

Sporazumevanje po elektronski pošti in kategorija vljudnosti

Povzetek

Komuniciranje preko elektronske pošte je najpogostejši način računalniško posredovanega sporazumevanja, ki je v veliki meri nadomestil telefonske pogovore ter dopisovanje ljudi pri delu, tj. poslovno komuniciranje. Hkrati se je s prehodom na sporazumevanje preko e-prenosnika vzpostavila drugačna kultura sporazumevanja s specifičnimi standardi: na eni strani se je v pisnem sporazumevanju stopnja uradnosti znižala, diskurz se je približal govorjenemu, po drugi strani pa je ostala potreba po zagotavljanju ustrezne ravni vljudnosti, ki sporočevalcem omogoči, da v največji meri pri svojem delu uresničijo svoje sporazumevalne cilje. Šolska praksa tem spremembam ne sledi v zadostni meri, saj je v učnih gradivih področje še vedno slabo zastopano, manjkajo pa tudi raziskave. V prispevku bosta predstavljena kategorija vljudnosti in njen vpliv v komuniciranju po elektronski pošti.

Ključne besede: računalniško posredovano komuniciranje, e-pošta, vljudnost, poslovno komuniciranje

0 Uvod

Sporazumevanje preko elektronske pošte je postalo stalnica našega komuniciranja – leta 2016 mineva 40 let od prvega poslanega elektronskega sporočila¹ –, njegov delež pa se še vedno povečuje z novimi možnostmi, ki jih prinašajo hitra širitev interneta in sodobne tehnolo-

¹ Ray Tomlinson je prvo e-sporočilo poslal z enega računalnika na drugega (Hardy 1996).

logije, razvoj orodij računalniško posredovane komunikacije ter nove predstavitvene možnosti. *Poročilo Statističnega urada Republike Slovenije* (SURS, 2016) navaja, da je v prvem četrtletju 2016 med osebami, starimi 16–74 let, internet uporabljalo 75 % oseb (redni uporabniki interneta) (v 2015: 73 %). 64 % jih je internet uporabljalo vsak dan ali skoraj vsak dan (v 2015: 61 %). Internet je od 16 let starosti naprej in do starostnega razreda 35–44 let uporabljala večina, tj. več kot 90 odstotkov ljudi, tj. skoraj vse osebe. Od starostnega razreda 45–54 let dalje uporaba interneta upada; rednih uporabnikov interneta med osebami te starosti je bilo 78 %. Med 55–64-letniki je bilo rednih uporabnikov interneta 52 %, med 65–74-letniki pa 29 %. S pogosto rabo interneta se povečuje tudi delež sporazumevanja, ki ga opravimo preko spleta. Čeprav je veliko storitev, ki jih na spletu ponujajo različne organizacije, podjetja in državna uprava po eni strani del neosebnega sporazumevanja preko računalniških programov in vnaprej pripravljenih obrazcev, npr. naročanje na revije, na servis, rezervacije letov, hotelov itn., je pomembna tista, ko želimo od organizacije ali posameznikov posebno obravnavo, dodatna pojasnila in informacije, in preidemo na osebna elektronska sporočila, za katera vemo, kateremu naslovniku oz. organizaciji jih pošiljamo. Takrat postane viden in prepoznaven naš osebni stil pisanja in komuniciranja, hkrati pa od njega postane odvisna tudi naša uspešnost sporazumevanja, tj. izpolnitev komunikacijske namere in doseganje komunikacijskega cilja. Mlajše generacije, ki šele vstopajo na trg dela in nimajo prakse pisanja uradnih, poslovnih pism, pogosto ne dosežejo standardov sporazumevanja preko e-pošte in zato zaradi napačnih strategij in izbire jezikovnih sredstev pogosteje neuspešno komunicirajo. Zaenkrat je tudi v šolski praksi to področje malo zastopano glede na razširjenost računalniško posredovanega sporazumevanja.

