

Oprostite, kaj pa e-poštni bonton?

Formalnost in pričakovanja pri pisanju e-pošte znotraj in zunaj organizacije

Ana Vanessa Bogataj, Lucija Breclj, Andreja Kos in Barbara Novak

Povzetek: Službena e-pošta je vedno bolj prisotna v organizacijskem okolju in pogosto nadomešča komunikacijo na štiri oči. Slednje je povezano s tem, da želimo v službeno e-pošto vnesti neverbalni vidik komunikacije. V raziskavi smo se zato ukvarjale s formalnostjo službene e-pošte in kako se ta razlikuje glede na to, ali je namenjena prejemnikom znotraj organizacije, kjer so odnosi manj formalni, oz. ali je namenjena zunanjim organizacijam ali strankam. Na vprašalnik, ki smo ga oblikovale za namen raziskave (*Vprašalnik formalnosti in norm e-pošte izven in znotraj podjetja*), je preko spletne ankete odgovorilo 245 posameznikov s povprečno starostjo 34 let. Rezultati korelacijskih analiz in t-testov so pokazali, da nam je v poslovnem svetu pri pisanju e-pošte pomembna uporaba slovničnih pravil in da od drugih pričakujemo enako. Pri čustvenih simbolih pa se naša pričakovanja in uporaba razlikujeta glede na to, komu pošiljamo e-pošto. Na podlagi odgovorov se tudi kaže, da smo sami pri lastnem pisanju e-pošte bolj zahtevni glede formalnosti kot to pričakujemo od drugih, se je pa tu pokazala tudi zanimiva povezava s starostjo pošiljateljev. V zaključku članka smo na podlagi naših in predhodnih ugotovitev oblikovale kratke nasvete za pisanje e-pošte, ločeno za pošiljanje znotraj in zunaj organizacije.

Ključne besede: e-pošta, komunikacija, pričakovanja, spletna komunikacija, struktura e-pošte

UVOD

Elektronska pošta ima kot nov način komunikacije svoje korenine v mednarodnem internetnem sistemu, ki so ga razvili na svetovnih univerzah. Danes ima do tega sistema dostop veliko posameznikov, v vsakdanji komunikaciji pa je ta medij postal zelo pomemben. Tako je tudi službena e-pošta vedno pogostejše prisotna v svetu. Veliko organizacij ima celo svoje elektronske sisteme, ki jih uporabljajo na ravni države ali na svetovni ravni (Louhiala-Salminen, 1996). Kinsley (1996) je ocenil, da naj bi že leta 1996 v podjetju Microsoft približno 99 % komunikacije potekalo preko e-poštnih sporočil. Sodobne raziskave pa so pokazale, da tipičen zaposleni v Veliki Britaniji e-poštno sporočilo dobi vsakih pet minut (Jackson, Dawson in Wilson, 2003).

Zaposleni zaradi e-pošte porabijo vedno več službenega časa. V podjetju PARKSIDE, ki se ukvarja z grafičnim oblikovanjem in programiranjem, so ugotovili (PSA Research, 2001, v Hewitt, 2006), da se je od leta 2001, ko so zaposleni porabili 49 minut na dan za e-pošto, do leta 2006 povečala na 74 minut. Glede na 12 prostovoljcev, ki so striktno beležili čas, ki ga oseba porabi za e-pošto in količino te, se je pokazalo, da na tri e-poštna sporočila, namenjena izven organizacije, zaposleni pošljejo dve e-pošti, namenjeni komunikaciji znotraj podjetja.

S pogosto, splošno in vsakodnevno uporabo elektronske komunikacije se je spremenil tudi sam način komunikacije. Zaradi splošne uporabe e-pošte v organizacijah smo se odločile, da bi raziskovale, kako in na kakšen način si v organizacijah in med njimi pošiljajo sporočila preko e-pošte. Raziskovale bomo kakovost oz. formalnost službenih sporočil (oblikovno gledano) in norme oz. pričakovanja, ki veljajo pri pisanju službene e-pošte. Ugotavljale bomo tudi, kako se raven dejanske in pričakovane formalnosti spreminja, če pišemo e-poštno sporočilo znotraj podjetja ali drugim organizacijam oz. uporabnikom naših storitev.

Zakaj in kaj raziskovati pri e-pošti?

Komunikacija je v organizacijah pomembna in odkar se je velik del komunikacije preselil na e-pošto, je pomembno, da raziskujemo tudi ta vidik komunikacije. Področje je še bolj pomembno odkar je Britanska BBC leta 2000 objavila podatke, da e-pošta predstavlja velik stresor na delovnem mestu (Sumecki, Chipulu in Ojiako, 2011). V tujini so formalnost pisanja e-pošte že raziskovali različni raziskovalci (npr. Baron, 1998, Wolf, 2000, Hewitt, 2006), v Sloveniji pa so formalnost e-pošte že raziskovali na področju ekonomije, uprave, računalništva, podjetništva in slovenistike, nismo pa zasledile raziskave o e-pošti z vidika

psiholoških vidikov/pričakovanj in razlik znotraj in izven organizacije. Tako naša raziskava na tem področju dodaja košček sestavljanke, s čimer bomo lažje celostno razumeli pomen in vpliv komunikacije preko e-pošte. Poleg tega v Sloveniji najdemo več predlog glede pisanja e-pošte, ki niso osnovane na psiholoških raziskavah, me pa bomo smernice utemeljile na podlagi naše raziskave in pregledane literature.

Pri e-pošti lahko preučujemo različne vidike formalnosti. V naši raziskavi se bomo osredotočile na slovnično pravilnost, strukturiranost e-pošte, uporabo grafičnih simbolov ter odzivnost preko e-pošte. V vseh teh vidikih formalnosti se zaradi različnih osebnostnih značilnosti ljudje med seboj razlikujemo. Do razlik lahko prihaja tudi zaradi starosti. Raziskava pri posameznikih, ki se učijo tujega jezika, je pokazala, da so pri pisanju e-poštних sporočil mlajši (15-21 let) manj formalni, tudi v kontekstih, v katerih bi se sicer pričakovala višja formalnost (Marriott, 1995; Regan, 1995, v Barón in Ortega, 2018). Nasprotno ugotavlja Bloch (2002, v Barón in Ortega, 2018) pri nekoliko starejših (22-35 let), da le-ti z lahkoto formalnost svojega pisanja prilagajajo kontekstu in pričakovanjem.

Slovničnost. Namen e-pošte je komuniciranje z drugimi. Za jasno komunikacijo je potrebno upoštevati slovnična pravila. Četudi je morda za pošiljatelja lažje, da ne popravi vseh svojih slovničnih napak, pa to prejemniku e-pošte močno otežuje branje. Kakršnakoli uporaba kratic, okrajšav, čustvenih simbolov ali šal pa je ustrezna zgolj, če smo prepričani, da nas bo prejemnik razumel, pravi Goldsborough (2005) v smernicah za pisanje e-pošte. Opozarja, da je potrebno e-pošto, preden jo pošljemo, lektorirati, saj avtomatski popravki niso vedno točni in zanesljivi.

