

O besedilu z vidika informativnosti¹

*Mira Krajnc Ivič**

Izvleček

Vidike opazovanja besedila predstavljajo merila besedilnosti. V prispevku je pozornost namenjena informativnosti kot merilu, ki je povezano z vsebino oz. informacijsko vrednostjo besedila. Ta je odvisna od deleža novih informacij v primerjavi z znanimi/danimi. To subjektivno razmerje določa informacijsko vrednost besedila, ki je odvisna od tvorčevih predvidevanj o količini in vrsti predvidljive danosti, zavestne danosti oz. skupnega védenja z naslovnikom. Tvorec informacijo v besedilo predstavi kot svežo, novo prirazumljeno, širše kontekstno priklicano, širše sobesedilno priklicano ali sobesedilno priklicano. Tovrstna hierarhija danosti je skupaj s členitvijo po aktualnosti pomemben kontekstualizacijski namig naslovniku o vrednosti informacije v besedilu in o besedilni temi.

Ključne besede: besedilo, diskurz, merila besedilnosti, informativnost, hierarhija danosti

Abstract – About Text from Informativity Point of View

Aspects of observing a text represent criteria of textuality. The article focuses on informativity as a criterion related to the content or information value of the text. The information value of the text depends on the ratio between new information and known/given information. This distinctly subjective relationship determines the information value of

* Univerza v Mariboru, Filozofska fakulteta, mira.krajnc@um.si.

1 Prispevek je nastal v okviru Raziskovalnega programa št. P6-0156 (*Slovensko jezikoslovje, književnost in poučevanje slovenščine* – vodja programa prof. dr. Marko Jesenšek), ki ga sofinancira Javna agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije iz državnega proračuna.

the text, which depends on the addresser's success in assuming and predicting the amount and type of givenness predictability, consciousness, or shared knowledge with the addressee. The addresser presents information in the text: as brand-new, as new inferred, as evoked context, as evoked displaced, or as evoked current. Such hierarchy of givenness, along with the information structure, is a crucial contextualization cue to the addressee about the value of information in the text and its theme.

Keywords: text, discourse, criteria of textuality, informativity, hierarchy of givenness

1 Uvod

Za razumevanje besedila ne zadostuje ugotovitev, da so nekateri besedilno-skladenjski pojavi, npr. t. i. prosti besedni red in z njim povezana členitev po aktualnosti kot eden od izvirov pričakovanj na osnovi, katerih udeleženca jezikovnokomunikacijske interakcije oblikujeta informativnost besedila, premalo raziskani. Ampak je raziskovalno pozornost treba nameniti razmerjem med v besedilu izraženimi mislimi, kot jih omogoča jezik, in vrsto danosti, ki jo k besedilu z vidika udeležencev prispeva nejezikovni kontekst. Informativnost je pri nas obravnavana le kot tisto merilo besedilnosti, ki besedilu določa stopnjo novosti ali nepričakovanosti za naslovnika. To stopnjo tvorec v besedilu dosega s samo vsebino oz. temo besedila ter drugimi nejezikovnimi in jezikovnimi prvinami besedila, med katere se uvršča tudi členitev po aktualnosti. Vendar informativnost, ki se nanaša zlasti na informacijsko funkcijo besedila, kaže še tvorčevo presojanje količine in vrste danosti. Je subjektivno merilo, ki odloča o uspešnosti tvorčeve strateške zmožnosti predvidevanja stopnje novosti informacije za naslovnika, ne odloča pa o tem, ali je neko zaporedje besedilnih enot besedilo, zato bi informativnost prej kot merilo besedilnosti lahko razumeli kot smernice. Prispevek ponazarja soodvisnost izvorov pričakovanj in vrst danosti. Ta soodvisnost se kaže v tri- oz. petstopenjski hierarhiji danosti in konkretni informacijski vrednosti besedila.

2 Od besedila k diskurzu

2.1 Diskurz je družbena dejavnost ustvarjanja smisla z jezikom in drugimi simbolnimi sistemi v določeni vrsti situacije, v katerih nastajajo različna besedila. Tako razmerje med besedilom in diskurzom razumeta še R. de Beaugrande in W. Dressler (1992: 23), ko trdita, da »/m/ehanizmi, ki povezujejo

besedila (kot posamezne prispevke) v diskurze (kot niz medsebojno relevantnih besedil, usmerjenih drugo k drugemu) opozarjajo na pomembne kriterije besedilnosti«. Enako razmerje med besedilom in diskurzom pozneje opredelita tudi R. Wodak in R. de Cillia (2006: 707). Čeprav je predmet jezikoslovnih raziskav pravzaprav diskurz, ohranjanje termina besedilo omogoča raziskovanje posameznega besedila z vidika meril besedilnosti (de Beaugrande, Dressler 1992: 23).

