

# Beszélői intenciók a megnyilatkozásszinten túl: a referenciális intenció esete

Bódog Alexa  
Debreceni Egyetem  
Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék  
alexab at unideb.hu

2014. május 15.

A beszélői intenciók a pragmatikai magyarázatok fontos részét képezik, például az alábbi területeken:

- a beszélői jelentések konstruálásában és interpretálásában
- a sikeres kommunikatív nyelvhasználat feltételeinek meghatározásában
- a kontextus determinálását és fixálását érintő problémák kezelésében
- a kommunikatív/pragmatikai képességek kognitív hátterének föltárásában

Ezek a magyarázatok nagyjából három intenció-felfogáshoz köthetők, amelyek egyébként jól reprezentálnak különböző pragmatikaszemléleteket (és nyelvsemleleteket) is

- 1 az intenció fogalma **epifenomén**: az intencióalapú magyarázatok mesterséges analitikus eszközök, nem feltétlenül tükröznek pszichológiai valóságot (Grice /néhol/, Gauker-féle kontextualizmus, ...)
- 2 az intenciók **egyéni pszichológiai** sajátosságként értelmezhetők (Bach, Schiffer, poszt-grice-i pragmatika, Åkerman-féle intencionalizmus ...)
- 3 az intenciók a nyelvhasználat **szociokulturális sajátosságaiként** értelmezhetők (Brandom, Haugh, ...)

Noha a pragmatikában az elfogadott nézet az individuális pszichológiai aspektusokra koncentrál (2. nézet), az utóbbi 10-15 évben egyre gyakrabban jelennek meg a szociokulturális mozzanatokat hangsúlyozó tanulmányok is

- Searle: "we-intentions"
- Kecskés: "emergent intentions"
- Haugh: "deontologically characterized intentions"

Haugh és Jaszczolt (2012) amellett érvel, hogy a beszélői intenciókat kezeljük **külön** a megnyilatkozások és a társalgások szintjén:

- egyrészt azért, mert az intenciók mibenlétéről való gondolkodás erős proliferáción megy keresztül jelenleg is (módszertani érv)
- másrészt azért, mert a beszélői intenciók eltérő tulajdonságai kerülnek felszínre abban az esetben, ha eltérő pragmatikai alapegységeken vizsgáljuk őket (elméleti érv)

Bár Haugh és Jaszczolt elméleti érve mögötti intuíció plauzibilis (vagyis hogy az intenciók eltérő "arcukat" mutatják a nyelvhasználat különböző szintjein), ez nem teszi kevésbé elfogadhatóvá az intenciók egymásba ágyazottságának, ill. egymásra épülésének klasszikus austini intuícióját:

*"Consider that in general when one acts intentionally, one has a set of nested intentions. For instance, having arrived home without your keys, one might move your finger in a certain way with the intention not just of moving your finger in that way but with the further intentions of pushing a certain button, ringing the doorbell, arousing your spouse, ..., and ultimately getting into your house. The single bodily movement involved in moving your finger comprises a multiplicity of actions, each corresponding to a different one of the nested intentions."* (Bach 2003a)

Előadásom célja állást foglalni amellett, hogy a beszélői intenciókról való pragmatikai gondolkodásban az intenciók nyelvhasználati szintenként való szeparált elemzését nem indokolhatják elméleti érvek, mivel

- sok buktatója lehet annak, ha az egyes nyelvhasználati formákra vonatkoztatva külön-külön definiálunk különböző intenciókat
- másrésztől figyelmen kívül hagyjuk az intenciók egymásba ágyazottságának, ill. egymásra épülésének intuícióját (amit persze megtehetünk, de ennek az intuíciónak a figyelmen kívül hagyása magyarázati űrhöz vezethet)

Előadásomban nem vállalkozhatok arra, hogy a fenti két érvet részletesen bemutassam, így célomat egyetlen példa elemzésével kívánom megvalósítani, a beszélői intenciók egy speciális fajtájának, a referenciális intencióknak a fölhasználásával

A reklámot idén januárban mutatták be a Super Bowl döntőn (nem svéd és nem hagyományos focirajongó közönségnek)