Struktura e-pošte. Leta 1999 je Gains opozoril, da še ne obstajajo stilistični protokoli za pisanje e-poštних sporočil. Po tem letu pa lahko zasledimo nekaj avtorjev, ki so napisali smernice za pisanje e-pošte. Bass (2001) svetuje, da naj bo sporočilo razdeljeno v tri odstavke in noben od teh naj nima več kot štirih povedi. Goldsborough (2005) opozarja na zaključke e-poštних sporočil, ki naj bi bili, prav tako kot začetki, nekoliko manj uradni kot pri pisanju uradnega pisma. Pošiljatelj na koncu e-pošte ne sme pozabiti podpisa, tudi če bi ga lahko razbrali iz naslova pošiljatelja (Goldsborough, 2005).

Bass (2001) v smernicah navaja, da naj e-pošto pošljemo le eni osebi naenkrat oziroma uporabljamo možnost skritih kopij. Dokler ne poznamo osebe, s katero si pišemo, naj ne bi pošiljali nobenih priponk, kot so slike, programi, videoposnetki (Bass, 2001). Goldsborough (2005) poudarja, da moramo biti pri pisanju e-pošte jedrnat in najpomembnejše informacije napisati na začetku, drugače morda prejemnik ne bo prebral sporočila do konca. Osebni oz. splošni pozdrav na začetku e-pošte občasno izgublja svoje mesto zaradi oblike in pogostosti

pošiljanja e-pošte. Na koncu e-pošte, v kateri kaj prosimo, je navadno uporabljena beseda "hvala", pri informativnih sporočilih pa podpis pošiljatelja (Gains, 1999).

Barón in Ortega (2018) pa poročata o pomembnih razlikah pri pisanju e-poštnih sporočil med različno starimi posamezniki. Mlajši (18-20 let) so pri oblikovanju uvodnega nagovora bolj direktni in manj formalni kot starejši (30-40 let) posamezniki. Prav tako se mlajši v e-pošti manjkrat opravičijo kot starejši; niso pa se pokazale razlike v načinu, kako mlajši ali starejši v e-poštnem sporočilu naslovnika za nekaj prosijo.

Uvajanje nebesedne komunikacije v e-pošto. S. M. Yell (2003) je v raziskavi ugotavljala, ali je e-pošta bolj podobna pisani besedi, govoru ali je kombinacija obeh. Nekateri avtorji (npr. Gains, 1999) se sprašujejo, če e-pošta predstavlja novo zvrst komunikacije. Na pisanje e-poštnih sporočil lahko, po mnenju nekaterih avtorjev (Shapiro in Anderson, 1985, v Baron, 1998), gledamo kot na zapisano besedno komunikacijo, bolj kot pa na pisno komunikacijo. Če pisanje e-pošte primerjamo s pisanjem na roke, naj bi pri e-pošti uporabljali bolj neformalno besedišče, manj pozornosti posvetili urejanju in pisali e-pošto tistim ljudem, ki so nam bližje (Baron, 1998). V e-pošti se pogosteje uporablja imena, četudi osebe ne poznamo. E-pošta ne dosega kriterijev bogate komunikacije (Panteli in Seeley, 2006). Pri e-pošti namreč ni tona glasu, gest in ostalih nebesednih znakov, kar nadomeščamo na različne načine, med drugim z uporabo ločil in čustvenih simbolov (Skovholt, Grønning in Kankaanranta, 2014).

Houghton, Upadhyay in Klin (2017) so ugotavljali, ali z **uporabo ločil** poskušamo nadomestiti del neverbalne komunikacije, saj ljudje na podlagi ločil do neke mere sklepamo na ton in namero sogovorca. V raziskavi (Houghton idr., 2017) so ugotovili, da uporabo klicaja po vzkliku po navadi ne vzamemo kot iskren odziv. Če zelo kratki zavrnitvi ('ne') sledi pika, ga dojemamo kot bolj negativnega, kot če ni pike. Podoben vzorec se je pokazal, če je bil odgovor nedoločen ('ne vem'). Gunraj je s sodelavci (2016) ugotovil, da pri pisanju neformalnih sporočil bolj iskreno delujejo sporočila, ki ne vsebujejo pike, še posebno, če gre za kratke eno-povedne odgovore. Uporaba ločil torej nosi tako socialno kot praktično informacijo, saj si jo zgolj preko verbalnih sporočil ne moremo podati na drugačen način (Houghton idr., 2017). Problem pa se pojavi, ker ni zagotovila, da bo drugi sporočilo, ki ga želimo prenesti, preko uporabe ločil na dotičen način razumel tako, kot smo si želeli (Houghton idr., 2017). Vprašanje je tudi, če se pisec zaveda pomena postavljanja pik in če prejemniki v resnici razberejo ta vidik. Kljub dvomom vemo, da uporaba neverbalnih opor pomaga pri ustvarjanju konteksta (Filik idr., 2015). Pri tem so nam lahko v pomoč tudi čustveni simboli.

Čustveni simboli so grafična uprizoritev obraznih izrazov, ki pogosto sledijo nekim besednim izjavam. Lahko so sestavljeni iz ASCII simbolov (npr. :-)) ali iz piktogramov (😊), ki so grafični simboli. V pisanem besedilu so se prvič pojavili leta 1982 (Krohn, 2004), tekom let pa so se pojavili čustveni simboli različnih oblik in pomenov. Uporaba čustvenih simbolov je velikokrat povezana z najstniki in mladostniškim stilom spletne komunikacije. Posledično se v smernicah za formalno spletno komunikacijo odsvetuje pretirano uporabo čustvenih simbolov, saj naj bi nakazovala na čustveno nestabilnost in pomanjkanje kontrole (Wolf, 2000). Čustveni simboli naj bi sicer nadoknadili pomanjkanje neverbalne komunikacije preko spleta (npr. obrazni izrazi, intonacija, geste in ostali telesni znaki) (Skovholt idr., 2014). Nekateri avtorji menijo, da imajo čustveni simboli majhen vpliv na interpretacijo sporočila (Walther in D'Addario, 2001), spet drugi (Derks, Bos in Grumbkow, 2008) so dokazali, da bralci sporočila s čustvenimi simboli zaznajo bolj pozitivno kot sporočila brez njih. Čustveni simboli služijo različnim funkcijam komunikacije: označujejo pozitivni odnos, označujejo šale, lahko omilijo izjave, ki so vezane na zahteve, zavrnitve, popravke in pritožbe ter podkrepijo izražanje (Skovholt idr., 2014). Čustveni simboli omogočajo tudi uporabo sarkazma v sporočilih (Filik idr., 2015). Uporaba čustvenih simbolov je lahko (podobno kot namenska uporaba ločil) problematična, ker nimamo zagotovila, da jih bo prejemnik razumel na enak način, kot smo si mi zamislili (Houghton idr., 2017).

