**SUPORT DE CURS 3**

**FUNCȚIILE COMUNICĂRII**

Cea mai cunoscută clasificare a funcțiilor comunicării este cea propusă în 1963 de lingvistul Roman Jakobson care concepe funcţiile comunicării după focalizarea asupra unuia dintre elementele schemei comunicării. Această clasificare are în vedere limbajul verbal

• ***funcţia expresivă***: focalizare asupra emiţătorului, locutorului care îşi exprimă emoţiile;

actul comunicativ reflectă mai ales caracteristicile, dorinţele, nevoile emiţătorului, fără ca ceilalţi parametri să exercite o influenţă determinantă.

• ***funcţia conativă***: focalizare asupra receptorului, interlocutorului, asupra căruia vrem să provocăm un efect oarecare (întrebare, flatare, ordin, ameninţare etc.); actul comunicativ vizează receptorul, adesea de manieră fizică, de a-l face să facă ceva. Atunci când computerul îi trimite imprimantei ordinul de a imprima, putem vorbi de comunicare conativă;

• ***funcţia fatică*:** focalizare asupra menţinerii contactului între emiţător şi receptor (ex. “Alo”, recunoaştere, curtoazie); acoperă tot ceea ce poate fi făcut pentru a asigura menţinerea contactului dintre emiţător şi receptor, fără a acorda o atenţie deosebită nici formei nici conţinutului mesajului. A spune „Bună dimineaţa” colegului nu implică dorinţa profundă şi sinceră ca dimineaţa acestuia să fie excelentă. Este vorba de un mijloc prin care îi dăm de ştire că îl recunoaştem ca vecin, că suntem în raporturi bune cu el.

• ***funcţia metalingvistică*:** focalizare asupra codului folosit (ex. a vorbi despre limbajul pe care îl folosim pentru a comunica ; „«Pe» este o prepoziţie din limba română”; „Altfel spus…”, „Cu alte cuvinte…”); este dificil de conceput o comunicare asupra codului folosit cu excepţia limbajului.

• ***funcţia poetică*:** focalizare asupra mesajului însuşi (ex. căutarea nuanţelor, a efectelor de stil); această funcţie pare valabilă, ca şi cea anterioară, numai pentru limbaj, dar, dacă ne gândim bine, căutarea nuanţelor şi a efectelor de stil există în diverse forme de comunicare, mai ales dacă ţinem cont de dihotomia expresie / substanţă proprie oricărui semn şi, deci, oricărui mesaj. Funcţia poetică ar consta astfel în a privilegia expresia pentru a-i da acesteia valoare de substanţă. De ex. purtarea unei anumite haine (tip, culoare, croială etc.) poate servi la a semnala apartenenţa la un anumit grup social, cultural ori profesional (funcţie referenţială şi chiar conativă), mai rar la a exprima o estetică foarte personală (funcţia expresivă), dar, dincolo de aceste finalităţi, ea reprezintă plăcerea oferită de originalitate. Moda are, astfel, o funcţie poetică, pe care o putem numi estetică sau ludică.

• ***funcţia referenţială***: focalizare asupra referentului, a informaţiei transmise. Informează emiţătorul asupra personalităţii celui care transmite mesajul: voinţa de a-şi exprima gândirea, diverse critici (comunicarea de criză); este inversul precedentei, pentru că ea se focalizează asupra conţinutului mesajului, asupra informaţiei transmise.

Analizând aceste şase funcţii, despre care Jakobson spune că nu se exclud una pe alta, ci că adesea ele se suprapun, remarcăm faptul că trei dintre ele (funcţiile expresivă, conativă, fatică) sunt de domeniul limbajului analogic, adică de domeniul relaţiei, iar celelalte trei (funcţiile referenţială, metalingvistică, poetică) sunt de domeniul limbajului digital, adică al conţinutului

**AXIOMELE COMUNICĂRII**

Reprezentanții Şcolii de la Palo Alto au formulat axiomele comunicării interumane:

***Axioma 1***. ***Comunicarea este inevitabilă***. (*Imposibilitatea de a nu comunica; non-comunicarea e imposibilă*). Aceasta axiomă are sens numai în condiţiile în care considerăm că intră în sfera comunicării şi transmiterea neintenţionată de informaţie, care se realizează prin intermediul indiciilor. Dacă acceptăm că orice comportament are o anumită valoare comunicativă, că nu doar mimica și gestica, ci și absența acestora comunică. Tăcerea poate însemna evitarea răspunsului, o pauză pentru inventarea unei scuze, desconsiderarea interlocutorului, supărare etc.

