Zápis Úvod do studia jazyka 20.12.2022

Zapisovatelka – Monika Hrdličková

**Komunikačně orientovaná lingvistika**

Četba: Roman Jakobson: schéma komunikačních faktorů a komunikačních funkcí

Komunikačně-pragmatický obrat (Gerhard Helbig)

Strukturní lingvistika – jazyk jako abstraktní systém

X **Komunikačně orientovaná (parolová, pragmatická) lingvistika** – jazyková praxe, konkrétní komunikační činnost konkrétních lidí; jde o jisté podoby lidského chování – **jazykového chování**, které

* má určitá **pravidla** (gramatika, slovník – ale nejen to) +
* má mnoho různých **podmínek, vnějších i vnitřních**, za nichž se odehrává; ta jsou jednak specifická pro každý komunikační / mluvní akt, **jednak obecná, platná pro komunikaci vůbec**

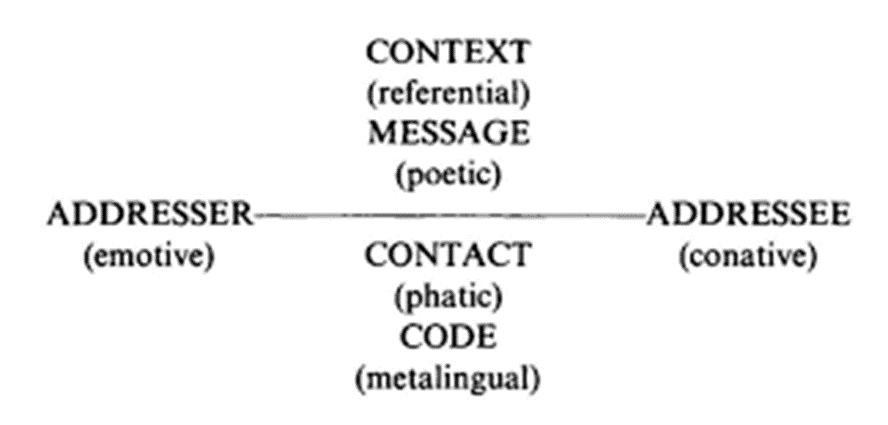
- **pragmalingvistika, pragmatika**

HELBIG, Gerhard. *Vývoj jazykovědy po roce 1970*. Praha: Academia, 1991.

Počátky komunikační lingvistiky – Roman Jakobson – jeden z největších lingvistů

**Lingvistika a poetika. In: *Poetická funkce.*   
Jinočany: H&H, 1995, s. 74–105.**

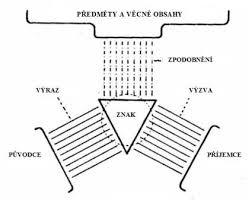
**Model komunikace: faktory komunikace a komunikační funkce**



**Karl Bühler** (1879–1963)

1. Darstellung "zobrazení, zpodobení“ - funkce **referenční**, zobrazovací – předmět, věcný obsah (záměr, cíl: informovat)
2. Ausdruck "výraz" (popř. Kundgabe "projev") – funkce **expresivní**, výrazová – mluvčí (záměr cíl, vyjádřit)
3. Apel "výzva" (z lat. ap¬pellō oslovuji, vyzývám) – funkce **apelová**, výzvová – adresát (záměr, cíl: zapůsobit na recipienta

Není v situaci jen jedna funkce, vždy se nějak projevují všechny, jedna je exponovaná



Kontext

Řečník -> sdělení -> publikum

Záměr efekt

Obsah obrázku mapa

Popis byl vytvořen automaticky

Obsah obrázku stůl

Popis byl vytvořen automaticky

**Funkce poetická**

**X prostě sdělovací**

Veni, vidi, vici…

* paralelismus, ekvivalence
* ozvláštnění, aktualizace (proti automatismu běžného sdělení)

**soustředění pozornosti na znak sám** (oproti soustředění na sdělení):

„jak“ – oproti „co“

Má mnoho společného s funkcí metajazykovou

**potenciálně je přítomna v každém jazykovém projevu**

**Funkce referenční / poznávací / prostě sdělovací**

- opírá se o (nejlépe) jednoznačnou **referenci**, jejíž znalost sdílí mluvčí i posluchač, autor i čtenář

* **Reference**: vztah znaku a referentu, tj. předmětu / denotátu v mimojazykové skutečnosti
* Na úrovni systému je schopnost vztahovat se k referentům mimojaz. skutečnosti pouze potenciální – použitím v řeči, v konkrétní komunikační situaci, se stane aktuální a získává referent –

*Znaky opouštějí abstraktní prostor systému a* ***vstupují do světa a svět vstupuje do nich*** (parafr. Ricouera, s. 33)