Svédországon kívül nem sugározzák, viszont az interneten nagy nemzetközi rajongói bázisa van, noha "I Have No Clue What Is Happening In This Zlatan Ibrahimović Volvo Commercial, But I Love It"

Valójában nem a nyelvi korlátok okozzák a reklám meg nem értettségét: a nézőnek például rendkívül sok kontextuális háttérismeretre van szüksége ahhoz, hogy képes legyen mélyebb interpretációt megfogalmazni a reklámmal kapcsolatban

- ezt a mélyebb interpretációt pedig igényelné a tudatos néző, mivel a reklámban maga a Volvo alig látható, valamint a vásárlására ösztönző érvek sem hangzanak el (sőt, az autó tulajdonságairól sem tudunk meg semmit): akkor mi a reklám szándékolt jelentése?

Hipotézisem szerint nemcsak a kontextuális háttérinformációk hiánya okozza a reklám meg nem értettségét, hanem a reklámszövegben megjelenő referenciális intenciók tárgyának szándékolt lehorgonyzatlansága is.

A referenciális intenció a beszélőnek az a szándéka, amellyel kijelöli az általa használt indexikus kifejezések megfelelő referenciáját

- Bach (2006) szerint ez a kommunikatív szándék részét képezi ("one-intention argument")
- Haugh (2013) szerint a beszélői szándék valójában morális elköteleződés a kommunikált tartalmak mögötti propozíciók igazságára vonatkozóan, a referenciális szándék pedig valamilyen beszélői szándék → a referenciális szándék megmutatásával elkötelezem magam a biztos referenciák mellett (megj.: Haugh egyszerre tekinti deskriptív és normatív jellegűnek a beszélői szándék eme elképzelését, valamint a fregei /és austini/ igazság melletti elköteleződés fölfogására épít)



A "du" és a "jag" referenciája a reklámban folyamatosan változik

- a "du" vonatkozhat a nézőre, Svédországra, Zlatanra, Zlatan családjára és a Volvora
- a "jag" vonatkozhat Zlatanra és a Volvora
- semmi sem ad támpotot arra vonatkozóan, hogy az adott szöveghelyen kire is vonatkoznak a névmások, de erre nincs is szükség, ugyanis Zlatan és a Volvo egymás analogonjainak tekinthetők (vö. a reklám vizuális retorikájával)

Vagyis: nyilvánvalóan jelen van a készítők részéről a referenciális intenció, ám ennek az intenciónak sem a tárgya, sem a tartalma nem biztos, amennyiben a reklám egészét tekintjük, viszont a megnyilatkozások szintjén ez a bizonytalanság nincs jelen.

A reklám vizuális retorikája azt az interpretálási lehetőséget támogatja, mely szerint a néző globális, a reklám végén kicsúcsosodó referenciális bizonytalanságban tartása szándékolt (a német - vágott - verzióban ez még nyilvánvalóbban van jelen)

Vagyis:

- Ugyanaz a referenciális intenció felelős a megnyilatkozásszintű biztosságért és a globális bizonytalanságért.
- Nem beszélhetünk arról, hogy a megnyilatkozásszinten érvényesülne a Haugh-féle értelemben vett morális elköteleződés, globálisan pedig nem.
- De az a Bach-féle érv sem alkalmazható maradéktalanul, mely egyetlen intencióként kezeli a referenciális és a kommunikatív intenciót: hiszen pont az a kommunikatív intenció, hogy a referenciátlan a referenciális intenció

Mi következik ebből?

- Vannak olyan nyelvhasználati formák, ahol a megnyilatkozásszintű, illetve azon túli intenciók egymáshoz való viszonya rendkívül összetett.
- Mivel Haugh és Jaszczolt (2012) elméleti érve az intenciók szeparált kezelése mellett azt eredményezné, hogy az egyes nyelvhasználati formák mögé saját intenció-fölfogásokat helyezünk, ezért ezen intenciók egymáshoz való viszonyait is nyelvhasználati formánként kellene elemezni.

Köszönöm a figyelmet!