Preobremenjenost z e-pošto: vpliv na odzivanje in učinkovitost. Bass (2001) izpostavlja, da imamo danes stisko s časom, zato naj bi bila e-poštna sporočila kratka. Če želimo, da prejemnik našo e-pošto prebere, moramo razmisliti, na kakšen način jo bomo napisali in kako dolga bo (Bass, 2001). Britanska BBC je leta 2000 ugotovila, da je e-pošta eden od dveh glavnih virov stresa na delovnem mestu (Sumecki idr., 2011). Tako je za zmanjšanje z e-pošto povezanega stresa potrebno zmanjšati količino nepotrebne e-pošte in dvigniti občutek, da je slednja pomembno komunikacijsko sredstvo. Sumecki je s sodelavci (2011) ustvaril model, v katerem pojasnjujejo, kako prekomerno število e-poštnih sporočil zmanjša splošno delovno učinkovitost in učinkovitost same e-pošte. V modelu poudarjajo, da je pomembno, da odgovarjamo najprej na pomembno e-pošto in se izogibamo le vljudnostnim sporočilom. Pri opredeljevanju kritičnosti e-pošte pa se pojavijo razlike med ljudmi (Sumecki idr., 2011). Več časa kot oseba preživi pri pregledovanju in pisanju e-pošte, bolj ima občutek preobremenjenosti (Berghel, 1997; Cranor in LaMacchia, 1998; Denning, 1982; v Sumecki idr., 2011). V nekaterih organizacijah že uvajajo dni brez e-pošte, saj zaradi redkejšega

osebne stika med zaposlenimi prihaja do nižje motivacije in manjšega občutka pripadnosti podjetju (Hewitt, 2006).

E-pošta znotraj in zunaj organizacije. E-pošta je značilna za vsakodnevno komunikacijo znotraj organizacij in omogoča hitro, učinkovito in lažje deljenje informacij enemu ali več prejemnikom (Gains, 1999). Omogoča stalen in poenoten zapis komunikacije znotraj podjetja, hkrati pa je legalni dokaz zaradi označenih datumov. Uporablja z namenom informiranja, izrekanja prošelj, odgovarjanja, spodbujanja, zahvaljevanja in včasih tudi za zabavo.

E-poštna sporočila poslana zunanji organizacijam velikokrat uporabljajo za prošnje in zahteve, kar kaže na to, da je to privlačen kanal sporazumevanja, še posebno v situacijah, kjer bi morali sicer najprej vzpostaviti odnose ali upoštevati statusne razlike, kar telefonski klic in neposredna komunikacija zagotovo zahtevata (Gains, 1999). V primeru, da pošiljatelj in prejemnik nimata prej vzpostavljenega odnosa, naj bi pošiljatelj pri e-pošti, v kateri prejemnika nekaj prosi, slovnico in pravopis uporabljal na ravni standardnega pisanega jezika (Kiesler, Siegel in McGuire, 1984). Univerze in nekatere organizacije imajo pripravljene standardne predloge za e-poštno sporočilo, uporabne predvsem pri pošiljanju e-pošte zunaj organizacije. Te predloge lahko vsebujejo standardne pozdrave na začetku in koncu, logotip, podpis (Gains, 1999). Opozarjajo tudi (Nidorfer-Šiškovič, 2016), da lahko prihaja do komunikacijskih zapletov med prejemnikom in pošiljateljem, če se pojavi neskladnost v formalnosti in izkazani vljudnosti v e-pošti.

Za sporočila znotraj organizacije, ki so bolj neformalne oblike, se sicer pričakuje manj slovnične dovršenosti. Hewitt (2006) ugotavlja, da v neformalnih sporočilih kratke povedi zaznamo kot bolj iskrene, če nimajo zaključnega ločila. Tudi v slovenski raziskavi (Dobrovoljc, 2008) so pri preučevanju e-pošte opazili precejšnje razlike pri pisanju in uporabi slovnice med formalnimi in neformalnimi sporočili. V raziskavi (Gains, 1999) so ugotovili, da večina e-poštnih sporočil ni vsebovala uvodnega pozdrava, od tistih, ki so ga uporabili, pa je bil najpogostejši uvodni pozdrav neformalni "Živjo", ki je značilen za neformalne telefonske pogovore. Pogosto pa se je pojavil tudi formalni pozdrav "Dragi". Zaključni pozdravi pa so bili zelo različni. Najpogosteje pošiljatelji zaključijo zgolj s svojim imenom, ostali pa uporabljajo zelo različne načine in tako izgleda, da je tu veliko prostora za svobodno osebno izražanje, ki se razlikuje predvsem glede na formalnost sporočila (Gains, 1999). V sodobnejših raziskavah (Nidorfer-Šiškovič, 2016) pa se kaže, da gre pisanje e-pošte v smeri bolj sproščenega zapisa, ki dopušča nižjo raven slovnične rabe in več elementov govorne komunikacije.

Pričujoča raziskava

V naši raziskavi se bomo osredotočile na preučevanje formalnosti e-poštnih sporočil – tako znotraj kot tudi zunaj organizacij, v katerih so posamezniki zaposleni, saj se kaže (Dobrovoljc, 2008), da se formalnost razlikuje glede na znanstvo s sogovornikom. Zanima nas, kako formalno e-pošto pošiljajo posamezniki ter kakšno stopnjo formalnosti e-pošte pričakujejo in če je to povezano s starostjo. Pri formalnosti bomo preučevale slovnično pravilnost, strukturiranost e-pošte, uporabo grafičnih simbolov ter odzivnost pri e-pošti. Glede na dosedanje raziskave smo si postavili tri hipoteze ter dve raziskovalni vprašanji, predstavljene v nadaljevanju.

E-poštna sporočila so bolj podobna zapisani besedni komunikaciji (Yell, 2003), kot pa pisnemu sporočanju, so manj urejena in imajo več neformalnega besedišča, če so namenjena osebam, ki so nam bližje (Baron, 1998). V naši raziskavi zato predpostavljamo, da bo **formalnost e-poštnih sporočil znotraj podjetja manjša v primerjavi s sporočanjem izven podjetja**. Uporaba grafičnih simbolov v e-pošti, ki služijo nadomeščanju nebesedne komunikacije (Skovholt idr., 2014), bo zato znotraj podjetja večja, kar nakazuje na bolj sproščene odnose. Predvidevamo tudi, da bo uporaba ločil zunaj podjetja pogostejša in pravilnejša kot znotraj, saj pravilna uporaba ločil sporočilu doda uradni ton (Houghton idr., 2017). Iz enakih razlogov predpostavljamo, da bodo **znotraj podjetja pričakovanja glede formalnosti sporočanja nižja v primerjavi s sporočanjem izven podjetja**, saj gre ponovno za razliko v formalnosti odnosov. Tudi Hewitt (2006) omenja, da se za sporočila znotraj organizacije pričakuje manj slovnične pravilnosti. Na podlagi teh informacij bomo lahko izdelale tudi nekaj osnovnih smernic oz. bonton na področju pisanja e-sporočil znotraj in izven podjetja. Poleg tega v naši raziskavi predpostavljamo tudi, da je **dejanska in pričakovana formalnost sporočanja povezana s starostjo**. Več avtorjev namreč poroča o nižji formalnosti mlajših posameznikov – tako v primerjavi s starejšimi posamezniki kot tudi glede na pričakovanja o stopnji formalnosti v določenem kontekstu (Marriott, 1995; Regan, 1995; Bloch, 2002; v Barón in Ortega, 2018).

