

LILJANA VOVK
KORAKI DO ODLIČNE PISNE KOMUNIKACIJE

POSLOVNA ZALOŽBA MARIBOR
2015



LILJANA VOVK

Koraki do odlične pisne komunikacije

Kako postane pisanje
prijetno in ustvarjalno delo



Poslovna založba Maribor

KORAKI DO ODLIČNE PISNE KOMUNIKACIJE
Kako postane pisanje prijetno in ustvarjalno delo

- Avtorica:** mag. Liljana Vovk
- Recenzenta:** mag. Iris Fink Grubačević
Mojca Radešček, prof. slov.j. in ang.j.
- Urednik:** Z. Weingerl
- Prelom:** P. Dobaj
Lektorirala: P. Otoničar
- Izdalo in založilo:** Poslovna založba MB, založništvo d.o.o.
© Poslovna založba – 2015
- I. izdaja:** število izvodov 300

Maribor - julij 2015

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Univerzitetna knjižnica Maribor

651.75

811.163.6'221

VOVK, Liljana

Koraki do odlične pisne komunikacije : kako postane pisanje prijetno in
ustvarjalno delo / Liljana Vovk. - 1. izd. - Maribor : Poslovna založba, 2015

300 izv.

ISBN 978-961-93488-8-8

COBISS.SI-ID 82813441

© Poslovna založba – 2015

KAZALO

UVOD	13
JEZIKOVNA KULTURA	15
BESEDILO	19
SPORAZUMEVANJE	23
NAČELA USPEŠNEGA SPORAZUMEVANJA	27
POSLOVNO SPORAZUMEVANJE	29
VRSTE SPOROČIL	32
BESEDILNE VRSTE	34
DOPIS V JAVNI UPRAVI	35
POSLOVNI DOPIS	36
SESTAVNI DELI POSLOVNEGA DOPISA	38
GLAVA	39
NASLOV NA OVOJNICI	44
KRAJ, DATUM	45
NASLOV POSLOVNEGA PISMA	46
VSEBINA DOPISA	50
Zaimek za ogovorjeno osebo	50
Dan in datum	51
Ura	52
Točke dnevnega reda	53
ZAKLJUČEK DOPISA IN ZAKLJUČNI POZDRAV	55
PODPIS	56
PRILOGE	57
PRAVOPIS	59
VELIKA ZAČETNICA	61

Velika začetnica pri pisanju lastnih imen	62
Imena bitij	62
Zemljepisna lastna imena	62
Stvarna lastna imena	63
PREVZETE BESEDE IN BESEDNE ZVEZE	66
LOČILA	69
PIKA	70
VPRAŠAJ	70
KLICAJ	70
VEJICA	71
DVOPIČJE	74
PODPIČJE	75
POMIŠLJAJ	75
TRI PIKE	77
VEZAJ	77
OKLEPAJ	78
POŠEVNICA	79
NAREKOVAJ	79
PISANJE SKUPAJ OZIROMA NARAZEN	80
KRAJŠAVE	81
SLOVNICA	84
SKLANJANJE	89
Zanikani rodilnik	91
Svojilni pridevniki, izpeljani iz lastnih imen	92
Pridevniki na -ski in -ški, izpeljani iz lastnih imen	92
Pridevniki, ki nastanejo iz samostalnikov na -er	93
Trpnik	93
Raba isto/enako	94

Raba potrebno/treba	95
Vikanje/polvikanje	96
JEZIKOVNI PRIROČNIKI	97
SLOVAR SLOVENSKEGA KNJIŽNEGA JEZIKA	97
SLOVENSKI PRAVOPIS	100
VELIKI SLOVAR TUJK	103
PRIROČNI KRAJEVNI LEKSIKON SLOVENIJE	105
VRSTE POSLOVNIH DOPISOV	107
VABILO	108
OBVESTILO	113
POTRDILO	118
IZJAVA	122
POOBLASTILO	125
OPOMIN	128
REKLAMACIJA	133
PRITOŽBA	137
ODGOVOR NA REKLAMACIJO IN PRITOŽBO	142
PRIJAVA/PONUDBA/MOTIVACIJSKO PISMO	147
ŽIVLJENJEPIS	158
CV-VIZITKA	162
ZAPISNIK	167
POROČILO	174
VLJUDNOSTNA PISMA	180
VABILO	182
ZAHVALA	188
OPRAVIČILO	194
VOŠČILO	201
ČESTITKA	207

