

Bibliotekarstudentens nettleksikon om litteratur og medier

Av Helge Ridderstrøm (førsteamanuensis ved OsloMet – storbyuniversitetet)

Sist oppdatert 20.04.22

E-post

“E-mail requires a messaging system to allow users to store and forward messages and a mail program with an interface for sending and receiving. Users can send messages to a single recipient at a specific e-mail address or multicast to a distribution list or mailing list without creating a paper copy until hard copy is desired. Faster and more reliable than the postal service, e-mail can also be more convenient than telephone communication, but it has raised issues of security and privacy.” (Joan M. Reitz i http://lu.com/odlis/odlis_c.cfm; lesedato 30.08.05)

“Email has become a fundamental tool in our days thanks to allowing us to send messages quickly and instantly. Electronic messaging platforms not only allow you to send a written text to whoever you are addressing, but also offer the option of attaching other documents and multimedia elements such as music, videos and presentations. [...] It is not necessary that the person to whom the message is sent is connected at that moment to be able to receive it, nor do we need to be connected all the time if we want to receive the messages that others send us. [...] In case the email address that has been written is not valid, is misspelled or does not exist, most of the instant messaging services have a functionality that warns us that the message could not be sent [...] The CC option means “with a copy”, showing all the addresses to all the recipients [...] The BCC option, which means “with blind copy”, implies sending the same message to several people as in the case of CC, but with the particularity that the email address of the people who have received the same email is not shown. [...] Some services have a functionality that allows you to know if the sent message has been received by the person to whom it was addressed. [...] In the header there may be a button that says “Reply”, which saves us from having to retype the email address of the person who sends us a message to send the reply, while the “Resend” button sends the message again.” (Ahmad Javed i <https://englopedia.com/what-are-the-parts-of-an-email/>; lesedato 10.01.22)

“I oktober 1971 ble den første mailen sendt. En mann med navn Ray Tomlinson lyktes da med, via det militære nettverket Arpanet, å sende en melding mellom to datamaskiner som sto en meter fra hverandre. Ray Tomlinson er også mannen bak adressestrukturen user@host. [...] I 1983 tok datateknikeren Björn Eriksen imot en elektronisk melding sendt fra Amsterdam, med emnefeltet “Hello”. Meldingen inneholder ingenting banebrytende – kun informasjon om at mailen er en test. Men dette ble starten på noe som mer enn 90 prosent av svenskene benytter seg av i dag.

Eriksen kom senere til å registrere og eie .se-omenet, og kalles derfor Mr. Internett.” (<https://www.dustin.no/tjenester/kunnskapsbanken/archive/10-interessante-fakta-om-e-post; lesedato 02.02.22>)

I juli 2000 stod det på avisa VGs nettsider: “Bruken av e-post eksploderer. Hver dag mottar nordmenn til sammen 25 millioner meldinger [...] vi sender rundt 12.5 mill., viser tall Nextra har beregnet. Det er en dobling de siste seks månedene. Og det er på jobben det skrives. [...] Tallene viser at det meste av mailsendingen skjer i arbeidstiden. [...] Den store økningen i bruk av mail har likevel ikke gått utover den tradisjonelle brevposten. Det siste året har faktisk brevposten økt med 100.000 sendinger daglig, viser tall fra Posten. Posten selv tror bedrifter og privatpersoner fortsatt anser fysisk post for å være mer sikker enn elektronisk post [...] Rådgiver ved Norsk Språkråd, Vagleik Leira, hevder den store økningen i bruk av mail har ført til en mer uformell tone.” (<http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=750370; lesedato 17.07.2000>)

“Ifølge Radicati Group fantes det i mars 2018 omtrent 3,8 milliarder e-post-kontoer registrert i verden. Antallet mail som sendes mellom disse hver dag regnes å være 281 milliarder. [...] Men mange er spam [...] Ifølge spamlaws.com åpner cirka 14 prosent av mottakerne søppelpost. Og fire prosent av samtlige mottakere har noen ganger kjøpt noe. Om så få som 1 av 25 000 personer kjøper noe fra en spam-mail er det verdt tiden spammeren legger ned på det, ifølge rapporten The Economics of Spam fra 2012. [...] Ifølge en undersøkelse gjort av Adobe 2017 brukte amerikanske kontomedarbeidere 3,3 timer hver dag på jobbmil. Sammenlignet med i fjor har tiden dog blitt redusert med 20 prosent.” (<https://www.dustin.no/tjenester/kunnskapsbanken/archive/10-interessante-fakta-om-e-post; lesedato 02.02.22>)

