

# ŽANRSKI PRISTOP K ANALIZI POSLOVNIH E-SPOROČIL

Mojca Nidorfer Šiškovič  
Filozofska fakulteta, Ljubljana

UDK 81'276.6:33:004.773:81'42

Elektronska sporočila sodijo k večkodnim sporočilom, zato mora tem okvirom slediti tudi analiza diskurza in upoštevati, da se v elektronskih sporočilih združujejo elementi pisnega prenosnika, računalniško oz. elektronsko posredovane komunikacije in govorjenega jezika. Za analizo diskurza tovrstnih besedil je primeren žanrski pristop, ki temelji na široki obravnavi diskurza, saj ga obravnava kot besedilo, žanr, družbeno dejavnost in prakso diskurzivnih skupnosti. V slovenščini se sicer teorija žanrov ni uveljavila, se pa pojavljajo težnje in potrebe po sistematičnejši in globlji obravnavi diskurza pisnih besedil, ki jih spodbuja tudi intenziven razvoj novih možnosti komuniciranja preko e-pošte.

žanri, žanrski pristop, analiza diskurza, elektronska pošta, poslovno komuniciranje

Regarding the fact that e-mails are multimodal messages, the discourse analysis should follow their schemata, and furthermore consider that e-mails contain elements of written medium, electronic-mediated communication and elements of spoken language. A suitable method to analyze written discourse is a genre-based approach, combining broad aspects on discourse, analyzing it as text, genre, social activity and professional practice. Genre theory has not so far been used in Slovene linguistics, however, there are needs expressed that more systematic and deeper analysis on written discourse should be considered. This is encouraged also by intensive development of new possibilities of e-mail communication.

genres, genre approach, discourse analysis, electronic mail, business communication

## 1 Uvod

Razprava o žanrskem pristopu k analizi poslovnih elektronskih sporočil je nastala iz potrebe, da bi pri obravnavi omenjenih besedil čim celoviteje zajeli vse vidike in kompleksnost omenjenega diskurza.<sup>1</sup> Dopisovanje preko e-pošte zaradi mnogih prednosti, ki jih ima, vse bolj postaja najpogostejši način pisnega poslovnega komuniciranja, po drugi strani pa se spreminjajo ustaljene norme in praksa pisnega poslovnega komuniciranja. Kress (2003: 10) je opredelil štiri dejavnike vpliva na spre-

membe v komuniciranju, ki ga je povzročila t. i. doba ekranov: *družbenega* v zmanjšanju ali izginotju relevantnih družbenih okvirov; *ekonomskega* v spreminjanju komunikacijskih zahtev v ekonomijah znanja in informacij; *komunikacijskega* v novih uporabah in organiziranosti predstavitvenih kodov; in *tehnološkega* v obliki, ki jo imajo zmogljivosti novih medijev.

Osnova in obenem ključ do spremembe tradicionalne obravnave zvrsti in vrst neumetnostnih besedil je tako v prenosniku, saj v zadnjih letih v mnogih raziskavah elektronski<sup>2</sup>

- 1 Diskurz se tu uporablja kot splošen izraz za vsak primer rabe pisnega jezika, s katerim je izražen pomen v določenem kontekstu, ne glede na katerikoli določen okvir analize (Bhatia 2004: 18–19).
- 2 Izraz elektronsko posredovana komunikacija vključuje elektronsko pošto, faks in mobilno telefonijo, medtem ko je računalniško posredovana komunikacija ožja in pokriva samo elektronsko pošto.

prenosnik kot enakovrednega pridružujejo tradicionalnima govornemu in pisnemu prenosniku, besedila, ki jih prenaša, imenovana tudi elektronska sporočila, digitalna besedila, večkodna besedila (prim. Kress 2003), pa zahtevajo prilagoditev in dopolnitev obstoječih pristopov k analizi.