**Indexikálnost**

*já*, *teď*, *zde* – obecný význam (já odkazuje k mluvčímu apod.), ale referenty se podle situace mění: „**ego hic et nunc“**

- Nutná sdílená znalost komunikační situace+sdílené porozumění kontextu

- Indexový charakter však nemají jen deiktické výrazy („indexy“) – vše k něčemu odkazuje:

a) k smyslově dostupnému objektu, b) k fantasmatu (k něčemu, co je „vymyšlené“, fikční)

**Funkce expresivní / emotivní**

- emoce mluvčího

- i suprasegmentální prostředky – intonace, tempo, hlasitost

* mimika, gesta aj.
* vzrušení, rozčilení, citová angažovanost – neklidnost, nekoherentnost projevu, deformovanost řečového proudu, špatná či příznaková artikulace; potlačení sdělovací funkce; nezvládnutí vlastních emocí, neschopnost udržet je pod kontrolou vs. spontánnost
* nadávky, emotivní formule – sakra, hergot, do pytle
* grotesknost, časté karikování
* emotivní – emocionální se někdy rozlišuje – intencionalita

emocionální = nezáměrnost, spontaneita, výtrysk emocí X

emotivní = spíše záměrné působení na adresáta

* příklad hypertrofie fatické a emotivní funkce – moderátoři televizních pořadů typu

talk-show (s. 47); jaký účinek na diváka?

**Funkce konativní / apelová**

* konativní, apelová, výzvová, signální
* působení na adresáta (až po snahu o manipulaci)

Persvazivní – direktivní – manipulativní (v reklamě, agitačních textech)

Způsoby působení jsou průhledné méně nebo více (i podprahové působení)

Reklamní texty – slogany

* **pokyny**: *Objevte ostrov Vašich snů. Dejte přednost kvalitě. Vyhrajte dům!*
* **otázky**: *Máte problémy? – Jsme zde. Tu chuť ještě neznáte? – Ochutnejte. Už máte nové číslo časopisu Cosmopolitan? Že ne? Tak to se nedozvíte o…*
* **tvrzení**: *S námi vždy vyhrajete. Vašim představám dáme křídla.*

**Funkce metajazyková**

Styčné body s funkcí poetickou

Blízká funkci prostě sdělné (jen **téma je specifické – orientované na jazyk**)

* slovníky, jazykovědná literatura apod. (celé komunikáty)

Další okruhy

* metajazykové komentáře – upřesňování, vysvětlování neznámých výrazů, komentování formy či významu řečeného, reflexe jazykového kódu a jazykových prostředků v nejširším smyslu slova
* *A co to znamená* …?

**Funkce fatická / kontaktová**

* V reklamě aj. podporuje funkci apelativní – konativní
* Pouťoví vyvolávači, odchytávači kolemjdoucích
* **Zdvořilostní strategie – spojeno s řečovou etiketou**
* Spontánní komunikace tváří v tvář – její příznačné prvky a typické prostředky:
* 2. os., tykání – vykání, oslovování – *Aleno, pane doktore, paní Svobodová, slečno, pane kolego…*
* *hele, viď, vidíš, víš, víte, jo, že jo, že ne, ty jo, ty vole…*
* pozdravy, přání,komplimenty – konvencionalizované formule a fráze; někdy dojem falešné hry, přetvářky
* konverzační styl, „hovor pro hovor“, „krásný hovor“, salónní konverzace na ustálená témata
* občas i funkce provokativní, ironizující, sarkastická (pořad Jana Krause Uvolněte se, prosím – talk-show apod.)
* nadávky, urážky – ty někdy i výrazem exprese

**Nezbytné podmínky komunikace  
(podle M. Čejky)**

Komunikace jako přenos informace … je možná pouze tehdy, je-li k dispozici…

1. zdroj informace – **vysílač** (mluvčí / pisatel, autor – původce): 1.os. zájmen a sloves

2. **adresát** – přijímač (posluchač / čtenář – příjemce: 2. os. zájmen a sloves

3. **kanál**, tj. fyzický a psychický **kontakt** mezi původcem a adresátem + **prostředí** (médium), které takový kontakt umožňuje – např. elektromagnetické vlny

4. **sdělení**, zpráva – informace zakódovaná do vnímatelné a rozlišitelné podoby

5. **kód** – množina symbolů a pravidel jejich užívání, jimiž se sdělení převádí do podoby schopné přenosu v daném kanálu; je společný původci i adresátovi – aspoň částečně

6. **předmět** komunikace – téma

7. **kontext** – společný původci i adresátovi;

a/ **jazykový** (univerzum textu)

b/ **mimojazykový** (konsituace)

… adaptováno podle modelu R. Jakobsona … co je tam navíc?