UDK 811.163.6'42
Sonja Hudej
Šolski center Velenje

USPEŠNOST URESNIČEVANJA TVORČEVEGA NAMENA V ŠESTIH BESEDILNIH VRSTAH¹

Članek proučuje sredstva in načine prepričljivega nagovora naslovnika v besedilnih vrstah, ki so oblikovane na podlagi teorije govornega dejanja oz. besedilne funkcije.

The article examines the means and methods of building a convincing address of the addressee in textual genres, which are formulated on the basis of the theory of the speech act and/or textual function.

Ključne besede: zvrsti in vrste besedil, strukturalno-pragmatična analiza besedila, sredstva in taktike učinkovitega sporazumevanja

Key words: Types and genres of texts, structural-pragmatic analysis of the text, means and strategies of the efficient communication.

Sporazumevanje je proces, v katerem skuša tvorec pridobiti naslovnika, da sprejme sporočilni namen; če naslovnik soglaša z izrečenim, je neizogibno in samoumevno, da sprejme tudi posledice izrečenega in sklepe. Naslovnikovo sodelovanje v sporazumevalnem procesu poteka na dva načina (Hudej 2001: 208). Besedilo sprejema tako, da prepozna tvorca in hkrati razmišlja, ali se tvorca hotenje usklajuje z njegovim. Po drugi strani pa lahko tvorec naslovnika onemogoči in mu prepreči, da bi v sporazumevalnem procesu enakopravno sodeloval ter usklajeval svoje cilje in hotenja. V tem članku sta izpostavljeni dve vprašanji. Prvo vprašanje je, katera sredstva mora tvorec pri ubesedovanju uporabiti, da bo naslovnik v posamezni besedilni vrsti prepoznal njegov namen. Drugo vprašanje pa je, s katerimi sredstvi tvorec prepreči naslovniku, da bi pri dekodiranju uresničeval svoje hotenje.

Metoda raziskovanja besedilne strukture in funkcije je zasnovana na sodobnih teoretikih, kot so Toulmine, Harweg, Perelman, Ducrot in Brinker. Njihova raziskovanja predpostavljajo, da so tematske, ilokucijske in argumentacijske strukture besedil univerzalno veljavne. Iz teh struktur izhajajo kriteriji za tipologijo besedil. Na podlagi enotnih kriterijev so tipologizirana umetnostna besedila. Besediloslovna znanost stremi k temu, da bi izoblikovala splošno sprejemljivo tipologijo tudi za neumetnostna besedila, a ta cilj je zaenkrat še zelo oddaljen.

Obstoječe tipologije zvrsti in vrst² so zasnovane na raznolikih, neenotnih kriterijih. Kriterij za razločevanje je lahko slogovni postopek oz. tematskostrukturne oznake: opis,

¹ Članek je del doktorske disertacije *Besediloslovni vidiki utemeljevanja, prepričevanja in pregovarjanja*, Ljubljana, Filozofska fakulteta, 1999, ki je nastala pod mentorskim vodstvom prof. dr. Toma Korošca in je nadaljevanje avtoričinega prispevka *Argumentacijski procesi in prepričevalna sredstva* (*Slavistična revija* 49/3, 205–222).

² Brinker (1985: 121) navaja Dimterja, ki je l. 1973 naštel več kot 1600 imen za vrste besedil, od katerih jih je približno 500 osnovnih.

razlaga, utemeljitev, pripoved; včasih so besedila razvrščena na podlagi različne vsebine: vremensko poročilo, naznanilo poroke, kuharski recept, športne vesti; nekatera besedila so poimenovana po prevladujočem tvorčevem hotenju: poročilo, sporočilo, razglas, predstavitev, obljuba, ponudba, prisega, voščilo, pritožba, zahvala, reklama, propaganda, prošnja, sodba; nekatera so razvrščena glede na okoliščinske dejavnike, situacijo: pogovor, pismo, telegram; razvrstitve so mogoče tudi glede na območje: javna (zahvala), uradna (prošnja), zasebno (pismo); nekatere oznake izhajajo iz funkcijske zvrstnosti: publicistični članek, strokovni članek, znanstveno besedilo. Besedila je mogoče tipologizirati tudi po prevladujoči vlogi, ki jo besedilo dobi glede na to, kateri izmed dejavnikov sporočanja je poudarjen: *tvorec*, *naslovnik*, *stik* med tvorcem in naslovnikom, *besedilo*, *kod* ali *tvarina*, ki predstavlja osrednji predmet besedilnega sveta. *Izrazna vloga* prevladuje, če je izrazje afektivno in je poudarjeno *tvorčevo* mnenje, stališče, subjektivna izbira izrazja; *vplivanjska vloga* prevladuje, če je besedilo usmerjeno na *naslovnika* in je izrazje efektivno. *Predstavitvena vloga* je poudarjena, če je določeno besedilo naravnano predvsem na *tvarino* in je izrazje denotativno. Pri *metajezikovni vlogi* je dominanten *kod*, pomembna so sovsebovanja in izvenbesedilne razsežnosti, npr. sorazumevanje, sopomenskost, palimpsest. *Govornostikovna vloga* je prevladujoča v tistih besedilih, v katerih želi tvorec vzpostaviti in vzdrževati *stik* z naslovnikom, npr. s pozdravom, čestitko. *Lepotna vloga* je poudarjena, če ima *besedilo* estetske vrednote in je izrazje konotativno, npr. literarna in polliterarna besedila.

Najnovejše tipologije skušajo besedila razvrščati na podlagi prevladujočega tvorčevega namena oz. dejanja, ki ga tvorec s sporočanjem želi uresničiti. Temu kriteriju dodajajo podrobnejše opise kontekstualnih in strukturalnih značilnosti. Brinker (1985: 133) predlaga, da pri razvrščanju besedil v razrede opravimo pet medsebojno povezanih korakov: 1. opis funkcije besedila na podlagi tvorčevega namena; 2. opis oblike sporazumevanja (različnost medijev, prenosnikov, monološkost, dialoškost) in območja delovanja (zasebnost, javnost, uradnost, neuradnost); 3. opis tematike z ozirom na čas tvorjenja (sočasno, predčasno, začasno) in z ozirom na povezanost tematike z udeleženci (tematika je/ni povezana s tvorcem ali naslovnikom); 4. opis tematske strukture in slogovnih postopkov; 5. opis značilnih leksikalnih, sintaktičnih in nejezikovnih sredstev. Brinker (1985: 138) ugotavlja, da bi po teh korakih morali analizirati ogromne količine posameznih besedil, preden bi izoblikovali tipologijo, ki bi vsebovala pravila za povezave med situacijo, funkcijo in strukturo v posamezni besedilni vrsti.

Pojmovanje besedilnih vrst³ je v tem članku prikazano glede na vzorce razvijanja glavne in delnih tem v besedilu; prikazano je z vidika funkcije,⁴ prepoznavne na podlagi

³ O izrazih zvrst, vrsta in žanr prim. Bajt (1993: 199–209).

⁴ Toporišič (1984: 627–628, 738) namesto izraza *funkcija* besedila uporablja *vrednote besedila* in hkrati *vloga besedila*; Toporišič (1992: 354) v geslu *vplivanjska sila besedila* uporablja namesto izraza *funkcija* termin *sila*, nima pa gesla *vrednota* niti *vloga* besedila; de Beaugrande in Dressler (1992: 84–101) govorita o *namernosti*. *Namernost* (intencionalnost) se nanaša na hotenje tvorca, naj ponujeno jezikovno gradivo predstavlja koherentno in kohezivno besedilo, ki bo služilo za uresničitev tvorčevih namer (ibid. 15). Funkcija, vrednota, vloga, sila, namera so termini, s katerimi lahko označimo *nalogo* besedila, ki jo je tvorec želel opraviti z upovedovanjem. Bešter in drugi (1999: 88) ločujejo med *sporočilnim namenom* in *vlogo besedila*. Sporočilni namen (ibid. 29, 86,

tvorčevega namena in vloge, ki jo posamezno besedilo uresničuje. Izhodišče predstavlja tipologija, ki izhaja iz vrste govornega dejanja (prim. Brinker 1985: 97, 125).⁵ Glede na tvorčev namen so besedila: 1. *prikazovalna*, 2. *pozivna*, 3. *povezovalna*, 4. *zavezovalna*,⁶ 5. *izvršilna*, 6. *razsojevalno-razodevalna*.⁷

Analiza procesa tvorjenja in sprejemanja besedila poteka s pomočjo treh struktur:

1. tematske (Brinker 1985: 59–68),⁸ s katero razčlenjujemo posamezne teme v besedilu in tematska razmerja: umeščanje, razvrščanje, pojasnjevanje, utemeljevanje, zapletanje, razpletanje in ocenjevanje; 2. ilokucijske (Brinker 1985: 81–83), ki kaže tvorčev namen in strategijo pridobivanja naslovnika ter razkriva dejanja, ki jih tvorec z izrekanjem

88) je cilj, ki ga namerava tvorec uresničiti, vloga besedila (ibid. 64) je povezana z dejavniki sporočanja (ibid. 28), toda ti so predstavljeni na svojevrsten način, drugače kot pri Jakobsonu (1989: 153). V tem članku sta uporabljena izraza *tvorčev namen in vloga besedila*. Z izrazom *tvorčev namen* je poudarjen vzrok, zaradi katerega je nastala potreba po izrekanju (sporazumevanju). Z izrazom *vloga besedila* je izpostavljen dominirajoči dejavnik sporočila. V tem članku so dejavniki sporočanja razumljeni po Jakobsonu (1989: 149–190).

