

Teoria relewancji Sperbera i Wilson. Nowe modele komunikacyjne

Anna Kozłowska

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego

- 1 Teoria relewancji – ogólna teoria poznania i komunikacji
- 2 Relewancja a poznanie
- 3 Relewancja a komunikacja
- 4 Relewancja a rozumienie

Twórcy teorii relewancji



Dan Sperber



Deirdre Wilson

Relevance. Communication and Cognition, 1986

Specyfika teorii relewancji

Związek teorii relewancji z teorią poznania.

INFERENCYJNY MODEL KOMUNIKACJI (wprowadzony przez Grice'a jako alternatywny wobec MODELU KODOWEGO) – wyrażanie i rozpoznawanie intencji nadawcy jako podstawowy problem komunikacyjny.

Kodowy a inferencyjny model komunikacji

PRZYKŁAD KOMUNIKOWANIA KODOWEGO: *Maria przyszła za wcześnie.*

PRZYKŁAD KOMUNIKOWANIA INFERENCYJNEGO: *Maria musiała czekać, aż wszystko będzie gotowe, a przecież zaczęliśmy jak zwykle.*

Założenia i terminy

1. Komunikacja językowa jako jeden z wielu rodzajów komunikacji.
2. OTOCZENIE POZNAWCZE jednostki – zbiór JAWNYCH dla niej FAKTÓW i ZAŁOŻEŃ (tj. takich, które może ona przedstawić sobie i przyjąć to przedstawienie jako prawdziwe lub prawdopodobnie prawdziwe).
3. BODZIEC POZNAWCZY jest relewantny wtedy, kiedy daje pozytywny efekt kognitywny, a przynajmniej efekt większy niż inne dostępne bodźce, przy możliwie niewielkim WYSIŁKU POZNAWCZYM.

Relewanca informacji – przykład D. Sperbera

Maria, która jest uczulona na kurczaka, prosi o informację na temat menu przyjęcia.

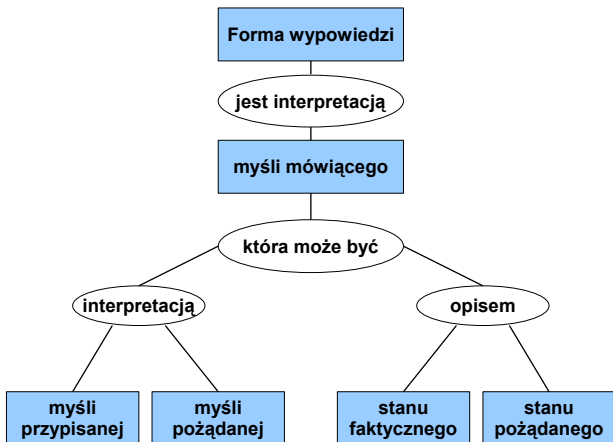
- 1 ODPOWIEDŹ 1.: *Podajemy mięso.*
- 2 ODPOWIEDŹ 2.: *Podajemy kurczaka.*
- 3 ODPOWIEDŹ 3.: *Albo podajemy kurczaka, albo 72–26 nie równa się 46.*

Odpowiedź 2. jest bardziej relewantna niż 1. i 3.

Pierwsza (poznawcza) zasada relewancji

Ludzkie poznanie jest ukierunkowane na maksymalizację relewancji (zwiększenie efektu kognitywnego przy jednoczesnym zmniejszeniu wysiłku poznawczego).

Model komunikacji



Poziomy znaczenia w komunikacie

1. Znaczenie kodowe.
2. Znaczenie typu wypowiedzi.
3. Znaczenie nadane przez mówiącego (intencja).

PRZYKŁAD 1.: – *Gdzie jest Jan? – Niektórzy goście już wyszli.*

PRZYKŁAD 2.: – *Czy mogliby Państwo nie rozmawiać?*

Komunikacja inferencyjna jako ujawnianie intencji komunikacyjnej

Porozumiewanie się jako stworzenie bodźca, którego celem jest poinformowanie słuchaczy o czymś (INTENCJA INFORMACYJNA) oraz poinformowanie słuchaczy o intencji informacyjnej mówiącego (INTENCJA KOMUNIKACYJNA).