2.2 Diskurz je torej čezbesedilna struktura (Spitzmüller, Warnke 2011: 33); pri tem termin *struktura* pomeni obstoj relacij med prvini. Diskurz je virtualna besedilna zbirka, korpus z vsebinsko prekrivnostjo, njegovo raziskovanje pa pogojuje raziskovanje jezika kot družbenega pojava. Diskurz je spoj soobstoječih besedil v družbeno realnih interakcijskih oblikah. Koherentnost diskurza ni razvidna le iz strukture in pomenov, ampak se oblikuje skupaj z družbenimi in kulturnimi pomeni ter interpretativnimi pričakovanji. Koherentnost diskurza je dosežena interaktivno. V diskurzu ubeseditveno je oblikovano in interpretirano v lokalnih okoliščinah drugih izrek, hkrati pa posledica globalnih okoliščin, kot so identiteta udeležencev, tvorčeva namera, izbrana diskurzivna strategija, besedilni prototipi oz. ubeseditveni načini, zgradba komunikacijskega stika ter družbeno-kulturna prepričanja in delovanja. Informativnost in informacijska vrednost nekega besedila tako ni odvisna na primer le od rabljenih kohezivnih sredstev, teme, členitve po aktualnosti, ampak ta sredstva naslovnika usmerjajo pri vrednotenju informacije v diskurzu. V njem je ubeseditveno predvsem védenje o tem, kaj neka skupnost in njeni člani priznavajo kot znanje, kultur(n)o itd. Védenje je skladno z evolucijo družbe nekega prostora in časa zasidrano ter prek dogovora na neki način oblikovano, argumentativno doseženo in splošno razširjeno dobro. Gre za kompleksno posredovane zavestne kognitivne vsebine, izpeljane iz posrednih in neposrednih izkušenj, zato je pomembno vprašanje, kdo dostopa do védenja oz. ga producira, regulira, usmerja. Informativnost besedila igra pri tem ključno vlogo. Konkretna, sicer pomembna informacija je recimo v sredstvih javnega obveščanja ali na spletu predstavljena kot manj pomembna ali zanemarljiva. Védenje kot proces dopušča, da se subjekt spremeni in hkrati konstruira objekt. Pri diskurzu je zato pomembno tudi vprašanje (družbene) moči oz. pripadnosti določeni družbeni skupnosti. Ta skupaj z drugimi dejavniki oblikuje tvorčeva predvidevanja o količini in vrsti predvidljive danosti, zavestne danosti oz. skupnega védenja z naslovnikom. To pa pomembno vpliva na informacijsko vrednost besedila znotraj posamezne jezikovnokomunikacijske interakcije.

3 Besedilo in merila besedilnosti

3.1 Besedilo kot komunikacijska pojavitev po R. de Beaugrande in W. Dressler (1992: 12–19) poleg urejevalnih izpolnjuje še konstitutivna merila besedilnosti. Prva komuniciranje urejajo v smislu zmožnosti udeležencev, možne rezultativnosti besedila za doseg cilja in usklajenosti besedila s kontekstom. Konstitutivnih je sedem meril: kohezivnost, koherentnost, namernost, sprejemljivost, informativnost, situacijskost in medbesedilnost. Ta merila so temeljne značilnosti besedilnosti. Besedilo, ki ne zadosti vsem navedenim konstitutivnim merilom, je obravnavano kot nekomunikativno oz. ne-besedilo. Tako stališče je logično. Jezikovna raba pa kaže, da so lahko npr. spontana prosto govornjena praktičnosporazumevalna besedila nekohezivna in na trenutke tudi nekoherentna, saj v teh besedilih slovnična odvisnost in vzajemna pojmovna odvisnost nista vedno jezikovno uresničeni. Kljub temu pa naslovnik na osnovi strateškega prepoznavanja tvorčeve namere (namernost), besedilne vrste (medbesedilnost) in komunikacijskega ozadja (situacijskost) izrečeno sprejme kot besedilo. Pri tem imata pomembno vlogo sprejemljivost in informativnost. Sprejemljivost, ki sicer preučuje odziv, kot naj bi ga dopuščalo določeno besedilo in ki naj bi se predvidoma sprožil v naslovniku, zapostavlja dejanske odzive konkretnega naslovnika. Ta je tisti, ki odloča o tvorčevi uspešnosti pri izbiranju sprejemljivih jezikovnih možnosti glede na kontekst. Če ta kljub nekohezivnosti, pomanjkljivi koherentnosti besedilo sprejme kot dovolj informativno, bo tvorec lahko nadaljeval uresničevanje svoje namere. Sprejemljivost in informativnost se tako pokažeta kot subjektivni merili oz. le kot smernici pri tvorjenju besedila.

3.2 Kohezivnost in koherentnost kot najizrazitejši konstitutivni lastnosti besedila z vidika jezika zagotavljata povezanost posameznih stičnih ali nestičnih besedilnih enot različnega obsega v smiselno večjo enoto. Kot taki pomembno vplivata na informativnost besedila, zlasti na razporeditev in s tem prepoznavanje informacij v besedilu kot svežih, novih prirazumljenih, širše kontekstno priklicanih, širše sobesedilno priklicanih ali sobesedilno priklicanih. Če besedilo opredelimo le kot koherentno celoto jezikovnega komuniciranja (Gansel, Jürgens 2007: 51), je to posledica vključenosti besedila v kontekst, in sicer tudi prek prepoznavnih komunikacijskih funkcij in oblikovane strukture, ki ustvarjajo smisel besedila. Koherentnost je tako enačena s smislom (Schiffirin 1995: 407). In če besedilo razumemo kot sestavljeni jezikovni znak (vidik semiotike – Gansel, Jürgens 2007: 18–23), velja, da se kohezivnost nanaša na izrazno podobo, koherentnost pa na razmerja med vsebinami v besedilu rabljenih znakov.