Prav tako nas zanima, **ali posamezniki, ki e-pošto uporabljajo bolj pogosto** (torej na dan prejmejo in pošljejo večje število e-sporočil), **pošiljajo manj formalna sporočila**. Glede na to, da so e-sporočila zapisana besedna komunikacija (Shapiro in Anderson, 1985, v Baron, 1998), lahko pričakujemo, da bodo posamezniki, ki večkrat uporabljajo e-pošto, pisali manj formalna e-sporočila. Pogledale pa bomo tudi, **ali se dejanska formalnost sporočanja**

razlikuje od pričakovanj. To nam bo namreč pomagalo, da bomo lahko na podlagi rezultatov naredile bolj jasne smernice glede formalnosti pisanja e-poštnih sporočil znotraj in zunaj podjetja.

Teoretična vrednost naše raziskave je v tem, da smo v slovenskem prostoru prve v luči psihološke znanosti preverjale in ugotavljale kakovost e-poštnih sporočil v zgoraj opredeljenih vidikih in ugotavljale norme, ki veljajo glede pisanja e-pošte. Ugotovitve nam bodo omogočile oblikovati praktične smernice glede pisanja e-pošte v službenem kontekstu, kar lahko prihrani kar nekaj nesporazumov in preobremenjenosti zaposlenih.

METODA

Udeleženci

Vprašalnik je začelo reševati 289 posameznikov, vendar smo v nadaljnje analize vključile odgovore 245 udeležencev, ki so zaključili z odgovarjanjem na vprašalnik. Pri 28 udeležencih smo s pomočjo metode največjega verjetja zapolnile manjkajoče vrednosti. V vzorcu je 75,9 % oseb ženskega spola. Povprečna starost udeležencev je 34 let ($SD = 10,1$), v razponu od 18 do 61 let. Med udeleženci je 9,4 % posameznikov s končano srednjo strokovno šolo, 8,6 % s končanim gimnazijskim programom, 9,8 % s končanim višješolskim programom, 56,7 % s končanim visokošolskim strokovnim ali univerzitetnim programom, 12,2% z magisterijem znanosti in 3,3 % z doktoratom znanosti. Udeleženci so v 41,2 % zaposleni v javnem sektorju in v 54,3 % v zasebnem sektorju, 4,5 % udeležencev pa se glede tega ni opredelilo.

Pripomočki

Za raziskovanje na področju e-pošte smo ustvarile svoj vprašalnik Vprašalnik formalnosti in norm e-pošte izven in znotraj podjetja (v prilogi). V slovenskem prostoru namreč nismo zasledile vprašalnika, ki bi bil uporabljen in ustvarjen v ta namen. Vprašalnik je sestavljen iz trinajstih postavk in vključuje štiri področja formalnosti: Slovnica in pravopis, Struktura sporočila, Ustrezna uporaba grafičnih dodatkov in Odzivnost pri e-pošti. V prvem delu vprašalnika se postavke nanašajo na to, kako formalno e-pošto posameznik dejansko pošilja. V drugem delu se vse postavke vsebinsko ponovijo, le da se v tem delu nanašajo na pričakovane norme o formalnosti pošiljanja e-pošte. Za vsako postavko posameznik ocenjuje

formalnost e-pošte znotraj ter izven podjetja/organizacije na 5-stopenjski Likertovi lestvici pogostosti (nikoli - redko - občasno - pogosto - vedno) (prvi del vprašalnika) in strinjanja/nestrinjanja (drugi del vprašalnika). Tako Vprašalnik vsebuje skupaj 26 postavk in vsako od njih posameznik ocenjuje dvakrat, za pošiljanje e-pošte znotraj in izven podjetja. Poleg vprašalnika smo v anketi zastavile še nekaj demografskih vprašanj - spol, starost, stopnja končane izobrazbe, zaposlenost v javnem ali zasebnem sektorju. Spraševale smo tudi po številu prejetih in poslanih e-poštnih sporočil v zadnjem delovnem dnevu.

Postopek

Postopek vzorčenja. Naš načrt je bil pridobiti podatke po več različnih poteh in na ta način zagotoviti kolikor se da raznolik vzorec, da ne bo potekal le po metodi snežne kepe. Pomagale smo si s pregledno tabelo, kjer smo spremljale, katere poti pridobivanja podatkov smo že izvedle. Ena od poti je bilo vzorčenje s pomočjo snežne kepe, kjer smo anketo preko e-pošte in družbenih omrežij (Facebook, Instagram, LinkedIn) poslale med znance in ti so bili povabljeni, da to pošljejo naprej itd. Druga pot je bilo objavljane ankete na spletni strani Psihologija dela (<https://psihologijadela.com/>), kjer smo imele dostop do njihovih sledilcev. Tretja pot pridobivanja podatkov je potekala preko pisanja direktno na podjetja, s katerimi smo že bile kdaj v stiku.

Postopek zbiranja podatkov. Podatke smo zbirale s pomočjo spletne ankete (1ka.si), ki smo jo predhodno skupaj sestavile in oblikovale. Povprečen čas reševanja ankete je bil 6 minut. Podatke smo zbirale od 3. 11. 2019 do vključno 26. 11. 2019.

Postopek obdelave podatkov. Zbrane podatke smo najprej iz spletne strani 1ka.si prenesle v program SPSS, kjer smo pregledale in uredile podatke. Zaradi prevelike količine manjkajočih podatkov smo izločile šest udeležencev, pri 28 udeležencih pa smo posamezne naključno manjkajoče podatke nadomestile s pomočjo metode največjega verjetja. Prav tako smo obrnile rezultate pri posameznih spremenljivkah, tako da je pri vseh višji rezultat pomenil višjo dejansko oz. pričakovano formalnost e-pošte. Nato smo izračunale opisne statistike in korelacije med spremenljivkami. Porazdelitev večine vključenih spremenljivk se je statistično značilno razlikovala od normalne, zato smo pri nadaljnji analizi uporabile ustrezne neparametrične postopke (Spearmanov korelacijski koeficient rho, Wilcoxonov test za preverjanje razlik med odvisnima skupinama), razen, kjer je opisano drugače. V nadaljevanju so predstavljeni rezultati za vsako od hipotez oz. raziskovalnih vprašanj posebej ter interpretacija dobljenih rezultatov na podlagi preučene literature.

