţile, care au stabilit că **tezauru**l aparţine probabil unei civilizaţii îndepărtate.);

---

[19]*Apud* Ion-Ovidiu PÂNIŞOARĂ, *Comunicarea eficientă*, p. 53.
[20]*Cf.* Dominique MAINGUENEAU, *Pragmatică pentru discursul literar*, Editura Institutul European, Iaşi, 2007, pp. 48-56.
[21]RomanJAKOBSON, *Essais de linguistique générale, Paris*, 1963, p.214.
[22]Daniela, ROVENŢA-FRUMUŞANI, *Analiza discursului.Ipoteze şi ipostaze*, Editura Tritonic, Bucureşti, 2004, p. 221.

2. **de progresie,** care se concretizează printr-o dezvoltare semantică mereu îmbogăţită, între informaţiile furnizate de un mesaj fiind o strânsă legătură;
3. **de non-contradicţie,** care se reflectă în caracterul nonarbitrar al discursului, orice informaţie nouă fiind relaţionată cu cea anterioară;
4. **de relaţie.**

- **Coeziunea** priveşte **forma** mesajului, facând referire la ,,ansamblul mijloacelor lingvistice intra- şi interfrastice, care transformă un set de enunţuri scrise sau orale în text”[23] .

-există o serie de termeni care dincolo de a indica un obiect, indică relaţia cu obiectul; aceşti termeni au o anumită rezonanţă simbolică, indicând poziţionarea ideologică a emiţătorului şi relaţia pe care o instituie cu obiectul mesajului.

➢ **<u>REFERENTUL</u>**

- Este denumit generic obiectul din realitatea extralingvistică, lucrul despre care se vorbeşte;
- Reprezintă ,,entitatea, lucrul extralingvistic pe care cuvântul îl denumeşte”[24];
- problema referentului trebuie relaţionată direct cu aceea a semnului, orice semn trimiţând la un ,,obiect real sau imaginar, abstract sau concret”[25];
- în consecinţă, acest referent nu este întotdeauna un obiect real, ci poate fi un oraş fictiv, ca topos al unui roman, sau conceptul de fiinţă pentru un filosof.

➢ **<u>CODUL</u>**

- constituie un ,,sistem convenţional explicit de semne (semnale sau simboluri) şi de reguli de folosire a lor, prin care se transmit informaţii de la emiţător la receptor în cadrul comunicării sau se transpune o informaţie dintr-un sistem în altul”[26];
- trebuie să fie adaptat atât la natura informaţiei utilizate, cât şi la nivelul de aşteptare a receptorului;
- **Codurile**[27] pot fi clasificate în funcţie de diferitele domenii de activitate:

- **Coduri practice** (codul rutier, feroviar, maritim);
- **Scrierea alfabetică (literală) sau alte tipuri** (Braille);
- **Coduri kinestezice** (gesturi, mimică);
- **Coduri ştiinţifice** (fizica, chimia, matematica, lingvistica) etc.

---

[23]Daniela, ROVENŢA-FRUMUŞANI, *Analiza discursului. Ipoteze şi ipostaze*,p.221.
[24]Angela BIDU-VRÂNCEANU, Cristina CĂLĂRAŞU, Liliana IONESCU-RUXĂNDOIU, *Dicţionar de Ştiinţe ale Limbii*, Nemira, Bucureşti, 2005, p.425.
[25]Ion COTEANU, *Stilistica funcţională a limbii române*, Editura Academiei, Bucureşti, 1985, p. 19.
[26]Angela BIDU-VRÂNCEANU, Cristina CĂLĂRAŞU, Liliana IONESCU-RUXĂNDOIU, *Dicţionar,* p.111.
[27]*Ibidem,* p.112.

- **CANALUL DE COMUNICARE**

- Reprezintă calea care facilitează transmiterea mesajului/ suportul material sau fizic al informaţiei;
- Cea mai veche categorie este reprezentată de distincţia **oral** (transmis pe undele sonore) / **scris** (cu ajutorul semnelor tipărite);
- dacă oralul permite receptorului să-şi exprime direct aprobarea/dezaprobarea, enunţurile scrise nu se fundamentează pe împărţirea unui mediu comun cu cel al cititorului.