3.2.1 Merila besedilnosti pravzaprav predstavljajo vidike opazovanja besedila (Spitzmüller, Warnke 2011: 22). J. Spitzmüller in I. Warnke (p. t.) merila besedilnosti, kot jih navajata R. de Beaugrande in W. Dressler (1992), združita in skladno s spremenjenimi informacijsko-komunikacijskimi danostmi dodata novi merili. Kot merila besedilnosti zato navajata materialnost in medijskost,² celostnost, funkcionalnost in intertekstualnost oziroma medbesedilnost.³ Celostnost temelji na integracijski moči komunikacijske naloge, katere sestavine določajo ciljnost in namernost besedila; kaže se v znotrajbesedilnih merilih: v kohezivnosti, koherentnosti in tematskosti. V nasprotju s celostnostjo funkcionalnost vpliva na dokončno oblikovanje smisla besedilnega sporočila in je določena s primarnimi zunajbesedilnimi značilnostmi: družbeno institucionalnostjo, situacijskostjo, namernostjo, sprejemljivostjo in informativnostjo. Zadnja je povezana s predvidevanji, pričakovanji, temo besedila in tvorčevim miselnim oz. sporočanjem tokom. Povezovanje znotraj- oz. zunajbesedilnih meril v enotni merili celostnost oz. funkcionalnost kaže, da je prvo merilo predmet raziskav besedilne slovnice in besedilne semantike, medtem ko je drugo – funkcionalnost – predmet raziskav besedilne pragmatike. Pri celostnosti je pozornost usmerjena na jezik, pri funkcionalnosti na njegovo rabo.

4 Informativnost

Informativnost⁴ kot merilo besedilnosti ali smernica tvorjenja besedila je dosežena interaktivno in jo je treba opazovati z vidika realnih posameznih jezikovnokomunikacijskih interakcij.⁵ Določa informacijsko vrednost besedila glede na delež novih informacij v primerjavi z znanimi/danimi. Kot subjektivno merilo ne odloča o tem, ali bo neko zaporedje stavkov oz. propozicij ali ilokucij besedilo,

2 Pri merilih materialnost in medijskost razlikujemo med elektronskim in klasičnim besedilom ter načini posredovanja besedila naslovniku (internet, radio, televizija, telefon). Ti merili poudarjata besedilo kot multimodalni kulturno-družbeni fenomen.

3 Intertekstualnost je v nadaljevanju prispevka omenjena le kot vir pričakovanj znotraj informativnosti.

4 Povzeto po R. de Beaugrande in W. Dressler (1992), K. von Heusinger (1999), G. Ward in B. J. Birner (2001) ter Ch. Gansel in F. Jürgens (2007).

5 Ker je informativnost subjektivno merilo besedilnosti, je soodvisnost med vrstami danosti ter v besedilu uporabljenimi jezikovnimi in nejezikovnimi prvinami težko opazovati od zunaj, tj. ne da bi opazovalec bil hkrati tudi udeleženec komunikacijskega procesa. V prispevku je to nakazano z jezikovnimi sredstvi za izražanje epistemske naklonosti. Empirična raziskava informativnosti nekega besedila bi bila potencialno mogoča, če bi bilo mogoče opraviti še intervju z vsakim posameznim udeležencem. Obstaja pa precejšen dvom o zanesljivosti pridobljenih podatkov.

temveč o uspešnosti tvorčeve strateške zmožnosti predvidevanja stopnje novosti informacije za naslovnika in s tem povezane sprejemljivosti besedila. Ker se razmerje med znanimi/danimi in novimi informacijami uresničuje v besedilu, bi informativnost lahko umestili k celostnosti. Vendar to razmerje tvorec oblikuje glede na predvidevanja o naslovnikovem védenju, lahko z namenom pritegnitve naslovnikovega zanimanja ipd., zato informativnost sodi k funkcionalnosti kot merilu, ki opisuje zunajbesedilne značilnosti. Te značilnosti namreč kažejo na tvorčevo doživljanje a) specifičnih in splošnih družbeno-kulturnih ukoreninjenih konvencij, npr. institucionalno dane moči (družbena institucionalnost), b) situacije, tj. soudeležencev, javnosti interakcije in drugih prvin neposrednega fizičnega sveta (situacijskost). Nadalje kažejo na konkretno tvorčevo namero, ki jo besedilo skuša uresničiti (namernost). Hkrati pa te značilnosti s svojega vidika doživlja in k interpretaciji besedila dodaja še naslovnik.