ELEKTRONSKA POŠTA	212
SLOG	215
KREATIVNO PISANJE	226
ZAKLJUČEK	230
VIRI	232

Komu je knjiga namenjena?

- vsem, ki se v poklicnem ali zasebnem življenju srečujejo s pisno komunikacijo
- tajnicam in poslovnim sekretarkam
- dijakom in študentom
- učiteljem kot pripomoček pri poučevanju besedilnih vrst

V knjigi boste našli:

- pregled pravopisnih pravil s primeri
- opredelitev jezikovne kulture
- primere besedilnih vrst
- oblike in sestavne dele poslovnih dopisov in dopisov v javni upravi
- slogovne napotke za boljše pisanje
- teorijo, ponazorjeno s konkretnimi primeri

Kaj boste pridobili?

- postali boste samozavestnejši pisci in udeleženci pisne komunikacije
- za oblikovanje in pisanje besedil boste porabili manj časa
- s pisno komunikacijo boste znali doseči svoje cilje
- vaša besedila bodo pravopisno in jezikovno pravilna
- ne boste se več ukvarjali s tem, kakšna naj bo oblika sporočila
- odkrili boste, kaj vse se še lahko naučite
- zavedli se boste bogastva slovenskega besedišča
- svoje znanje boste z veseljem širili med svojimi sodelavci in prijatelji
- ugotovili, da pisanje ni naporno delo
- s pisno komunikacijo boste znali doseči svoje cilje
- ugotovili, kako pomembna je pravopisna, jezikovna in oblikovna brezhibnost besedil

Mag. Liljana Vovk je priročnik napisala v jeziku, ki je berljiv od začetka do konca, pa vendar strokoven in je tako primeren za širšo ciljno populacijo, strokovno in poljudno. V uvodu motivira za uporabo priročnika v vsakdanjem in poslovnem sporazumevanju ter pojasni, katere vsebine najdemo v njem.

Priročnik je napisan strukturirano in pregledno, poglavja so predstavljena teoretično in prikazana s primeri, kar predstavlja dodano vrednost praktične uporabe. Zaključek je napisan v zanimivem in kreativnem slogu, s primerjavo jezika in ultramaratona.

Menim, da je delo pomemben in osvežujoč prispevek k vzpodbujanju večje pismenosti ter zavesti, da ni vseeno, kako pisno komuniciramo.

mag. Iris Fink Grubačević

Novo mesto, 23. 4. 2015

Priročnik je dobrodošel nazoren prikaz vseh pomembnih dejavnikov pri zasebnem, javnem, uradnem in poslovnem sporazumevanju, saj smo pri vsakodnevem pisnem sporočanju doma in v službi dostikrat v zadregi, kako jezikovno-vsebinsko prav napisati in kako oblikovati določeno besedilno vrsto.

Njegova prednost je, da na enem mestu združuje temeljno teoretično poznavanje jezikovnih in pravopisnih pravil ter tistih jezikovnih priročnikov, s pomočjo katerih lahko hitro najdemo rešitev, neprecenljivega pomena pa so mnogi praktični primeri, ki izhajajo iz dejanske rabe oziroma tipičnih napak pri sporazumevanju. Avtorica upošteva splošni standard tvorjenja besedilnih vrst, dopolni pa ga z namigi za kreativno pisanje. Priročnik za kakovostno in sodobno komunikacijo je namenjen vsem, ki se zavedajo pomembnosti upoštevanja dogovorjenih pravil za učinkovito sporazumevanje.

Mojca Radešček, prof. slov. j. in ang. j.

