

ТИПОЛОГІЯ КОМУНІКАТИВНИХ ІНТЕНЦІЙ У статті розкривається когнітивна природа комунікативної інтенції, типологія та особливості її імплікації у мовленнєвих актах та художньому тексті. Ключові слова: інтенція, імплікація, комунікативна, репрезентаційна, горизонтальна та вертикальна інтенції. This article deals with cognitive essence of communicative intention, its typology and peculiarities of its implication in speech acts and literary text. Key words: intentions, implication, communicative, representational, horizontal and vertical intentions.

Думка про те, що творення тексту зумовлене комунікативними інтенціями, є у сучасній лінгвістиці незаперечною. Інтенція є невід'ємною ланкою процесу здійснення впливу адресанта на адресата за допомогою тексту і у структурі мовної особистості належить до прагматичного рівня, поряд із авторськими цілями, мотивами, інтересами й настановами. З виникненням та розвитком теорії мовленнєвих актів, у межах якої вперше була розглянута інтенціональність мовленнєвої поведінки, а термін "мовленнєва інтенція", запозичений з філософії, здобув лінгвістичну значущість, проблема вивчення цього феномену не втрачає своєї актуальності. Досліджуються засоби мовного втілення різноманітних інтенціональних станів у системі природних і штучних мов (І.М. Кобозева, Н.І. Формановська, S.M. Delaney, R.W. Gibbs, E.A. Hinkelman, K.M. Jaszczolt, M.O. Taillard D.R. Traum та ін.). Зокрема, у руслі теорії мовленнєвих актів актуальним залишається опис мовленнєвої діяльності з конкретним інтенціональним навантаженням, реконструкція основних моделей мовленнєвої взаємодії (Н.Д. Арутюнова, Л.Р. Безугла, В.В. Богданов, О.В. Падучева, Г.Г. Почепцов, О.А. Романов, Н.І. Формановська та ін.). У мовознавстві зазвичай уживаються терміни «комунікативна інтенція», «комунікативний намір», «ціль висловлювання комунікантів». За визначенням Ф.С. Бацевича, комунікативна інтенція – це "осмислений чи інтуїтивний намір адресанта, який визначає внутрішню програму мовлення і спосіб її втілення" [1, с. 116].

ЛІНГВІСТИКА. Випуск XXII

202

Спосіб втілення внутрішньої програми мовлення зумовнює стратегії й тактики мовця задля оптимізації мовленнєвого впливу на адресата. У такий спосіб смисл повідомлення розглядається через призму сприйняття (пор. думку Т. ван Дейка: "Коли ми вимовляємо речення..., наша мета полягає у тому, щоб слухач зрозумів не тільки що ми йому говоримо, а також і чому ми це говоримо" [4, с. 292]). Сучасне розуміння інтенції передбачає акцентування її когнітивної природи – вона розглядається "як психічний стан і когнітивний конструкт, що визначається мотивом і метою, як задум мовця, що має вольову установку" [8, с. 190]. Інтенція відіграє важливу роль у когнітивному сценарії реалізації мовленнєвих актів, впливаючи на добір мовних засобів для формування висловлення [9]. Проте, спостерігаються істотні коливання в тлумаченні інтенції лінгвістами. Приміром, М.М. Бахтін надавав категорії інтенціональності вужчого значення, окреслюючи орієнтацію слова на позамовні предмети або на інше слово, що сприймається як об'єкт [2, с. 164]. Поняття інтенції звужується також у діяльнісному плані. У розумінні А.Д.