4.1 Za informativnost ključno razmerje med znanimi/danimi in novimi informacijami določa stopnjo informativnosti: prvo, drugo ali tretjo. Besedila prve stopnje imajo nizko informativnost, saj vsebujejo več znanih informacij kot novih. Skrajni zgled je besedilo *stop* na prometnem znaku (de Beaugrande, Dressler 1992: 103). Večji delež znanih informacij kot novih lahko vodi do zavrnitve besedila kot nezanimivega, dolgočasnega, toda v primeru prometnega znaka je pomembno, da naslovnik besedilo hitro in brez napora ustrezno interpretira. To omogoča prav prva stopnja informativnosti. Vsako besedilo vsebuje dele s prvo stopnjo informativnosti, npr. a) *kiti so red sesalci /.../, b) veverica se hrani z rastlinsko hrano /.../*. Enoti s prvo stopnjo informativnosti običajno sledi(jo) enota/-e, ki vsebuje(jo) nove informacije, npr. a) */.../ katerega predstavniki so prilagojeni na življenje pod vodo. Telo je ribje oblike in golo, sprednje okončine so preobražene v plavuti, zadnje pa močno zakrnele. Kljub temu so pravi sesalci, ki s pljuči dihajo zrak, mladiče pa hranijo z mlekom*; b) */.../ – sadje, semena, glive in zelišča. Hrani se tudi z jajci in mladimi ptiči ter žuželkami*. Besedila druge stopnje z uravnoteženim razmerjem med znanimi in novimi informacijami so običajna. Besedila tretje stopnje pa vsebujejo večji delež novih informacij. Njihova interpretacija je lahko prezahtevna in posledično nezanimiva, zaradi česar lahko naslovnik tudi tovrstna besedila zavrne.

4.2 Informativnost z vidika pričakovanj predstavlja statistično kontekstno verjetnost sopojavljanja jezikovnih in nejezikovnih prvin. Povezana je z naslovnikovimi pričakovanji in predvidevanji o besedilu. Izvori naslovnikovih

pričakovanj po R. de Beaugrandu in W. Dresslerju (1992: 106–107) so dejanskost (dejstva in prepričanja), jezik, ki omogoča arbitrarnost pri kombinacijah jezikovnih prvin, jezikovni in nejezikovni kontekst: besedilna vrsta, neposredni fizični svet, členitev po aktualnosti, intonacija in tema oz. vsebina besedila.

V nadaljevanju sta prikazana dva izvora naslovnikovih pričakovanj, in sicer tema ter besedilna vrsta in od nje odvisna zunanja podoba besedila.

4.2.1 Tema predstavlja udeleženceve misli in kaže na udeležencev miselni oz. sporočanjejski tok; daje »dokaze o organizaciji misli od trenutka do trenutka, iz ospredja v ozadje« (Chafe 2001: 673). Za te »dokaze« jezikoslovci (npr. Breznik, Halliday, Chafe, Prince) uporabljajo različna poimenovanja in pojmovanja, ki jih posplošeno lahko delimo na a) temo oziroma tematiko kot vsebinsko zaokroženim skupkom predstavljenih misli udeleženca v jezikovno-komunikacijski interakciji, b) temo kot delom dihotomije tema/rema (členitev po aktualnosti) in c) strukturo informacije, predstavljene z dihotomijo dana/nova informacija. Vsebina besedila je eden prvih dejavnikov, ki jih naslovnik vrednoti pri odločanju o informacijski vrednosti besedila. Besedilo, ki za naslovnika ne prinaša novosti in s tem ne razširi njegovega védenja, naslovnik kljub privlačni zunanji podobi, zanimivim naslovom, kohezivnosti in koherenčnosti najverjetneje ne bo interpretiral.

4.2.1.1 Na ravni besedila je tema »koherentni skupek predstavljenih misli udeleženca v jezikovnokomunikacijski interakciji, kot jo razvije udeleženec sam, soudeleženec ali oba ali več udeležencev skupaj, in ki se nato eksplicitno zaključi ali pa se počasi izčrpa, običajno pa ima jasne začetke« (Chafe 2001: 673). V besedilo jo je treba vpeljati, sprejeti, vzdrževati in pravočasno opustiti, sicer udeleženec zaradi znižane stopnje informativnosti za besedilo izgubi zanimanje. Pri pisnih, zlasti elektronskih besedilih lahko naslovnik kmalu presmeri svojo pozornost, če mu besedilo tematsko ni več zanimivo. Govorjena besedila imajo večinoma več kot eno temo (Sacks 1972: 15–16 po Schiffrin 1995: 261–265). Vpeljevanje, vzdrževanje ali spreminjanje teme je z vidika informativnosti bolj dinamično.

Na primeru telefonskega pogovora med Ateno (A) in Gašperjem (G)⁶ je prikazan postopek vpeljevanja nove teme: eden od udeležencev v jezikovnokomunikacijsko interakcijo vpelje novo temo (G_1), eventualno delček nove teme ali nov vidik teme (A_2), v odzivni repliki drugi udeleženci temo lahko sprejmejo ali ne. V danem primeru Gašper temo sprejme (G_2). Nova tema je potrjena šele v tretji repliki (A_3).