⁵ Besedilne vrste in tvorčeve namene Brinker (1985: 93–112, 125) predstavi na osnovi enotnega kriterija, to je glede na vrsto sporazumevalnega razmerja med tvorcem in naslovnikom. Pri tem se naslanja na Searla in njegovo klasifikacijo ilokucijskih tipov (ibid. 94, 95).

⁶ V teh besedilih se tvorec obvezuje, da bo storil, kar napoveduje, zagotavlja ali obljublja. Poleg izraza *zavezovalna besedila* se v slovenskem prostoru uveljavlja izraz *zagotavljalna besedila* (prim. Bešter in drugi 1999: 88). V njihovem učbeniku (ibid. 88) je sporna definicija, da ta besedila tvorec tvori zato, da bi naslovnik verjel, kar verjame sporočevalec. Prav tako sporno je uvrščanje obljube in grožnje med zagotavljalna besedila (ibid. 88), saj sta obljuba in grožnja pogosto pozivni vrsti besedil (prim. Justin 1993: 118–125).

⁷ V Brinkerjevi tipologiji neumetnostnih besedil ni razsojevalno-razodevalne vrste, ker avtor iz razvrstitve izloči poetično funkcijo (prim op. 63 v Brinker 1985: 98). V razsojevalno-razodevalnih besedilih tvorec izraža svoja čustva, mišljenja, oceno, stališče. Toda to izražanje ni povezano s hotenjem, da bi tvorec pri naslovniku dosegel točno določeno spremembo mišljenja, čustvovanja, pač pa tvorec izraža svoje psihično stanje ali razmišljanje. V središču pozornosti ni naslovnik, pač pa tvorčeva čustva in razmišljanja, pri čemer si tvorec želi, da bi v naslovniku sprožil razumevanje ali sočutje. V to skupino besedil sodijo npr. kritika, komentar, ljubezensko pismo, pa tudi polliterama in literarna besedila, saj v njih tvorec na svoj način ocenjuje/evalvira stvarino, ki jo predstavlja. Bešter in drugi (1999: 88) razsojevalno-razodevalna besedila uvrščajo v dve različni vrsti besedil, to je čustvena in vrednotenjska. Po njihovem mnenju čustvena besedila sporočevalec tvori, da bi naslovnik doživljal stvarnost ali sebe, kot ju doživlja on, vrednotenjska besedila pa tvori zato, da bi naslovnik sodil o čem tako, kot sodi on (ibid. 88). Predstavitev tvorčevega namena je v obeh definicijah sporna, saj, kot že rečeno, v središču pozornosti ni naslovnik. Sporno pa je tudi, ali je mogoče ločevati, katera so čustvena in katera vrednotenjska besedila. Izražanje mišljenja, stališča, vrednot, doživljanja, sodb je v tovrstnih besedilih medsebojno prepletano. Spornost definicij je v tem učbeniku (ibid. 88) očitna, če pogledamo propagandna besedila. Če ekonomskopropagandno sporočilo prepriča naslovnika, da stori dejanje, ki je v interesu tvorca, in kupi ponujeni izdelek, potem je tako besedilo po definiciji v učbeniku (ibid. 88) pozivno. Če pa političnopropagandno ali neko drugo prikritopropagandno besedilo povzroči, da bo naslovnik spremenil sodbo o nečem, je po definiciji v učbeniku vrednotenjsko besedilo. Očitno je, da se v našem prostoru mora vzpostaviti dialog o razvrščanju besedil v besedilne vrste, saj nesporna klasifikacija, ki bi jo vsesplošno uporabljali v stroki in brez utemeljitve uvedli v srednješolske učbenike, ne obstaja.

⁸ Tematske strukture prikazujejo razmerja med glavno in delnimi, stranskimi temami. Ta razmerja so: umeščanje in razvrščanje delov celotnega opisa, razlaganje s pomočjo splošnih in konkretnih pojasnil, utemeljevanje z argumenti, ter zaplet, razplet in subjektivna ocena dogodka pri pripovedovanju. Shematične prikaze *opisovanja* dogodka, predmeta, postopka, *razlaganja*, *utemeljevanja* in *pripovedovanja* prim. v Hudej 1994.

namerava opraviti; 3. argumentacijske (Warnke 1995: 95–121), ki omogoča prepoznati, kako določeno besedilo učinkuje; ta struktura v besedilu razkriva sredstva in taktike prepričljivega nagovora naslovnika. S tem pa pojasnjuje zveze med okoliščinami, tematsko strukturo in prevladujočo funkcijo v konkretnem besedilu.

Uresničevanje tvorčevega namena je v nadaljevanju raziskano v vseh šestih besedilnih vrstah.

I. Prikazovalna vrsta besedil

Osrednja pozornost je usmerjena v stvarnost, ki je predstavljena v besedilu. O predmetnosti tvorec nekaj trdi, jo opisuje, o njej poroča, poizveduje, razlaga, nekaj predlaga, ugotavlja, predstavlja, obvešča naslovnika, napoveduje cilj, poučuje in usmerja naslovnika. Podvrste so *predstavitvena, obveščevalna, poizvedovalna, poročevalska besedila in navodila*.

Osnovnim in prevladujočim namenom (prikazati, predstaviti, obvestiti, izvedeti, poročati, dajati navodila) je lahko dodano še kakšno drugo tvorčevo hotenje, npr. poziv naslovniku, utrjevanje povezanosti z naslovnikom, zagotovilo ali obljuba, razglašanje in razodevanje misli in čustev. Naslednji primeri prikazujejo, da je prevladujoči tvorčev namen odločilnega pomena za uvrstitev v določeno besedilno vrsto.

Primer 1: Vabimo vas na predavanje Čudoviti svet kristalov.

(1) *Predavanje bo v petek, 6. oktobra 1995, v veliki dvorani Centra interesnih dejavnosti (v bivšem Pionirskem domu) v Celju, Kosovelova 14, ob 18. uri.*

(2) *O svetu kristalov in o zdravilnih učinkih kristalov bo predaval kristaloterapevt A. M. Albin Škrabl.*

(3) *Vstopnine ni!*

(4) *Prisrčno vabljeni!*

Praktičnosporazumevalno javno vabilo naslovnika obvešča in pridobiva. Pozivnost besedila je prepoznavna iz učinkovitih izrazov (čudoviti svet, prisrčno vabljeni); tvorec se sklicuje na vrednote, koristi: zdravilni učinki (2) in brezplačnost (3). Čeprav tvorec želi pridobiti naslovnika, je prevladujoči namen obveščanje, torej besedilo sodi v prikazovalno vrsto.

Primer 2: Otvoritev trgovine⁹

V Ljubljani

P. n.

(1) Usojam se Vam naznanjati, da sem z današnjim dnem otvoril na tukajšnjem Mestnem trgu št. 7 manufakturno trgovino. (2) Moja pri trgovinskem sodišču protokolirana firma je 'Bogdan Svetličič'.

(3) Oprt na obilo trgovinsko znanje, se nadejam pri svojem podjetju tem boljših uspehov, ker razpolagam tudi z zadostnimi denarnimi sredstvi. (4) Zato prosim Vašega zaupanja, ki ga bom cenil s točnim in vestnim izvrševanjem vseh naročil.

(5) Obenem blagovolite vzeti na znanje moj podpis.

(6) Z velespoštovanjem
Bogdan Svetličič

Poslovno obvestilo je obveščevalno (1), dodan pa je poziv (3, 4) in zagotovilo (4). Učinkuje kot prošnja za zaupanje in pobuda za pridobitev naročnikov. Tvorca se sklicuje na svoje znanje in denar (dva močna argumenta) ter se obvezuje, da bo vestno in točno izvrševal naročila. Glagolski izrazi so neposredni in direktno razglašajo tvorčev namen.

Primer 3: Premestitev trgovine (Podkrajšek 1919: 156)

V Ljubljani

P. n.

(1) Blagovolite vzeti na znanje, da sem opustil svoje dosedanje prodajalniške prostore na Starem trgu ter otvoril na Glavnem trgu št. 13 z vsem komfortom opremljeno manufakturno trgovino.

(2) Nadejam se, da sem s tem ustregel želji svojih naročnikov, in se priporočam njih nadaljnji naklonjenosti.

(3) Z velespoštovanjem
Ferdinand Karolnik

Poslovno besedilo je obvestilo o preselitvi trgovine (1). Sklicuje se na želje naročnikov (2) in obljublja udobno nakupovanje (1). Besedilo je prikazovalno. Predstavitveni vlogi je dodana prošnja za nadaljnjo naklonjenost (3), s katero se razkriva govornostikovna vloga obvestila.

Vsa tri besedila so obveščevalna, to je podvrsta prikazovalnih besedil. Osnovni namen je obveščanje. Temu namenu je dodan drugotni namen, npr. poziv, ali tvorčeva obveza, ki je podrejena pozivnemu namenu, ali želja po ohranitvi stika z naslovnikom. Vabila in poslovna obvestila so učinkovita, če je izražanje v njih ustvarjalno in skladno s sporazumevalnimi načeli (Grice 1975: 41–58).

