

Гришечко О.С.

*Южный Федеральный Университет,
г. Ростов-на-Дону, Россия*

МОДЕЛИ КОММУНИКАТИВНЫХ ИНТЕНЦИЙ И ИНТЕНЦИОНАЛЬНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

В статье рассматриваются коммуникативные интенции, представляющие собой элементы планирования, осуществляемого участниками коммуникации в процессе интеракции. Среди коммуникативных интенций выделяются модели, позволяющие наиболее полно описать сущность взаимодействия между говорящим и слушающим, основывающуюся на процессах кодирования, декодирования и планирования.

Ключевые слова: коммуникативная интенция, интенциональное планирование, импликация, теория релевантности, кодирование информации, декодирование информации

The article touches upon communicative intentions that present elements of planning carried out by participants of communication in the process of interaction. Communicative intentions are analyzed in terms of models enabling a more detailed description of essential characteristics of speaker-hearer cooperation that is based upon such phenomena as coding, decoding and planning.

Key words: communicative intention, intentional planning, implicature, relevance theory, information coding, information decoding

Взаимосвязь между мыслями (желаниями, убеждениями и интенциями) и действиями исследовалась философами веками и получала разнообразные интерпретации. Согласно теории М. Братмана [4], получившей эмпирическое подкрепление в когнитивной психологии [9], планы и интенции представляют собой ментальные состояния, развиваемые рационально с целью воплощения желаний. План представляет собой интенцию более высокого уровня. Придерживаясь плана, мы формируем более специфичные интенции, позволяющие нам воплотить план в жизнь, и осуществляем действия, необходимые для достижения каждого интенционального уровня. Такой процесс планирования критически важен для нашего функционирования и как рациональных индивидов, и как социальных субъектов, проецируя наши отношения и убеждения, и позволяя нам координировать наши действия с окружающими [4, с.29].

Развивая теорию релевантности, Д. Спербер и Д. Уилсон [10; 11] исходят из того, что в процесс коммуникации вовлечены два уровня интенций: информационные и кодовые. Информационная интенция говорящего заключается в непосредственном информировании слушающего о чем-либо («Мне нравится это платье»), в то время как кодовая интенция подразумевает кодирование говорящим своего намерения в рамках сообщения, декодируемого в дальнейшем слушающим («Какое красивое платье!»). Очевидно, что наиболее продуктивной моделью коммуникативной интенции является информационная интенция, представляющая собой более прямолинейный способ оформления сообщения по сравнению с высказыванием, оформленным посредством кодирования, так как коррект-

ность декодирования всегда зависит от интерпретации слушающего, могущего распознать альтернативные интенции («она хочет сказать, что находит платье красивым» или «она хочет сказать, что *«Какое красивое платье!»* переводится как *«What a beautiful dress!»*).

С точки зрения производства информации, интенция коммуникации вытекает непосредственно из интенции воплощения информационной интенции, т.е. заставить слушающего поверить во что-либо. С точки зрения извлечения информации, в случае, если слушающий не распознает информационную интенцию говорящего, коммуникация терпит неудачу. Это демонстрирует иерархическую структуру интенций. Интенция поделить энтузиазмом в отношении платья может заключаться в побуждении к его покупке, не исключая интенции передачи собственно одобрения платья. Таким образом, первичная интенция более низкого уровня (одобрение платья) дополняется интенцией более высокого уровня (побуждение к покупке платья). «Глубина» декодирования сообщения и «извлечения» интенций зависит от когнитивных ресурсов, привлекаемых слушателем с целью дешифрации.

Такой взгляд на природу коммуникативных интенций лег в основу их классификации на четыре отдельные модели [6, с. 63].

Первая модель известна как *«кодовая модель»* коммуникации. Данная модель распределяет роли участников (отправитель и получатель) и подразумевает намеренную трансляцию информации или «мысли» [1, с. 34] [2, с.51]. При этом оба участника коммуникации оперируют кодом, основанным на идентичном языковом опыте.

Вторая модель называется *«простой моделью»* коммуникации. В рамках данной модели, каждый пользователь языка обладает личными интенциями, составляющими основу выражения. Каждый отдельный участник общения также имеет индивидуальное мировоззрение, служащее концептуальным фундаментом.

Третья модель получила название *«модели перспективного говорения»*. Пользователи языка осознают интенции и мировоззрение своих адресатов и всегда принимают и интегрируют интенции и мировоззрение адресатов при передаче сообщения. Данная модель, очевидно, акцентирует интерактивную природу диалога, взаимонаправленность «говорящий-слушающий».

Четвертая модель описывается как *«диалогическая модель»*. В такой интерпретации, интенции, определяющие язык взаимодействия, не навязываются одной или обеими сторонами диалога, а избираются совместно, через «договоренность».

Учитывая сложность языков, культур и взаимодействующих индивидов, а также всю разнообразность потребностей, возникающих в разных коммуникативных ситуациях, одна модель не может использоваться универсально.

За рамками информационных и кодовых интенций лежит организованная структура планов и интенций, представляющих собой нечто большее, нежели лишь общий контекст осуществления коммуникации – это движущая сила, направляющая наши интерактивные и коммуникативные действия.

Согласно М. Братману, люди являются планирующими агентами [5, с.42]. Планирование позволяет нам организовать действия во времени и координировать их с действиями других агентов. Планы представляют собой иерархические структуры, элементами которых являют-

ся интенции. Реализуя интенции, говорящий поэтапно выполняет свой план. В этом процессе важную роль играет практическое мышление или анализ средств цели, подразумевающий рассмотрение наиболее продуктивных методов реализации определенных замыслов.