“The format of email offers a range of variations and iconographic conventions, but characteristically derives from the office memo. Its fields – ‘to’, ‘from’, ‘cc’, ‘subject’, and ‘message’, and the paper-clip icon designating an attachment – derive directly from the paper memo template. That format and genre developed in the late nineteenth century as a response to the need to document actions internal to an organisation, and it was correlated with the rapid growth in size and complexity of corporations. The firm’s need to coordinate and control its internal interactions by creating more robust forms of organisational memory gave rise to a number of new means of creating and storing information, including the typewriter with its novel formatting features such as the tab and return keys and its ability to produce carbon copies (‘cc’), and vertical filing systems. Filing systems generated formats: ‘The fact that a document could only be filed under a single subject led some firms to institute procedures limiting internal correspondence to a single subject and requiring subject lines to aid file clerks’ (Yates and Orlikowski 1992: 313). From this derived the current format of the office memorandum, with its standardised receiver, sender, subject, and date fields and its elimination of a formal salutation.

While much of this is taken over into the email, there are also significant differences in its structural features.” (Frow 2015 s. 157)

“Email allows for the citation of previous messages within the body of the text, sometimes signalled by the use of single or double carets (> or < <) rather than by quotation marks, thus creating a trail of responses that can be read without reference to other documents. Dating occurs as a function of transmission rather than being internally designated. The names of sender and recipient(s) are system identifiers rather than personal names. And whereas the memo, designed for impersonality, dispenses with salutations and sign-offs, email messages often restore them in ways that are more characteristic of a letter or an informal note (‘Hi X’). Indeed, email can be used to cover a much wider emotional and transactional range, from impersonal announcements and spam advertising to informal or even intimate exchanges; its language tends to be more colloquial, and it can handle content that is not needed for the purposes of documentation; an invitation to lunch, a one-word reply to a previous message.” (Frow 2015 s. 157-158)

Mange e-post-brukere skiller bevisst eller ubevisst mellom:

- “to does”: e-poster om noe som skal lede til en aktivitet og derfor blir værende i innboksen
 - “to reads”: lange e-poster som man ennå ikke har hatt tid til å lese
 - “outgoing correspondence”: e-poster som det skal svares på
 - “threads”: e-poster som inngår i en pågående diskusjon
 - blandede beskjeder: e-poster der man ikke helt har skjønt hva de dreier seg om eller hvordan man skal forholde seg til dem
- (Stegbauer 2001 s. 177).

“[R]ådgiver i Språkrådet, Karianne Skovholt [...] har nærlest 700 e-poster og skrevet doktorgrad om e-postkommunikasjon. [...] - Det er tre bruksmåter [med e-post i 2010]: Oppslagstavle, postbud og samtale. Det første er når vi bruker e-post til å sende informerende post til flere mottakere. Det andre er når e-post fungerer som et postbud av dokumenter. Og den tredje bruksmåten er når vi bruker e-post til å avtale møter, diskutere og samtale. Det er mest i den siste vi bruker emotikoner. [...] I e-post har smilefjeset to hovedfunksjoner. Det demper, og det forsterker ytringer. For det første demper det autoritative ytringer. Når noen blir bedt om å gjøre noe, etterfølger gjerne et smilefjes. Det samme når man korrigerer eller kritiserer noen, eller når man skriver noe som er ubehagelig.” (*Dagbladets Magasinet* 9. januar 2010 s. 19)

E-poster er vanligvis mer spontane enn brev på papir, og smileys/emotikoner lar følelser bli vist på en måte som i tradisjonelle brev kommer fram mellom linjene (Simanowski 2002 s. 10).