Олійник, інтенція – це намір мовця повідомити певну інформацію реципієнтові та спонукати його виконати певну дію – найчастіше в інтересах самого відправника, рідше – в інтересах одержувача [8, с. 39]. Як зазначає О.Г. Почепцов, "інтенцію можна розглядати як різновид бажання, а саме як бажання, для реалізації котрого особа вдаватиметься до певних кроків. У тому разі, якщо інтенція належить мовцеві, дії, спрямовані на реалізацію інтенції, включають продукування мови або зводяться до цього процесу" [9, с. 74]. Як бачимо, інтенція у цих тлумаченнях звужується до наміру мовця повідомити або спонукати адресата до дії на ґрунті власного бажання. У такому разі неінтенціональними слід було б вважати такі мовленнєві дії, як обіцянка, докор, комплімент, висловлювання захвату, подиву, гніву та інших емоцій. Однак, інтенціональна природа цих дій є очевидною з погляду на їхню цілеспрямованість, соціальний характер та певний ступінь усвідомленості. Головна проблема дослідження інтенцій полягає в складності й унікальності самого явища. Віддзеркалюючи внутрішній світ людини і являючи собою певні ментальні психічні стани, комунікативні інтенції є дуже нечіткими, що ускладнює їх дослідження. Крім того, висловлення в мовленні завжди зазнають впливу екстралінгвістичних факторів. О.А. Лапшова зазначає, що "адресати інтерпретують зміст текстів, виходячи з власних установок, життєвого досвіду, впливу попередніх текстів, тому реакція аудиторії досить часто буває неочікуваною, непередбачуваною для автора" [5, с. 242]. З виникненням та розвитком теорії мовленнєвих актів, у межах якої вперше була розглянута інтенціональність мовленнєвої поведінки, а термін "мовленнєва інтенція", запозичений з філософії, здобув лінгвістичну значущість, проблема вивчення цього феномену не втрачає своєї актуальності. Досліджуються засоби мовного втілення різноманітних інтенціональних станів у системі природних і штучних мов (І.М. Кобозєва, Н.І. Формановська, S.M. Delaney, R.W. Gibbs, E.A. Hinkelman, K.M. Jaszczolt, M.O. Taillard D.R. Traum та ін.). Зокрема, у руслі теорії мовленнєвих актів актуальним залишається опис мовленнєвої діяльності з конкретним інтенціональним навантаженням, реконструкція основних моделей мовленнєвої взаємодії (Н.Д. Арутюнова, Л.Р. Безугла, В.В. Богданов, О.В. Падучєва, Г.Г. Почепцов, О.А. Романов, Н.І. Формановська та ін.). Сучасне розуміння інтенції передбачає акцентування її когнітивної природи – вона розглядається як психічний стан і когнітивний конструкт, що визначається мотивом і метою, як задум мовця на ґрунті вольової установки, який знаходить відображення у висловленнях, які становлять створюваний автором текст. Вирішальним для лінгвістики у філософсько-когнітивістському розумінні інтенціональності є те, що вона означає властивість як свідомості, так і мови. Мова віддзеркалює комунікативні інтенції мовців, тому створений художній текст не може не давати уявлення про інтенції його автора.

Розділ V. Когнітивні аспекти лінгвістичних досліджень

З огляду на вищезазначене, комунікативну інтенцію визначаємо як різновид ментальної репрезентації комуніканта, яка полягає в його намірі донести до адресата за допомогою природної мови певну спрямованість своєї свідомості на положення речей зовнішнього світу і завдяки цьому вплинути на нього. Для встановлення інтенції будь-якого мовленнєвого акту, слід вдаватися до аналізу контексту та ситуації в сукупності когнітивних, біо-соціальних, психологічних, комунікативних та лінгвістичних чинників – до методу інтен-аналізу. Під час інтен-аналізу тексту