V nadaljevanju prispevka bodo predstavljene smeri razvoja obravnave elektronskih poslovnih pisem s stališča teorije žanrov pisnih poslovnih besedil, ki se analize loteva na široki podlagi raznovrstnih dejavnikov, kot bomo videli v nadaljevanju. Za poglobljeno analizo pristopa v tem prispevku sicer ni prostora, zato je namen predstaviti žanrsko teorijo in njeno uporabnost pri analizi elektronskih poslovnih pisem in nekaj primerov uporabe e-pošte.

## 2 Poslovni jezik v slovenskem jezikoslovju

Poslovni jezik je bil v slovenskem jezikoslovju od 60. let 20. stoletja naprej v okviru jezikovnozvrstne teorije,<sup>3</sup> tj. funkcijskih zvrsti, prepoznan v okviru uradovanih besedil z njimi lastnimi stilističnimi elementi. Toporišič (1967) ga je uvrstil v zvrst praktično strokovnega jezika poleg jezikov različnih strok ter ga zamejil na jezik državnih ustanov in uprav. Urbančič ga je leta 1973 definiral kot enega od petih stilov, torej kot poseben stil, ki je opredeljen z namenom poslovnega dejanja. Rabo poslovnega jezika je razširil na urade, banke in komuniciranje posameznikov. V okviru posvetovanja Slovenščina v javnosti leta 1979 (zbornik 1983) so ga obravnavali predvsem kot jezik v gospodarstvu, strokovna sporočila so razvrstili na notranjeorganizacijska in zunajorganizacijska, posebej pa so se posvetili še diskurzu oglaševalskih besedil. Praktikom poslovnega komuniciranja sta bila namenjena dva z jezikoslovnega stališča pisana priročnika. Prvega je objavil Novak leta 1980, leta 2003 pa je izšel priročnik Monike Kalin Golob. Oba sta nastala na podlagi večletnih pedagoških izkušenj avtorjev na

tem področju, sicer pa je v prvem najti poleg stilistično podrobneje analiziranega poslovnega in uradovane jezika tudi seznam besedil, ki sodijo na to področje, drugi pa se posveča dopisom in zadošča dolgoletnim potrebam uporabnikov po standardizaciji njihovih temeljnih sestavin in funkcionalne razporeditve. S pedagoškega vidika se je poslovnemu pisanju v okviru raziskave Slovenski jezik v znanosti (1986, 1989) posvetila Boža Krakar Vogel, ki v svojem prispevku obravnava poučevanje pisanja poslovnih pisem dijakov v srednji šoli. Omenjena raziskava nakazuje premik konec 80. let k poudarjenemu pomenu besedilnih lastnosti *namenja*, *naslovnika* in *vsebine* ter z njimi povezanih ubesedovalnih in upovedovalnih lastnosti. Z vstopanjem pragmatičnega jezikoslovja v slovensko jezikoslovje konec 80. in v začetku 90. let (prim. Gnamuš 1986, 1991, Bešter 1992, Kranjc 2003 idr.) pa je še vidnejše obravnavanje sporazumevanja kot rabe jezika v praksi, še z upoštevanjem konteksta in njegovega vplivanja na izbiranje jezikovnih sredstev. Aktualizaciji slovenske jezikovnozvrstne teorije je bilo posvečene več pozornosti med drugim na simpoziju Obdobja 22 (zbornik 2004), v okviru katerega so bile izkazane tudi potrebe po temeljitejši in sistematičnejši obravnavi besedil. Tako Žele (2004: 133–134) z vidika besedilne tipologije poleg pisnega in govornega prenosnika kot tretjega navede elektronski prenosnik. V okviru svoje obravnave različnofunkcijske širitve besedil in pomenja besedja predstavi »nujnost prehoda od presplošne in zato premalo uporabnostno konkretne zvrstnosti k zvrstni tipologiji konkretnih besedil, ko lahko govorimo o konkretnih tipih besedil s specifičnim besedjem in skladijskopomensko rabo«. Hkrati so v zborniku v več prispevkih nakazane smeri kompleksne obravnave besedil sodobnih medijev (Kranjc 2004: 395–401) in sms-ov (Orel 2004: 416–421), ki ji je treba prilagoditi tudi pristope in modificirati vrste analiz.