Novo mesto, 24. 4. 2015



UVOD

Ljudje pogosto menijo, da morajo biti za pisanje različnih besedil nadarjeni in da tega ne zmore vsak. Nekateri se znajdejo v zadregi že, ko morajo za svojega otroka napisati opravičilo za šolo. Še večje zadrege pa so pri pisanju prijav za službo, vabil, obvestil. Nadarjenost je potrebna za pisanje leposlovnih besedil, pa tudi pri takem pisanju obstajajo določeni prijemi, ki se jih pisci lahko naučijo. Pri vsakdanjem in poslovnem pisnem sporazumevanju pa nadarjenost igra majhno vlogo, kajti pisanje je večšina, ki jo lahko osvojimo, se jo naučimo. Najbolj učinkovit način učenja je vaja in čim več pisanja.

K pisanju me je spodbudilo pomanjkanje strokovne in hkrati preprosto in uporabno napisane literature, ki bi piscem pomagala pri pisanju najrazličnejših poslovnih dopisov. Drugi razlog za pisanje je bil, da pisci tako radi posegamo po vzorcih, ki prihajajo iz angleško govorečega sveta, po oblikovnih in jezikovnih vzorcih, ter hkrati pozabljamo na bogastvo in raznolikost maternega jezika. Uporaba tujk pogosto zadaj skriva neznanje in nestrokovnost, na prvi pogled pa seveda besedilo deluje strokovno.

Zelo mi je blizu misel iz romana *Eleganca ježa*, ki ga je napisala Muriel Barbery: »Jezik je bogastvo človeka in njegova uporaba – stvaritev družbene skupnosti – je sveto delo. Jezik in njegova uporaba se razvijata skozi čas: sestavni deli se spreminjajo, pozabimo na njih in jih znova oživimo in včasih se celo zgodi, da lahko izkrivljenost jezika postane izvir še večjemu bogastvu, kar pa še ne spremeni dejstva, da se mora jeziku najprej in predvsem zapriseči popolna zvestoba, če želimo imeti pravico do svobode jezikovnih iger in sprememb.« To pomeni, da jezik zahteva spoštljivo ravnanje, pogoj za to pa je jezikovno in pravopisno znanje.

Knjiga prinaša poglavje o jezikovni kulturi posameznika in podjetja ali ustanove, ki jo posameznik predstavlja, ter nekatere napotke, kako lahko jezikovno kulturo izboljšamo. Dotaknili se bomo razlik med poslovnim dopisom in dopisom v javni upravi, v nadaljevanju pa se bomo osredotočili na poslovni dopis, njegovo obliko in sestavne dele. Hkrati bomo opozorili na pravopis, jezik in slog pisanja ter vse ponazorili z ustreznimi in neustreznimi primeri. In tako kot pravi Muriel Barbery, šele, ko obvladamo jezik, lahko napišemo dobro besedilo. Zato bo v knjigi poudarek na najpogostejših napakah, ki se pojavljajo v praksi, seveda z ustrežnejšimi nadomestili, da ne bi napak ponavljali. Večji del prostora pa bo namenjen besedilnim vrstam s primeri, in sicer kako oblikovati in napisati vabilo, obvestilo, voščilo, prijavo, reklamacijo, zapisnik ... Na koncu se bomo dotaknili še ene zanimive teme, in sicer kreativnosti v poslovnem pisanju.

Prepričana sem, da boste s pomočjo teoretičnih razlag in praktičnih primerov, ki jih boste našli v knjigi, svoje pisanje izboljšali, in kar je najpomembneje, pri pisanju postali samozavestnejši in tako tudi učinkovitejši.

JEZIKOVNA KULTURA

Za uvod v poglavje o jezikovni kulturi navajam dva primera, s katerima sem se srečala kot predavateljica poslovnega sporazumevanja v slovenskem jeziku. Obe besedili sta napisala in poslala po elektronski pošti na moj naslov študenta, ki sta nekaj mesecev poslušala predavanja iz poslovnega sporazumevanja v slovenskem jeziku.