A_1 : *ne vem ne vem oba dva sma v dilemi vidim*

G_1 : *ka če pokličema še kakega sošolca pa vidima*

A_2 : *pa jaz bom danes še šla na šolo pa bom še malo tam vprašala*

G_2 : *te pa grema skup*

A_3 : *ja jaz sem tam blizu pri iksoju sem zaj lih*


Da je Gašper (G_1) lahko podal predlog oz. vpeljal novo temo, sta udeleženca pogovora prejšnjo temo morala zaključiti. To s sklepom *vidim, da sva oba v dilemi* (A_1) naredi Atena. Za razumevanje toka misli so relevantne torej intonacijske enote, ki kot osrednja značilnost naravnega govora omogočajo uporaben način segmentiranja govora in so hkrati načini izražanja nenehno spreminjajočega se fokusa zavesti (Chafe 2001). Udeleženca pogovarjanja lahko zanimanje za nadaljevanje interakcije preverita neposredno.

4.2.2 Drugi izvor naslovnikovih pričakovanj je besedilna vrsta in od nje odvisna zunanja podoba besedila. Za besedilo na sliki 1 naslovnik glede na zunanjo podobo verjetno pričakuje, da je mali oglas. Podoba besedila predstavlja dejanskost, h kateri sodi tudi mesto objave. Nadalje naslovnik na osnovi jezikovnih prvin, kot so *prodam, kot novi*, svoja pričakovanja o malem oglasu kot besedilni vrsti potrdi in sledi rdeči niti interpretiranja besedila kot primera malega oglasa. Vendar jezikovni in nejezikovni kontekst, npr. *priloženo zrno graha*, objava pisanega na nepričakovanem mestu, tj. v knjigi *SLOLvenski klasiki 1*, ustvarita neskladje pri interpretaciji. Naslovnik ugotovi zmoto in pisano prepozna kot humorno namigovanje na pravljico Ele Peroci *Muca Copatarica* in ponorčevanje iz značilnosti še drugih pravljic, npr. *Kraljična na zrnu graha*, ki lahko spodbujajo določena nerealna pričakovanja (vsaka deklica si želi postati kraljična) (Krajnc Ivič 2020: 200).

6 Zbirka *BERTA* – zbirka besedil praktičnega sporazumevanja, oblikovanja za učno e-okolje projekta *Slovenščina na dlani*. Interno gradivo.

| Oglas objavljen | Podrobno |
|------------------|----------|
| V zadnjih 8 urah | 3 |
| Danes | 3 |
| Zadnji teden | 17 |
| Zadnji mesec | 29 |
| Starejši oglasi | 34 |

56,00 €



Dekliški copatki, št. 28

Prodam dekliške copate model Špelca. So rdeče barve in lepi kot mamini. V njih se bo vsaka deklica počutila kot kraljična. Priloženo tudi zmo graha in kupon za popust pri nakupu blazin, da lahko sami preverite vpliv copatk na hčerino počutje. Kot novi.

Slika 1: Informativnost malega oglasa, vir B. Gorenc – Pižama (2016: 109).

4.3 Informativnost odloča o uspešnosti tvorčeve strateške zmožnosti predvidevanja o stopnji novosti informacije za naslovnik oz. o količini in vrsti danosti. Ta je lahko predvidljiva, zavestna ali pa je del skupnega védenja z naslovnikom (Prince 1981: 226–232). Osnovni lastnosti danega sta njegova predvidljivost oz. povratnost, tj. možnost, da tvorec ali naslovnik dano vzame iz ozadja ter ponovno oživi, nadomesti, popravi. Pri predvidljivi danosti tvorec domneva, da lahko naslovnik predvidi oz. bi moral predvideti, da se bo določena jezikovna entiteta pojavila ali se lahko pojavi na določenem mestu v izreku oz. besedilu. Pri zavestno danem tvorec predvideva, da naslovnik ima ali lahko ima v času, ko sliši, prebere ubesedeno, to entiteto že v zavesti. Kot novo informacijo pa W. Chafe (po Prince 1981: 228) razume tisto, »s čimer tvorec domneva, da seznanja naslovnikovo zavest«. Tretjo stopnjo danega predstavlja skupno ali deljeno védenje. Pri tem tvorec predvideva, da naslovnik »pozna«, predvideva ali pa lahko o čem kaj prirazumlja, ne da bi o tem trenutno tudi razmišljal oz. to imel v zavesti (Prince 1981: 230; Sityaev 2000: 287). Pri tej stopnji danosti tvorec in naslovnik poznata temo, torej vsebino, oziroma o njej delita védenje. Danost tako ne predstavlja le česa, kar je bilo že prej jezikovno realizirano v besedilu ali diskurzu, temveč lahko predstavlja naslovnikovo širše znanje. Navidezno ima nova informacija v besedilu pravzaprav prek prirazumljanja status dane informacije.

Razlikovanje med predvidljivo danostjo, prirazumljanjem in skupnim védenjem ponazarja telefonski razgovor.⁷

7 Telefonski razgovor je kot seminarsko vajo posnela Nina Žnidarič. Z avtorico posnetka je bil med seminarjem opravljen intervju o njeni nameri, védenju in dojemanju stopenj danosti konkretne jezikovnokomunikacijske interakcije.