Komunikacijske e-veščine, kamor sodijo pošiljanje in prejemanje e-pošte, sodelovanje v spletnih družabnih omrežjih, telefoniranje ali videotelefoniranje prek interneta, nalaganje lastnih fotografij, video-posnetkov, besedil na spletne strani (Zupan 2016, 19) so po raziskavi SURS v letu 2015 bolj ali manj obvladovali v največjem odstotku oz. skoraj vsi 16–24-letniki (99 %) in velika večina 25–34-letnikov (95 %). 16–24-letniki so bili najbolj aktivni tudi pri pošiljanju ali prejemanju e-pošte (96 %), pri sodelovanju v spletnih družabnih omrežjih (90 %), pri nalaganju lastnih vsebin (slik, besedil, avdio- ali videovsebin) na spletne strani (64 %) ter pri telefoniranju ali videotelefoniranju s spletno kamero prek interneta (51 %) (Zupan 2016, 22). Jezikovna raba in besedno sporazumevanje v raziskavi nista bila posebej obravnavana, saj je bil poudarek na rabi tehnologije. Hitra uveljavitev in širitev sporazumevanja preko e-pošte je prehitela sestavljavce učnih načrtov in učbenikov v osnovnih in srednjih šolah ter priročnikov za poslovno sporazumevanje, saj je jezikovna raba v e-sporazumevanju precej

neraziskana. Eden od pomembnih dejavnikov vpliva na jezikovno rabo – tvorjenje e-sporočil in doseganje sporazumevalnih ciljev sporočevalca pri naslovniku – je v okviru standarda sporazumevanja preko spleta – netikete – kategorija vljudnosti, ki bo tudi obravnavana v nadaljevanju.

1 Jezikovna raba v sporazumevanju preko e-pošte

Analize rabe jezikovnih sredstev ter stila v sporazumevanju preko elektronske pošte so se začele pojavljati v 90. letih 20. stoletja. Najprej so jih v anglosaksonskem svetu opravili učitelji angleščine in poslovnega jezika, in sicer iz potreb, kako poučevati in uporabnikom novih medijev predstaviti ter jih naučiti novih vrst komuniciranja, še zlasti komuniciranja preko e-pošte, od konca 90. let pa se je število raziskav zelo povečalo (Baron 1998, 2002; Crystal 2001; Gains 1999; Gimenez 2000; Hardy 1996; Kranjc 2004, 2003; Mallon in Oppenheim 2002; Nidorfer Šiškovič 2006, 2010; Rice 1997).

Sporazumevanje preko e-pošte med ljudmi, ki se je najprej vzpostavilo med raziskovalci na ameriških univerzah, je od vsega začetka ustvarjalo novo kulturo sporazumevanja, ki je zadostila družbenim zahtevam sodobnega časa: bolj površnemu pisanju z manj upoštevanja slovničnih pravil, hkrati pa osebnejšemu načinu komuniciranja med izobraženimi tvorci sporočil. Tradicionalne omejitve po starosti, statusu in nepoznavanju so začele bledeti v neformalnem družbenem prostoru, ki ga je ustvarjala računalniško posredovana komunikacija: ta je bila neposrednejša, zelo je skrajšala čas komunikacije oziroma izmenjav sporočil med sporočevalcem in naslovnikom in tako je hitro zamenjala telefonske pogovore, od katerih je cenejša – ob predpostavki, da imamo na voljo tehnična sredstva, program za e-pošto in spletno povezavo, in primernejša za uporabo. Sporočilo napišemo, ko nam časovno ustreza, naslovnika pa počaka v e-poštnem predalu, da lahko nanj odgovori, ko utegne. Diskurz med tvorci sporočil najpogosteje poteka z izmenjavami več sporočil, pri čemer nastaja veriga e-sporočil, e-pogovor.

