Nancy Flynn, Tom Flynn

Jak pisać dobre e-maile

- Doskonalenie umiejętności poprawnego pisania
- Tworzenie przejrzystych, poprawnie zredagowanych wiadomości
- Zarządzanie pocztą e-mail



PLUS MINISŁOWNICZEK
polsko-angielsko-niemiecki

one press
QUICK

Spis treści

Wprowadzenie **7**

1. Zanim napiszesz wiadomość **13**
Kiedy używać poczty elektronicznej 14
Pisanie do odbiorców zagranicznych 15
Adresowanie wiadomości 17

2. Redagowanie wiadomości **23**
Atrakcyjny temat 25
Dołączanie powitania i podpisu 26
Przykuwanie uwagi odbiorców — wstęp 27
Przykładowe wstępy — dobre i złe 28
Szeregowanie informacji — struktura odwróconej piramidy 30
Układanie dokumentów w porządku chronologicznym 31
Jak zacząć — w trzech prostych krokach 34

3. Wiadomość, która zostanie przeczytana **37**
Redagowanie tekstu 38
Wyrazy znaczeniotwórcze i łączące 40
Posługiwanie się stroną czynną 42
Pisać w odpowiednim tonie 43
Unikanie języka dyskryminującego płeć 48
Nie dać się sprowokować 50

4. Unikanie typowych błędów **53**
Poprawne posługiwanie się przecinkiem 55
Zasady interpunkcji — dodatkowe wskazówki 58
Ortografia też jest ważna 59
Emotikony i skróty 60

5. Formatowanie tekstu 63
Jak oprzeć się pokusie pisania wyłącznie wielkimi lub małymi literami ... 64
Wyróżnianie za pomocą list punktowanych i numerowanych ... 65
Oprogramowanie ma swoje ograniczenia ... 66
Uwydatnianie tekstu ... 67

6. Zarządzanie pocztą 69
Unikanie bałaganu w skrzynce wiadomości ... 71
Zwalczanie wirusów komputerowych ... 73
Unikanie spamu ... 74

Słowniczek terminów związanych z pisaniem i pocztą elektroniczną 77

1

Zanim napiszesz wiadomość

Wydawać by się mogło, że najważniejsza w e-mailu jest treść wiadomości. W rzeczywistości przed przystąpieniem do jej napisania konieczne jest jeszcze podjęcie pewnych czynności przygotowawczych. Przede wszystkim należy zastanowić się, czy na pewno poczta elektroniczna będzie najlepszą formą przekazu danej informacji. Jeśli tak, to kto będzie jej odbiorcą? Czy konieczne będzie wysłanie kopii (jawnych bądź ukrytych) do innych osób? Poniżej przedstawiamy wytyczne, które pomogą w znalezieniu odpowiedzi na tego rodzaju pytania za każdym razem, gdy postanowimy napisać e-maila.

Poczta elektroniczna w pracy

Gdy z poczty elektronicznej korzystamy przede wszystkim w pracy, trzeba pamiętać o tym, że choć jest to jedna z najszybszych form komunikacji, nie należy do najbezpieczniejszych. Wystarczy drobna pomyłka w adresie i poufna wiadomość wędruje — zamiast do jednego konkretnego odbiorcy — do całej grupy nawet bliżej nam nie znanych osób. Ponadto adresat może przekazywać taką wiadomość dalej, do kolejnych użytkowników.

Istnieje także poważne ryzyko, że Wielki Brat będzie nam zaglądać „przez ramię" i sprawdzać, co oraz do kogo piszemy. Jak wynika z badań przeprowadzonych przez Society for Human Resource Management, ponad 36 procent pracodawców czyta korespondencję elektroniczną pisaną przez podwładnych, a więcej niż

70 procent jest zdania, że pracodawca ma wręcz prawo do czytania wszelkiej korespondencji przepływającej przez wewnątrzfirmowy system komunikacji elektronicznej[1].