REZULTATI IN RAZPRAVA

Zaradi narave podatkov, ki ne zahteva prikaza rezultatov v tabelarični ali grafični obliki, smo se odločile ob prikazu rezultatov bralcu sproti ponuditi razlago s teoretično podkrepitevijo. Tako v nadaljevanju sledijo rezultati analiz in razprava za vsako od postavljenih hipotez ter raziskovalnih vprašanj posebej.

Hipoteza 1: Znotraj podjetja je manjša formalnost sporočanja v primerjavi s sporočanjem izven podjetja.

Izračunale smo skupni testni rezultat, ki kaže na formalnost sporočanja, posebej za znotraj podjetja in posebej za izven podjetja. Wilcoxonov test je pokazal, da se mediani rezultatov ($Mdn(znotraj) = 4,38$, $Mdn(zunaj) = 4,46$) med seboj statistično značilno razlikujeta. Udeleženci torej poročajo o manjši formalnosti e-poštnih sporočil, ki jih pošiljajo znotraj podjetja, kot tistih, ki jih pošiljajo zunaj podjetja. Preverile smo še, če se kažejo razlike pri posameznih lestvicah (slovnichnost, struktura e-pošte, ustrezna uporaba grafičnih dodatkov, odzivnost pri e-pošti) glede na komunikacijo znotraj in zunaj podjetja. Pri tem so se pokazale razlike le pri lestvicah slovnichnosti in odzivnosti, in sicer smo pri sporočanju znotraj podjetja bolj pozorni na slovnico ($M(znotraj) = 4,42$, $M(zunaj) = 4,52$) in na odzivnost ($M(znotraj) = 3,62$, $M(zunaj) = 3,72$).

Ker so e-poštna sporočila bolj podobna zapisani besedni komunikaciji (Yell, 2003), kot pisnemu sporočanju, so e-poštna sporočila med osebami, ki se bolje poznajo, manj uradna, manj urejena in imajo več neformalnega besedišča (Baron, 1998). Našo prvo hipotezo lahko s pomočjo dobljenih rezultatov sprejmemo, saj se je pokazala manjša formalnost sporočanja znotraj podjetja. Tudi drugi avtorji (npr. Hewitt, 2006) poročajo o tem, da se za sporočila znotraj organizacije, ki so bolj neformalne oblike, pričakuje manj slovnichne dovršenosti. Hewitt (2006) ugotavlja tudi, da v e-poštnih sporočilih kratke stavke brez zaključnega ločila (ki so zaradi tega torej manj formalni) doživljamo kot bolj iskrene, kar je lahko morda povezano z odnosi (ki so znotraj organizacije tesnejši kot zunaj) in doživljanjem organizacijske klime kot bolj iskrene. Prav tako je današnji tempo - predvsem v poslovnem svetu - zelo hiter in stresen, zato je pomembno, kje in kako lahko prihranimo kaj časa. Bass (2001) izpostavlja, da naj bi bila zaradi tega e-poštna sporočila kratka, podobno opozarja Sumecki s sodelavci (2011), da naj odgovarjamo najprej na pomembno e-pošto in se

izogibamo le vljudnostnim sporočilom. Možnosti za upoštevanje teh smernic so večje pri sporočanju znotraj organizacije. Po drugi strani je namreč pri pošiljanju e-pošte posameznikom izven podjetja (s katerimi praviloma nimamo tesnih stikov in gre pogosto za poslovne partnerje) pomembno, da naredimo dober vtis, zaradi česar je ta e-pošta bolj formalna in njenemu oblikovanju posvetimo več časa.

Hipoteza 2: Znotraj podjetja imamo nižja pričakovanja glede formalnosti sporočanja v primerjavi s sporočanjem izven podjetja.

Izračunale smo skupni testni rezultat, ki kaže na pričakovano formalnost sporočanja, posebej za znotraj podjetja in posebej za izven podjetja. Wilcoxonov test je pokazal, da se mediani rezultatov ($Mdn(znotraj) = 4,15$, $Mdn(zunaj) = 4,31$) med seboj statistično značilno razlikujeta ($p = 0,019$). Udeleženci torej poročajo o nižjih pričakovanjih glede formalnosti e-poštnih sporočil znotraj podjetja kot tistih zunaj podjetja. Preverile smo še, če se kažejo razlike pri posameznih lestvicah (slovničnost, struktura e-pošte, ustrezna uporaba grafičnih dodatkov, odzivnost pri e-pošti) glede na komunikacijo znotraj in zunaj podjetja. Razlike so se pokazale pri lestvicah slovničnost in struktura, in sicer pri sporočanju zunaj podjetja pričakujemo višjo raven upoštevanja slovničnih pravil ($M(znotraj) = 4,14$, $M(zunaj) = 4,26$) ter bolj jasno strukturo ($M(znotraj) = 4,39$, $M(zunaj) = 4,5$).

S tem je sprejeta tudi naša druga hipoteza. E-pošta omogoča stalen in poenoten zapis komunikacije znotraj in zunaj podjetja, hkrati pa lahko predstavlja legalni dokaz zaradi označenih datumov (Gains, 1999). Ob zavedanju tega lahko zaposleni pričakujejo in si želijo več formalnosti predvsem v komunikaciji z zunanjimi deležniki, saj v primeru preverjanja e-pošte kot legalnega dokaza pri tem vseeno ohranijo svoj formalni izgled. Pri komunikaciji izven podjetja si raje ne privoščijo prevelike neformalnosti. Podobno priporoča tudi Hewitt (2006), ki pravi, da naj bi pošiljatelj v primeru, da s prejemnikom nimata prej vzpostavljenega odnosa, slovnicno in pravopisno uporabljal na nivoju standardnega pisanega jezika, predvsem pri e-pošti, v katerih prejemnika nekaj prosi.

Hipoteza 3: Dejanska in pričakovana formalnost sporočanja je pozitivno povezana s starostjo pošiljatelja e-poštnih sporočil.

Predvidevale smo, da dejanska in pričakovana formalnost sporočanja s starostjo narašča, saj več avtorjev poroča o pomembno nižji formalnosti sporočanja mlajših

posameznikov (Marriott, 1995; Regan, 1995; Bloch, 2002; v Barón in Ortega, 2018). Analiza rezultatov je pokazala nizko, a statistično pomembno korelacijo med starostjo in pričakovanji glede formalnosti e-poštnih sporočil ($\rho = 0,13$, $p = 0,049$). Korelacija med starostjo in poročanju o dejanski formalnosti pošiljanja e-poštnih sporočil pa ni statistično pomembna ($\rho = 0,04$, $p = 0,513$). Tretjo hipotezo lahko potrdimo le delno, saj se je pokazala povezanost med starostjo in pričakovanji o formalnosti e-pošte, ne pa med starostjo in dejansko formalnostjo e-pošte.