1.1 Konvencije

Način uporabe e-pošte vsebuje veliko *konvencij*, ki uporabnikom olajšujejo e-sporazumevanje in hkrati zagotavljajo določen standard sporazumevanja, tj. da ne pozabijo na najpomembnejše podatke in vsebino: e-sporočilo je vedno sestavljeno v posebnem računalniškem programu za e-pošto, zato besedilo pišemo v že pripravljeni obrazec, v okviru katerega je potrebno izpolniti vsaj rubriki »Za«, kamor vpišemo naslovnikov e-naslov, in »Zadeva«, kamor napišemo še temo, o kateri bomo pisali. Nato lahko izberemo dodatne rubrike – v vednost: »Kp« (kopija) in/ali »Skp« (skrita kopija), dodamo priponke v različnih formatih besedil, vizitko ipd., označbo pomembnosti sporočila itn.

2 Netiketa

Jezikovni uporabniki si kompetenco bralnega in pisnega razumevanja v slovenščini pridobivajo v družini, v največji meri in sistematično pa v času šolanja v osnovnih in srednjih šolah. V terciarnem šolanju so jezikovni izobraževalni programi v Republiki Sloveniji namenjeni predvsem tujejezičnemu izobraževanju, slovenskemu jeziku pa samo na redkih izobraževalnih ustanovah in v določenih študijskih programih, npr. na področju novinarstva ter gledališča in filma. Za zagotavljanje ustrezne ravni funkcionalne pismenosti odraslih in hkrati ob upoštevanju vedno večjega deleža komuniciranja po e-pošti in preko interneta je torej pomembno, da učenci, dijaki in študentje razvijajo pismenost in sposobnost za komuniciranje preko sodobnih komunikacijsko-informacijskih tehnologij v času svojega intenzivnega izobraževanja. V svetu obstaja veliko priročnikov, ki se ukvarjajo s spletnim bontonom oz. z netiketo, kot se imenujejo pravila komuniciranja v računalniško posredovani komunikaciji vse od začetka v 90. letih 20. stoletja in so v pomoč uporabnikom. V prvi vrsti so sicer namenjeni komuniciranju v angleščini, ki se je uveljavila tudi kot globalni jezik na internetu, v zadnjih letih pa nastajajo tudi za druge jezike (Albion.com – Netiquette 1986, A Bloomsbury Reference Book 2004, Žirovnik 2004, Trask 2005).

Računalniško posredovana komunikacija in novi mediji v obstoječih učnih načrtih in sicer številnih učbenikih za slovenščino za osnovno in srednjo šolo ter gimnazije niso v večji meri upoštevani, omejujejo se na obrazce in konvencije ter delne primerjave značilnosti elektronskih pisem v primerjavi z dopisom oziroma poslovnim pismom, v učbenikih na univerzitetni ravni je komuniciranje po e-pošti npr. zajeto v učbeniku *Poslovno komuniciranje* (Možina i dr. 2004, 493), enako tudi tu samo splošno opisano kot ena od vrst poslovnega komuniciranja. Sklenemo lahko, da praksa zelo prehitava sistematično obravnavo e- in računalniško posredovanega sporazumevanja, s katerimi se mlade generacije srečujejo vsakodnevno oziroma to sporazumevanje postaja njihov način življenja. Uporaba elektronsko posredovane komunikacije in novih medijev je pri osnovnošolcih že v drugem, posebej pa v tretjem triletju osnovne šole izredno pogosta (mobilna telefonija, socialna omrežja), uporabljati začnejo tudi elektronsko pošto, slednjo večinoma sicer za potrebe opravljanja svojih obveznosti v šoli. S stalno uporabo postajajo funkcionalno pisмени za posamezne vrste sporazumevanja, vendar gre večinoma za slengovsko jezikovno rabo, tj. vrste neformalnega osebnega sporazumevanja z ljudmi, ki jih dobro poznajo – vrstniki, prijatelji, sorodniki –, pri kateri oblika in upoštevanje standardov zapisa, pravopisa in slovnice niso pomembni. Povsem drugačne so zahteve in standardi v okviru formalnega sporazumevanja, pri delu, s katerim se srečajo dijaki in študenti predvsem v sporazumevanju z učitelji, ter ko vstopijo na trg dela, opravljajo delo v organizacijah.