Procesy sądowe wytaczane z powodu molestowania seksualnego w miejscu pracy i inne konflikty bardzo często mają swoje źródło w nieodpowiedzialnym korzystaniu z poczty elektronicznej. Zbyt wiele osób lekko traktuje tę formę komunikacji, rozsyłając informacje, których nigdy nie zdecydowałyby się zapisać na papierze. Potrzeba więc ostrożności. Nigdy nie piszmy o czymś, o czym obawialibyśmy się porozmawiać z adresatem wiadomości twarzą w twarz. Jeśli w firmie, która nas zatrudnia, nie opracowano dotąd polityki zarządzania przesyłaniem informacji za pomocą poczty elektronicznej, to najwyższy czas o to zadbać.

Kiedy używać poczty elektronicznej

Niezależnie od sposobu, w jaki korzysta się z poczty elektronicznej, nie powinno się wysyłać e-maila, jeśli bardziej adekwatną formą przekazu informacji okaże się rozmowa przez telefon lub osobiste spotkanie. Poczta elektroniczna zapewnia szybkość i wygodę przekazu informacji, lecz nie jest to najlepszy środek komunikacji w każdym przypadku. Sięgajmy po telefon lub umawiajmy się na spotkanie szczególnie wówczas, gdy znajdziemy się w jednej z następujących sytuacji:

- Przekazywana wiadomość jest nadzwyczaj ważna bądź poufna i nie możemy pozwolić sobie na ryzyko utraty prywatności. Jeśli treść wiadomości pod żadnym pozorem nie może trafić w niepowołane ręce, nie przekazujmy jej w e-mailu — byłoby to bardzo ryzykowne.
- Przekazywana wiadomość nie będzie miła dla odbiorcy, a nie chcielibyśmy, aby odebrano nas jako chłodnych lub obojętnych. Regułą powinno być tutaj to, że złe wiadomości przekazujemy osobiście bądź przez telefon. W ten sposób

[1] *Komunikacja poprzez e-mail normą w miejscu pracy, zasady korzystania — nie*, „Society for Human Resource Management", notatka prasowa z 8 lutego 1996. Dodatkowe informacje można znaleźć na stronie internetowej organizacji, pod adresem *www.shrm.org*.

mamy sposobność nadania jej *cieplejszego* wydźwięku za pomocą odpowiedniej mimiki, gestów i brzmienia głosu. E-mail jest odpowiedni w sytuacji, gdy trzeba zawiadomić dział księgowości w firmie o obowiązkowym zebraniu pracowniczym. Jednak w przypadku konieczności przekazania informacji o redukcji zatrudnienia w tymże dziale daleko bardziej odpowiednie będzie zorganizowanie spotkania z pracownikami. Wiadomość rozpowszechniona za pomocą poczty elektronicznej świadczyłaby o tym, że pracodawca jest chłodny i nie dba o uczucia swoich podwładnych.

- Istnieje ryzyko, że wiadomość może zostać źle zrozumiana.
- Zależy nam na uzyskaniu natychmiastowej odpowiedzi. E-mail bardzo szybko dociera do odbiorcy, ale odpowiedź na niego — niekoniecznie. W takim przypadku lepiej będzie zadzwonić lub przekazać wiadomość osobiście.

Zanim napiszemy pierwsze słowo w e-mailu, pomyślmy o treści przekazu oraz o jego odbiorcy. Nie pomijajmy ewentualnych dodatkowych czynników, takich jak bariery językowe, różnice w strefach czasowych i „ukryci" odbiorcy — wszystko to może mieć wpływ na drogę, jaką pokona wiadomość, zanim dotrze do adresata. Dopiero po przeanalizowaniu wszystkich „za" i „przeciw" podejmujemy decyzję o tym, czy poczta elektroniczna jest rzeczywiście najlepszą formą komunikacji w danym przypadku.

Pisanie do odbiorców zagranicznych

Dzięki poczcie elektronicznej komunikacja z mieszkańcem dowolnej części świata jest równie łatwa jak rozmowa z przyjacielem przebywającym w sąsiednim pokoju. Warto jednak sprawdzić, czy jesteśmy gotowi na ewentualne wyzwania czyhające na tych, którzy łakną międzynarodowych kontaktów. Pomoże nam w tym prosty, pięciopunktowy test.