“Jeg har studert e-postinteraksjon i prosjektgruppa Agenda, i det norske teleselskapet Telecom. Agenda har ansvar for at alle brevene fra Telecom til

kundene i det private markedet er skrevet i en konsekvent, tydelig og høflig språkform. Derfor dreier mesteparten av e-postene i denne gruppa seg om å redigere og språkvaske kundebrev. [...] Etter å ha lest over 700 e-poster fra Agenda har jeg funnet ut at det mest oppsiktsvekkende med bruken av e-post ikke er forkortelser og smilefjes, som mange språkinteresserte er opptatt av, men den omfattende kopieringspraksisen. Å sende kopier av brev for å informere involverte parter er noe vi kjenner fra formell korrespondanse i arbeidslivet. Men når fenomenet er blitt en etablert praksis i den daglige e-postkommunikasjonen på en arbeidsplass, har den fått en helt ny betydning. [...] deltakerne i prosjektgruppa Agenda sender kopier for å rangere mottakere, for å informere, invitere til deltakelse, søke støtte hos eller legge press på mottakerne. Et sentralt spørsmål er om det er så uskyldig å sende en kopi som det kan se ut som.” (Karianne Skovholt i *Språknytt* nr. 4 i 2006 s. 14)

“For å forstå de komplekse deltakerstrukturene i e-postinteraksjon kan vi sammenlikne kommunikasjonen i e-post med den i en samtale. Når deltakerne i Agenda sender en e-post til flere mottakere, åpnes det et samtalerom som mottakerne direkte eller indirekte inviteres til å delta i. Som i en samtale mellom to eller flere personer vil *deltakerrollene* ofte veksle mellom *taler* (den som fører ordet), *adressater* (de som blir eller kunne ha blitt tiltalt med navn), *deltakere* (synlige lyttere som taleren antar er med i samtalen, men som ikke direkte er adressater) og *overhørere* (lyttere som det ikke er meningen skal delta i språkhandlingen)” (Karianne Skovholt i *Språknytt* nr. 4 i 2006 s. 15).

“I tillegg til den rent informative funksjonen en e-postkopi har, kan den i ettertid tjene til å dokumentere at en oppgave er utført. Fordi e-postene lagres i innboksen (e-postarkivet) over lengre tid, utgjør de en ressurs som inneholder organisasjonens historikk. E-postarkivet hjelper arbeidstakerne både til å holde orden på arbeidsoppgaver som er under utvikling, og til å huske avtaler. Vi kan derfor si at e-postarkivet fungerer som organisasjonens “kollektive hukommelse”. En slik lagring av skriftlig samhandling fører til at vi i større grad enn i ansikt-til-ansikt-samtaler kan bli stilt til regnskap for språkhandlingene våre. Fordi samtalen er flyktig, kan det være vanskelig å bevise løfter, beslutninger og andre språkhandlinger. Lagringskapasiteten i e-postprogrammer setter både ledere og arbeidstakere i stand til å dokumentere det de har oppfattet som et løfte eller en beslutning. Deltakerne kan lagre andres meldinger i sitt e-postarkiv som bevis eller dokumenter som avsenderen, for eksempel i en konfliktsituasjon, kan stilles til ansvar for. At en e-post lett kan offentliggjøres, er dessuten noe som indirekte kan tvinge deltakerne til å samhandle i en språkform som svarer til det som er sosialt akseptabelt. Å synliggjøre andres e-poster ved å sende ut kopier kan [...] derfor gi både ledere og undersätter muligheten til å utøve makt.” (Karianne Skovholt i *Språknytt* nr. 4 i 2006 s. 15-16)

“Det som kanskje gjør det så populært å sende e-postkopier i arbeidslivet, er at man indirekte kan invitere medarbeiderne sine til å delta, for eksempel i utformingen av

en tekst. Å sende kopier til andre kan være en måte å be om tilbakemelding på som ikke legger press på mottakeren, enten det gjelder å få støtte i en sak, få ros for en utført oppgave eller få kommentarer til et tekstforslag. En e-postkopi krever ikke nødvendigvis et svar, men gir mottakere *muligheten* til å komme med innspill. Slik kan det å sende kopier bidra til at flere kan delta i et samarbeid, samtidig som det kan etablere nye eller utvide allerede eksisterende nettverk.” (Karianne Skovholt i *Språknytt* nr. 4 i 2006 s. 16)

