

Beaugrande, Dressler

Besedilo sta definirala kot komunikacijsko pojavitev, ki izpolnjuje sedem kriterijev besedilnosti.

1. kriterij: KOHEZIJA

Gre za način, kako so sestavine površinskega besedila (besede kot jih dejansko vidimo ali slišimo) med seboj povezane. Kohezija temelji na slovničnih odvisnostih, ki so v površinskem besedilu glavni signali za razbiranje pomenov in jezikovnih rab.

Primer:

Malo uspeha bi imeli, če bi napis »Ustavi, delo na cesti!« preoblikovali v »Delo cesti ustavi na!« in zahtevali, da prometne oblasti to besedilo uporabijo na prometnem znaku. Ta niz besed deluje tako nepovezano, da bi vozniki le s težavo ugotovili, kaj sodi skupaj.

V pojmu kohezije so zajete vse funkcije, ki jih lahko uporabimo za signaliziranje odnosov med površinskimi elementi.

Napis »Ustavi, delo na cesti!« bi bil lahko razstavljen na različne odvisnosti. Nekdo bi ga lahko razbral kot zapoved, naj »ustavi delo«, ki se opravlja »na cesti«. Verjetneje pa bi vozniki razumeli, naj zmanjšajo hitrost zaradi ovire, ki jo povzročajo cestna dela. Veda o besedilih naj bi torej pojasnila, kako so takšne večpomenskosti (dvoumnosti) na površini mogoče, prav tako pa tudi, kako uporabniki jezika večpomenskost večinoma brez težave izključijo ali odstranijo.

Kot vidimo, površina sama po sebi ne odloča o smislu besedila. Da bi komunikacija postala učinkovita, je potrebna še interakcija med kohezijo in ostalimi kriteriji besedilnosti.

2. kriterij: KOHERENCA

Gre za načine, na katere so komponente besedilnega sveta (tj. prepletanje pojmov in relacij) medsebojno dostopne in relevantne. Pojem lahko definiramo kot prepletanje vedenja (spoznavne oz. kognitivne vsebine), ki se jo da z manjšo ali večjo enotnostjo in stalnostjo aktivirati ali priklicati v zavest.

Relacije so vezni členi oz. vezi med pojmi, ki v besedilnem svetu nastopajo skupaj; vsak vezni člen naj bi bil nosilec oznake pojma, na katerega je vezan. Npr. v »delo na cesti« je beseda »delo« pojem dejanja, »na cesti« pa pojem umestitve, pri čemer nastopi relacija »umestitev-od«. Včasih, čeprav ne vedno, relacije v besedilu niso jasno navedene, niso aktivirane neposredno prek izrazov na površini. Uporabniki jezika bodo dodali toliko relacij, kot je potrebno, da bi dano besedilo postalo smiselno. Tako v prometnem znaku ni smiselno interpretirati besede »delo« kot prizadeto entiteto dejanja »ustavi«, temveč kot razlog.

Avtorja navajata več vrst relacij:

Relacije, ki zajemajo vzročnost – Zadevajo način, kako neka situacija ali dogodek vpliva na pogoje za druge situacije ali dogodke. V zgledu »Janez je pasel in si zlomil tilnik.« je dogodek »pasti« vzrok za dogodek »zlomiti si«, ker prvi ustvarja potreben pogoj za poznejšega.

Relacije, ki zajemajo omogočenje – Npr. »Snoči sem na vasi bil, na vasi kraj potoka, slišal sem en mili glas, se moje dekle joka.« Tukaj ustvarja »biti na vasi kraj potoka« zadosten, ne pa tudi potreben pogoj za »slišanje milega glasu« (se pravi, omogoča, a ne obvezuje).

Relacije, ki zajemajo razlog – Izraz razlog je lahko uporabljen za takšne relacije, pri katerih neko človeško dejanje sledi kot smiselna reakcija na poprejšnji dogodek. V nasprotju s tem je bil Janezov »zlom tilnika« neodvisno nujen (ne bi mogli vprašati: »Kaj je hotel s tem doseči?«).

Relacije, ki zajemajo namen – Termin namen lahko uporabimo za nek dogodek, ki je tako načrtovan, da je ta dogodek omogočen s pomočjo nekega poprejšnjega dogodka.

Relacije, ki zajemajo čas – Vzrok, omogočenje in razlog so usmerjeni naprej (tj. prvi dogodek oz. situacija povzroči, omogoči ali utemelji poznejše dogodke oz. situacije.) Namen je usmerjen nazaj, se pravi, kar zadeva usmerjenost, je poznejši dogodek namen prvega. Časovni odnosi so lahko zelo zapleteni in so odvisni od organiziranosti posameznih poročanih dogodkov. Odnose časovne bližine lahko opredelimo na različne načine, pač glede na meje dogodkov.

Koherenca očitno ni toliko značilnost, temveč je prej rezultat kognitivnih procesov besedilnih uporabnikov. Že samo nizanje dogodkov in situacij v besedilu aktivira operacije, ki koherentne odnose bodisi priključijo v spomin bodisi jih ustvarijo. Koherenca že opozarja na naravo znanosti o besedilih kot o človekovi dejavnosti. Smisel še ne izhaja iz teksta samega, temveč iz interakcije med vedenjem, predstavljenim v besedilu in shranjenim vedenjem o svetu posameznega uporabnika jezika.

Pojem koherence so pogosto združevali s pojmom kohezije v en pojem ali pa so ju zamenjevali. Vendar je razlikovanje med povezanostjo površinskih elementov in povezanostjo vsebine, ki površini služi za osnovo, neizogibno.