Najpomembnejše sporočilo v verigi e-sporočil med udeležencema je *prvo sporočilo* – osebna izkaznica sporočevalca, s katerim se predstavi naslovniku z jezikovno rabo in s svojim stilom sporazumevanja. S tem dejanjem najpomembneje vpliva na potek nadaljnega komuniciranja in naklonjenost naslovnika, s pomočjo katere bo lahko uresničil svoje sporazumevalne cilje, nadaljnja sporočila pa pomenijo vzdrževanje stika in graditev odnosa. Če je prvo sporočilo neprimerno napisano, potem bo komunikacija otežena, zaupanja v verodostojnost med udeležencema ne bo. V procesu izmenjave e-sporočil se med udeležencema običajno zelo hitro zmanjša družbena razdalja: v tretjem sporočilu, včasih pa že v drugem, se v sicer novem družbenem razmerju začneta med seboj naslavljati po imenih, v mednarodnem, vsaj anglosaksonskem načinu komuniciranja pravzaprav takoj, čemur sledi tudi podpis samo z imenom brez priimka in nazivov, vse drugo – priimek, naziv ter podatki o položaju in organizaciji pošiljatelja pa so zbrani v e-vizitki, ki sledi podpisu. Prvo sporočilo, ki ga sporočevalec pošlje naslovniku, je zato namenjeno vzpostavitvi stika med sporočevalcem in naslovnikom ter kratki predstavitvi teme sporočila. Če pošiljamo posebno oblikovano ali daljše besedilo, velja pravilo, da ga pošljemo v priponki, saj se na ta način ohranita njegova oblika, zapis in tudi podpis (večinoma gre za skeniran originalni dokument).

3 Vljudnost in posrednost v elektronskih sporočilih

Vljudnost je pomembna sestavina (stila) komuniciranja, zato je eden od ciljev socializacije otrok na poti do odraslih, da se naučijo, kako biti vljudni, jezikovno in tudi drugače. Vljudnostne vzorce pridobimo v družini, vrtcu, šoli, službi in vsakdanji komunikaciji. Rečemo lahko, da so kompetentni govorci v določenem jeziku tudi vljudni.

Pojmovanje vljudnosti se je od začetkov v 70-ih let prejšnjega stoletja zelo spreminjalo – od začetne anglosaksonske teorije vljudnosti, razglašene kot univerzalno veljavne teorije vljudnosti do novejših, zlasti v zadnjem desetletju razvitih kulturno diferenciranih konceptov vljudnosti. P. Brown in S. Levinson (1978, 1987), G. N. Leech (1980, 1983a) idr., ki veljajo za utemeljitelje raziskav o jezikoslovni vljudnosti, so konceptualizirali vljudnost kot strateško izogibanje konfliktu. Izhajajo iz perspektive, da govorna dejanja vedno ogrožajo ugled naslovnika in/ali sporočevalca, vsi govorci pa imajo socialno potrebo po ohranitvi naslovnikovega in sporočevalčevega ugleda. Zato sporočevalci uporabijo jezikovna sredstva, s katerimi bodisi zadostijo naslovnikovi želji, da je svoboden pri odločitvi, ali bo prepoznal in izpolnil npr. zahtevo, ki mu je bila izražena v sporočilu, ali pa so govorna dejanja sporočevalcev usmerjena na naslovnikovo željo, da bi bil sprejet, cenjen. Pri prvi skupini gre za t. i. negativno vljudnost, npr. za vprašanje po naslovnikovi zmožnosti *Oprostite, ker vas motim, bi mi lahko povedali, kje je sprejemna*