⁹ Gl. Podkrajšek (1919: 156). Ta zbirka prikazuje vzorce neumetnostnih besedil in jih razvršča glede na območje (zasebno, javno, uradno, poslovno), glede na tvorčev namen, glede na tipično vsebino, glede na stalno obliko nekaterih besedil in glede na možnosti variiranja začetnih in končnih delov. V uvodnem delu je precej jezikovnih in stilističnih napotkov, ki razlagajo procese tvorbe in sprejemanja besedilnih vrst. Uvodna priporočila so zelo koristni napotki za tvorjenje besedil. V teh priporočilih je mogoče prepoznati sporazumevalna načela, načela praktične stilistike in načela poslovne vpljudnosti ter posrednosti. Vzorci besedil so primerni za sodobne besediloslovne obravnave, čeprav je izrazje v njih zastarelo. Besedila podajam v neposodobljeni obliki, brez lektorskih posegov.

II. Pozivna vrsta besedil

Tvorec želi, da bi naslovnik nekaj naredil, ravnal na določen način, opravil neko dejanje ali zavzel določeno stališče. Poziv udejanji z ukazom, zapovedjo, prošnjo, vabilom, napotitvijo, molitvijo, ponudbo, nasvetom, priporočilom, predlogom, pritožbo, obljubo, grožnjo; podvrste so prepričevalna, pridobivalna besedila.

Moč posameznih argumentov odloča o uspešnosti ali neuspešnosti pozivnega besedila. Moč argumentov izvira iz njihove prepričljivosti v konkretnih sporazumevalnih okoliščinah.

V primerih 4–9 (izjava s prošnjo, zavrnitev pobude, priporočilo, prvi opomin, prepir) bodo izpostavljena sredstva, s katerimi tvorec skuša doseči spremembo stanja in mišljenja pri naslovniku.

Primer 4: Ljubimska izjava po krajšem znanju (Podkrajšek 1919: 131)

Cenjena gospodična!

(1) *Ni še dolgo, odkar sem bil tako srečen, da sem Vas prvikrat nagovoril, in že čutim, da življenje brez Vas zame nima pomena. (2) Niti prenašati bi ga ne mogel več, če bi ne smel upati, da me ne zavrnete. (3) Ne bodite nevoljni, ako Vam odkritosrčno povem, da me je vnela ljubezen, ki ne more biti bolj iskrena niti pri tistih, ki že dolgo občujejo med seboj. (4) Odkar sem prvikrat čul Vaš milobni glas, odkar me je prvikrat osrečil Vaš pogled, mi bije srce samo za Vas. (5) Ne mislite, blaga gospodična, da je taka ljubezen pojav trenutnega navdušenja, ne mislite, da ne vztraja, kdor se tako hitro vname. (6) Nasprotno! (7) Prepričan sem, da boste vpoštevali moj ognjevit značaj, ki ne more brzdati srčnih čutov. (8) Zato tudi trdno pričakujem, da mi ne poderete sladkega upanja, da se tudi v Vas giblje ljubezen do mene. (9) Moja sreča in nesreča sta v Vaših rokah! (10) Naj odloči glas srca, kaj me čaka! (11) V neomajni ljubezni Vas pozdravlja prevdani*

Datum. I.

Prevladujoči namen je poziv. V zasebni prošnji tvorec prepričuje naslovljeno osebo (8), da bi sprejela ljubezen, ki jo razodeva z izbiro čustveno nasičenih (afektiranih) besed, s pretiravanji, s sklicevanjem na obup (1–2), z dobrikanjem (4), z opravičevanjem zaradi hitrega navdušenja (5–7), z dvema dramatičnima vzklíkoma (9–10). Poudarjena izrazna vloga besedila in obveza (5), ki jo tvorec daje naslovniku, sta argumenta, s katerima tvorec želi prepričati naslovnik. Večja pomanjkljivost tega besedila je raba nikalnic, zanikanj in negativnih glagolskih predpon. Ti izrazi zmanjšujejo sporočilno učinkovitost besedila in ne spodbujajo naslovnikovega pozitivnega odjema.

Primer 5: Nepovoljen odgovor (Podkrajšek 1919: 131)

Cenjeni gospod!

(1) *Rada verjamem, da Vam prekipeva srce. (2) Ko pa preišlujem, koliko časa traja tako navdušenje, mi pravi čut, da ne dolgo. (3) Ne dvomim o Vaši trdni volji, vendar se mi zdi, da dva toliko različna značaja, kakršna sta Vaš in moj, nikakor ne sodita skupaj. (4) Da Vam s svojim vedenjem nikoli nisem dala povoda za približevanje, morate pa tudi priznati. (5) Cenim Vas, ker ste obče čislani, ali tistih čutov, ki jih je treba za tako važni korak, doslej še ne poznam, a brez njih bi ne bili srečni niti Vi niti jaz. (6) Obžalujem torej, da Vaši želji ne morem ustreči. (7) Z odličnim spoštovanjem*

Datum.

vdana I.

Zavrnitev je jasna, odločna, nedvoumna; utemeljena je na dejstvih, da sta njuna značaja različna (3), da naslovnica nikoli ni dajala povoda (4) in da v njej ni ustreznih čustev (5). Tematska struktura je argumentacijska. Negativni odgovor je ublažen z obžalovanjem (6). Predvsem pa učinek ublaži s peto povedjo, ko pove, da ga ceni.

Jasnost, odločnost, nespornost zavrnitve in vljudno ublaževanje učinka, ki ga bo negativni odziv sprožil v naslovniku, so sredstva, s katerimi je mogoče uspešno uresničiti namen v tako težavni obliki sporazumevanja.

Primer 6: Priporočilno pismo za trgovskega potnika (Podkrajšek 1919: 177)

V Zagrebu, dne 15. februarja 19...

Gospod Marko Brežanin

Na Reki

(1) Čast mi je, s tem pismom predstaviti svojega potnika gospoda Andreja Gostinčarja, ki ga priporočam Vaši blagonaklonjenosti.

(2) Gospod Andrej Gostinčar ima nalogo, da vpelje mojo tvrdko na Vašem trgu. (3) Prosim torej, da ga blagovolite opozoriti na tiste firme, pri katerih se je po Vašem mnenju nadejati ugodnega uspeha.

(4) Vselej pripravljen na uslugo Vam, Vas zahvaljujem za Vašo prijaznost že danes ter beležim

z odličnim spoštovanjem

Ljerk Budinič

Priporočilo je predvsem prošnja za pomoč (3); tvorec se sklicuje na naslovnikovo naklonjenost (1) in zagotavlja, da je pripravljen usluge povrniti (4). Za besedilo je značilno neposredno izražanje in pridobivanje naslovnika s pomočjo dobrikanja in obljubljanja koristi (1 in 4).

Primer 7: Prvo opominjalno pismo (Podkrajšek 1919: 186)

V Brnu, dne 3. januarja 19...

Gospod Albin Flegerič

V Mariboru

(1) Konec leta sem sklepal knjige ter našel, da še niste poravnali postavke, plačljive dne 30. septembra m. l.

(2) Znano mi je, kako točni ste v trgovinskih poslih, in zato ne dvomim, da ni došlo plačilo le vsled pomote. (3) Usojam se torej Vas na to opozoriti.

(4) Vam za nadaljnja naročila vselej na razpolago, beležim

z odličnim spoštovanjem

Filip Popelka

Prvi opomin je napisan kot vljudno obvestilo o neplačanih obveznostih. Tvorec si prizadeva zabrisati sledove obtoževanja (2 in 3). S tem ublaži naslovnikova negativna čustva, saj izrazi prepričanje, da gre za pomoto. Tak pristop je v poslovnem sporazumevanju učinkovit. S pomočjo velike vljudnosti, pozitivne naravnosti in prepričanja, da bo naslovnik plačal dolg, je mogoče doseči cilj hitreje, kakor če tvorec naslovnika obtožuje in mu grozi.

V analiziranih besedilih tvorec želi vplivati na naslovnika s pozivanjem. Učinki so odvisni tudi od drugih namenov, ki jih tvorec v besedilu sočasno izraža, in so odvisni od

vloge besedila: *ljubimska izjava* je pozivno besedilo z vplivanjsko in izrazno vlogo; *negativni odgovor* poziva naslovnika, naj spremeni čustveno naravnost; *priporočilo za trgovskega potnika* je pozivno besedilo, oblikovano kot prošnja, v kateri se tvorec želi prikupiti naslovniku in mu obljublja koristi; *prvi opomin* je pozivno besedilo, oblikovano kot obvestilo s predstavitveno vlogo; *odzivno opravičilo* (Primer 10) pa je povezovalno besedilo, s katerim tvorec želi ohraniti povezanost z naslovnikom; pozivnost v obliki prošnje in opravičevanja je v tem besedilu drugotnega pomena.

Med pozivna besedila uvrščamo tudi zasebni ali uradni zahtevek, prošnjo, nasvet, predlog. Ta besedila so grajena po naslednjem vzorcu: a) tvorec mora biti pozitivno naravnat in mora predpostavljati, da se bo naslovnik pozitivno odzval; b) zahtevo, prošnjo, nasvet, predlog in koristne obojestranske posledice mora navesti jasno; c) tvorec mora poziv utemeljiti; d) pozitivno in spodbujajoče (neposredno/posredno) mora svetovati naslovniku, kaj naj stori; e) zaključek mora biti spodbujajoč, prijazen. Tudi v prvem opominu je mogoče uporabiti podobno taktiko: stvarna predstavitev dejstev in dejanskega stanja; prepričanje, da ne gre za namerno izogibanje; izražanje vere v naslovnika; pripravljenost razumeti ga (še le v sledečem opominu bi bila primerna grožnja). Zelo vpljudno je, če tvorec olajša naslovnikovo dejanje, npr. s telefonsko številko, priloženo izpolnjeno položnico, priloženim pismom za odgovor.