X mówi do Y-a: 'p';

X, mówiąc 'p', ma na myśli 'q';

X, mówiąc 'p', ujawnia swoje intencje zakomunikowania 'q'.

Zachowanie ujawniające

ZACHOWANIE UJAWNIAJĄCE (dzięki któremu widoczna staje się intencja, aby coś uczynić jawnym) jako gwarancja istotności.

Druga (komunikacyjna) zasada relewancji

Każde zachowanie ujawniające zawiera założenie co do swej relewancji.

Domniemanie optymalnej istotności:

- 1 Zbiór założeń, które informator ma zamiar ujawnić, jest wystarczająco istotny, aby słuchaczom opłacało się przetworzyć bodziec ujawniający.
- 2 Bodziec ujawniający jest bodźcem najbardziej istotnym spośród wszystkich, które informator mógł wybrać w celu zakomunikowania zbioru założeń.

Cel komunikacyjny

Głównym celem odbiorcy jest skonstruowanie takiej hipotezy dotyczącej znaczenia zamierzonego przez nadawcę, która zaspokoi jego wymaganie relewancji.

Głównym celem nadawcy jest zmiana czy modyfikacja reprezentacji świata w umyśle odbiorcy.

Rozumienie w teorii relewancji

Założenia odbiorcy:

- nadawca miał intencję informowania,
- komunikowana informacja jest dla odbiorcy relewantna.

Zdeszyfrowanie ostensywnego (wskazującego na intencję zakomunikowania) zachowania nadawcy jako dowodu intencji komunikowania.

Następnym krokiem w procesie rozumienia staje się interpretacja celu informacyjnego wypowiedzi.

Maksyma rozumienia

Podążaj drogą najmniejszego wysiłku w osiągnięciu efektów poznawczych. Sprawdzaj hipotezy interpretacyjne w takiej kolejności, w jakiej jawią ci się jako dostępne. Zatrzymaj się w momencie uzyskania pożądanego stopnia relewancji.

Teoria relewancji a teoria Grice'a

PRZYKŁAD: – *Czy Jan zwrócił ci pieniądze? – Zapomniał pójść do banku.*

INTERPRETACJA GRICE'A:

Założenie: partnerzy komunikacji stosują się do zasady kooperacji. Odpowiadający jawnie i ostentacyjnie narusza maksymę stosowności (*mów na temat*) → pytający wnioskuje, że odpowiadający chciał coś przekazać nie wprost → implikatura 'Jan nie zwrócił pieniędzy'.

TEORIA RELEWANCJI:

Założenia komunikacyjne: nadawca ma intencję komunikowania, a jego odpowiedź będzie relewantna dla pytającego. Rozumowanie odbiorcy: To, że ktoś zapomniał pójść do banku, może spowodować, że nie jest on w stanie zwrócić komuś pieniędzy. Jan zapomniał pójść do banku. → Jan nie mógł zwrócić pieniędzy.

Inne przykłady

PRZYKŁAD 1.: – *Chcesz jeszcze kawy?* – *Po kawie nie mogę spać.*

PRZYKŁAD 2.: – *Która godzina?* – *Słońce jest jeszcze wysoko.*

Kontekst (zbiór założeń) jako element poszukiwany w procesie komunikacji

Zakładamy, że nowe założenie jest istotne, i wybieramy taki kontekst, który jeszcze spotęguje jego istotność.

PRZYKŁAD 1.: – *Co tam u Jana? – Na razie jeszcze nie siedzi.*

PRZYKŁAD 2.: – *Myślisz, że Kowalski nie stchórzy? – O, Kowalski to niezły zawodnik!*

Sposoby rozumienia *relewancji*

1. Relewancja jako cecha bodźca poznawczego.
2. Relewancja jako cecha zachowania ujawniającego.
3. Relewancja jako cecha informacji.
4. Relewancja jako cecha kontekstu (zbioru założeń).

Dziękuję za uwagę :)

Temat następnego wykładu:
TEKST JAKO OBIEKT ZAINTERESOWAŃ LINGWISTYKI.
GATUNKOWE WZORCE WYPOWIEDZI.
Zapraszam!