Pozdrav!
Mene pa zanima, če v našem učbeniku oz. skripti nič ne piše o purizmu v jeziku. Jst sem pregledal celo knjigo pa nisem najdu razn, če sem slep!
Za odgovor se vam zahvaljujem že v naprej!
Lp, Janez

zanima me kako mora naloga zgledat (kok strani...), amm iz katerega področj moram uzet temo ali to ni važno, pa se opravičujem ker nism bil konkreten hvala za odgovor

Kako razumete takšno besedilo? Kakšen vtis ste dobili o sporočevalcu? Bi mu zaupali? Ste začudeni na takšnim pisanjem? Kaj si mislite o njegovem učitelju? Kje je vzrok za tako pisanje?

Gotovo se vam je pojavilo še več vprašanj in morda tudi odgovorov. Dejstvo pa je, da to nista primera pisanja jezikovno kultiviranega pisca. Zakaj? Ker v besedilu ni pozdravnega nagovora ali pa je napačen, ker

je veliko pravopisnih in jezikovnih napak, ker sta besedili napisani v pogovornem jeziku, slogovno neustrezni, predvsem pa neprimerni glede na sporočanje situacijo. Besedili nam povesta, da imata pisca zelo nizko jezikovno kulturo, nimata spoštovanja do naslovnika, se ne znata prilagajati različnim sporočanskim položajem.

Jezikovna kultura je pojem, ki označuje jezikovno kultiviranost posameznikov. To pomeni, da se zna pisec prilagajati različnim sporočanskim položajem, da pozna pravopisna in jezikovna pravila, da izbere ustrezen slog pisanja in obliko besedila. Če vsega tega ne ve, pa zna poiskati odgovore v ustreznih priročnikih, kot so *Slovar slovenskega knjižnega jezika* in *Slovenski pravopis*, ki ju najdemo tudi na spletu, *Slovar tujk*, *Slovenska slovnica* ... Za uspešno pisno sporočanje so torej pomembni oblika besedila, pravopisna in jezikovna pravilnost ter primeren slog. Čeprav se ves čas šolanja učimo slovenskega jezika, njegovih pravil, so naša besedila še vedno polna napak. To je lahko posledica površnosti, naglice ali pa nepoznavanja jezikovne norme. Vendar je vsako besedilo, ki ga napišemo, naše ogledalo. Z brezhibnimi besedili ali besedili, ki so polna napak, kažemo svojo jezikovno kulturo in hkrati tudi jezikovno kulturo organizacije, ki jo predstavljamo. Vtisa na naše stranke, sodelavce, naslovnike ne delamo samo z nastopom ali osebnim stikom, temveč tudi s pisano besedo. Če pišemo besedilo v imenu podjetja ali organizacije, v kateri smo zaposleni, naši naslovniki ne bodo govorili, da mi ne znamo pisati, ampak bodo rekli, to podjetje ne zna pisati dopisov, zato kot pisci besedil nosimo veliko odgovornost za ugled našega podjetja ali organizacije. Od pisanja sta odvisna ugled in tudi učinek, ki ga želimo doseči pri naslovniku. Brezhibno napisano besedilo bo gotovo bolj učinkovito kot besedilo z napakami ali neprimernim slogom.

Pri govorjenju in pisanju je torej pomembno, kaj in kako bomo povedali ali napisali. Pri govorjenju imamo dve možnosti, lahko se odločimo za

knjižno ali neknjižno obliko jezika, pri pisanju pa vedno uporabljamo knjižno obliko jezika, in sicer zborni jezik. Odlika jezikovno kultiviranega govorca ali pisca je, da se zna prilagajati posameznim sporočanjским položajem in glede na to izbrati določeno socialno in funkcijsko zvrst jezika. Ob tem je nujno spoštovanje naslovnika in splošnih kulturnih pravil ter jezikovnih norm. Okoliščine, v katerih najbolj pride do izraza jezikovna kultiviranost uporabnikov, so uradne, službene, javni sporočanjški položaji.