pisarna?, pri drugi skupini strategij pa gre za t. i. pozitivno vljudnost, na primer *Daj, vzemi piškot, te imaš najraje*. Omenjeni model vljudnosti tudi predvideva, da višja kot je stopnja ogrožanja ugleda, višja je stopnja uporabljene *posrednosti* pri uporabi jezikovnih sredstev. Praviloma je v tudi slovenščini sporočilo vljudnejše, če ni zapisano neposredno, npr. *Posodi mi zvezek*, ampak posredneje *Ali mi lahko posodiš zvezek*, in namesto *Kupi mleko* raje *Ali lahko kupiš mleko?* (prim. Nidorfer Šiško-*vič* 1997). Kljub temu pa obstajajo okoliščine, v katerih tudi vsi zgoraj zapisani neposredno izraženi primeri veljajo v slovenščini in med slovenskimi govorci za vljudne, npr. med prijatelji, zakonci, pri naročanju v trgovini itn., npr. *Dajte mi štruco črnega*. Merila določajo slovenske sociokulturne norme, ki so v drugih jezikih lahko delno ali povsem drugačne in med udeleženci sporazumevanja štete tudi kot nevljudne. Fraser široko opredeljuje vljudnost (Fraser 1999, po Haugh 2003, 411), in sicer je »... v vsakem običajnem pogovoru vljudnost pričakovano dejansko stanje, kjer sestavine vljudnosti, in tisto, kar jo utemeljuje, narekujejo relevantne sociokulturne norme za določeno interakcijo. Udeleženci ne opazijo, kadar je nekdo vljuden, ampak opazijo, kadar govorec krši to normo. Glede na povedano, lahko rečemo, da vljudnost ni komunicirana, ampak gre za vrsto perlokucijskega učinka ... zato odsotnosti komunicirane vljudnosti ne smemo jemati kot pomanjkanje vljudnega odnosa govorca«. Dojemanje vljudnosti je po teoriji vljudnosti Brownove in Levinsona tako popolnoma sprejemljivo v anglosaksonskem svetu, raziskave vljudnosti v drugih kulturah pa se v zadnjih dvajsetih letih od te konceptualizacije odmikajo (prim. Wierzbicka 2003; Matsumoto 1989; Ide 1989), saj dokazujejo kulturno in jezikovno različnost v do-
jemanju vljudnosti.

Kljub kulturnim in jezikovnim raznolikostim pri uporabi posrednosti, omenjene v poglavju o vljudnosti, je v jeziku kategorija posrednosti univerzalna, značilna za vse znane jezike (Thomas, 1995, 124). Prav tako to velja tudi za dejavnike, ki bolj ali manj v vseh kulturah vplivajo na izbiro jezikovnih sredstev v določenih okoliščinah in posledično uporabo večje ali manjše posrednosti v komuniciranju:

- relativna moč sporočevalca in naslovnika;
- družbena razdalja med sporočevalcem in naslovnikom;
- stopnja obremenitve izražena v izreku;
- relativne pravice in dolžnosti med sporočevalcem in naslovnikom.

Uporaba posrednosti ima za cilj, da udeleženci v komunikaciji dosežemo nekakšno družbeno ali komunikacijsko prednost oziroma z uporabo (več) posrednosti (dejavniki, povzeti po Thomas, 1995, 142-145, so razvrščeni od manj do bolj pomembnega):

- dosežemo, da je naš jezik bolj ali pa manj zanimiv: v pripovedi *svoj stari avto* rajši poimenujemo *dobra stara škatla*;

- okrepimo moč sporočila, kar v določenih primerih sovpade z zgornjo kategorijo: *pot navzgor ni bila težavna – pot navzgor je bila kot pesem*;
- uporabimo jo, ko imamo dva med seboj tekmujoča cilja komunikacije, npr. učitelj mora povedati učencu, da je slabo naredil nalogo, po drugi strani pa ga ne želi demotivirati pri nadaljnjem delu;
- zagotovimo vljudnost.

Za e-sporočila je značilno, da so zapisana bolj neposredno, vendar morajo udeleženci ves čas raven posrednosti prilagajati, tako da zagotovijo ustrezno raven vljudnosti.