Ti rezultati nam povejo, da imajo starejši posamezniki nekoliko višja pričakovanja glede tega, kako formalna naj bi bila e-poštna sporočila. Ni pa se pokazala povezava med tem, da različno stari posamezniki dejansko pišejo e-pošto na različnih stopnjah formalnosti. V literaturi nismo zasledile, da bi se avtorji ukvarjali z vprašanjem pričakovanj glede formalnosti, so pa nekateri raziskovalci izvedli eksperiment, v katerem so preverjali dejansko formalnost. Barón in Ortega (2018) poročata o pomembnih razlikah pri pisanju e-poštnih sporočil med različno starimi posamezniki, vendar razlike niso konsistentne pri vseh vidikih oz. delih e-poštnega sporočila. Mlajši so manj formalni pri oblikovanju uvodnega nagovora, prav tako se mlajši v e-pošti manjkrat opravičijo kot starejši; niso pa se pokazale razlike v načinu, kako mlajši ali starejši v e-poštnem sporočilu naslovnika za nekaj prosijo.

Raziskovalno vprašanje 1: Ali obstaja povezava med številom poslanih e-poštnih sporočil in formalnostjo sporočanja?

Zanimalo nas je, ali obstaja povezava med številom poslanih e-poštnih sporočil in formalnostjo pošiljanja e-poštnih sporočil, in smo ugotovile, da je korelacija praktično ničelna ($\rho = -0,00$, $p = 0,945$). Pokazala se je statistično značilna negativna korelacija med številom poslanih e-poštnih sporočil in formalnostjo pošiljanja e-poštnih sporočil znotraj podjetja ($\rho = -0,20$, $p = 0,001$). Povezanost med številom poslanih e-sporočil in formalnostjo pošiljanja e-poštnih sporočil izven podjetja je pozitivna, a ne statistično pomembna ($\rho = 0,12$, $p = 0,070$).

Iz tega je razvidno, da ljudje, ki pošiljajo več e-poštnih sporočil, pišejo le-te znotraj svoje organizacije manj formalno. O tem iz prebrane literature nismo mogle sklepati, lahko pa to pojasnimo s tem, da gre pri pisanju e-pošte, posebno znotraj organizacije, za nadomeščanje ustne komunikacije (Shapiro in Anderson, 1985, v Baron, 1998), ki je bolj neformalna v primerjavi s komunikacijo zunaj podjetja. Ena razlaga, zakaj pride do manjše stopnje

formalnosti e-pošte pri posameznikih, ki pošiljajo veliko e-poštnih sporočil, je ta, da so taki posamezniki preobremenjeni in zato pišejo krajša ter manj formalna e-poštna sporočila. Več kot ima posameznik opravka z e-poštnimi sporočili, več stresa in obremenjenosti mu to povzroča (Sumecki idr., 2011). V primeru, da ima posameznik stisko s časom, piše krajša e-poštna sporočila (Bass, 2011), pri čemer se velikokrat zgodi, da izpusti uvodni in zaključni pozdrav ter podpis, "Zadevo" pusti prazno ipd. Taka sporočila so manj formalna, in zdi se, da se to dogaja pogosteje pri e-poštni komunikaciji znotraj organizacije kot zunaj nje.

Raziskovalno vprašanje 2: Ali se dejanska formalnost sporočanja razlikuje od norm oz. pričakovanj, ki jih imamo glede formalnosti sporočanja?

Razlika med dejansko ($M = 4,36$) in pričakovano ($M = 4,09$) formalnostjo je statistično značilna ($p < 0,001$). Torej smo pri pisanju e-poštnih sporočil bolj formalni kot to na splošno pričakujemo (od sebe in drugih). Preverile smo še, če se kažejo razlike v dejanski in pričakovani formalnosti pri posameznih lestvicah (slovničnost, struktura e-pošte, ustrezna uporaba grafičnih dodatkov, odzivnost pri e-pošti). Razlike so statistično značilne ($p < 0,001$) pri vseh lestvicah, razen pri lestvici odzivnosti.

O pomenu formalnosti pri komunikaciji preko e-pošte se v zadnjem času vedno več govori. Približno dve desetletji nazaj še niso obstajali stilistični in drugi protokoli za pisanje e-poštnih sporočil (Gains, 1999), po tem pa so nekateri avtorji napisali smernice za pisanje e-pošte. Tako Goldsborough (2005) na primer v smernicah za pisanje e-pošte opozarja, da je potrebno e-pošto, preden jo pošljemo, lektorirati, daje pa tudi priporočila v zvezi z uporabo kratic, okrajšav, čustvenih simbolov ali šal ter v zvezi z uvodnim nagovorom in zaključnim pozdravom ter podpisom. Zaposleni torej dobivajo informacije in navodila glede tega, kako pomembna je formalnost in sledenje določenim pravilom pri pisanju e-pošte, zaradi česar se bolj potrudijo in so pri tem bolj formalni. Zgovoren je na primer podatek, da so v podjetju PARKSIDE ugotovili, da se je čas uporabe e-pošte od leta 2001, ko so zaposleni dnevno porabili 49 minut za e-pošto, do leta 2006 povečala na 74 minut (Hewitt, 2006). Del tega dodatnega časa je lahko povezan tudi s prizadevanjem za slovnično pravilnost, strukturo in ustrezno rabo grafičnih dodatkov. Prav tako z odgovarjanjem na e-poštna sporočila morda odlašamo in ne odgovorimo takoj, ko lahko, kar v kombinaciji s prizadevanjem glede formalnosti še podaljšuje celoten čas uporabe e-pošte. Po drugi strani pa tolikšne formalnosti na splošno v e-pošti ne pričakujemo. Morda imamo do sebe višja pričakovanja kot do drugih, sicer pa naj bi e-poštna sporočila po eni od starejših opredelitev sodila pod neformalno

komunikacijo – če e-pošto primerjamo s pisanjem na roke, naj bi pri e-pošti uporabljali bolj neformalno besedišče, manj pozornosti posvetili urejanju in pisali e-pošto tistim ljudem, ki so nam bližje (Baron, 1998). Del te miselnosti očitno ostaja in vpliva na naša pričakovanja v zvezi s formalnostjo e-pošte. Sodobne raziskave pa so pokazale, da dobi tipičen zaposleni v Veliki Britaniji e-poštno sporočilo vsake 5 minut (Jackson idr., 2003), pri čemer so le-ta lahko zelo raznovrstna, torej med drugim tudi manj formalna, na kar zaposleni nima vpliva, zato morda oblikuje nižja pričakovanja glede formalnosti e-pošte.