“How did email grow from messages between academics to a global epidemic? Ray Tomlinson, the man who literally put the @ in email addresses, has died. Here’s a brief history of electronic messages, from the Queen’s first mail to the triumph of spam [...] The Queen sends her first email – 1976 [...] If the Queen had known what email would do to the popularity of her beloved stamps, would she have pressed send? [...] The attachment was born when the Multipurpose Internet Mail Extensions (Mime) protocol was released, which includes the ability to attach things that are not just text to emails. And so begins the painful exercise of trying to delete emails to make space after someone sends you a massive attachment in the days of limited inbox space. [...] Email was cemented in the public consciousness with the notorious “you’ve got mail” sound of email arriving for AOL users, which formed the cornerstone of the 1998 Tom Hanks and Meg Ryan romantic comedy, *You’ve Got Mail*. [...] From humble internal communications beginnings, email now dominates a vast proportion of everyday life. An estimated 4.4bn email addresses are in use worldwide with 205bn emails sent per day in 2015, according to data from market research firm Radicati Group. That number is set to increase to over 246bn emails a day by the end of 2019.” (Samuel Gibbs i <https://www.theguardian.com/technology/2016/mar/07/email-ray-tomlinson-history>; lesedato 07.02.22)

“Avsenderen av 62.000 nye e-postmeldinger til den italienske statsministeren ba ham om å slette all gjeld i verdens fattige land. Det kom så mange meldinger at teknikerne måtte gjøre det umulig å sende e-post til statsministeren.” (<http://www.aftenposten.no/nyheter/nett/d151580.htm>; lesedato 24.07.2000)

Ragnar Hovlands bok *Frå Ragnar til alle* (2013) består av en samling e-posttekster. “Eit par dagar i veka har han hatt tilgang til eit kontor og ein pc. Dette har resultert i mange års bombardement med kortare og lengre e-postar til dei tilsette, og høgdepunktet i veka har for mange vore nettopp Hovlands kontordagar. I denne boka er ein liten del av denne verksemda fanga opp, alt frå Hovlands fråværsassistentar via små *oneliners* til livsfunderingar og ymse forbrukartestar.” (<http://www.samlaget.no/>; lesedato 19.08.13)

“Some mail management systems organise it by ‘conversations’, suggesting that it is more like talk than like writing. Its temporal structure is malleable: it can be used for immediate exchanges or else to defer a response, and its rapidity and immediacy encourage uses ‘that are ephemeral and too incomplete to stand alone, unlike the

memo and the business letter which are intended for future reference' (Yates and Orlikowski 1992: 317). Yet, just as letters can go astray, emails can miss their address: they can be sent to unintended recipients, or can carry deep in their body a trail of earlier exchanges not meant for a more recent reader's eyes. And while letters can be destroyed, emails have a kind of implacable perpetuity in the archive. Their temporality is thus complex and situationally specific. While they carry over from the telegram and later the telex a sense of immediate presence, they lack their sense of occasion: they make the shrinking of space and time ordinary and infinitely repeatable – a process that is taken even further in the micro-blogging genres of the text message and the tweet.” (Frow 2015 s. 158)

“The Advantages and Disadvantages of Email for Communications in a Company [...] Email is still [i 2020] among the most widely used communication tools in the workplace today. However, while email is still the go-to medium for a lot of people, companies find that its disadvantages overtakes its advantages if they don't take steps for improving email communication.

The Advantages of Email for Internal Communications

1. Email is a free tool. Once you are online, there is no further expense that you need to spend on in order to send and receive messages.
2. Email is quick. Once you have finished composing a message, sending it is as simple as clicking a button. Email, especially if an email system is integrated into the network, is sent, delivered and read almost immediately.
3. Email is simple. It is easy to use. Once your account is set up, composing, sending and receiving messages is simple. Also, email allows for the easy and quick access of information and contacts.
4. Email allows for easy referencing. Messages that have been sent and received can be stored, and searched through safely and easily. It is a lot easier to go through old email messages rather than old notes written on paper.
5. Email is accessible from anywhere – as long as you have an internet connection. Whether or not you are in the office or on the field, or even overseas, you can access your inbox and go through your messages.
6. Email is paperless, and therefore, beneficial for the planet. Not only can you reduce the costs of paper, you are actually reducing the damage paper usage does to the environment.
7. Email allows for mass sending of messages. An effective medium to utilize to get your message out there, you can send one particular message to several recipients all at once.
8. Email allows for instant access of information and files. You can opt to send yourself files and keep messages so that you have a paper trail of conversations and interactions you have online just in case you may need them in the future.