Če sporazumevanje po e-pošti primerjamo s telefonskim pogovorom, je ključna razlika med njima, da je elektronsko sporočilo zapisano in je zato pri njem pomembna manjkajoča dimenzija *ton*, ki je element vljudnosti oz. nevljudnosti, izraža pa se med drugim tudi s posrednostjo: pri telefonskem pogovoru lahko udeleženca ton hitro zaznata, popravita, spremenita, preusmerita in prejmeta takojšen odziv nanj, pri komuniciranju po e-pošti pa lahko naslovnik o tonu sklepa samo na podlagi zapisanega besedila, ki ga prejme. Zato sporočevalci pogosto dodajajo ton, npr. z emotikoni, več ločili, tropičji. Emotikonom je v preteklosti nastala cela vrsta, vendar so se v uporabi v formalnejših vrstah besedil manj uveljavili, večinoma samo v nekaj različicah. Ton pomembno vpliva na uspešnost zastavljenega komunikacijskega cilja udeležencev, zato moramo udeleženci preveriti, v kakšnem tonu so zapisana naša sporočila, preden jih odpošljemo.

3.1 Strategije vljudnosti

Komunikacijski problem nastopi, ko pride do asimetrije med pričakovano stopnjo vljudnosti na strani naslovnika in vljudnostnimi strategijami, uporabljenimi s strani sporočevalca, pogosto zaradi rabe neformalnejših in tudi neposrednejših oblik, ki jih sicer uporabljamo v govoru. Primer 1 ponazarja primer elektronskega sporočila študenta profesorju. Namesto osebne stika ali spremnega sporočila pri oddaji diplomskega dela študenti sedaj pogosto pošljejo elektronsko pošto. Primer 1:

Pozdravljeni!

Včeraj sem vam po navadni pošti poslala mojo diplomsko nalogo. Zanimame me, kdaj se lahko oglasim oziroma do kdaj jo boste pregledovali.

Lep pozdrav!

Ime Priimek

Sporočevalec v Primeru 1 je odposlal svojo diplomsko nalogo (naslova naloge ni navedel) prejšnji dan mentorju po pošti, sedaj pa želi dobiti povratno informacijo, kdaj se lahko oglasi, oz. izvedeti, do kdaj jo bo mentor pregledoval. Komunikacijski cilj sporočevalca je jasen, eksplicitno je povedano, kaj ga zanima. Sporočilo je zelo kratko, kot je to sicer običajno za elektronska sporočila, po drugi strani pa je v njem pravopisna napaka, dopuščanje katerih je prav tako značilnost e-pošte. V sporočilu je sicer uporabljen uradnejši ton (vikanje, pozdrav *Pozdravljeni!*, podpis z imenom in priimkom), sporočevalec je tako upošteval družbeno razdaljo. Hkrati je v svoji strategiji upošteval tudi, da je mentorjeva naloga pregledati njegovo nalogo sama po sebi umevna. Ni pa upošteval teže obremenitve, ki jo je imelo njegovo sporočilo za naslovnika, tj. da v kratkem času pregleda več strani dolgo seminarsko nalogo. V tem primeru bi bilo primerneje in vljudneje, da bi izrazil prošnjo za pregled naloge npr. z vprašanjem po naslovnikovi zmožnosti.

Značilnost komuniciranja po e-pošti je tudi, da na sporočila hitro odgovorimo, ponavadi takoj, ko jih odpremo. Odgovor naslovnika – mentorja je zato bil, da naloge še ni prejel in ne more reči, kdaj bo popravljena. S stališča vljudnosti lahko rečemo, da je bila v danih okoliščinah to primerna strategija in za študenta poučen odgovor. Po treh tednih je mentor prejel novo sporočilo – primer 2:

Pozdravljeni!

Pošiljam vam sporočilo z vprašanjem, ali ste uspeli pregledati mojo diplomsko nalogo in kdaj se lahko oglasim pri vas. Naslov diplomske naloge je ...

Lep pozdrav!