---

1. Nie istnieją żadne zasadnicze różnice pomiędzy pisaniem e-maila do odbiorcy krajowego i zagranicznego.

- Tak
- Nie

2. Jeśli znamy angielski, nie trzeba przejmować się barierą językową — jest to przecież język powszechnie używany przez ludzi biznesu.
   - ♦ Tak
   - ♦ Nie
3. E-maile kierowane do odbiorców zagranicznych powinny być redagowane z większą starannością od tych, które wysyłamy do odbiorców krajowych.
   - ♦ Tak
   - ♦ Nie
4. Wszystkie osoby posługujące się danym językiem mają podobną kulturę.
   - ♦ Tak
   - ♦ Nie
5. Pisząc e-maila do przyjaciela przebywającego za granicą możemy sobie pozwolić na posługiwanie się żargonem technicznym, akronimami oraz skrótami.
   - ♦ Tak
   - ♦ Nie

Odpowiedzi

1. *Nie.* Nie jest istotne, czy wiadomość kierowana jest do członków rodziny przebywających za granicą, czy do zagranicznych partnerów w biznesie — komunikacja międzynarodowa zawsze wiąże się ze specyficznymi wymaganiami pod względem języka, kultury oraz czasu. Redagujący e-maila powinien przeanalizować oczekiwania odbiorców wiadomości, zanim ją napisze i wyśle.
2. *Nie.* Redagując e-maila, nigdy nie zakładamy, że odbiorca na tyle dobrze posługuje się naszym językiem, aby w pełni zrozumieć treść wiadomości. Najlepiej będzie ustalić ten fakt, zanim cokolwiek napiszemy. Jeśli zajdzie taka potrzeba, dokonajmy tłumaczenia wiadomości na taki język, który będzie zrozumiały dla adresata.
3. *Tak.* Starajmy się nadać wiadomości zwarty format, zwiększając tym samym prawdopodobieństwo, że zagraniczni odbiorcy nie będą mieć problemu ze zrozumieniem przekazu. Na przykład zapis „Wideokonferencja rozpoczyna się o 6 po południu, 3/7/04" mógłby zostać nieprawidłowo zinterpretowany przez osoby posługujące się innym językiem niż my.

   Amerykanin pomyślałby, że chodzi o datę 7 marca 2004 r., podczas gdy dla Europejczyka znaczyłoby to tyle, co 3 lipca 2004 r. Jeszcze większe zakłopotanie okazałby zapewne Japończyk, który zwykle zapisuje datę w formacie rok/miesiąc/dzień. Aby uniknąć takich nieporozumień, zarówno daty, jak i godziny zapisujmy w pełnym formacie. ***Przykład:*** „Wideokonferencja rozpoczyna się o godzinie 18:00, 3 lipca 2004".

Kolejne potencjalne źródło problemów stanowi sposób zapisu jednostek miar i wag. Najlepiej jest więc posługiwać się zawsze systemem metrycznym, tradycyjne jednostki dopisując w nawiasie. ***Przykład:*** „W sobotę Paweł brał udział w biegu na 10 kilometrów (6,2 mili)".

4. *Nie.* Dobrze ilustruje to przykład narodów anglojęzycznych — Brytyjczycy różnią kulturowo od innych nacji, które również posługują się językiem angielskim, między innymi od Amerykanów, Australijczyków i Kanadyjczyków. Różnice takie da się nawet zauważyć pomiędzy Amerykanami żyjącymi w różnych częściach tego samego kraju lub o innym pochodzeniu etnicznym. To samo można powiedzieć o mieszkańcach krajów, w których językiem urzędowym jest hiszpański (Meksykanie mają inną kulturę od Hiszpanów) lub francuski (różnice pomiędzy kulturą francuskojęzycznych Kanadyjczyków i rodowitych Francuzów).
5. *Nie.* Nawet w przypadku, gdy wiadomość kierowana jest do pracowników jednego z zagranicznych oddziałów naszej własnej firmy, i tak powinniśmy unikać specyficznego żargonu technicznego, akronimów, skrótów i gier słownych. Z uwagi na różnice kulturowe i językowe bardzo łatwo jest o nieporozumienia i ogólne zamieszanie. Trzeba więc być konkretnym i unikać wszelkich odwołań do rodzimej kultury i języka, gdy piszemy do odbiorców, którym są one obce.