Prednosti in omejitve raziskave ter predlogi za nadaljnje študije

Glavna prednost naše raziskave je v tem, da je ena prvih v Sloveniji na psihološkem področju, ki zajema tako navade pošiljateljev, kot tudi njihova pričakovanja glede formalnosti e-pošte, podatki pa so zbrani na razmeroma velikem in starostno raznolikem vzorcu zaposlenih. Raziskava daje pregled nad povezavo formalnosti s starostjo pošiljateljev ter prikazuje razlike med pričakovanji in dejanskim vedenjem zaposlenih. V tujini obstaja že veliko smernic glede pisanja e-pošte, prav tako lahko zasledimo nekaj manj znanstveno podprtih smernic v Sloveniji. Preko integracije preučene literature iz tujine in dobljenih ugotovitev naše raziskave smo lahko oblikovale konkretne smernice glede pisanja e-poštnih sporočil, kar je glavna praktična vrednost naše raziskave.

Glavna omejitev naše raziskave pa je uporaba vprašalnika, ki smo ga sestavile same in ga nismo validirale in preverjale merskih značilnosti, zato ne vemo, kako dobro in če sploh meri tisto, kar naj bi meril. Poleg tega ne sloni na konkretnem modelu iz literature in se ne naslanja na trdne teoretične osnove. Nekoliko pomanjkljivo je tudi vzorčenje, ki ni bilo popolnoma naključno, saj je bil vzorec pridobljen večinoma s pomočjo snežne kepe ter ni bil uravnotežen po spolu in izobrazbi. Trudile pa smo se pridobiti udeležence na več različnih načinov in preko več različnih komunikacijskih kanalov. Problematična pa je bila tudi velika količina manjkajočih podatkov, kar bi na spletni strani lka lahko preprečile s tem, da bi vsa vprašanja označile kot obvezna.

Predlagamo, da se področje dejanske in pričakovane formalnosti službene e-pošte še naprej raziskuje, predvsem na področju dejanskega zaznavanja in odzivanja na e-poštna sporočila z različno formalnostjo in posledičnim vplivom na prejemnikovo odločanje glede upoštevanja vsebine prejete e-pošte (npr. ali sprejemem poslovno ponudbo ali ne). Natančnejše bi bilo smiselno pogledati tudi različne interakcije med starostjo pošiljatelja, starostjo prejemnika, formalnostjo sporočila in pričakovanji glede formalnosti. V prvi vrsti pa bi bilo

potrebno preveriti in validirati v naši raziskavi uporabljen Vprašalnik formalnosti in norm e-pošte izven in znotraj podjetja.

ZAKLJUČKI

V naši raziskavi smo ugotovile, da je pisanje e-pošte znotraj podjetja manj formalno in so pri tem tudi naša pričakovanja glede formalnosti nižja v primerjavi z e-pošto zunaj podjetja. Pri pisanju e-pošte smo sami bolj formalni, kot pa to pričakujemo od drugih, na splošno pa imajo starejši zaposleni višja pričakovanja glede formalnosti e-pošte (niso pa tudi dejansko bolj formalni). Pokazala se je sicer nizka povezava, ki kaže, da se raven formalnosti znižuje z večanjem števila poslanih e-poštnih sporočil. Pokazalo se je, da je pisanje e-pošte izven podjetja bolj slovnično dovršeno v primerjavi s pisanjem e-pošte znotraj podjetja. Pri uporabi čustvenih simbolov pa se niso pokazale razlike, v splošnem pa se glede na rezultate v službeni e-pošti uporablja malo čustvenih simbolov.

Glede na to, da ni uradnih smernic in pravil glede pisanja e-poštnih sporočil, predlagamo, da podjetja na podlagi priporočil sama vzpostavijo pravila ali določijo raven formalnosti pisanja e-poštnih sporočil, ki ga bodo uporabljali znotraj in izven podjetja. Tako se bodo izognili nesporazumom in neodobravanjem med zaposlenimi ter pri komunikaciji z zunanjimi sodelavci. Glede na naše ugotovitve svetujemo, da postavijo različne standarde pisanja e-pošte znotraj in zunaj podjetja. To bi organizacijam omogočilo bolj jasno in enoznačno komunikacijo, preprečevalo bi nesporazume zaradi zapisa in omogočilo, da pri svojih strankah in drugih organizacijah okrepijo ugled svoje blagovne znamke.

Smernice za pisanje e-poštnih sporočil

Za svojo organizacijo vzpostavite jasna pravila, da komunikacija poteka enostavneje. Še posebej poenotite e-pošto pri komunikaciji z zunanjimi organizacijami in strankami.

Splošne smernice

1. Pri pošiljanju e-pošte vedno vključite zadevo, ki naj jasno nakazuje vsebino sporočila.
2. Sporočilo naj vsebuje uvodni in zaključni pozdrav ter podpis.
3. Pazite na velike začetnice in dosledno uporabljajte ločila.
4. Daljša sporočila razdelite na več smiselnih odstavkov. Priporoča se odstavke z največ štirimi vrsticami.

5. Pri pošiljanju e-pošte zunanjim organizacijam priporočamo, da odgovorite v vednost, da ste jo prejeli. Zagotovo to naredite pri tistih, ki jih dobivate redkeje ali pri pomembnejših sporočilih. Znotraj organizacije to ni potrebno.
6. Premislite, preden uporabite čustvene simbole, če pošiljate zunanjim organizacijam. Odložitev naj temelji na tem, kako dobro poznate prejemnika. Znotraj organizacije lahko, po presoji, čustvene simbole pogosteje uporabljate.
7. Narečne besede lahko vključite v e-pošto, ki jo pošiljate znotraj organizacije. Če pošiljate e-pošto zunanjim organizacijam, to ni primerno.
8. Pred pošiljanjem izven svoje organizacije ponovno preverite, da sporočilo ne vsebuje tipkarskih napak.

Pri pošiljanju e-pošte zunanjim organizacijam je potrebno biti še posebej pozoren na nekatere podrobnosti. Zelo pomembno je, da še enkrat preverite velike začetnice in tipkarske napake. Prejemniki pogosteje pričakujejo, da boste vključili uvodni pozdrav in podpis. Pričakujejo tudi, da uporabljate manj čustvenih simbolov in da pogosteje odgovorite v vednost, da ste e-sporočilo prejeli. Pri e-sporočilih znotraj organizacije so sicer vsa ta področja e-pošte tudi pomembna, vendar so pričakovanja nekoliko nižja. To pomeni tudi, da zmerna uporaba čustvenih simbolov ali narečnih besed ni tako moteča.

LITERATURA

- Barón, J. in Ortega, M. (2018). Investigating age differences in e-mail pragmatic performance. *System*, 78, 148–158.
- Baron, N. S. (1998). Letters by phone or speech by other means: the linguistic of e-mail. *Language and communication*, 18, 133–170.
- Bass, S. (2001). The e-mail rules: manage the medium. *Home office*, 4, 39.
- Derks, D., Bos, A. E. R. in Grumbkow, J. (2008). Emoticons in computer-mediated communication: Social motives and social context. *Cyber Psychology and Behavior*, 11(1), 827–833.
- Dobrovoljc, H. (2008). Jezik v e-poštnih sporočilih in vprašanja sodobne normativistike. V M. Košuta (ur.), *Slovenščina med kulturami* (str. 283–294). Ljubljana: Slavistično društvo Slovenije.