Ime Priimek

Sporočevalec je v primeru 2 uporabil drugačno, vljudnejšo strategijo, usmerjeno na naslovnika, tj. vprašanje po njegovi zmožnosti glede izpolnitve zahteve, zahtevo pa je tudi napovedal s »pošiljam vam sporočilo z vprašanjem«, ki bi ga lahko po temeljitem popraviljanju besedila šteli za nepotrebne, hkrati pa se zaradi njega v tonu besedila čuti več izražene vljudnosti.

4 Zaključek

Način sporazumevanja po e-pošti gre v smeri bolj sproščenega pisanja, večjega dopuščanja napak in bolj jedrnatega pisanja, vsebovani so tudi elementi govornega diskurza. Neformalnejši način komuniciranja, ki so ga v kulturo pisanja tudi uradnih sporočil prinesli sodobni mediji in med njimi elektronska pošta, prinaša učiteljem komuniciranja, avtorjem učbenikov in slovenistom nove izzive, kako uveljaviti pra-

vila pisanja in standarde netikete. Kljub kratkosti elektronskih sporočil je vljudnost pomembna sestavina, ki jo mora sporočilo naslovniku posredovati z ustrežno izbiro jezikovnih sredstev, v tonu sporočila in s stopnjo posrednosti v okviru pričakovanih sociokulturnih norm in z upoštevanjem družbene razdalje med udeleženci v komunikaciji.

Literatura

- Baron, Naomi S. 1998. Letters by phone or speech by other means: the linguistics of email. *Language & Communication* 18 : 133–170.
- Brown, Penelope, Stephen C. Levinson. 1987. *Politeness: some universals in language usage*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Gains, J., 1999. Electronic Mail—A New Style of Communication or Just a New Medium?: An Investigation into the Text Features of E-mail. *English for Specific Purposes* 18/1. 81–101.
- Gimenez, Julio C. 2000. Business e-mail communication: some emerging tendencies in register. *English for Specific Purposes* 19 : 237–251.
- Hardy, Ian R. 1996. *The Evolution of ARPANET email*. History Thesis Paper. Berkeley : University of California : 59. Dostopno na: (<http://www.ifla.org/documents/internet/hari1.txt>).
- Haugh, Michael. 2003. Anticipated versus inferred politeness. *Multilingua* 22 : 397–413.
- Ide, Sachiko. 1989. Formal forms and discernment: two neglected aspects of universals of linguistic politeness. *Multilingua* 8 (2/3) : 223–248.
- Kranjc, Simona. 2003. Jezik v elektronskih medijih. V *Slovenski knjižni jezik – aktualna vprašanja in zgodovinske izkušnje*. 20 Mednarodni znanstveni simpozij Obdobja – metode in zvrsti, ur. Ada Vidovič Muha, 435–446. Ljubljana : Center za slovenščino kot drugi/tuji jezik pri Oddelku za slovenistiko Filozofske fakultete.
- Kranjc, Simona. 2004. Jezikovna zvrstnost v sodobnih medijih. V *Aktualizacija jezikovnozvrstne teorije na Slovenskem : členitev jezikovne resničnosti*. 22 Mednarodni znanstveni simpozij Obdobja – metode in zvrsti, ur. Erika Kržišnik, 395–405. Ljubljana : Center za slovenščino kot drugi/tuji jezik pri Oddelku za slovenistiko Filozofske fakultete.
- Kunst Gnamuš, Olga, Mojca Nidorfer Šiškovič, Mojca Schlamberger Brezar. 1997. *Posrednost in argumentacija v govoru F(p) - T(r) : zgradba stavka med informacijo, argumentacijo in konverzacijo*. Ljubljana : Pedagoški inštitut : 134.
- Leech, Geoffrey. 1983. *Principles of pragmatics*. London in New York : Longman.
- Mallon, Rebecca, Charles Oppenheim. 2002. Style used in electronic mail. *Aslib Proceedings* 54 (1) : 8–22.
- Matsumoto, Yoshiko. 1989. Politeness and conversational universals – observations from Japanese. *Multilingua* 8 : 207–221.