3 Jože Toporišič, *Slovenska slovnica*, 1976.

### 3 Žanrski pristop k analizi poslovnega diskurza

Žanri se v pomenu tipov komunikacijskih dogodkov doslej v slovenski znanstveni jezikoslovni obravnavi besedil sicer niso uveljavili, v anglosaksonskem svetu pa se je teorija žanrov zlasti v zadnjih dvajsetih letih zelo utrdila (prim. Swales 1990, Bhatia 1993, 2004). Uveljavila se je v okviru raziskav besedilne strukture in njenih sestavin, tj. delov oz. korakov v besedilu, ki so postali ključnega pomena pri uresničevanju komunikacijskih ciljev in kot determinanta pri jezikovnem izboranju. Njen cilj je odgovoriti na vprašanje, zakaj je neko besedilo napisano tako, kot je. Veliko vlogo pri tem so odigrali aplikativni vidiki, tj. poučevanje pisanja in oblikovanja besedil za doseganje večje komunikacijske kompetence.

Bhatia (2004: 22) je žanrsko analizo definiriral kot proučevanje jezikovnega obnašanja, umeščene v institucionalizirano akademsko oz. strokovno okolje, Bargiela-Chiappini idr. (2007: 15) pa, da je njen cilj umestiti besedila v njihove besedilne, korporativne, kulturne in zgodovinske kontekste ter opisati družbeno naravo produkcije in branja besedila. /.../ Na področju poslovnega komuniciranja se žanrska teorija uporablja za definiranje in pomenko klasificiranje sistemov ponavljajočih se praks ter prepoznavanje in opis potencialnih novih žanrov. Swalesova teorija žanrov (1990) predvideva model analize žanrov v treh zaporednih fazah: (a) analizo komunikacijskega namena, (b) analizo strukture korakov oz. funkcijskih delov besedila in (c) analizo retoričnih struktur. Bhatia (2004: XIV, 18–20) je to kompleksnost zajel v štiriprostorskem modelu analize žanrov in kot podlago uporabil prav razkorak oz. trenje med resničnim svetom pisnega diskurza in njegovim odražanjem v aplikativni žanrski literaturi. Na podlagi teh predvidevanj je opredelil štiri svete, ki vplivajo na analizo diskurza žanrov pisnih besedil: resničnostni svet, ki je svet diskurza v akciji, svet zasebnih namenov, ki proučuje, kako

diskurz izkoriščajo strokovnjaki in izkušeni pisci; svet analize, ki obravnava pomen analitičnih orodij; in svet aplikacij. Na tej snovi je izdelal *štiriprostorski model analize diskurza žanrov pisnih besedil*, ki obravnava diskurz s pomočjo različnih že oblikovanih okvirov analize kot besedilo, žanr, prakso določene stroke in kot družbeno prakso. Na ta način je proučevanje razširil na ugotavljanje razlogov za določeno rabo jezika v specifičnih bolj ali manj konvencionaliziranih poslovnih okoliščinah in institucionaliziranih okoljih.

V naslednjem poglavju si bomo pogledali opredelitve žanrov, katerih meje so sicer pogosto zelo različno široko pojmovane – žanr je obravnavan kot vrsta besedila (prošnje, opravičila, pritožbe) ali pa kot ponavljajoče se prakse določene diskurzivne skupnosti (npr. pogovori zdravnika s pacientom, sestanek mednarodnega odbora, zaslišanje na sodišču ipd.). Neusklajenost na tem področju verjetno lahko pripišemo tudi dejstvu, da gre za relativno nove pojave in intenziven razvoj.