В силу выполняемых ими временных и межличностных координирующих функций, интенции обладают определенными характеристиками, выделяющими их как отдельную категорию ментальных состояний, отличных от желаний и намерений. М. Братман выделяет три такие функции.

1. *Стабильность*. Будучи рациональными агентами с ограниченными когнитивными ресурсами, коммуниканты вырабатывают определенные наборы привычек и установок, позволяющих им максимизировать эффективность процесса практического мышления. Такие установки помогают идентифицировать ситуации, требующие корректировки интенций, а также оценить коммуникативные затраты и выгоды, связанные с такой корректировкой.
2. *Двунаправленность*. Интенции являются одновременно стимулом и результатом практического мышления.
3. *Управление поведением*. Основной целью реализации интенций является стремление говорящего к управлению поведением слушающего [3, с.29].

Основываясь на исследованиях П. Грайс о значении и интенции [8], прагматисты сошлись во мнении, что понимание высказывания сопряжено с распознаванием слушающим интенций говорящего. Для М. Братмана эта важная роль интенций в процессе коммуникации сопряжена с их значимостью в рамках межличностной координации. Очевидно, для координации собственных действий с действиями других участников коммуникации, говорящему необходимо верно передать свои интенции. Другими словами, адресат должен, по крайней мере, распознать поступающую интенцию. Таким образом, собственно процесс коммуникации неразрывно связан с процессом донесения интенций: передача интенций – одновременно средство и цель интеракции.

Коммуникация создает интерфейс, могущий оказать влияние на отношения, установки и интенции обоих участников. Коммуникант, намеревающийся оказать воздействие на интенции слушающего и его будущие действия, использует коммуникативный интерфейс продуктивно. Формируя высказывание, достаточно релевантное для оправдания попыток слушателя распознать сообщение и способное повлиять на его инертную интенциональную структуру, говорящий может изменить интенции и действия слушающего.

Подобные персуазивные тактики становятся основой для создания распознаваемых аргументативных моделей. В то время как для адресанта успех коммуникации зависит от адекватного оформления и использования персуазивных тактик, успешность общения для адресата сопряжена с идентификацией и «отражением» таких тактик посредством рационального анализа сообщения, которое ассоциируется, помимо прочего, с оценкой контекста, позволяющего осуществлять фильтрацию небуквальных значений. Так, произнося «Вы хотите кофе?», говорящий не передает буквальное «Я хочу знать, испытываете ли Вы в данный момент желание выпить кофе», но выражает имплицитное «Если Вы хоте-

ли бы выпить кофе, я приготовлю его Вам». Или, если говорящий произносит «Выключи свет» в контексте, где он очень устал и лег в постель, слушающий может распознать интенцию говорящего поспать. Таким образом, прагматический анализ предоставляет коммуникантам больше информации, нежели семантическое значение.

В процессе декодирования сообщения, важную роль играет способность различать значение лингвистическое и коммуникативное. П. Грайс описывает двойственную природу высказывания как «Что сказано» (условия истинности высказывания) и «Что имплицированно» (коммуникативная интенция) [7, с.17].

Х: *«Вы хотите поиграть в гольф?»*

У: *«У меня болит голова».*

Экспликатура: *«В данный момент У страдает головной болью и не может играть в гольф».*

Импликатура: *«У не будет играть в гольф».*

«Что сказано» – у У болит голова, «Что имплицированно» – У не может играть в гольф; его интенция – отдохнуть. Экспликатура является частью высказывания, в то время как импликатура выводится умозаключением. Сторонники теории релевантности различают Говорение и Импликацию. В основе Говорения лежат не условия истинности высказывания, а эксплицитное содержание. Говорение зависит от когнитивной информации и занимает место между лингвистическим значением и когнитивной информацией. Экспликации состоят из казуальных и темпоральных условий, импликация – из имплицированных посылок и выводов.

Таким образом, важная роль интенций объясняется самой природой коммуникации, отличающейся неоднозначностью. Распознавание интенций и планов собеседника позволяет выделить иллокуцию и усовершенствовать процесс интеракции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кибрик А.Е. Моделирование языковой деятельности в интеллектуальных системах. М.: Наука, 1987.
2. Почецов Г.Г. О коммуникативной типологии адресата // Речевые акты в лингвистике и методике. Пятигорск, 1986.
3. Bratman M. Davidson's Theory of Intention. Cambridge University Press, Cambridge, 1985.
4. Bratman M. Intention, Plans, and Practical Reasoning. Harvard University Press, Cambridge, 1987.
5. Bratman, M. Faces of Intention: Selected Essays on Intention and Agency. Cambridge University Press, Cambridge, 1999.
6. Gibbs R.W. Intentions in the Experience of Meaning. Cambridge University Press, Cambridge, UK, 1999.

7. *Grice P.* Studies in the Way of Word. Harvard University Press, 1989.
8. *Grice P.* Utterer's Meaning and Intentions // *Philosophical Review* 7, 1969.
9. *Malle B.F. Moses L.J. & Baldwin D.A.* Intentions and Intentionality, Foundations of Social Cognition. MIT Press, Cambridge, 2001.
10. *Sperber D. & Wilson D.* Relevance, Communication and Cognition. Blackwell, Oxford, 1986.
11. *Sperber D. & Wilson D.* Relevance, Communication and Cognition (2nd ed.). Blackwell, Oxford, 1995.
12. *Sperber D. & Wilson D.* Pragmatics, Modularity and Mind-reading // *Mind and Language*, 17(1&2), 2002.