- Možina Stane, Mitja Tavčar M, Nada Zupan. 2004. *Poslovno komuniciranje*. Maribor : Obzorja.
- Nidorfer Šiškovič, Mojca. 2010. *Pragmatičnojezikoslovna analiza elektronskih poslovnih pism v slovenščini*. Doktorska disertacija. Univerza v Ljubljani – Filozofska fakulteta.
- Pilegaard, Morten. 1997. Politeness in written business discourse: A textlinguistic perspective on requests. *Journal of Pragmatics* 28 : 223–244.
- Shea, Virginia. *Netiquette*. Dostopno na: *Albion.com*: <http://www.albion.com/netiquette/> (prevzeto 30. 10. 2016).
- Rice, Rodney P. 1997. An analysis of stylistic variables in electronic mail. *Journal of Business and Technical Communication* 11 (1) : 5–21.
- Statistični urad Republike Slovenije (SURS). Dostopno na: <http://www.stat.si/StatWeb/prikazi-novico?id=6263&idp=10&headerbar=8> (prevzeto 6. 11. 2016).
- Trask, Larry R. 2005. *How to Write Effective Emails*. London : Penguin Books : 214.
- Wierzbicka, Anna. 2003. *Cross-Cultural Pragmatics*. Berlin : De Gruyter & co. : 502.
- Zupan, Gregor. 2016. *E-veščine in digitalna ekonomija*. Ljubljana: Statistični urad Republike Slovenije. <http://www.stat.si/dokument/8922/e-VEŠCINE.pdf%20> (prevzeto 7. 11. 2016).
- Žirovnik, Mojca. 2004. *E-sporočanje v angleškem jeziku*. Ljubljana : GV Izbrazevanje : 163.

Mojca Nidorfer Šiškovič
Univerzitet u Ljubljani
Filozofski fakultet
Slovenija

KOMUNIKACIJA PUTEM ELEKTRONSKE POŠTE I KATEGORIJA ULJUDNOSTI

Komunikacija putem elektronske pošte je najčešći način računarski posredovanog sporazumevanja, koji je u znatnoj meri zamenio telefonske razgovore i dopisivanje ljudi na poslu, tj. poslovno komuniciranje. Prelaskom na sporazumevanje preko e-prenosnika istovremeno je uspostavljena i drugačija kultura sporazumevanja sa specifičnim standardima: s jedne strane se u pisanoj komunikaciji snizio stepen službenosti, diskurs se približio govorenom, a s druge strane ostala je potreba za obezbeđivanjem odgovarajućeg nivoa uljudnosti, koji učesnicima omogućava da u svom poslu u najvećoj meri ostvare svoje komunikacijske ciljeve. Školska praksa ne prati u dovoljnoj meri ove promene, u nastavnom gradivu ova oblast je još uvek slabo zastupljena, a nedostaju i is-

traživanja na ovu temu. U članku je predstavljena kategorija uljudnosti i njen uticaj u komunikaciji putem elektronske pošte.

Ključne reči: računarski posredovana komunikacija, e-pošta, uljudnost, poslovno komuniciranje

Mojca Nidorfer Šiškovič
University of Ljubljana
Faculty of Philosophy
Slovenia

E-MAIL COMMUNICATION AND THE POLITENESS CATEGORY

E-mail communication is the most common computer-mediated communication (CMC), and it has largely replaced conversations by phone and written business correspondence, i.e. business communication. At the same time, the transition to communication through e-media led to the establishment of a different culture of communication with its specific standards: the degree of formality has been lowered, and the discourse has become closer to spoken discourse, but at the same time, the need to ensure a sufficient degree of politeness which enables speakers to fulfil their business communication goals has remained. School curricula do not follow the changes, as this field is rarely included in teaching materials and the topic is poorly covered by research. The paper presents the category of politeness and its influence on e-mail communication.

Keywords: computer-mediated communication, e-mail, politeness, business communication