V pozivnih besedilih mora tvorec, ki želi, da bi se njegov namen zagotovo uresničil, izbrati sredstva, s katerimi: a) pridobi naslovnikovo pozornost, b) vzbudi željo, c) ustvari potrebo, d) si zagotovi naslovnikovo soglašanje, e) vzpodbudi naslovnika za dejanje, ki je v korist tvorcu. Dopuščati pa mora, da naslovnik ob besedilu uresničuje svoje hotenje, intencionalnost.

V nekaterih reklamnih in propagandnih besedilih¹⁰ se tvorec poslužuje taktik, ki onemogočajo naslovniku, da bi enakopravno sodeloval in uresničeval svoje hotenje, npr. zloraba nevednosti, neinformiranosti, podtikanje lažnih trditev (argumentum ad ignorantiam), izrabljanje sofizmov, navidezno logično sklepanje, napaka pri katerikoli obliki silogizma,¹¹ sklicevanje na avtoriteto (argumentum ad verecundiam), sklicevanje na večino (argumentum ad populum), zloraba naslovnikovih čustev, potreb, želja in vrednot s predpostavkami (petitio principii). Vsa naštetá sredstva so učinkovita tudi v prepiru, poleg naštetega pa nasprotnika učinkovito onemogoča: zloraba moči, prisile (argumentum ad baculum), prošnja za usmiljenje (argumentum ad misericordiam), prepvpitej, junačenje,¹² obtoževanje z neresnico,¹³ etiketiranje (argumentum ad hominem), to je napadanje osebe namesto dejstev, ki so sporna, spreminjanje teme, sprevračanje nasprotnih stališč in dokazov¹⁴ in izogibanje vprašanjem, ki so sporna.

¹⁰ O pozivnih besedilih, kot so vabilo, ekonomska, politična in prikrita propaganda, prim. v Hudej 2000.

¹¹ Npr. pri obliki modus ponens (če dežuje, je dvorišče mokro; dvorišče je mokro; torej dežuje), zamenjava vzroka in posledice (če zastava plapolá, piha veter) ali krožno dokazovanje (vrtenje v krogu, sklepa ni mogoče doseči).

¹² To je pogosto učinkovitejša taktika od skromnosti ali obrambe.

¹³ Neresnica čustveno zmede naslovnika.

¹⁴ S kršenjem sporazumevalnih načel, npr. maksime resničnosti in relevantnosti, je mogoče vsebino spremeniti in dokazati ravno nasprotno, kot je bilo v resnici izrečeno.

Primer 8: VELIKI VEČNI ROMANI – Zbirka biserov svetovne književnosti

(1) Spoštovani, malo stvari je velikih, še manj je večnih. (2) Mi vam jih predstavljamo: najlepše mojstrovine največjih pisateljev v zbirki VELIKI VEČNI ROMANI. (3) Zagotovite si jih že v prednaročilu!

(4) Nova zbirka VELIKI VEČNI ROMANI prinaša temeljna dela evropske in ameriške proze od antike do dvajsetega stoletja. /.../

(9) Dela iz zbirke VELIKI VEČNI ROMANI so temelj vsake družinske knjižnice. (10) V vsaki knjigi bosta še spremna beseda ter oris avtorjevega življenja in dela. (11) Tako boste imeli na svoji knjižni polici, na dosegu roke vse o največjih svetovnih klasikih in njihovih delih. (12) Še posebej bodo knjige prišle prav vašim otrokom pri spoznavanju svetovne književnosti. /.../ (15) Vse knjige so tiskane na vrhunskem papirju in imajo barvni ščitni ovitek. (16) S prednaročilom na zbirko boste že letos prihranili 4000 SIT in hkrati dobili še darilo: 24-karatno, pozlačeno bralno znamenje. /.../

(17) S knjigami doživljamo lepe trenutke v zavetju svojega doma, na poti ali na počitnicah.

Besedilo je reklamni oglas za nakup knjig; v tej reklamni so uporabljena naslednje taktike: a) izbira izrazov, ki imajo vsebovane vrednote (nakup *velikih, večnih* romanov, zbirke *biserov*, tiskano na *vrhunskem* papirju); b) ustvarjanje potrebe za nakup (1–4, 10–12); c) vzbujanje občutka manjvrednosti (9); d) pridobivanje (dobrikanje) z darilom, s popustom (16) in s pozivom (3).

Izbira izrazov sproža konotacije, ki motivirajo bralca za nakup. S sklicevanjem na klasičnost, večnost in priročnost ustvarja v naslovniku potrebo za nakup. Z darilom se naslovniku dobrikanje, s prednaročniškim popustom ga napeljuje na sklep, da bo nekaj dobrega dobil ceneje.

Manjvrednostni občutek konotativno ustvarja deveta poved: *Dela iz zbirke Veliki večni romani so temelj vsake družinske knjižnice*. Iz izrečenega sklepamo, da bo naša družinska knjižnica siromašnejša, manj vredna od drugih, če knjig ne bomo kupili. Iz devete in sedemnajste povedi izpeljemo sklepanje: če so te knjige temelj vsake družinske knjižnice, če bomo s knjigami doživljali lepe trenutke v zavetju svojega doma, na poti ali na počitnicah, potem bi družino prikrajšali, če knjig ne kupimo.

Primer 9: Analiza taktik pregovarjanja in medsebojnega onemogočanja v prepiru med Kreonom in Ismeno¹⁵

KREON: (1) Ob pamet sta obe. (2) Eni se danes je zmešalo, a drugi že ob rojstvu.

ISMENA: (3) Kar pameti bilo je prirojene, v nesreči človek jo lahko izgubi -.

KREON: (4) – če se – kot ti – spajdaši s hudodelci.

ISMENA: (5) Brez nje življenje zame nima cene.

KREON: (6) Brez »nje«? (7) O tem pa molči! (8) »Nje« ni več!

ISMENA: (9) Boš sinu svojemu ubil nevesto?

KREON: (10) Dovolj je drugih njiv, po njih naj orje!

ISMENA: (11) Nikdar ni dvoje src se lepše ujelo!

KREON: (12) Moj sin ne bo se ženil z izdajalko!

ISMENA: (13) Kako te oče žali, dragi Hajmon!

KREON: (14) Kako me dražiš, ti in ta ženitev!

¹⁵ Sofoklejeva *Antigona*, Ljubljana: Mladinska knjiga, 1992.

ISMENA: (15) Boš sinovo poroko res razdril?

KREON: (16) Ne jaz, sam Hades bo razdril poroko.

VODJA ZBORA: (17) Torej si res dekle zapisal smrti.

KREON: (18) To smo sklenili – jaz in vi. (19) Dovolj! (20) Vojaki, odvedite ju! (21) Poslej teh žensk ne izpustite več iz hiše! (22) Še tak junak poskuša pobegniti, če vidi svojo smrt preveč od blizu. (23) Vojaki odpeljejo Antigono in Ismeno v palačo.

Kreonova sredstva so: napad na osebo, etiketiranje – Ismeno in Antigono označi, da sta ob pamet (1, 2), Polinejka označi za hudodelca (4), Antigono označi za izdajalko (12); prevpitje (6–8, 10, 18–21); ironija (10); vračanje udarca z enakim sredstvom (14); prevzetno ustenje, ki se na koncu tragedije proti Kreonovi volji dobesedno uresniči (16); sklicevanje na večino (22).

Ismene replike so: prošnja za usmiljenje (3, 5); iskanje Kreonove ranljivosti s pomočjo vrednot: sin (9, 15), ljubezen (11); napad na Kreona s pomočjo vprašanja, vzklika (9, 11, 13, 15).

Prepričevalna sredstva kažejo, da Ismena v prepiru poskuša omajati Kreonovo trmo in zaslepljenost. Toda zaman išče mesto, kjer bi bil vladar ranljiv, zaman se sklicuje na temeljne vrednote, zaman postavlja dramatična vprašanja. Kreon ji odgovarja napadalno, z avtoritativnimi trditvami, prevpitjem in vzkliki, ki dokazujejo neomajno moč.

III. Povezovalna vrsta besedil

Tvorec si prizadeva vzpostaviti ali ohraniti osebni stik z naslovnikom. Naslovnik mora prepoznati njegovo razpoloženje, duševno stanje in naravnost (opravičilo, čestitka, pozdrav, sožalje, zahvala); tvorec mora z besedilom pridobiti zaupanje. Sredstva, ki se jih poslužuje, so patos (vznesenost, navdušenost) in etos (ustreznost etičnim merilom).¹⁶

Primer 10: Odgovor na prvo opominjalno pismo (Podkrajšek 1919: 186)

V Mariboru, dne 10. januarja 19...

Gospod Filip Popelka

V Brnu

(1) Odgovarjaje na Vaše pismo z dne 3. t. m., rad priznavam, da sem popolnoma prezrl svoj dolg, ki ga izkazuje Vaš račun z dne 30. septembra m. l.