***Axioma 2. „Comunicarea se desfăşoară la două niveluri: informaţional şi relaţional***, ***cel de-al doilea oferind indicaţii de interpretare a conţinutului celui dintâi”***. Orice comunicare prezintă două aspecte: conţinutul şi relaţia, astfel încât al doilea îl înglobează pe primul şi prin aceasta este o meta-comunicare. Asta înseamnă că orice comunicare nu se limitează să transmită o informaţie, ci induce în acelaşi timp un comportament. Acelaşi mesaj poate fi transmis pe un ton amical sau ostil, caz în care vorbim despre o relație diferită. Altfel spus, tonul face muzica. De fapt, schimbul de informații nu poate avea loc decât după instalarea unei relații. În orice situație de comunicare, există între interlocutori un anumit raport (egalitar, ierarhic etc.), în absența căruia comunicarea nu e posibilă. În plus, dacă dezacordul referitor la informații este ușor de aplanat, prin recurgerea la o sursă relevantă/credibilă, cel referitor la relație duce adesea la conflicte ireconciliabile.

***Axioma 3. „Comunicarea este un proces continuu, ce nu poate fi tratat in termeni de cauză/efect sau stimul/răspuns”.*** Aceasta a treia axiomă se poate obţine din studiul interacţiunii sau schimbului de mesaje între partenerii comunicării. De exemplu: un patron îşi supraveghează exagerat angajaţii, argumentând că aceştia comit greşeli, în timp ce ei se plâng că greşesc tocmai pentru că sunt prea insistent supravegheaţi. Astfel, constatăm că nu putem interpreta lanţul comunicării ca pe un element segmentabil în acte bine delimitate, interpretate arbitrar drept cauze sau efecte, ca urmare ceea ce unii consideră drept cauze, alţii interpretează drept efecte.

***Axioma 4: „Comunicarea îmbracă fie o formă digitală, fie una analogică”.***

Termenii sunt luaţi din cibernetică unde un sistem este considerat digital când se operează cu o logică binară şi analogic în cazul utilizării unei logici cu o infinitate continuă de valori. Comunicarea verbală este prioritar de tip digital, în timp ce comunicarea para- și non-verbală aparțin tipului analogic. Omul este singura fiinţă capabilă să utilizeze cele două moduri de comunicare, digitală – axată pe conținut şi analogică – vizează relația.

***Axioma 5: „Comunicarea este ireversibilă”***

***Text, whiteboard

Description automatically generated***

Comunicarea este ireversibilăîn sensul că, odată ce a avut loc un act de comunicare, sunt declanşate transformări şi mecanisme ce nu mai pot fi date înapoi, întrucât orice revenire asupra mesajelor transmise nu mai poate anihila efectele deja produse, deoarece ne adresăm altei persoane decât partenerului iniţial de discuţie. După ce l-am jignit pe interlocutor, zadarnic declarăm că „ne retragem cuvintele”, căci efectul spuselor noastre s-a produs, iar scuzele sunt tardive. Mesajul comunicat e ca un suc stors dintr-un fruct, odată stors nu poate fi pus înapoi! Odată rostite cuvintele nedorite, nu mai pot fi luate înapoi, cum de asemenea nu poți transforma restul de suc înapoi în fruct.

**Axioma 6: „Comunicarea presupune raporturi de forţă şi implică tranzacţii simetrice sau complementare”.** Tranzacţiile simetrice sunt acelea în care partenerii îşi reflectă reciproc comportamentele de pe poziţii de egalitate. În cazul tranzacţiilor complementare între persoanele care comunică există întotdeauna diferenţe de poziţie ierarhică, indiferent de natura acestora, iar stimulii şi răspunsurile sunt de tipuri opuse. Posibilitatea realizării unei egalităţi veritabile între interlocutori este un deziderat aproape imposibil de atins; sunt simetrice doar atunci când actele comunicaţionale sunt de acelaşi tip cu stimulii.

**Axioma 7: „Comunicarea presupune procese de ajustare şi acomodare”.** Premisa de la care se pleacă este că oamenii sunt diferiţi, percep realitatea în mod diferit, au interese şi scopuri diferite şi, în consecinţă, comunicarea dintre ei se poate ameliora numai în urma unui efort de acomodare reciprocă a interlocutorilor la contextul şi situaţia comunicaţională. În esenţă, ajustarea propusă de această axiomă se referă la nevoia partenerilor de a se armoniza şi sincroniza