приймається до уваги його якісне наповнення, тобто не те, про що каже автор (пор. контент-аналіз), а те, що він намагається донести. У такий спосіб інтен-аналіз (або інтенціональний аналіз) дає змогу реконструювати авторські інтенції на основі прозового тексту. Художній текст є посланням автора своєму потенційному читачеві, тому завдання читача полягає в адекватній інтерпретації тексту, що пов'язано з виявленням прихованої мети автора. Аспекти художнього тексту, що визначають авторську позицію, його мету, інтенції, досліджуються у прагматичному вимірі, із застосуванням методик і процедур лінгвопрагматичного аналізу. Прагматика художнього слова неодноразово поставала предметом дослідження у працях сучасних лінгвістів (Е.М. Меднікова, Е.С. Азнаурова, С.В. Нікіфорова та ін.). Інтенція виражає відношення автора до зображуваних подій та фактів у плані оцінки їх вірогідності, бажаності. Вона онтологічно властива тексту, оскільки він є результатом суб'єктивного авторського осмислення дійсності та відбиває не просто світ, а світ, побачений очима автора. При створенні художнього світу автор відбирає з багатьох ознак, властивих тому чи іншому явищу чи предмету, ті, які найбільш відповідають власному авторському світосприйняттю. Отже, інтенція визначається не тільки і не стільки наявністю спеціальних слів, скільки відбором характеристик, репрезентуючих представлені в тексті об'єкти, та відбором самих об'єктів розповіді, репрезентуючих навколишній світ автора. Інтенція починається ще до створення тексту: з першого акту – авторського вибору теми та проблеми твору [3, с. 169]. З інтенцією тісно взаємодіє прагматична спрямованість тексту, тобто спрямованість автора на рішення конкретної мовленнєвої задачі (спонукання адресата до дії, запиту необхідної інформації) [3, с. 179]. Тексти всіх жанрів розраховані на відповідну дію адресата, на перлокутивний (той, що настає після іллокуції – мовленнєвого акту) ефект. Така дія може бути зовнішньо вираженим вчинком, відповідною мовленнєвою дією або вербально не вираженою "дією души", тобто зміною у думках, почуттях, і світосприйнятті. Саме на це націлена художня література, і прагматична спрямованість тексту виявляється через таку організацію усіх елементів текстової системи, яка оптимально забезпечує залучання читача на бік автора, переконує його у справедливості авторського задуму. Установка на читача є загально текстовою категорією, оскільки будь-який текст завжди орієнтований на певну групу читачів, особливості якої можуть бути обумовлені віковими, соціальними, національними, часовими та іншими параметрами. Слідом за Серлем та Л.Р. Безуглою ми розмежовуємо репрезентаційну та комунікативну інтенцію. Підставою для цього виступає можливість репрезентації стану речей поза комунікацією. Комунікативний акт у тому й полягає, що адресант дає зрозуміти адресатові свою репрезентаційну інтенцію, тобто комунікативна інтенція є інтенцією, призначеною для розпізнавання [3; 12]. Таке трактування комунікативної інтенції знаходимо у багатьох зарубіжних прагмалінгвістів (Motsch, Recanati). В. Левелт характеризує інтенцію як «мати будь-якого мовленнєвого акту» (Levelt). Існує також розмежування інформативної інтенції, яка полягає в намірі проінформувати слухача про стан речей, і комунікативної інтенції, яка полягає в намірі проінформувати слухача про свою інформативну інтенцію (Sperber, Wilson). На погляд Л.Р. Безуглої, розмежування репрезентаційної та комунікативної інтенції співвідноситься з основними функціями мови: репрезентаційна інтенція як «нагромадження