(2) V poravnavo Vaše terjatve prilagam poštni ček za K 618.- ter prosim, da mi blage volje oprostite.

(3) Z odličnim spoštovanjem

Albin Flegerič

Odzivno pismo je opravičilo, ki spada v povezovalno vrsto; besedilo dokazuje, da so bile taktike v pobudnem pismu (gl. Primer 7) uspešne. Namen je bil dosežen – dolžnik

¹⁶ Po Aristotelovi *Retoriki* se sredstva prepričevanja delijo na etos, logos in patos.

bo plačal dolg, hkrati pa je med sodelujočima v sporazumevalnem procesu ohranjeno spoštovanje, vljudnost in medsebojna povezanost.

V povezovalnih besedilih je prepoznavno tvorčevo obžalovanje, sočutje, hvaležnost, očaranost, veselje. Izražanje naravnosti poživlja besedilo in okrepi povezanost med sodelujočimi. Nekatera tovrstna besedila so besedoslovno in skladijsko močno normirana. Druga pa prepričevalno moč gradijo na rabi izvirnih stilističnih in retoričnih sredstev (čestitka, sožalje, opravičilo, zahvala), npr. v čestitki: oblikovna zanimivost, domiselnost; v sožalju: sočustvovanje, toplina, optimistična prihodnost; v opravičilu: iskrenost, prijaznost, vzpodbujanje; v zahvali: izvirnost, iskrenost, naklonjenost.

IV. Zavezovalna vrsta besedil

Tvorec se obvezuje, prisega, jamči, stavi, priča, izjavlja, obljublja (obljuba, pogodba, naročilnica, dogovor, izjava, pričevanje, zadolžnica) in s tem skuša prepričati naslovnika, da je resnično oz. se bo uresničilo, kar zagotavlja. Ta besedila so obvezujoča za tvorca in je tvorčev namen najpogosteje neposredno izražen.

Primer 11: Blejske podložniške prisegae – Ferčaj Jurij, 22. julij 1680 (Ribnikar 1976: 52)¹⁷

(1) Jest Juri Ferčaj persežem pri tem jemeni gospodi Boga, Očeta, Sinu jenuj svetiga, to je te svete Trojice. (2) De prvič ta ubiti Maher Hrest (Mohor Hrast?): koker se je meni zdelu: od moje kočce doli po hribu enu malu od te navadne poti šo: jenuj v enim žakli nkatere reči nosu. (3) Drugič de ta ubiti, potem kadar sem jest reku, de očem žakl potipat, antevart dal. (4) Ni obeden moj žakl potipau, jenuj ti ga tudi na boš potipau.

(5) Trekič, de kader sem jest ta žakl potipau, sem zamerkau, de v tistem zak nekatere moje riči snešli. (6) Jenuj ta ubiti precaj s tem povirkam, kateriga je on v rokah jomu, en šlak pruti moje glavi pelau, jenuj dokler je meni pre blizu bil, jenuj meni ni mogu prav zadeti po obrazu, do krivi ga derknu jenuj precej name segu:

(7) Čez to sma se skupaj spopadla, sukala jenuj na tla vergla jenuj po tistim sem jest snešu, da je moja srajca reztergana bila.

(8) K četertimu de potem ta ubiti se je zupet name spustu, jenuj de sem jest ta šlak, kateriga je name pelau, z mojo sikiro odnesu, jenuj po tistim temu ubitimu s sikiro en šlak na glava dau.

(9) K petima de dokler sem se jest bau, de be ke ta ubiti moje hčere, katera je ta čas v uti bila, bil kaj hudiga ali žaliga sturu: sem jest pruti njemu reku, de bi on žakl z mano k uti nesu, na to je on en čas z mano šo. (10) Jenuj kadar sem jest njega prašau, ze čez vola je on teliku mojih reči vzel, je on močau jenuj čez enu majhenu žakl od sebe vergu, en kamen gori vzignu, jenuj tistiga name luču, jenuj vroka zadeu. (11) Čez to je ta ubiti v enu germoje skoču, jest pak za nim hitu, jenuj kadar sem blizu k njemu peršu, je on meni zupet s povirkam en šlak na herbet dau, jenuj je čez to bežau.

(12) K šestimu de je mene čez to jeza toku prevzela, de se ne morem prau sponit, kaj sem jest dale ž nim začeu. (13) Koker meni Buh pomagaj, luba Divica Marija jenuj vse svetniki na moj posledni dan, kadar se bode moja uboga dušica od mojga telesa ločila.

(14) Amen.

¹⁷ Poskus govornega zapisa iz leta 1680.

Struktura besedila je argumentacijska. *Glavna tema (teza)* je obtoženčeva želja, da bi naslovnika prepričal o resničnosti izjavljenega; posledično bi sledil sklep, da obtoženi ni kriv toliko, kot se predpostavlja, ali pa, da sploh ni kriv. *Argumenti* so: ubiti je bil tat (5), ki je prvi napadel (6), povzročal bolečine in škodo (7), ogrožal tudi hčerino varnost (9), stopnjeval nasilje (10, 11). Bazo vrednot predstavljajo vsi segmenti, v katerih so konotacije nevarnosti, ogroženosti. *Podpore* argumentom so: priznanje, prošnja za usmiljenje (12) in sklicevanje na neprištevnost (12). *Ključno pravilo* je implicitno. *Približek (modalni operator)* je *zagotovo*, saj prisega na samega Boga. Tako izrečen modalni operator ima veliko prepričevalno moč.

To zavezovalna besedilo je po namenu *izjava, prisega* in hkrati *poziv*. Vsebuje naslednje značilnosti: a) izrekanje prisega je v tvorčevem in naslovnikovem interesu; obtoženi prisega na avtoriteto; b) v besedilu opazimo prizadevanja tvorca, da bi si pridobil naslovnikovo zaupanje in ustvaril občutek iskrenosti; c) izjavljanje je odločno, jasno in vsebuje tudi utemeljitev, s katero želi prepričati naslovnika, naj bo kazen za storjeno dejanje čim manjša.

Zavezovalna besedila so učinkovita, če je izraz stvaren; npr. v *naročilu* mora tvorec svoje hotenje neposredno izraziti (naročam, pošljite mi), natančno mora navesti količino, način plačila, rok dobave; s prijaznim zaključkom ali navedbo obojestranske koristi pripomore k temu, da se bo naslovnik pričakovano odzval na naročilo.

V. Izvršilna vrsta

V to vrsto spadajo razglašajoči, izjavljajoči, normativni žanri (darilno pismo, imenovanje, izključitev, krst, poroka, obsodba, odločba, oporoča, odpoved, odpustitev, uradni odlok, uradno obvestilo, pooblastilo, pravni sklep, vojna napoved, razsodba, razglas); sporočilo je učinkovito, če primernemu oz. pooblaščenemu tvorcu v ustreznih okoliščinah uspe ustvariti neko novo stvarnost.

Primer 12: Odločba o prekršku

Št. odločbe /.../

Sodnik za prekrške /.../ izreka odločbo Ivanu B. zaradi prekrška po členu 28/5 Zakona o varnosti cestnega prometa, po predlogu Policijske postaje Velenje, št. 20/1 z dne 2. 4. 2000.

ODLOČBA

Obdolženi Ivan. B., rojen /.../, stanujoč /.../, po poklicu /.../, poročen /.../, oče treh otrok, lastnik stanovanja /.../, mesečni osebni dohodek /.../, državljan RS, nekaznovan,

JE ODGOVOREN

za prekršek po členu 28/5 Zakona /.../, (Uradni list RS 30/98), ki ga je storil s tem, da je dne 2. 4. 2000 ob 23. uri vozil avtomobil /.../ po Celjski cesti, v smeri proti Velenju, kjer je hitrost omejena na 50 km/h, s hitrostjo 90 km/h, kar je 40 km nad dovoljeno hitrostjo. S tem je kršil Zakon /.../ in se mu na podlagi Zakona /.../

IZREČE

denarna kazen v višini /.../ za prekršek, storjen z motornim vozilom B-kategorije.

Izrečeno denarno kazen je obtoženec dolžan plačati v roku /.../. V primeru neplačila, se denarna kazen izterja prisilno /.../ ali se spremeni v zaporno kazen /.../.

OBRAZLOŽITEV /.../

Za storjeni prekršek je predpisana kazen /.../. Pri višini odmere kazni je bila upoštevana teža storjenega prekrška, družbena nevarnost tovrstnih prekrškov, okoliščine, in sicer, redke promet, suha in pregledna cesta. Upoštevana je bila stopnja obdolženčeve odgovornosti, njegov OD ter dejstva, da je poročen, oče treh otrok. Kot olajševalna okoliščina je bilo upoštevano njegovo odkrito priznanje in njegova dosedanja nekaznovanost. Posebnih oteževalnih okoliščin ni bilo mogoče zaznati.

Ker je bil obdolženec spoznan za odgovornega, je dolžan /.../

PRAVNI POUK

Proti odločbi je dopustna pritožba /.../

Datum /.../

Obveščeni: /.../ Sodnik: /.../

Odločba je vrsta izvršilnega besedila. Vsebovati mora utemeljitev in obrazložitev. Odločanje temelji na tehtanju moči obremenilnih in obrambnih argumentov. V konkretnem primeru imajo veliko moč: zakon, dejstva (merilnik, stanje vozišča, preglednost na cesti), odkrito priznanje krivde, občutek odgovornosti, dosedanja nekaznovanost.