#### 3.1 Opredelitev žanrov

Najširša zapisana definicija žanrov pravi, da žanri niso le značilnosti besedil, ampak okviri posredovanja med besedili, pisci in interpreti (Chandler 2009). Bahtin (1999: 232–233) jih je v skladu s svojo teorijo izjav definiriral kot »govorne (pisne in ustne) žanre, ki so določeni s tematsko vsebino, stilom in kompozicijsko zgradbo ter opredeljeni s specifičnostjo danega področja komunikacije«. Yates idr. (1999: 4) jih povezuje z družbenostjo in definira kot »družbeno prepoznane tipe komunikacijskih dejanj /.../ ki jih lahko identificiramo z družbeno prepoznavnim namenom in podobnimi značilnostmi oblike.« M. Košir je žanr na področju novinarstva definirala kot »tip novinarskega diskurza, za katerega je značilna določena tipična forma, v kateri je upovedana določena snov (predmet), ki je tipsko strukturirana in izražena z zanjo tipičnimi jezikovnimi sredstvi« (1988: 32). Swales (1990:

9–10, 24–27, 58) jih je definiral na podlagi skupnih komunikacijskih ciljev, ki niso v svojstvu posameznikov niti širših govornih skupnosti, ampak *diskurzivnih skupnosti*. Te je opredelil kot socioretorične mreže, ki se oblikujejo zato, da bi delovale v smeri določenih skupnih ciljev. Člani diskurzivne skupnosti dobro poznajo pravila rabe žanra, bolj izkušeni člani pa meje dopuščene v določenem žanru tudi premikajo, da bi dosegli svoj komunikacijski cilj. Žanri so zato razredi komunikacijskih dogodkov, ki imajo tipične značilnosti stabilnosti, so prepoznavni in sestavljeni iz besedil (pisnih, govorjenih ali kombiniranih)<sup>4</sup> ter postopkov kodiranja in dekodiranja, kot so določeni z žanrsko opredeljenimi vidiki besedilne funkcije (text-role) in sobesedila (text-environment). Komunikacijske namere določenega žanra so prepoznane in tvorijo osnovna načela istovrstnih besedil, oblikujejo shematično strukturo diskurza, zamejujejo ter vplivajo na izbiro vsebine in stila. /.../ Shematična struktura je rezultat konvencij diskurza določene skupnosti. Bhatia (1993, 2004) je Swalesovo opredelitev žanrov nadgradil s poudarkom na vplivu strokovne in organizacijske kulture ter integritete, ki jo vsebujejo žanri in je pogosto določena s sklicevanjem na kombinacijo besedilnih, diskurzivnih in kontekstualnih dejavnikov. Ko se določene prakse ustalijo, postanejo prepoznavne med člani določene diskurzivne skupnosti po obliki, sestavi, načinu pojavljanja ter dobivajo konvencionalizirano obliko, lahko govorimo o novem žanru. Kot bo vidno v nadaljevanju, organizacije v svojo poslovno prakso v skladu s tehnološkim razvojem sistematično uvajajo nove načine komuniciranja, npr. pri obveščanju zaposlenih in poslovnih partnerjev o novostih, izobraževanju ipd., v oblikovanju list v okviru služb in po poslovnih funkcijah, v delovanju mednarodnih diskusijskih skupin ipd. Predtem si pogledjmo, kako so

v žanrskih teoriji obravnavana poslovna pisma, ki predstavljajo nekakšen predžanr novim vrstam poslovnega diskurza.