інформації для власних потреб або для підтримки когнітивних операцій індивіда» [3, с. 168] відповідає когнітивній функції, а комунікативна інтенція корелює з комунікативною функцією – застосуванням мови в комунікативних цілях. Комунікативна інтенція відіграє провідну роль в експлікації понять 'значення'/'смысл'. На думку Серля, мовленнєві акти мають смисл тому, що вони є інтенціональними: жест, графічний знак тільки тоді набуває смислу, коли за ним стоїть вираження комунікативної інтенції. Якщо хтось «сприймає певний звук або знак на папері як прояв мовного спілкування (як повідомлення), то один з чинників, які спричиняють таке його сприйняття, полягає в тому, що він повинен розглядати цей звук або знак як результат діяльності особи, яка має певні наміри» [12, р. 37]. Ф. Лідтке називає мовленнєвий акт «моделлю інтенцій, які передають значення»: «виробництво фонетичних або графічних одиниць стає значущим висловленням через те, що воно переймає умови здійснення відповідних психічних станів» [3, с. 173]. Останнім часом з'явилася точка зору, відповідно до якої в акті вербальної взаємодії розмежовуються три різновиди комунікативної інтенції – інтенція адресанта, інтенція адресата та колективна інтенція адресанта й адресата (Kober, Searle). Інтенція адресанта полягає в намірі комунікувати із адресатом за допомогою висловлення, інтенція адресата – у намірі комунікувати з адресантом, сприймаючи його висловлення, а колективна інтенція адресанта й адресата – у їх намірі комунікувати один з одним за допомогою координативних і кооперативних дій у дискурсі [3, с. 175]. Дійсно, комунікативна інтенція адресанта може виникнути тільки за умови існування адресата, тобто щоб адресант мав намір донести свою репрезентаційну інтенцію до певного комуніканта, необхідною умовою є наявність цього комуніканта, а необхідною і достатньою умовою є наявність у цього комуніканта власної комунікативної інтенції; інтенції адресанта й адресата взаємодіють і становлять колективну інтенцію, яка зумовлює будь-яке успішне мовленнєве спілкування. Виділення в художньому тексті комунікації двох видів – вертикальної (комунікації між автором і читачем) і горизонтальної (комунікації між персонажами) зумовлює розмежування двох видів інтенцій художнього тексту – авторських інтенцій та інтенцій персонажів, які моделюються автором для цілей вертикальної комунікації. Оскільки вертикальна комунікація визнається первинною, то й авторські інтенції є головними й визначальними, а інтенції персонажів підпорядковані їм, будучи штучно створеними автором для реалізації своїх інтенцій у художньому тексті. Взаємозв'язок та взаємовплив вертикальних і горизонтальних інтенцій знаходить прояв у комплексі художніх засобів і прийомів, серед яких концепт, художня деталь, висування, концептуальна метафора, алюзія. Таким чином, авторська інтенція – це той чинник, який обумовлює добір мовних одиниць, що реалізуються у тексті як одиниці художньої комунікації. Інтенціональність поєднує значення й окремі смислові компоненти та лежить в основі породження смислу окремих висловлень і активації прихованих смислів.

ЛІТЕРАТУРА 1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. – К.: Академія, 2004. – 342 с. 2. Бахтин М. М. Проблемы речевых жанров / Бахтин М. М. // Собрание сочинений: В 7 т. – М.: Русские словари, 1997. – Т. 5 – С. 159-206. 3. Безугла Л. Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі: Монографія – Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2007. – 332 с. 4. Дейк т. В. Вопросы прагматики текста / Т. Ванн Дейк // Новое в зарубежной лингвистике. Вып.

8. Лингвистика текста. – М.: Прогресс, 1978. – С. 259-336. 5. Лапшова О. А. Психологическое содержание текста и его оценивание / Лапшова О. А. // Психология высших когнитивных процессов. Антология. Серия: Труды института психологии РАН / Под ред. Т. Н. Ушаковой, Н. И. Чуприковой – М.: Институт психологии РАН, 2004. – 304 с. – С. 236-249.

Розділ V. Когнітивні аспекти лінгвістичних досліджень

205

6. Медников Э. М. Прагматический аспект текста / Э. М. Медников // Лингвистика текста: м-лы научной конференции. – Ч. 1. – М.: МТПИИЯ им. М. Тореца, 1974. – С. 190-192. 7. Никифоров С. В. Возможные прагматические характеристики письменного текста / С. В. Никифоров // Тексты: структура и анализ: сб. науч. тр. – М.: [б.и.], 1989. – С. 97-106 8. Олійник А. Д. Етапи комунікативного акту як категорії прагмалінгвістики / А. Д. Олійник // Матеріали VI міжнародної наукової практичної конференції «Основні проблеми сучасної науки. – 2010». – Том 19. Фил. Науки, – София: «Бел ГРАД-БГ» ООД, 2010. – С. 37-40. 9. Почепцов О. Т. Основы прагматического описания предложения: Дисс. ... д-ра филол. наук 10.02.04, 10.02.19 / Киевский государственный университет им. Т. Г. Шевченко. – К., 1989. – 390 с. 10. Формановская Н. И. Эмоции, чувства, интенции, экспрессия в языковом выражении // Эмоции в языке и речи, – М.: Издательство РГТУ, 2005. – С. 106-116. 11. BuЯmann H. Lexikon der Sprachwissenschaft / H. BuЯmann. – Stuttgart : Krцner, 2002. – 783 S. 12. Searle J. R. Collective intentions and actions/John Searle. Consciousness and Language. – Cambridge: Cambridge Univer.Press, 2002 a. – P. 90-105.