V izvršilnih besedilih sta tvorec in naslovnik v hierhičnem razmerju; tvorec razpolaga z avtoritativno močjo (odločba, rzsodba, krst, poroka, pooblastilo), zaradi katere ima možnost razglašanja, normiranja, odločanja. V besedilu mora upoštevati sporazumevalne zakonitosti, stereotipnost in normiranost besedila.

Besedila, ki so ugodna za naslovnika (darilno pismo, imenovanje, odločba, oporoka, uradni odlok, obvestilo, pravni sklep, rzsodba, razglas, pozitivni odgovor na reklamacijo ali prošnjo) najpogosteje vsebujejo objektivna, stvarna izrazna sredstva. V nekaterih primerih je mogoča subjektivnost in izražanje naklonjenosti.

V besedilih, ki imajo izraženo negativno tvorčevo stališče (izključitev, odpustitev, obsodba, odpoved, odločba, oporoka, uradni odlok, obvestilo, pravni sklep, vojna napoved, rzsodba, razglas, negativno mnenje, recenzija, zavrnitev reklamacije ali pritožbe), mora biti zavrnitev naslovnika odločna, kratka in neposredna. Naslovnikov sprejem pa je v posameznih primerih potrebno ublažiti, poiskati nekaj pozitivnega, vzpodbudnega in uporabiti taktiko vljudnosti.

VI. Razodevalno-razsojevalna vrsta besedil

V razodevalno-razsojevalni vrsti gre za razvrščanje, ocenjevanje, kritiziranje, hvaljenje, komentiranje, izpovedovanje; podvrste so pripovedna, poetična, stališčna besedila; tvorec prikazuje dejansko stanje na tak način, da v ospredje postavlja lastno ali strokovno oceno in razmerje do predmetnosti, s čimer hoče naslovnika pridobiti, ganiti, razvedriti, zabavati, zagreniti, mu nekaj razodeti.

Primer 13: DRAGA VIDA!

(1) Oprosti za tole zamudo. (2) V kritičnih trenutkih sem te skušala dobiti po telefonu – brezuspešno. (3) Najprej moram povedati, da je izmed vseh moških, ki so vpleteni, F. največji – najbolj – dedec. (4) Ah, to je ena taka karizma! (5) Po hrbtenici ti zapiha. (6) Njegov vonj kriči po neukrotljivem. (7) Jasno, da je pomlad – to samo mimogrede. (8) Tudi predstavnik založbe, gospod G. je prima fascinacija. (9) Tridesetletniki so zame sploh olajšanje in bolj, ko

se bližajo štiridesetim, bolj so pridni, fini, galantni. (10) Kakšen dvajsetletnik bi mi vse brezobzirno in egotipsko vrgel v glavo, celo naslajal bi se ob mojem strahu in grozi. (11) Toda kasnejše obdobje je že zrelost, brzdanje, gotovost, zanesljivost. (12) Gospod G. si ne upa izraziti svojega mnenja, da ne bi zašla v svojih poskusih. (13) Gospod F. je zato užaloščen. (14) Da rabim zanesljivo roko, ki bo znala iz teksta potegniti nekaj veličastnega. (15) To bi lahko bil M., on da ima veliko smisla, a se je – žal – tako hudo uprl. (16) Gospod F. je kot smrkavec taval tudi k I. in ta ga je vodil po minskem polju, mu svetoval. (17) Gospod G. sedi miroljubno. (18) Ničesar ne zahteva od mene. (19) Grozno negotova sem. (20) Vidim pa, da je vsekakor prima mož. (21) Vsaj nekaj.

(22) A tu je še kleč: z žalostjo opazujem in osvajam sceno pisateljavanja, kajti nikogar ni, ki bi ga jaz tako cenila zaradi pisanja, da bi bila voljna sprejeti njegove komentarje, da bi jih potrdila kot absolutne. (23) Vsi rahli bleferčki. (24) Nobenega resničnega genija, brušenega diamanta – vse motno! (25) In zdaj naj jih poslušam, ko pa nimajo pojma? (26) Niti najmanj. (27) Odpovedujem poslušnost. (28) Dovoljujem si celo biti vzvišena, kar je zame gotovo napredek.

(29) F. me je iz Uniona vzel kar s sabo, kot kakšno pručico ali stolček, me nato postavil v center prekmurske moškosti, ki je postajala ob špricerjih (in pogledu name) razigrana. (30) Eni takile veseljaki, iščoč navdiha, življenjskega smisla. Kaos, kaos! (31) Pili smo do jutra in končali v PEN-u z dobrim golažem na mizi. (32) In ta pojava ti naslednjega dne dobrosrčno teka po trgovinah – nakupi za otroke in za lastno vest. (33) Popolnoma izmučena nočem slišati ničesar več o svojem tekstu. (34) Oni »znajo« vsi pisati, nadarjenosti pa toliko, kot je za nohtom črnega. (35) Jaz moram še toliko preštudirati, učbenikov dramatike, priročnikov bistrine, ostrine, blablaba!

(36) Da sploh ne omenim, kako grozno sem nadarjena! (37) Kako silovito! (38) Po K. (39) Slednji me je dve uri mrcvaril. (40) Ni mi prizanašal, kar lepo do krvi. (41) Tekst je bedarija, nenehno ponavljanje odlomkov, kako neki morem, mučno je to branje, strahotno. Tako se to ne dela! (42) Upanje je edino v stebelcu, ki sem ga utrgala in mi je žal. (43)

Ah, K. je prastar! (44) Nemci bi rekli uralt. (45) Dal mi je pošten kos snovi za razmišljanje, kopico odličnih tehničnih napotkov, a ob vsem sem ostala tudi odmaknjena, nisem se strinjala – (46) Rad bi roman, naraščanje napetosti, dramaturška kristalizacija, fabula – kam si vse to skrila, prisma – in ne pozabimo na dobri, stari, humanistični podton!

(47) Hvalabogu, zdaj študiram anatomijo. (48) Prišla je pomlad, Tanja mora nenehno poslušati moje izbruhe. (49) Spravi se mi pokonci tudi ti! Glej, sonce!

Tvoja Irena

Zasebno pismo je po namenu razsojevalno-razodevalne vrste; prevladuje izrazna vloga. Živost izražanja je dosežena z naslednjimi sredstvi: poročani govor, izpovedovanje, karikiranje, notranji monolog, ponazoritev, stopnjevanje, paralelizem, primera, metonimija, metafora, eksklamacija, ironično izrazje. Izpovedi in ocene razodevajo subjektivno tvorčevu stališče. S stopnjevanji nasprotij, izbiro izrazja in z drugimi sredstvi doseže komičnost in tragičnost hkrati. Struktura besedila je razlagalna: *scena pisateljavanja je motna in vzvišena; človeka, ki išče pomoč in nasvet, pusti povsem osamljenega*. To je glavna tema, ki jo pojasnjujejo konkretni dogodki, o katerih s humorjem poroča, in jo pojasnjujejo tudi splošne ugotovitve, ki razodevajo avtorčin obup in nemoč.

Primer 14: Anekdota

Živel je sin, ki vse zadeve spreminjal v zapletene in zagonetne. Nekoč mu je oče naročil, naj napiše pismo bratu, ki je živel v mestu. Sporoči naj mu štiri novice: prvič, da je nedavno umrl sosed; drugič, da se je meso v vasi zelo podražilo; tretjič, da so zaposlili novega služabnika; četrtič, da žena pričakuje otroka. Brat je sprejel sledeče pismo: »Dragi brat, sporočamo ti, da je naš sosed nenadoma umrl, da pa se je meso v vasi zelo podražilo. Pred tedni je prišel v hišo novi hlapec pa moja žena že pričakuje otroka.« Brat je bil pretresen in je odpisal: »Dragi brat, ne razumem, kako lahko prodajate meso mrtvih ljudi in zakaj me obveščas o domači sramoti.«

Tvorec poroča o dogodkih. Perspektiva je komična. Humorni učinek je dosežen s kršenjem sporazumevalnih načel (Griceova maksima načina (1975: 41–58)). Z napačno rabo členkov in vezniških besed zavaja prejemnika pisma in zabava naslovnika.