On the other hand, while internal email certainly has its advantages, it can also have disadvantages especially if an email alert system is not available in the workplace.

The Disadvantages of Email for Internal Communications

1. Email could potentially cause information overload. Some messages may be dismissed or left unread, especially if there are a lot coming in and the network has not integrated some sort of email alert system into the computers at work.
2. Email lacks a personal touch. While some things are better off sent as written and typed messages, some things should be verbally relayed or written by hand in a note or letter.
3. Email can be disruptive. Going through each email can be disruptive to work as it does require a bit of time. This disruption is decreased through the utilization of an email alert system.
4. Email cannot be ignored for a long time. The thing with email is that it needs constant maintenance. If you ignore it, more and more messages will enter your inbox until it gets to the point that your inbox is no longer manageable.
5. Email can cause misunderstandings. Because email does not include nonverbal communication, recipients may misinterpret the sender's message. This is particularly true of senders fail to go through their messages before they send them.
6. Email messages can contain viruses. It's best to be aware of this possibility so that you are careful when opening messages from people you don't know, or when downloading attachments.
7. Email should be kept short and brief. This is especially difficult if you are one to send messages that are too long.
8. Email requires timely responses. While some people tend to disregard messages, those that require responses should be replied to as soon as they are received and read. If not, urgent and important messages may be left untended.” (Anton Vdovin i <https://www.alert-software.com/blog/the-advantages-and-disadvantages-of-email/>; lesedato 11.10.21)

“It happens all too often. We open an email in our inbox, read the contents and perceive it to be emotionally negative. However, when we pick up the phone to discuss the issue, the sender is shocked we've interpreted their email in that way. Despite advice to avoid doing so, email senders intentionally and unintentionally communicate emotion. Email characteristics make miscommunication likely. It has been shown that receivers often misinterpret work emails as more emotionally negative or neutral than intended. To ensure working relationships do not suffer, it's important to improve the accuracy of emotional communication in emails. [...] as emails are text based and relatively lacking in cues, their emotional tone is often ambiguous.” (Emilie Myers i <http://www.emiliemyers.com/the-communication-and-miscommunication-of-emotion-by-email/>; lesedato 10.01.22)

“Spam email is unsolicited and unwanted junk email sent out in bulk to an indiscriminate recipient list. Typically, spam is sent for commercial purposes. [...] While some people view it as unethical, many businesses still use spam. The cost per email is incredibly low, and businesses can send out mass quantities

consistently. Spam email can also be a malicious attempt to gain access to your computer. [...] It can include malicious links that can infect your computer with malware [...] Do not click links in spam. Dangerous spam emails often sound urgent, so you feel the need to act. [...] Ironically, antivirus warnings are a common spam tactic. These emails warn you about a computer virus infection and offer a solution – often an antivirus scan – to fix the alleged cyber threat. But taking the bait and clicking the link can grant the hacker access to your system or may download a malicious file.” (<https://www.cisco.com/c/en/us/products/security/email-security/what-is-spam.html#~types-of-spam>; lesedato 10.01.22)

I 2010 skrev journalisten Ray Gustini: “Why Are Young People Abandoning Email? [...] Having an email account used to be cool. You could send people in China your thoughts on the new Counting Crows album, receive email confirmation for movie tickets you bought on the phone, and field scam messages. Not anymore. [...] An email account in the year 2010 is a “sign you’re an old fogey,” the kind of guy who “still watches movies on a VCR, listens to vinyl records and shoots photos on film.” [...] Maybe they’ll come around when they enter the workplace.” (<https://www.theatlantic.com/technology/archive/2010/12/why-are-young-people-abandoning-email/339329/>; lesedato 10.01.22)