X_1 : *Dober dan. Knjižnica Ivana Potrča, prosim?*

Y_1 : *Dober dan. XY pri telefonu. Nekaj bi vas želela vprašati, in sicer glede plačila članarine. Spletno plačilo mi ni uspelo in me zanima, če bi mi morda lahko poslali položnico na domač naslov.*

X_2 : *Plačilo je možno samo preko spleta. Lahko pa poravnate, ko pridete v knjižnico.*

Y_2 : *Super, potem bom pa plačala, ko pridem vrnit gradivo. Najlepša hvala!*

X_3 : *Ja, ni kaj. Lep dan, nasvidenje.*

Y_3 : *Enako, na svidenje.*

Z vidika členitve po aktualnosti lahko ubesedeno pod X_1 (*Dober dan, Knjižnica Ivana Potrča*) razumemo kot remi, temi oz. izhodišči (Želim vam ..., Dobili ste ...) sta izpuščeni. Z vidika informacijske vrednosti sta obe informaciji dani oz. znani. Del skupnega védenja je, kdaj je potekal telefonski razgovor, zato je pozdrav brez informacijske vrednosti oz. ima fatično funkcijo začenanja razgovora in vzpostavljanja stika z naslovnikom. Izrečeno *Knjižnica Ivana Potrča*⁸ je zavestno dana informacija, saj klicateljica ve, koga je klicala. Z repliko X_1 je tako dobila le potrditev, da je dobila želeno institucijo. S *prosim* prvi govorac (ali govorka) določi nadaljnji potek pogovarjanja, saj klicateljici signalizira, da ji predaja besedo, da bo ta lahko povedala, kar je nameravala povedati. Ta *prosim* kot diskurzivni usmerjevalec ima funkcijo usmerjanja soudeleženca po razgovoru.⁹ Z njim klicani omogoči klicateljici izbiro naslednjega koraka, katerega vsebina je glede na udeleženca (knjižničar(-ka) in članica knjižnice) predvidljiva, zato je tudi informacija o razlogih za klic (Y_1) predvidljiva. To velja tudi za informacije o možnih razrešitvah klicateljčine težave. Vidimo lahko, da tudi za telefonski razgovor kot besedilno vrsto velja, da je treba njegove osnovne postavke »iskati v objektivni stvarnosti, v dejanskosti. Iz nje jemljemo, ona nam vsiljuje‘ prvine, ki jim pridajamo lastnosti podatkov« (Korošec 1998: 303).¹⁰ Tudi zato je razlikovanje med skupnim védenjem, zavestno ali predvidljivo danim kdaj oteženo.

8 Z odzivom *Knjižnica Ivana Potrča* klicani lastno identiteto prekrije z institucionalno.

9 Vprašanje je, ali lahko tovrstni *prosim* kot samostojno govorno dejanje z jasnim pomenom (»kako vam lahko pomagam?/povejte, čemu kličete«) razumemo kot sporočanje-pragmatično frazeološko enoto.

10 »Dejanskost skozi prizmo sporočanješkega komunikacijskega hotenja in pričakovanja sporočila o tej dejanskosti pri naslovniku sta prepleteni z vrsto družbenozgodovinskih vplivov in zaradi tega je določena stalna oblika sporočanja to, kar je (in vsebuje prvine, s katerimi se loči od drugih).« (Korošec 1998: 303).

4.3.1 Na osnovi razlikovanja med predvidljivo, zavestno danostjo in skupnim védenjem v besedilu/diskurzu E. Prince (1981) in pozneje G. Brown (1983) oblikujeta hierarhijo danosti oz. informacijsko strukturo besedila.

4.3.1.1 E. Prince (1981: 237) ločuje sveže, priklicane in prirazumljene informacije. Sveže informacije so tiste sestavine besedilnega sporočila, ki so za naslovnika povsem nove, in so lahko prek določenih sestavin, vezanih na komunikacijsko situacijo, pritrjene (Moški, s katerim sva že tri leta sodelavca, *je dejal, da pozna tvojo sestro*), in nepritrjene (*Včeraj sem šla z avtobusom, voznik je bil pijan*) ali še nerabljene (*Noam Chomsky je obiskal Madrid*). V primerih je sestavina *moški, s katerim sva že tri leta sodelavca* »pritrjena« na sestavino *jaz*, izraženo z glagolskim končniškim morfemom; sestavina *avtobus* je nepritrjena sveža informacija, medtem ko je sestavina *Noam Chomsky* sveža informacija, vendar v nadaljevanju ni rabljena. Priklicane informacije so v diskurzu že prisotne, in sicer v besedilu ali v kontekstu. Zadnje, prirazumljene informacije so »v zraku« (Halliday 1998: 298) oziroma so del skupnega ali splošnega védenja.

4.3.1.2 G. Brown (1983: 73–75) tristopenjsko hierarhijo E. Prince loči na pet kategorij, v katerih si informacije sledijo od najnovejše, najmanj znane do najmanj nove oziroma najbolj znane/dane. Te kategorije so: a) sveža informacija, b) nova prirazumljena informacija je informacija, do katere pridemo s sklepanjem, prirazumljanjem, c) širše kontekstno priklicana informacija je tista, ki je priklicana iz konteksta, č) širše sobesedilno priklicana informacija je informacija, ki je bila v besedilu pred tem že omenjena, in d) sobesedilno priklicana informacija pa je bila v besedilu pravkar omenjena. S to informacijo je neposredno povezana sveža informacija.