Besedila so bila razvrščena v šest besedilnih vrst na podlagi prevladujočega tvorčevega namena. Analize štirinajstih vzorcev kažejo, kakšna so razmerja med tvorčevim namenom, vlogo besedila, tematsko strukturo ter sredstvi in taktikami, s katerimi tvorec uspešno uresniči namen v posamezni besedilni vrsti:

1.	VABILO
BESEDILNA VRSTA	prikazovalno besedilo
TVORČEV NAMEN	obvestiti in pridobiti naslovnika
VLOGA BESEDILA	predstavitvena, vplivanjska
TEMATSKA STRUKTURA	opisovanje (odgovori na k-vprašanja)
SREDSTVA IN TAKTIKE	stvarno izražanje in učinkoviti izrazi
2.	OTVORITEV TRGOVINE
BESEDILNA VRSTA	prikazovalno besedilo
TVORČEV NAMEN	obvestiti in pridobiti naslovnika
VLOGA BESEDILA	predstavitvena, vplivanjska, govornostikovna
TEMATSKA STRUKTURA	opisovanje (odgovor na k-vprašanja)
SREDSTVA IN TAKTIKE	stvarno izražanje, prošnja, zagotovilo, sklicevanje na denar in znanje
3.	PREMESTITEV TRGOVINE
BESEDILNA VRSTA	prikazovalno besedilo
TVORČEV NAMEN	obvestiti in ohraniti povezanost z naslovnikom
VLOGA BESEDILA	predstavitvena, govornostikovna
TEMATSKA STRUKTURA	opisovanje (odgovori na k-vprašanja)
SREDSTVA IN TAKTIKE	stvarno izražanje, sklicevanje na želje naročnikov in udobje

4.	LJUBIMSKA IZJAVA
BESEDILNA VRSTA	pozivno besedilo
TVORČEV NAMEN	izraziti čustva in s prošnjo pridobiti naslovnika
VLOGA BESEDILA	izrazna, vplivanjska
TEMATSKA STRUKTURA	argumentiranje
SREDSTVA IN TAKTIKE	afektirano, patetično izražanje, prošnja, zagotovilo, opravičilo, laskanje, sklicevanje na posledice
5.	NEPOVOLJEN ODGOVOR
BESEDILNA VRSTA	pozivno besedilo
TVORČEV NAMEN	zavrnuti naslovnika
VLOGA BESEDILA	izrazna, vplivanjska
TEMATSKA STRUKTURA	argumentiranje
SREDSTVA IN TAKTIKE	jasno, odločno navajanje dejstev, obžalovanje, ublažitev učinka
6.	PRIPOROČILO
BESEDILNA VRSTA	pozivno besedilo
TVORČEV NAMEN	priporočilo in prošnja
VLOGA BESEDILA	vplivanjska
TEMATSKA STRUKTURA	opisovanje in argumentiranje
SREDSTVA IN TAKTIKE	prošnja, zagotovilo, obljuba, laskanje, sklicevanje na naklonjenost
7.	PRVI OPOMIN
BESEDILNA VRSTA	pozivno besedilo
TVORČEV NAMEN	pridobiti naslovnika
VLOGA BESEDILA	predstavitvena, vplivanjska
TEMATSKA STRUKTURA	poročanje (opis dogodka) in argumentiranje
SREDSTVA IN TAKTIKE	vljudnost obvestila in ublažitev vtisa
8.	REKLAMNI OGLAS
BESEDILNA VRSTA	pozivno besedilo
TVORČEV NAMEN	pridobiti naslovnika
VLOGA BESEDILA	vplivanjska
TEMATSKA STRUKTURA	argumentiranje
SREDSTVA IN TAKTIKE	izbira izrazov, ustvarjanje potrebe za nakup, vzbujanje manjvrednostnega občutka, sklicevanje na vrednote, podkupovanje

9.	PREPIR MED KREONOM IN ISMENO
BESEDILNA VRSTA	pozivno besedilo
TVORČEV NAMEN	prepričati, uničiti nasprotnika
VLOGA BESEDILA	izrazna, lepotna
TEMATSKA STRUKTURA	argumentiranje
SREDSTVA IN TAKTIKE	napad na osebo, vzkliki in prevpitje, zloraba moči, grožnja, sklicevanje na večino, sklicevanje na vrednote, retorična vprašanja
10.	POZITIVNI ODGOVOR NA OPOMIN
BESEDILNA VRSTA	povezovalno besedilo
TVORČEV NAMEN	opravičilo
VLOGA BESEDILA	govornostikovna
TEMATSKA STRUKTURA	razlaganje
SREDSTVA IN TAKTIKE	prošnja, opravičilo
11.	PODLOŽNIŠKA PRISEGA
BESEDILNA VRSTA	zavezovalno besedilo
TVORČEV NAMEN	prisega in pričevanje
VLOGA BESEDILA	predstavitvena, vplivajska
TEMATSKA STRUKTURA	poročanje (opis dogodka) in argumentiranje
SREDSTVA IN TAKTIKE	sklicevanje na dejstva in zagotovilo v obliki prisega
12.	ODLOČBA O PREKRŠKU
BESEDILNA VRSTA	izvršilno besedilo
TVORČEV NAMEN	razglasiti odločitev
VLOGA BESEDILA	predstavitvena
TEMATSKA STRUKTURA	argumentiranje
SREDSTVA IN TAKTIKE	obremenilni in obrambni argumenti
13.	ZASEBNO PISMO
BESEDILNA VRSTA	razodevalno besedilo
TVORČEV NAMEN	izraziti kritični pogled in pridobiti naslovnika
VLOGA BESEDILA	izrazna, lepotna
TEMATSKA STRUKTURA	razlaganje
SREDSTVA IN TAKTIKE	stopnjevanje, karikiranje, ironiziranje, izbira izrazja
14.	ANEKDOTA
BESEDILNA VRSTA	razodevalno besedilo
TVORČEV NAMEN	izraziti stališče in zabavati naslovnika
VLOGA BESEDILA	izrazna
TEMATSKA STRUKTURA	pripovedovanje
SREDSTVA IN TAKTIKE	komična perspektiva

Sredstva in taktike, ki zagotavljajo uspešnost nagovora, so odvisna od tvorčevega namena: v *prikazovalnih besedilih* tvorec prikazuje, sporoča, predstavlja, trdi, opisuje, poroča, poizveduje, razlaga, nekaj predlaga, ugotavlja, predstavlja, obvešča, napoveduje, poučuje in usmerja; ta besedila bi lahko poimenovali *poročevalsko-predstavitveni žanri*; v *pozivnih besedilih* tvorec pridobiva, prepričuje, apelira, ukazuje, zapoveduje, odreja, prosi, vabi, usmerja, moli, ponuja, svetuje, priporoča, predlaga, se pritožuje, grozi; ta besedila bi lahko poimenovali *prepričevalni žanri*; v *povezovalnih besedilih* tvorec čestita, pozdravlja, izreka sožalje, se zahvaljuje, tolaži, navdušuje, da bi ohranil povezanost z naslovnikom; ta besedila bi lahko poimenovali *povezujoči žanri*; v *zavezovalnih besedilih* tvorec obljublja, se obvezuje, prisega, jamči, stavi, odloča, priča, izjavlja, naroča, se zadolžuje; ta besedila bi lahko poimenovali *obvezujoči, zavezujoči, zadolžujoči žanri*; v *izvršilnih besedilih* tvorec razglašča, izreka sodbo, pooblašča, imenuje, odpoveduje, odloča, napoveduje; ta besedila bi lahko poimenovali *razglašajoči, izjavljajoči žanri*; v *razsojevalno-razodevalnih besedilih* je tvarina predstavljena tako, da naslovnik prepozna, kakšno je tvorčevo stališče, ocena, razvrstitev, kritika, pohvala, komentar, presoja, ideja in sporočilo; ta besedila bi lahko poimenovali *ocenjujoči in pripovedni žanri*.

Tvorčevi nameni se dopolnjujejo z vlogami besedila: v *prikazovalnih besedilih* je *predstavitvena vloga*, v *pozivnih besedilih* je *vplivajska vloga*, v *povezovalnih besedilih* je *govornostikovna vloga*, v *razsojevalno-razodevalnih besedilih* je *izrazna vloga*. Analizirani vzorci prikazujejo, da je v posamezni besedilni vrsti združenih več tvorčevih namenov. Taka besedila opravljajo več vlog, ki so tipične za posamezni vzorec besedila.

Uresničitev tvorčevega namena je odvisna tudi od tematske strukture, slogovnega postopka, ki ga prepoznamo s pomočjo vezniških besed, členkov, prislovov in drugih kazalcev kohezije in koherence med posameznimi temami: umeščanja, razvrščanja, pojasnjevanja, utemeljevanja in ocenjevanja. Prikazovalna vrsta besedil ima najpogosteje opisno ali razlagalno tematsko razmerje, za pozivno vrsto besedil je tipičen argumentacijski tematski razvoj, v zavezovalnih in razsojevalno-razodevalnih besedilih je tematska struktura prilagojena tipičnemu vzorcu posameznega besedila.