Den østerrikske forfatteren Daniel Glattauers *Mot nordavinden* (2006) er en brev- og kjærlighetsroman som består av e-postkorrespondansen mellom en mann og en kvinne som tilfeldigvis kommer i kontakt med hverandre. “Boka åpner med en feilsendt e-post. Emmi Rothner skal si opp abonnementet sitt i bladet Like. Hun skriver en e for mye [...] E-posten havner hos Leo Leike. De to starter en uskyldig halvflørtende korrespondanse om det feilsendte brevet. [...] Språk-forskeren Leo Leike er nylig forlatt av en kvinne. Pianistinnen Emmi Rothner er lykkelig og harmonisk gift med en langt eldre mann, og har to stebarn. De to skriver seg lenger og lenger inn i hverandre, mot noe som skal utvikle seg til et lidenskapelig forhold.” (Cathrine Krøger i <https://www.dagbladet.no/kultur/nyromantisk-e-postroman/64541883>; lesedato 07.03.22)

Den tyske forfatteren Florian Schiel begynte i 1996 å publisere e-post-fortellinger via Usenet. Etter at et forlag samme år ga ut fortellingene under tittelen *Bastard Assistant from Hell*, fortsatte Schiel å publisere fortellinger som e-post. To ytterligere bokbind har blitt utgitt senere (Ortmann 2001 s. 94).

I Jostein Gaarders *Slottet i Pyreneene* (2008) kommuniserer en kvinne og en mann via e-post. “Akkurat som vi i noen hundre år har hatt brevromanen, har Jostein Gaarder nå skrevet en e-post-roman. [...] Steinn og Solrun bodde sammen i fem år, for drøyt 30 år siden. Nå treffer de hverandre igjen på Hotel Mundal i Fjærland, det stedet hvor en opplevelse den gangen førte til at de gikk fra hverandre på grunn av uforenlige verdenssyn. Dagens møte utløser en lang e-postdiskusjon om verden: Skjer tingene tilfeldig, eller er det en styrelse bak dem? Denne diskusjonen finner sted i e-postutvekslingen noen sommerdager mellom den ateistiske klimaforskeren

Steinn og den dypt religiøse språklektoren Solrun. [...] Tittelen henspiller på et av Magrittes mest kjente malerier, som også har en viss betydning for handlingen. Eller i hvert fall for den diskusjonen som er handlingens vesentligste bestanddel.” (Kjell Olaf Jensen i <https://www.aftenposten.no/kultur/i/8qoJE/engasjerende-epost-roman; lesedato 07.03.22>)

Østerrikeren Jan Kossdorffs roman *Spam!: Et mailodrama* (2010) har den unge mannen Alex som hovedperson. Boka inneholder e-postkorrespondanse mellom 17 personer. Alex er en manisk e-post-bruker, og kaller seg selv en “spammer”. Hans satiriske, fornærmende e-postmeldinger sendes til kolleger, ekskjærester og andre. Kollegaen Elke svarer han i en mail: “Tidligere syntes jeg at du var morsom. Nå oppfatter du deg som en slags IT-bransjens Don Quijote”. *Spam!* er både en kontor-satire, en ironisk fortelling om IT-bransjens utfordringer og en kjærlighetshistorie (<https://www.literaturhaus.at/index.php?id=7379; lesedato 22.03.22>).

Den tyske forfatteren Matthias Zschokke skrev et sjuhundresiders-verk med tittelen *Kjære Nils* (2011), en bok som samler over tusen e-poster som forfatteren i årene 2002-09 sendte til Niels Höpfner (Porombka 2012 s. 70-71). Höpfner er også forfatter, og dessuten en offisiell Zschokke-fan, som i flere år hadde skaffet til veie stoff til Zschokke og lest utkast av hans tekster. Höpfner lagde dessuten sin venns internettside der forfatterskapet ble presentert. Forlaget kalte *Kjære Nils* “et overfall på leserne. Eksentrisk, egoman og ekstravagant. En malstrøm av tid. [...] Denne boka unner sjangeren roman en pause. [...] E-postene var aldri tiltenkt publisering. Det er forklaringen på deres friskhet og spontanitet.” (<http://www.wallstein-verlag.de/9783835309098.html; lesedato 18.06.12>) Det er kun Zschokkes e-poster som er tatt med i boka; Höpfners er etter hans eget ønske ikke inkludert (Porombka 2012 s. 74).

Alle artiklene og litteraturlista til hele leksikonet er tilgjengelig på <https://www.litteraturogmedieleksikon.no>