### 3.2 Žanri poslovnih in elektronskih poslovnih pisem

Bhatia (2004: 34–35) poslovnih pisem ne obravnava kot žanr, ampak kot *žanrsko kolonijo* (genre colony), tj. skupino več žanrov, ki jih lahko določimo z različnimi kriteriji, mdr. z institucionalnim ali strokovnim področjem (npr. poslovna pisma, pisma s tehničnimi navodili) ali medijem (govorjena oblika, zapisano besedilo, elektronsko sporočilo). Značilnost v kolonijo povezanih žanrov je, da imajo pretežno enako komunikacijsko namero, kolonija pa je zelo prilagodljiva in odprta, zato se v njenem okviru stalno porajajo novi žanri. Tako bi s pomočjo ustreznega velikega korpusa avtentičnih besedil, v katerega bi bila zajeta besedila, ki kot del poslovne prakse nastajajo v organizacijah, tj. podjetjih, institucijah, društvih itn., lahko prepoznali tipe komunikacijskih dogodkov in potencialne nove žanre. Hkrati pa bi ugotavljali istovetnost ter modifikacije uveljavljenih žanrov, kot so sestanki, predstavitve, pisna sporočila, ob uporabi novega, v našem primeru elektronskega prenosnika. Poudarjeni značilnosti poslovnih pisem, kot bomo videli v nadaljevanju, sta v novejši žanrski teoriji (npr. Swales 1990, Bhatia 2005) interaktivnost in intertekstualnost, tj. povezanost pri oblikovanju in interpretiranju besedila z drugimi besedili in žanri.

Raziskave komuniciranja preko e-pošte temeljijo večinoma na manjših,<sup>5</sup> specializiranih korpusih elektronskih sporočil in so usmerjene k raziskovanju načinov komuniciranja med ljudmi ter njihovem spreminjanju, v analizo stilističnih značilnosti elektronskih sporočil ter njihovo primerjavo s klasičnimi poslovnimi pismi (Baron 1998, 2000, Crystal

4 Swales pri tej svoji opredelitvi še ne upošteva elektronskega prenosnika in večkodnih besedil, ki so se ravno v 90. letih začela intenzivno širiti.

5 Od 30 do 60 besedil.

2001, Gains 1999, Gimenez 2002, Kranjc 2003, 2004, Mallon, Oppenheim 2002, Nidorfer Šiškovič 2007, 2008, Rice 1997). Po drugi strani pa se avtorji (Bhatia 2005, Louhiala-Salminen, Kankaanranta 2005, Yli-Jokipii 2005, Gimenez 2005) že posvečajo prepoznavanju novih žanrov v elektronsko posredovanem komuniciranju v poslovanju v globaliziranem svetu ter v mednarodnih in večkulturnih organizacijah, s poudarkom na angleščini kot lingui franci. Kwašnik in Crowston (2005) govorita o žanrih spletnega prenosnika (web-mediated genres), Gimenez (2005) o vstavljenih e-sporočilih (embedded emails). Ashehave in Ellerup Nielsen (2005: 127) uvedeta pojem *modalnih premikov* (modal shifts) branja in brskanja, saj uporabnik, ko bere sporočilo, ki vsebuje povezave ali priponke, »zaposli dve različni kognitivni zmožnosti, ki se odražata v dveh različnih tipih obnašanja, zato se predstavlja od bralnega v brskalni način in obratno«. V nadaljevanju bosta predstavljena dva primera komuniciranja preko e-pošte, od katerih predstavlja prvi prenos ustaljenega žanra na elektronski prenosnik, drugega pa lahko glede na zgoraj opisana merila žanrov štejemo za primer novega žanra.

### 3.2.1 Primer rabe e-pošte kot transportnega sredstva za uveljavljeni žanr

V okviru raziskave sem zbrala korpus 54 prošenj za štipendijo Seminarja slovenskega jezika, literature in kulture, ki so jih po e-pošti seminarskemu odboru v slovenščini poslali študenti in učitelji slovenščine iz tujine v letih 2006, 2007 in 2008. Prošnje so vrsta poslovnega pisma, ki ima uveljavljeno obliko in strukturo, zato je bilo ugotavljanje modifikacij konvencionalizirane oblike olajšano. Glede na način pošiljanja po e-pošti sem prošnje razvrstila v dve skupini. V prvi skupini so bili prosilci (28), ki so e-pošto uporabili zgolj kot transportno sredstvo, saj so prošnjo za štipendijo poslali v priponki. V vseh primerih so bila besedila v priponki napisana in oblikovana kot