Analiza prepričljivega nagovora v posamezni besedilni vrsti kaže, da v nekaterih vrstah prevladuje logično utemeljevanje, v drugih vrstah je prepričljivost dosežena s sredstvi, ki aktivirajo naslovnikova čustva in vrednote. Nekatere vrste besedil pa zahtevajo, da je prepoznavna tvorčeva etična naravnost in stopnja gotovosti izrekanja določenih trditev. Prepričljivost in učinkovitost besedila je odvisna od števila argumentov, upoštevajoč psihološke ali ekonomske omejitve količine, odvisna je od moči argumentov, ki jo naslovnik prizna s tem, ko sprejema ali zavrača predpostavljeno, odvisna je tudi od uvodne aktualizacije, pridobitve naslovnikove pozornosti (sredstva so: retorično vprašanje, nepričakovana teza, šala, nenavadna ugotovitev, zanimiva predpostavka, osebna izkušnja, primerna čustvena obarvanost, citat, zgodovinsko dejstvo, aktualni dogodek) in od učinkovitosti konca besedila (ponovna skrb za naslovnikovo naklonjenost, poudarek osnovne poante, povzetek osrednjih misli, povabilo k sodelovanju, poziv k določenemu dejanju, zanimiva domislica, anekdota, šala, citat, zahvala za pozornost). Uspešnost sporočila je odvisna tudi od upoštevanja stereotipnosti in normiranosti besedilne strukture in funkcije. Učinkovita besedila upoštevajo sporazume-

valna načela; poslovna besedila ne smejo prekršiti določenih taktik, s katerimi pridobivajo naslovnika: prijaznosti, vljudnosti, ublaževanja vtisa. Za učinkovitost besedila je nujna tudi tvorčeva preračunljivost – sposobnost predvidevanja, kakšne vrste sklepanja, podmene, zaključki bodo v procesu dekodiranja nastali. Pomembno pa je tudi zaporedje sredstev prepričevanja: če tvorec želi naslovnika prepričati s pomočjo utemeljevanja, mora najprej izpostaviti tezo, ki jo postopoma utemeljuje; če tvorec želi naslovnika ganiti, mora najprej ustvariti pričakovano razpoloženje, na koncu pove glavno temo, tezo; če tvorec želi ohraniti stik, povezanost z naslovnikom, mora nujno upoštevati naslovnikovo čustveno naravnost in z izražanjem svojih čustev nato okrepiti medsebojne stike; če tvorec išče soglasje, mora pozornost posvetiti strukturi besedila; zagotoviti mora tako zaporedje, da se naslovnik strinja z vsakim izrekom in argumentom posebej; če se tvorec prepira z naslovnikom, bo izrabil in zlorabil vsa sredstva, da bi v prepiru zmagal.

LITERATURA

- ARISTOTELES, 1987: *Retorika 1, 2, 3*. Prev. Marko Višič. Beograd: Nezavisna izdanja 40.
- R. BARTHES, 1990: *Retorika Starih, Elementi semiologije*. Ljubljana: ŠKUC, FF.
- D. BAJT, 1993: Zvrstnost neposlovnih besedil. *XXIX. seminar slovenskega jezika, literature in kulture. Zbornik predavanj*. Ljubljana: FF. 199–209.
- R. A. de BEAUGRANDE, W. U. DRESSLER, 1992: *Uvod v besediloslovje*. Ljubljana: Park.
- M. BEŠTER, 1992: *Izrazila slovenske politične propagande (ob gradivu iz predvojnega in medvojnega obdobja)*. Ljubljana: FF. Disertacija, tipkopis.
- 1994: Tipi besedila kot izrazilo sporočevalčevega namena. *Uporabno jezikoslovje 2. Analiza diskurza*. Ur. I. Kovačič. Ljubljana. 44–53.
- M. BEŠTER, M. KRIZAJ ORTAR in drugi, 1999: *Na pragu besedila 1*. Učbenik za 1. letnik gimnazij, tehniških in strokovnih šol. Ljubljana: Založba Rokus.
- K. BRINKER, 1985: *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- I. M. COPI, 1986: *Introduction to logic*. New York: Macmillan Publishing Company.
- O. DUCROT, 1988: *Izrekanje in izrečeno*. Ljubljana: ŠKUC, FF.
- B. GRABNAR, 1991: *Retorika za vsakogar*. Ljubljana: DZS.
- GÜLICH, E./HEGER, W. K./RAIBLE, 1979: *Linguistische Textanalyse: Überlegungen zur Gliederung von Texten*. Hamburg: Helmut Buske Verlage.
- U. GÜNTHER, 1993: *Texte planen – Texte produzieren (Kognitive Prozesse der schriftlichen Textproduktion)*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- H. P. GRICE, 1981: Presupposition and conversational implicature. P. Cole, ur., *Radical Pragmatics*. New York: Academic Press. 183–198.
- R. HARWEG, 1968a: Textanfänge in geschriebener und gesprochener Sprache. *Orbis* 17. 343–388.
- 1968b: *Pronomina und Textkonstitution*. München: Fink.
- S. HEUSINGER, 1995: Textsorten in der interkulturellen Kommunikation – ein Problemaufriß. *Linguistica* XXXV/1. 7–20.
- S. HUDEJ, 1994: *Šolske ure besediloslovja*. Ljubljana: Zavod RS za šolstvo.
- 2000: Besediloslovni vidiki prepričljivega nagovora naslovnika. *Kultura, identiteta in jezik*. Ur. Inka Štrukelj. Ljubljana: Društvo za uporabno jezikoslovje. 190–201.
- 2001: Argumentacijski procesi in prepričevalna sredstva v besedilih. *Slavistična revija* 49/3. 205–222.

- R. JAKOBSON, 1989: *Lingvistični in drugi spisi*. Ljubljana: ŠKUC FF.
- J. JUSTIN, 1993: Dajanje obljube ali obljava dejanja. *Anthropos* 25/3–4. 118–125.
- J. KIRSCHER, 1994: *Umetnost manipuliranja: Osem zakonov vplivanja na ljudi*. Ljubljana: DZS.
- M. KMECL, 1976: *Mala literarna teorija*. Ljubljana: Založba Borec.
- T. KOROŠEC, 1974: Razslojenost slovenskega besedišča. *Slovenski jezik, literatura in kultura, Informativni zbornik*. 75–90.
- 1976: *Poglavja iz strukturalne analize slovenskega časopisnega stila*. Ljubljana: Filozofska fakulteta. Disertacija, tipkopis.
- 1983: En zgled za funkcijskozvrstno razslojenost v slovenskem jeziku. *XIX. seminar slovenskega jezika, literature in kulture*. Ljubljana: FF. 177–187.
- 1986: Dogodek in vest (K teoriji časopisne vesti in jezikovnostilistični analizi poročevalskih žanrov). *Slavistična revija* 34/2. 147–157.
- 1988: Besedilni nastop (K tipologiji začetkov časopisnih besedil). *Slavistična revija* 36/1. 81–99.
- J. MAKOVEC - ČERNE, 1994: Textproduktion, Kognitive Textmodelle. *Linguistica* XXXIV/2. 3–30.
- J. MULHOLLAND, 1994: *Handbook of persuasive tactics. A practical language guide*. London, New York: Routledge.
- M. PAVČNIK, 1991: *Argumentacija v pravu*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Cf. Ch. PERELMAN, 1993: *Kraljestvo retorike*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- H. F. PLETT, 1979: *Textwissenschaft und Textanalyse: Semiotik, Linguistik, Rhetorik*. Heidelberg: Quelle und Meyer.
- H. PODKRAJŠEK, 1919: *Veliki slovenski spisovnik*. Ljubljana: Kleinmayr & Bamberg.
- B. POGORELEC, 1991: Retorika na Slovenskem nekdanj in danes. *XXVII seminar slovenskega jezika, literature in kulture*. Ljubljana: FF. 109–111
- P. RIBNIKAR, 1976: *Blejske podložniške prisege*. Ljubljana.
- B. SANDIG, 1986: *Stilistik der deutschen Sprache*. Berlin.
- N. ŠLIBAR, 1995: Paradigmen und Textsorten lebensgeschichtlichen Erzählens. *Linguistica* XXXV/1. 137–154.
- A. THIELE, 1995: *Kaj moram vedeti: O govorniški spretnosti*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
- R. H. THOULESS, 1973: *Prava in kriva pota mišljenja*. Ljubljana: Dopisna delavska univerza.
- St. E. TOULMIN, 1958: *The Uses of Argument*. Cambridge: University Press.
- S. TRDINA, 1972: *Besedna umetnost I in II*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- J. TOPORIŠIČ, 1984: *Slovenska slovnica*. Maribor: Založba Obzorja.
- 1992: *Enciklopedija slovenskega jezika*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Ch. TRAVIS, 1986: *Meaning and Interpretation*. New York: Basil Blackwell.
- F. VATOVEC, 1984: *Javno govorništvo*. Trst: Založništvo tržaškega tiska.
- I. WARNKE, 1995: Typologische Aufgaben der historischen Textlinguistik. *Linguistica* XXXV/1. 95–121.
- E. WERLICH, 1979: *Typologie der texte*. Heidelberg: Quelle und Meyer.
- A. WESTON, 1954: *A Rulebook for Arguments*. Indianapolis, Cambridge.
- T. ZIDAR, 1996: *Retorika: moč besed in argumentov*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.

SUMMARY

The article analyzes the means and methods of building a convincing address of the addressee in all six textual genres, which are formulated on the basis of the theory of the speech act and/or textual function. The analysis of a convincing address of the addressee further elaborates all other levels of pragmatic description of the text and finds connections between circumstances, propositional structure, and the ascendant function in textual genres. The author's intention is successfully realized if: (a) the text conveys author's confidence, spiritual integrity, honesty, and straight-forwardness; (b) the author pays attention to the power of arguments, which is evident from author's progressive calculation as to which argument will help him achieve his goal: logical proofs (sources, statistics, personal experience, examples) or argumentation (referring to a base of values, creating the feeling that biological, material, social, and psychological benefits are to be gained; creating feelings of inferiority, threat; the choice of emotionally charged words, emotional transfers, repetitions, stereotypes, referring to authorities; avoidance of the problem, misleading, lies; (c) basic rules of the external and internal structure of the individual type of the text (e.g., good introduction, presentation of the thesis, deductive arguments, inductive support of the thesis, effective synthesis, an interesting saying or summarizing conclusion).

The communicative process sometimes allows both the author and the addressee equally realize their intentions; however, in the exhortative and executive types of texts where the author has free use of his/her authority and rhetorical power of the language, the various intentions cannot be equally realized.