Adresowanie wiadomości

Rozpowszechnianie e-maili różni się od przesyłania tradycyjnych listów (tradycyjną pocztę nazywa się nawet *ślimaczą*, od ang. określenia *snail mail*). W tym drugim przypadku list wkładamy do koperty, naklejamy znaczek, wpisujemy adres i wrzucamy całość do skrzynki na listy. Jeśli zaś chodzi o e-maile, to nawet sposób ich adresowania wymaga zastanowienia, bowiem istnieje możliwość wysłania identycznej wiadomości od razu do większej grupy osób.

Wysyłanie wiadomości do pojedynczych odbiorców

Są dwa sposoby adresowania e-maili kierowanych do pojedynczych odbiorców:

1. *Adres odbiorcy wpisujemy w polu adresowym za każdym razem, gdy wysyłamy nową wiadomość.* Jest to metoda sprawdzająca się tylko wtedy, gdy korzystamy z poczty elektronicznej sporadycznie.

2. *Korzystamy z elektronicznej książki adresowej*. W zasadzie wszystkie współczesne programy pocztowe posiadają funkcję książki adresowej, która służy do przechowywania informacji teleadresowych dotyczących osób, z którymi często prowadzimy korespondencję. Dzięki niej wystarczy wpisać w polu adresowym wiadomości imię lub nazwisko adresata — właściwy mu adres e-mail zostanie tam umieszczony automatycznie.

Wysyłanie wiadomości do wielu różnych odbiorców jednocześnie

Większość współczesnych programów pocztowych posiada funkcję wysyłania kopii wiadomości jednocześnie do całej grupy odbiorców (ang. *Cc* — skrót od *Carbon copy*), z których część może pełnić rolę tak zwanych odbiorców ukrytych (ang. *Bcc* — skrót od *Blind carbon copy*). Aby to uczynić, wystarczy wpisać w polu adresowym wiadomości wszystkie adresy, pod które ma zostać skierowana wiadomość.

Aby nie urazić żadnego z odbiorców, dobrze jest wymienić ich w porządku alfabetycznym.

Pamiętajmy, że wysyłanie tej samej wiadomości jednocześnie do grupy odbiorców nie jest idealnym rozwiązaniem w każdym przypadku. Kopie wysyłamy tylko wówczas, gdy rzeczywiście zachodzi potrzeba, aby z treścią danej wiadomości zapoznały się także inne (poza głównym adresatem) osoby. Użytkownicy poczty elektronicznej są nieustannie zasypywani nikomu niepotrzebną korespondencją w rodzaju potwierdzeń odczytania wiadomości lub e-maili z reklamami (tak zwanego *spamem*, ang. *junk mail*). Z tego względu wysyłanie kopii wiadomości komuś, kto wcale nie musi ich czytać, jest równoznaczne z marnotrawieniem czasu tej osoby.

Kopie wiadomości przeznaczone dla odbiorców ukrytych stanowią wyzwanie innego rodzaju — niewinna pomyłka w wyborze adresata skończy się tym, że nadawca zostanie uznany za kogoś, kto korzysta z poczty elektronicznej w nieodpowiedzialny sposób.

Nazwa pola adresowego w programie pocztowym	Przeznaczenie pola
To (*Do*)	Wpisujemy w nim adres głównego odbiorcy wiadomości (lub adresy grupy odbiorców tej wiadomości).
Cc (*DW*)	Wpisujemy w nim adres osoby (lub adresy osób), która powinna (które powinny) otrzymać kopię wiadomości.
Bcc (*UDW*)	Wpisujemy w nim adres osoby (lub adresy osób), która powinna (które powinny) otrzymać kopię wiadomości bez wiedzy głównego adresata.