prošnja v ustaljeni obliki dopisa. V drugi skupini so bili prosilci (26), ki so prošnjo napisali v e-sporočilu. Iz števila prošenj lahko vidimo, da sta bili skupini po številu precej uravnoteženi, za dve prošnji je bila močnejša prva skupina. V e-sporočilu, ki je imel zgolj funkcijo spremnega besedila, so prosilci napisali zelo kratko besedilo, v večini primerov eno poved, v treh sporočilih v tujem jeziku, v treh primerih pa spremnega besedila ob priponki ni bilo. Prošnje, ki so jih prosilci poslali napisane v sporočilu, so se od prve skupine zelo razlikovale, saj je bilo v njih veliko elementov, značilnih za komuniciranje preko e-pošte: besedila so bila krajša, manj razčlenjena na odstavke, vsebovala so veliko pravopisnih napak, po drugi strani pa so bila besedila koherentna in so vsebovala vse potrebne sestavine tako na makrostrukturni kot mikrostrukturni ravni, z jasno prepoznanim komunikacijskim ciljem in ustrezno argumentacijo. Oba primera rabe e-pošte bi bilo smiselno podrobneje proučevati s stališča konvencionalizacije oblike in razvoja v prihodnjih letih.

### 3.2.2 Primer novonastajajočega žanra v komuniciranju preko e-pošte

Primer uveljavljanja rabe e-pošte, ki ga omogočajo tehnične možnosti novega prenosnika, je veriga sporočil, ki predstavlja dalj časa (več dni, tednov, mesecev) trajajočo komunikacijo, v našem primeru avtorice s turistično agencijo. Nastala je v času od rezervacije turističnega aranžmaja (preko spleta) do odhoda na počitnice. Sestavlja jo sedem sporočil, napisanih s strani agencije in avtorice prispevka. Prvo sporočilo je bila zahvala agencije za rezervacijo in podrobnosti o aranžmaju. Možnosti prenosnika so bile izkoriščene z več povezavami v besedilu – na turistični paket v katalogu agencije, pogoje agencije, na možnosti sklenitve zavarovanja, možnost najema vozila itn. Avtorica je nato v procesu reševanja vseh vprašanj agenciji poslala več dodatnih vprašanj in v dnevno ali dveh prejela odgovore, iz

agencije pa so poslali obvestilo o spremembi odhoda. Veriga sporočil, ki je nastajala, je imela pomembno funkcijo arhiva vseh poslanih sporočil, kar je omogočalo pregled nad procesom komuniciranja in že dorečenimi področji rezervacije, ohranjene so bile vse spletne povezave. V turistični agenciji je bilo več zaposlenih, ki so izmenično in brez težav odgovarjali na e-pošto. V verigi so bila zajeta vsa poslana sporočila, zato so imeli vsi pregled nad komuniciranjem, aranžmajem in že dogovorjenim. Veriga se je pretrgala le enkrat, ko so iz agencije preposlali odgovor in navodila izvajalca aranžmaja, tj. prevoznika, pri čemer so avtorici preposlali tudi celotno verigo, tj. komunikacijo med njima, in končni dogovor. Ponazorjena uporabnost verige sporočil nakazuje možnosti obveščanja, tj. pošiljanja posameznih sporočil oz. verige sporočil v vednost drugim sodelavcem, nadrejenim, podrejenim itn. Predstavljeni primer pa bi lahko podrobneje raziskovali kot obliko dialoškega diskurza med dvema oz. več udeleženci.

S primeroma je bilo prikazano, na kakšen način je z izkoriščenimi možnostmi medija in značilnostmi komuniciranja preko e-pošte modificiran način komuniciranja in kako nastajajo nove oblike žanrov. Elektronsko sporočilo je lahko osrednje besedilo ali spremno sporočilo, ki so mu dodana druga besedila v obliki priponek oziroma kot povezave. Dodana besedila so lahko napisana in oblikovana v popolnoma drugem žanru oz. kodu, bodisi kot zgodba, recept, pesem, ali pa pripeta kot video. Zato lahko po eni strani določamo, kateri žanr je v besedilu prevladujoč glede na prepoznane žanre, obenem pa proučujemo sestavljenost sporočila po žanrih in zapleteno retorično strukturo.