A₁: Tiste veverice so ble pa prav luštne.

B₁: A ne da. Ti bom poslal še enega, ko se mali boder koliji učijo kure past.

A₂: Upam, da ne bo zdaj Filip moker.

B₂: Sem ga klical in rekel, naj vzame dežnik.

A₁: Pošlji.

B₂: Bom. Adijo.

A₁: Adijo.

V pogovoru (povzet po Žele, Krajnc Ivič 2020: 200) sodelujeta mož B in žena A, ki pokomentira videoposnetek o vevericah, ki ji ga je mož poslal prej v dnevu. Da bo govorila o nečem, kar jima je obema skupno znano, nakaže s kazalnim zaimkom *tiste*. Izhodišče je torej prirazumljena informacija (veverice na videoposnetku). Sveža pritrjena informacija, tudi na mestu reme, je *enega, ko se mali boder koliji učijo kure past*, saj je z nedoločnim *enega* »pritrjena« na videoposnetek. A-jina sprememba teme je posledica spremembe neposrednega nejezikovnega konteksta, in sicer vremena. Informaciji *moker* in *dežnik* sta kulturno ter logično povezani, zato je *dežnik* širše kontekstno priklicana informacija. Udeleženka A ponovno spremeni temo. Ker imata oba udeleženca še v zavesti, o čem sta se pred kratkim pogovarjala in je to bilo realizirano tudi v besedilu, je za vsebinsko povsem zadostno in dovolj povedno sporočilo oziroma celotno repliko s pozivno sporočevalno namero zadostovala le ubeseditev velelnika glagola *poslati*, ki je širše sobesedilno priklicana informacija. Ubesedeno ni le ukaz udeležencu B, kaj naj naredi, temveč tudi spodbuda in A-jina želja. V danem jezikovnem in nejezikovnem kontekstu udeleženec B edino svežo informacijo, ki prinaša njegovo zavezo, ubesedi le s pomožnim glagolom biti (*bom*), s katero hkrati tudi sklene temo in v isti repliki ponudi (*Adijo*) še zaključek pogovora, ubeseden s sporočanjisko-pragmatičnim frazemom, torej ustaljeno situacijsko elipso. Udeleženka A to sprejme in se na enak način poslovi še sama (*Adijo*).

4.4 Umestitev informacije na določeno mesto v besedilu/diskurzu, npr. na mesto izhodišča oz. teme ali jedra oz. reme znotraj členitve po aktualnosti je pomembno za identificiranje predmetnopomenske reference, npr.:

Problem dveh jajc je zanimiv miselni problem, ki po urbani legendi slovi kot eno izmed vprašanj iz intervjuja za službo pri velikih računalniških podjetjih, kot sta npr. Microsoft ali Google. To vprašanje se na intervjujih najverjetneje ne pojavlja več, /.../ Ilustracija problema je prikazana na sliki 1. Možne vrednosti za *h* so cela števila od 0 do 100. Vrednost 0 pomeni, da se jajce razbije že pri spustu iz prvega nadstropja, vrednost 100 pa, da tudi pri spustu iz stotega nadstropja še vedno ne bomo imeli izgovora za omloto. (Slak 2018/2019: 23).

Del pojavnosti, ubeseden z referenco *problem dveh jajc*, je ubeseden in umeščen na mesto znane informacije. To pomeni, da tvorec besedila predvideva, da bi naslovnik brez težav lahko ali bil sposoben prepoznati, na kateri del pojavnosti se besedna zveza nanaša. Z vidika stavčne zgradbe v smislu razmerja med osebkom kot konkretnim (*problem dveh jajc*) in povedkovim določilom kot

abstraktnim (*zanimiv miselni problem*) ter členitve po aktualnosti ima ubesedeno sprejemljivo zgradbo. Vendar pa ni nujno, da je za naslovnika izhodiščna informacija, predstavljena kot znana, dejansko tudi predvidljivo, zavestno dana ali tudi del njegovega oz. skupnega védenja. Zato tak začetek v besedilo lahko da ne razume popolnoma, čeprav pozna pomene uporabljenih leksemov in strukture (*dveh jajc, miselni problem, slavna urbana legenda*,¹¹ *intervju za službo*). Ob koncu odlomka mora naslovník narediti še en miselni preskok, saj mora povezati *izgovor za omeleto* z (razbitimi) jajci. Informacija *izgovor za omeleto* je z vidika členitve po aktualnosti rema, z vidika hierarhije danosti pa gre za širše kontekstno priklicano informacijo.