3. kriterij: **NAMERNOST**

Nanaša se na hotenje tvorca besedila, naj ponujeno jezikovno gradivo predstavlja koherentno in kohezivno besedilo, ki bo služilo za uresničitev tvorčevih namer ali za doseg cilja, ki je določen v nekem načrtu.

Vendar pa uporabniki besedila običajno kažejo toleranco do izdelkov, ki zaradi težkih razmer, v katerih so nastali, niso dosegli koherence in kohezije, posebno pri sproščenem pogovoru. Struktura tipa »No, kje si – v katerem delu mesta si stanoval?« ne moti sporazumevanja, če doseže najvažnejši cilj, namreč ugotoviti, kje je nagovorjeni stanoval, čeprav podrejeni cilj – vzdrževati kohezijo – ni povsem dosežen. Če pa kakšen tvorec besedila očitno namerno ne bi upošteval zakonitosti kohezije in koherence, bi se sporazumevanje pri pogajanju med udeležencema v komunikaciji upočasnilo in bi lahko navsezadnje doživelo popoln polom.

4. kriterij: **SPREJEMLJIVOST**

Gre za pripravljenost sprejemnika besedila, da v danem nizu pojavitev vidi kohezivno in koherentno besedilo, ki je zanj koristno ali relevantno, npr. za pridobivanje vedenja ali za zagotavljanje sodelovanja v okviru kakega načrta. Ta pripravljenost je odvisna od dejavnikov, kot so tip besedila, socialno ali kulturno okolje in zaželenost ciljev. Če je sprejemljivost omejena, je lahko komunikacija otežena. Če se sprejemniku besedila zdi sprejemljivost vprašljiva, tudi ko je namernost tvorca v bistvu jasna, imamo to lahko za znak pomanjkanja volje za sodelovanje. Tvorci besedila se pogosto zanašajo na sprejemnikovo pripravljenost, da bo besedilu priznal sprejemljivost, in ponujajo besedila, ki, da bi bila razumljiva, od sprejemnika zahtevajo pomembne prispevke.

Tako se opozorilo Bellove telefonske družbe glasi: »Pokličite nas, preden začnete razkopavati. Pozneje tega morda ne boste več mogli.« Bralcem je prepuščeno inferiranje, da bi utegnili kopanje brez vprašanja presekat podzemni kabel in s tem prekiniti zvezo, ki je potrebna za telefonski klic; neprevidno stranko bi lahko celo stresel električni tok in jo tako onesposobil za klic. Zanimivo je, da je besedilo efektnejše od bolj razložene verzije: »Pokličite nas, preden začnete razkopavati. Pri vas utegne ležati podzemni kabel. Če boste kabel presekali, ne boste več imeli priključka, lahko pa tudi doživite močan električni šok. Potem nas ne boste mogli več poklicati.« Očitno se pustijo sprejemniki besedila lažje prepričati od vsebine, ki jo sami dodajo: v tem primeru je skoraj tako, kot da bi trditve sami postavili.

5. kriterij: **INFORMATIVNOST**

Informativnost pomeni stopnjo novosti, nepričakovanosti neke predstavitve za sprejemnika. V nekem besedilu je lahko za sprejemnika predstavljena vsebina bolj ali manj pričakovana oz. bolj ali manj znana. Pojem informativnosti je namreč povezan predvsem z vsebino, ni pa nujno (v poeziji: informativnost se nanaša na skladenjski podsistem – nenavaden vrstni red besed). Seveda je besedilo z visoko stopnjo informativnosti zanimivejše, hkrati pa tudi težje za obdelavo, katera ne sme biti otežena do te mere, da bi bila komunikacija zaradi naslovnikovega nerazumevanja besedila neuspešna. Potrebno je upoštevati koherenco. Vsako besedilo je vsaj do neke mere informativno, vendar pa ima zelo nizka stopnja informativnosti oz. visoka stopnja napovedljivosti za posledico zdolgočasnost. Navajanje očitnih dejstev naj bi pomenilo zgolj izhodišče za trditve z višjo stopnjo informativnosti.

6. kriterij: **SITUACIJSKOST**

Ta kriterij zajema dejavnike, ki naredijo besedilo relevantno glede na določeno komunikacijsko situacijo, ki določa smisel in rabo besedila. Udeleženec komunikacijske situacije v procesu posredovanja vplete vanjo lastna prepričanja, cilje, poprejšnje videnje. Tako bo voznik avtomobila na nekem cestnem odseku, na katerem potekajo vzdrževalna dela, napis »Ustavi delo na cesti« razumel kot opozorilo, naj zaradi del ne nadaljuje vožnje in ne kot zahtevo, naj delo na cesti ustavi. Situacijskost torej odločilno vpliva na pravilno razumevanje nekega besedila, hkrati pa tudi na kohezijo: v zgoraj navedenem primeru daljše pojasnilo, v katerem ne bi bilo nobenega dvoma o interpretaciji, ne bi bilo primerno, saj voznik med vožnjo nima časa za branje daljšega teksta.

7. kriterij: **MEDBESEDILNOST** (intertekstualnost)

Kriterij medbesedilnosti pomeni odvisnost tvorjenja oz. sprejemanja besedil od seznanjenosti udeležencev v komunikaciji z drugimi (že obstoječimi) besedili. Če npr. beremo pismo neke bralke, ki se v zadnji številki časopisa zgraža nad idejami bralca, katerega pismo je bilo objavljeno v predhodni številki, moramo poznati tudi to pismo, ki je sprožilo omenjeno reakcijo.

Medbesedilnost je odločilna za razvoj besedilnih tipov. Pri posameznih tipih ima različne stopnje pomembnosti. Opiranje na predhodno besedilo je zelo prisotno npr. pri kritikah, ocenah, parodijah ipd., pri čemer mora biti vsaj do neke mere tudi sprejemnik seznanjen z izhodiščnim besedilom.