#### 4 Zaključek

Žanrska teorija s svojim razvojem zlasti po letu 1990 omogoča celostno analizo besedil, ki nastajajo v poslovni elektronski komunikaciji po e-pošti. Analiza, temelječa na korpusih

avtentičnih besedil iz poslovne prakse, lahko pokaže konvencionalizirane oblike retoričnih struktur elektronskih pisem in definira ponavljajoče se prakse v poslovnem komuniciranju ter nove žanre, ki nastajajo v okviru novega prenosnika in spremenjenega načina komuniciranja. Na primeru prošenj je bilo pokazano, da skoraj polovica prosilcev ne pošilja prošnje več v obliki, kot jo poznamo, ampak kot e-sporočilo. Glede na intenziven razvoj tehnologije komuniciranja preko e-pošte je tudi jasno, da je s takšnimi raziskavami mogoče ujeti le trenutek razvoja, saj lahko predvidevamo, da bo posnetek stanja že čez nekaj let povsem drugačen. Je pa zato še toliko bolj smiselno spremljati razvoj tega področja, saj nam bo omogočil vpogled v faze razvoja.

#### Literatura

- ADOLPHS, Svenja, 2006: *Introducing Electronic Text Analysis*. Routledge.
- ASKEHAVE, Inger, ELLERUP NIELSEN, Anne, 2005: Digital genres: a challenge to traditional genre theory. *Information Technology & People* 18/2. 120–141.
- BAHTIN, Mihail M., 1999: *Estetika in humanistične vede*. Ljubljana: Studia Humanitatis.
- BARON, Naomi S., 1998: Letters by phone or speech by other means: the linguistics of email. *Language & Communication* 18. Elsevier Science. 133–170.
- BARON, Naomi S., 2002: Who Sets E-Mail Style? Prescriptivism, Coping Strategies, and Democratizing Communication Access. *The Information Society* 18. Taylor & Francis. 403–413.
- BARGIELA-CHIAPPINI, Francesca (ur.), NICKERSON, Catherine (ur.), 1999: *Writing Business: Genres, Media and Discourses*. Harlow, Essex: Longman.
- BARGIELA-CHIAPPINI, Francesca, NICKERSON, Catherine, PLANCKEN, Brigitte, 2007: *Business Discourse*. Palgrave Macmillan.
- BEŠTER, Marja, 1992: *Izrazila slovenske politične propagande (ob gradivu iz predvojnega in medvojnega obdobja)*. Doktorska disertacija. Ljubljana.
- BHATIA, Vijay K., 1993: *Analysing genre: Language use in professional settings*. New York: Longman Publishing.
- BHATIA, Vijay K., 2004: *Worlds of written discourse*. London, New York: Continuum.
- BHATIA, Vijay K., 2005: Interdiscursivity in Business Letters. Paul Gillaerts, Gotti, Maurizio (ur.): *Genre Variation in Business Letters*. Bern: Peter Lang AG. 32–54.