5 Sklep

Težo pri razporejanju stavčnih členov v stavčni povedi ali njihovo uresničitevijo na izrazni ravni nosi vrednost informacije oz. opisuje informacijska struktura besedila, ki sestavine besedila prikazuje kot bolj ali manj znane za naslovnika, kar pa oceni in predvidi tvorec. Dane informacije v besedilu so lahko predvidljive, zavestne ali del skupnega védenja. Nove ali sveže informacije pa so tiste sestavine besedilnega sporočila, ki so za naslovnika popolnoma nove. Prav zaradi tega je informativnost izrazito subjektivno merilo, lahko bi rekli, da predstavlja smernice tvorjenja in interpretiranja besedila. Razmerje med danimi in novimi informacijami glede na tvorca in naslovnika v besedilu/diskurzu se oblikuje v hierarhijo danosti, ki je lahko 3- ali 5-stopenjska: a) sveža informacija, b) nova prirazumljena, c1) širše kontekstno priklicana informacija, c2) širše sobesedilno priklicana informacija in c3) sobesedilno priklicana informacija. Kohezivna sredstva (npr. pozaimljanja, razširjena koreferenca, elipsa), členitev po aktualnosti in hierarhija danosti naslovnika usmerjajo pri interpretaciji besedila in spremljanju koherentnosti in tematskosti besedila.

Viri

- Gorenc, Boštjan – Pižama, 2016: *SLOLvenski klasiki 1*. Ljubljana: Cankarjeva založba. *Kiti, Wikipedija*; <https://sl.wikipedia.org/wiki/Kiti> (dostop 14. 7. 2020).
Navadna veverica, Wikipedija; https://sl.wikipedia.org/wiki/Navadna_veverica (dostop 24. 6. 2020).
 Slak, Jure, 2018/2019: Problem dveh jajc. *Presek, list za mlade matematike, fizike, astronome in računalničarje* 46/2. 23–28.

11 Primer lahko ponazarja, da je t. i. splošna razgledanost odvisna tudi od področja ali stroke.

Zbirka BERTA – zbirka besedil praktičnega sporazumevanja, oblikovanja za učno e-oko-lje projekta Slovenščina na dlani. Interno gradivo.

Literatura

- de Beaugrande, Robert Alain, Dressler, Wolfgang Ulrich, 1992: Uvod v besediloslovje. Ljubljana: Park. Prev. Aleksandra Derganc, Tjaša Miklič.
- Breznik, Anton, 1908: Besedni red v govoru. *Dom in svet* 21. 258–267.
- Brown, Gillian, 1983: Prosodic structure and the Given/New Distinction. Cutler, Anne, Ladd, Dwight Robert (ur.): *Prosody: Models and Measurements*. Berlin: Spinger Verlag. 66–77. <http://www1.cs.columbia.edu/~julia/papers/gbrown83.pdf> (dostop 24. 5. 2020).
- Chafe, Wallace, 2001: The analysis of discourse flow. Schiffrin, Deborah, Tannen, Deborah, Hamilton, Heidi E. (ur.): *The handbook of discourse analysis*. Oxford: Blackwell. 673–687.
- Gansel, Christina, Jürgens, Frank, 2007: *Textlinguistik und Textgrammatik. Eine Einführung*. 2. Auflage. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Halliday, Michael Alexander Kirkwood, 1998: *An Introduction To Functional Grammar*. 6th impression. London [etc.]: Arnold. 37–68, 292–308, 308–339.
- Heinemann, Wolfgang, Viehweger, Dieter, 1991: *Textlinguistik. Eine Einführung*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- von Heusinger, Klaus, 1999: *Intonation and Information Structure*. Doktorska disertacija. Konstanca: Filozofska fakulteta, Univerza v Konstanci.
- Korošec, Tomo, 1998: *Stilistika slovenskega poročevalstva*. Ljubljana: Kmečki glas.
- Krajnc Ivič, Mira, 2020: Razumevanje besedil: 7. gradnik. Haramija, Dragica (ur.). *Gradniki bralne pismenosti: teoretična izhodišča*. 1. izd. Maribor: Univerzitetna založba Univerze: Pedagoška fakulteta; Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo. 189–210.
- Prince, Ellen F., 1981: Toward a Taxonomy of Given-New Information. Cole, Peter (ur.): *Radical Pragmatics*. New York: Academic Press. 223–255. ftp://babel.ling.upenn.edu/papers/faculty/ellen_prince/givennew.pdf (dostop 3. 4. 2021).
- Schiffrin, Deborah, 1995: *Approaches to discourse*. Oxford (UK), Cambridge (USA): Blackwell.
- Sityaev, Dimitry, 2000: The Relationship Between Accentuation and Information Status of Discourse Referents: A Corpus-Based Study. *UCL Working Papers in Linguistics* 12. <https://pdfs.semanticscholar.org/6843/26a1ba48ca31d0a8ce765fb0def162222760.pdf> (dostop 25. 5. 2020).
- Spitzmüller, Jürgen, Warnke, Ingo H., 2011: *Diskurzlinguistik. Eine Einführung in Theorien und methoden der transtextuellen Sprachanalyse*. Berlin/Bosten: Walter de Gruyter GmbH & Co.
- Wodak, Ruth, Cillia, Rudolf de, 2006: Politics and Language: Overview. *Encyclopedia of Language & Linguistics*. Second edition. Vol. 9. Amsterdam [etc.]: Elsevier. 707–719.
- Žele, Andreja, Krajnc Ivič, Mira, 2020: *Sodobna slovenska skladnja: diskurzni in slovnični vidik*. Maribor: Univerzitetna založba Univerze. Mednarodna knjižna zbirka Zora, 134.