- Filik, R., Turcan, A., Thompson, D., Harvey, N., Davies, H. in Turner, A. (2015). Sarcasm and emoticons: Comprehension and emotional impact. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 69, 1–12.
- 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.
- Goldsborough, R. (2005). E-mail manners: thinking about style and usage. *Reading today*, 22(5), 11.
- Gunraj, D. N., Drumm-Hewitt, A. M., Dashow, E. M., Upadhyay, S. S. N. in Klin, C. M. (2016). Texting insincerely: The role of the period in text messaging. *Computers in Human Behavior*, 55, 1067–1075.
- Houghton, K. J., Upadhyay, S. S. N. in Klin, C. M. (2017). Punctuation in text messages may convey abruptness. Period. *Computers in Human Behaviour*, 80, 112–121.
- Hewitt, P. (2006). Electronic mail and internal communication: a three-factor model. *Corporate communications: An international journal*, 11(1), 78–92.
- Herring, S. C. (2003). Gender and power in online communication. V J. Holmes in M. Meyerhoff (ur.), *The handbook of language and gender* (str. 202–208). Oxford: Blackwell Publishers.
- Jackson, T., Dawson, R. in Wilson, D. (2003). Reducing the effect of email interruptions on employees. *International Journal of Information Management*, 23(1), 55–65.
- Kiesler, S., Siegel, J. in McGuire, T. W. (1984). Social psychological aspects of computer-mediated communication. *American Psychologist*, 39(10), 112–1134.
- Kinsley, M. (1996). The morality and metaphysics of email. *Forbes ASAP: The big issue*, 158, 113.
- Krohn, F. (2004). A generational approach to using emoticons as non-verbal communication. *Journal of Technical Writing and Communication*, 43, 321–328.
- Leopold, L. (2015). Request Strategies in Professional E-mail Correspondence: Insights from the United States Workplace. *TESL Canada Journal*, 32(2), 1–29.
- Louhiala-Salminen, L. (1996). The business communication classroom vs reality: What should we teach today? *English for Specific Purposes*, 15(1), 37–51.
- Nidorfer-Šiškovič, M. (2008). Sporazumevanje po elektronski pošti in kategorija vljudnosti. *Časopis za kulturo, nauku i obrazovanje*, 2, 35–45.

- Panteli, N. in Seeley, M. (2006). The email gender gap. V M. Barrett in M. J. Davidson (ur.), *Gender and Communication at Work* (str. 250–259). Aldershot: Ashgate Publishing Ltd,.
- Skovholt, K., Grønning, A. in Kankaanranta, A. (2014). The communicative functions of emoticons in workplace e-mails: :-). *Journal of computer-mediated communication*, 19(4), 780–797.
- Sumecki, D., Chipulu M. in Ojiako, U. (2011). Email overload: Exploring the moderating role of the perception of email as a 'business critical' tool. *International journal of information Management*, 31, 407–414.
- Walther, J. B. in D'Addario, K. P. (2001). The impacts of emoticons on message interpretation in computer-mediated communication. *Social Science and Computer Review*, 19, 324–346.
- Wolf, A. (2000). Emotional expression online: Gender differences in emoticon use. *Cyber Psychology and Behavior*, 3(5), 827–833.
- Yell, S. M. (2003). New for old? Converging media and e-mail practices in the workplace. *Australian Journal of Communication*, 30(1), 93–108.

PRILOGA

Vprašalnik formalnosti in norm e-pošte izven in znotraj podjetja

Pri naslednjih trditvah označite, kako pogosto držijo za vas (na lestvici nikoli - redko - občasno - pogosto - vedno).

Vsaka trditev se nanaša na dve situaciji:

1. pošiljanje e-pošte znotraj vaše organizacije oz. oddelka
2. pošiljanje e-pošte zunaj podjetja (druge organizacije in stranke)

Odgovori naj se nanašajo zgolj na službeno pošto.

Slovnica in pravopis

1. Preden pošljem e-pošto, preverim, če sem se kje zatipkal.
2. V e-pošti dosledno uporabljam ločila.
3. V e-pošti pišem z veliko začetnico začetek povedi, osebna imena in imena krajev.
4. V e-pošti uporabljam pogovorne in narečne besede.

Struktura sporočila

5. Na začetku e-pošte napišem uvodni pozdrav.
6. Na koncu e-pošte dodam zaključni pozdrav in podpis.
7. Daljšo e-pošto razdelim v odstavke za večjo preglednost.
8. E-pošte ne odpošljam, dokler ne napišem »zadeve«.

Ustrezna uporaba grafičnih dodatkov

9. V e-pošto dodam čustvene simbole, da izrazim svoje občutke.
10. V e-pošto vključim »gife« oz. premikajoče animacije.
11. Če v e-pošto vključim sliko, jo dodam v »telo« e-pošte.

Odzivnost pri e-pošti

12. Na e-pošto odgovorim takoj, ko lahko.
13. Na vsako e-pošto odgovorim v vednost, da sem jo prejel.

Pri naslednjih trditvah označite, kako pogosto držijo za vas (na lestvici nikoli - redko - občasno - pogosto - vedno).

Vsaka trditev se nanaša na dve situaciji:

1. pošiljanje e-pošte znotraj vaše organizacije oz. oddelka
2. pošiljanje e-pošte zunaj podjetja (druge organizacije in stranke)

Odgovori naj se nanašajo zgolj na službeno pošto.

Slovnica in pravopis

1. Pričakuje se, da v prejeti e-pošti ni tipkarskih napak.
2. Pričakuje se, da se v e-pošti dosledno uporablja ločila.
3. Pričakuje se, da se v e-pošti piše začetek povedi, osebna imena in imena krajev z veliko začetnico.
4. Pričakuje se, da se v e-pošti ne uporablja pogovornih in narečnih besed.

Struktura sporočila

5. Pričakuje se, da je na začetku prejete e-pošte uvodni pozdrav.
6. Pričakuje se, da je na koncu e-pošte zaključni pozdrav in podpis.
7. Pričakuje se, da je daljša e-pošta razdeljena v odstavke za večjo preglednost.
8. Pričakuje se, da e-pošta vsebuje »zadevo«.

Ustrezna uporaba grafičnih dodatkov

9. Pričakuje se, da e-pošta ne vsebuje čustvenih simbolov za izražanje pošiljateljevih občutkov.
10. Pričakuje se, da e-pošta ne vključuje »gifov« oz. premikajočih animacij.
11. Pričakuje se, da so priložene slike v prilogi e-pošte in ne v med samim besedilom e-pošte.

Odzivnost pri e-pošti

12. Pričakuje se, da se na e-pošto odgovori takoj, ko lahko.
13. Pričakuje se, da se na vsako e-pošto odgovori v vednost, da jo je prejemnik prejel.