- CHANDLER, Daniel: *An Introduction of Genre Theory*: <<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/intgenre/intgenre2.html>>. (Dostop 30. 5. 2009.)
- CRYSTAL, David, 2001: *Language and the Internet*. Cambridge University Press.
- GAINS, Jonathan, 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. Elsevier Science Ltd. 237–251.
- GIMENEZ, Julio C., 2005: Unpacking Business Emails: Message Embeddedness in International Business Email Communication. Gillaerts, Paul, Gotti, Maurizio (ur.): *Genre Variation in Business Letters*. Bern: Peter Lang AG. 235–255.
- KALIN GOLOB, Monika, 2003: *Kaj moram vedeti o dopisih*. Ljubljana: GV Založba.
- KOŠIR, Manca, 1988: *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- KRANJC, Simona, 2003: Jezik v elektronskih medijih. Vidovič Muha, Ada (ur.): *Slovenski knjižni jezik: aktualna vprašanja in zgodovinske izkušnje. Obdobja 20. Metode in zvrsti*. Center za slovenščino kot drugi/tuji jezik pri Oddelku za slovenistiko Filozofske fakultete. 435–446.
- KRANJC, Simona, 2004: Jezikovna zvrstnost v sodobnih medijih. Kržišnik, Erika (ur.): *Aktualizacija jezikovnozvrstne teorije na Slovenskem: členitev jezikovne resničnosti. Obdobja 22. Metode in zvrsti*. Center za slovenščino kot drugi/tuji jezik pri Oddelku za slovenistiko Filozofske fakultete. 395–405.
- KRESS, Günther R., 2003: *Literacy in the new media age*. London: Routledge.
- KUNST GNAMUŠ, Olga, 1991: *Sporazumevanje med željo, resnico in učinkom*. Ljubljana: Slovensko društvo raziskovalcev šolskega polja.
- KWAŠNIK, Barbara H., CROWSTON, Kevin, 2005. Introduction to the special issue. *Genres of Digital Documents. Information Technology & People* 18/2. 76–88.
- LOUHIALA-SALMINEN, Leena, KANKAANRANTA, Anne, 2005: »Hello Monica, kindly change your arrangements«: Business Genres in a State of Flux. Gillaerts, Paul, Gotti, Maurizio (ur.): *Genre Variation in Business Letters*. Bern: Peter Lang AG. 32–54.
- MALLON, Rebecca, OPPENHEIM, Charles, 2002: Style used in electronic mail. *Aslib Proceedings* 54/1. 8–22.
- OREL, Irena, 2004: Sporazumevanje nekoč in danes – od vzorcev pogovorov do mladostniških sms-ov. Kržišnik, Erika (ur.): *Aktualizacija jezikovnozvrstne teorije na Slovenskem: členitev jezikovne resničnosti. Obdobja 22. Metode in zvrsti*. Center za slovenščino kot drugi/tuji jezik pri Oddelku za slovenistiko Filozofske fakultete. 407–422.
- RICE, Rodney P., 1997: An analysis of stylistic variables in electronic mail. *Journal of Business and Technical Communication* 11/1. 5–21.
- NIDORFER ŠIŠKOVIČ, Mojca, 2007: Značilnosti elektronskega diskurza. Orel, Irena (ur.): *Razvoj slovenskega strokovnega jezika. Obdobja 24. Metode in zvrsti*. Center za slovenščino kot drugi/tuji jezik pri Oddelku za slovenistiko Filozofske fakultete. 163–174.
- NIDORFER ŠIŠKOVIČ, Mojca, 2008: Vljudnost v elektronskih sporočilih – jih pišemo ali govorimo? Košuta, Miran (ur.): *Slovenščina med kulturami*. Slovenski slavistični kongres, Celovec in Pliberk, 2.–4. 10. 2008. Ljubljana: Slavistično društvo Slovenije. 339–346.
- NOVAK, France, 1980: *Poslovni in uradovalni jezik*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
- ŽELE, Andreja, 2003: Aktualizacijsko širjenje/ožene pomenja ustaljenega besedja kot odraz besedilne različnofunkcijskosti. Kržišnik, Erika (ur.): *Aktualizacija jezikovnozvrstne teorije na Slovenskem: členitev jezikovne resničnosti. Obdobja 22. Metode in zvrsti*. Center za slovenistiko Filozofske fakultete. 133–148.
- YLI-JOKIPII, Hilka, 2005: An Integrated Analysis of Interactive Business Writing. Gillaerts, Paul, Gotti, Maurizio (ur.): *Genre Variation in Business Letters*. Bern: Peter Lang AG. 32–54.