Grupowanie odbiorców w książce adresowej

Dobry program pocztowy powinien być wyposażony w funkcję tworzenia grup odbiorców. Jeśli na przykład często wysyłamy tę samą wiadomość do wszystkich członków grupy projektowej w firmie, możemy utworzyć w książce adresowej grupę o nazwie *grupa projektowa* i przyporządkować do niej adresy wszystkich tych osób. Gdy następnym razem przyjdzie nam zredagować e-maila, nie trzeba już będzie wpisywać w polu adresowym danych wszystkich członków grupy — wystarczy, jeśli wskażemy samą nazwę grupy.

Wysyłanie odpowiedzi

W pewnych sytuacjach dopuszczalne jest wysłanie odpowiedzi na e-mail, zamiast redagowania zupełnie nowej wiadomości. Jest to bardzo łatwa czynność, bowiem sprowadza się ona do kliknięcia przycisku *Reply* (*Odpowiedz*) w programie pocztowym — na ekranie pojawi się okno wiadomości, które zawierać będzie treść oryginalnego e-maila oraz wypełnione pola adresowe *To* (*Do*) i *From* (*Od*).

W przypadku odpowiadania na wiadomość nie powinno się zmieniać oryginalnego tematu, nawet jeśli wydaje nam się to uzasadnione. Takie postępowanie ułatwi wszystkim zainteresowanym kontynuowanie wcześniej rozpoczętego wątku.

Treść wiadomości, którą wysyłamy w odpowiedzi, powinna zostać wpisana powyżej lub poniżej oryginalnego tekstu (*nigdy wewnątrz*). Nie zapominajmy także o zwyczajowym powitaniu i podpisie, niezależnie od tego, ile razy dana wiadomość będzie przesyłana pomiędzy użytkownikami. Jeśli używany przez nas program pocztowy posiada funkcję przekierowywania wiadomości (ang. *Forward*), to korzystajmy z niej na identycznych zasadach, jak podczas redagowania zupełnie nowego e-maila: wypełniamy pola adresowe *To* (*Do*), *Cc* (*DW*) i *Bcc* (*UDW*), po czym klikamy przycisk *Send* (*Wyślij*).

Żądanie potwierdzenia odbioru

Załóżmy, że wysyłamy bardzo ważną wiadomość, która po prostu musi zostać przeczytana przez odbiorcę. Czy poza słowną prośbą o przeczytanie istnieje jakiś inny sposób uzyskania pewności, że adresat rzeczywiście zapoznał się z jej treścią?

Jednym z najwygodniejszych rozwiązań jest uaktywnienie w preferencjach programu pocztowego opcji *żądania przeczytania wiadomości* przez odbiorcę. Kiedy tylko adresat otworzy wiadomość, używany przez niego program pocztowy natychmiast automatycznie wyśle do nadawcy wiadomość zwrotną z komunikatem o wyświetleniu i przeczytaniu e-maila. Obecnie większość programów posiada taką funkcję, choć mogą się zdarzyć różne jej interpretacje. Bywają one potencjalnym źródłem problemów w kwestii potwierdzeń odbioru.

Uwaga!

Zanim zdecydujemy się na skorzystanie z opcji żądania potwierdzenia odbioru, zastanówmy się, czy będzie ona odpowiednia w przypadku konkretnego odbiorcy. Niektóre osoby mogą w takim przypadku odnieść wrażenie, że im nie ufamy i obawiamy się, czy rzeczywiście czytają przychodzącą od nas pocztę.

Wysyłanie wiadomości priorytetowych

Niektóre programy pocztowe umożliwiają oznakowanie wiadomości pod kątem ich ważności (*wysoka*, *standardowa* i *niska*, ang. *high*

priority, *normal priority* i *low priority*). Manipulowanie tymi oznaczeniami nie ma oczywiście wpływu na szybkość przesyłania e-maila, ale może pomóc odbiorcy w dokonaniu prawidłowej oceny jego pilności i wymóc szybką reakcję. Trzeba jednak wystrzegać się przesady. Jeśli wszystkie wysyłane przez nas wiadomości będą miały zawsze najwyższy priorytet, to w końcu odbiorcy przyzwyczają się do tego i zaczną to oznaczenie ignorować. To zaś postawi pod znakiem zapytania ogólną ważność naszej korespondencji.