Stroka pozna delitev na uradna in neuradna besedila oziroma uradno in neuradno sporočanje. Sporočanje je uradno, kadar sta sporočevalec in naslovník v družbeno neenakem razmerju. To ni vrednostna sodba, da bi lahko razmišljali, kdo je več ali manj vreden, temveč je to uraden odnos med udeleženci sporočanja. Družbeno neenako razmerje je lahko odnos prodajalec – kupec, predavatelj – študent, pacient – zdravnik, stranka – uslužbenec pri bančnem okencu, pisec prijave za delo – vodja kadrovske službe ... Vsa uradna besedila zahtevajo posebno obliko besedila z vsemi sestavinami poslovnega dopisa ali dopisa v javni upravi. Definicija neuradnih besedil ali neuradnega sporočanja pa je, da poteka med sporočevalcem in naslovníkom, ki sta v enakovrednem družbenem razmerju. Besedila, ki nastajajo pri takem sporočanju, imajo svobodnejšo obliko, prav tako niso zahtevani vsi sestavni deli poslovnega dopisa, sporočevalec in naslovník se lahko tikata. To so npr.: vabilo na rojstni dan, čestitka ob rojstvu otroka, voščilo za osebni praznik ...

Ko govorimo o jezikovni kulturi, se moramo zavedati dejstva, da v zborni jezik vse bolj vdira pogovorni jezik, ki izhaja iz spletne komunikacije, SMS-ov. V teh primerih se piše krajša sporočila, pogosto v pogovornem jeziku, uporablja se okrajšave, simbole in včasih je težko ločiti mejo, predvsem pri mladih, med uradno in zasebno komunikacijo.

Jezikovna kultura ni nekaj, kar bi se lahko naučili ali pridobili v kratkem času. Jezikovne kulture se pravzaprav učimo vse življenje, tako ustne kot pisne. Gotovo so naši prvi zapisi, poslovna pisma okoreli, včasih nerodni, z napakami, neučinkoviti ... Zavedanje pomanjkljivosti, zavedanje o bogastvu jezika, pomembnosti odličnega pisanja, želje po izboljšanju, vse to bo pripeljalo do odličnega in učinkovitega pisnega sporočanja.

BESEDILO

Ko sporočamo oz. komuniciramo, tvorimo sporočilo, ki je lahko besedno ali nebesedno. Vendar ni vsako sporočilo že besedilo. Besedilo je le tisto besedno sporočilo, iz katerega lahko prepoznamo temo in namen, v katerem se povedi smiselno povezujejo druga z drugo in v katerem ne manjka noben za razumevanje pomemben podatek.

Pismo. Elektronska pošta. Podpis. To ni besedilo, so samo besedi in besedna zveza. Kljub temu da imajo neko pomensko povezavo, to ni besedilo. Zakaj? To ni besedilo, ker se povedi ne povezujejo smiselno, ne prepoznamo teme in namena. Besedilo pa je, če napišemo takole: *Poslovna pisma lahko pošiljamo po klasični ali elektronski pošti. Vsako poslovno pismo mora imeti naslednje sestavne dele: naslov pošiljatelja, naslov prejemnika, kraj in datum, naslov pisma, pozdravni nagovor, vsebino, podpis.* Poslovno pismo mora biti jezikovno in pravopisno brezhibno. Zakaj pa takemu zapisu rečemo besedilo? Ker se povedi smiselno dopolnjujejo in tvorijo pomensko celoto, prepoznamo temo in namen.

Besedila morajo biti: smiselna (prepoznamo temo in namen), sovisna (posamezni deli besedila so med seboj logično in slovnično povezani) in zaokrožena (tvorijo vsebinsko in oblikovno celoto). Besedilo je torej vsebinsko povezana celota, ki je oblikovana iz besednega jezika. Vsako nastajajoče besedilo mora iti skozi tri faze nastajanja, in sicer so to: iznajdba ali invencija, urejanje ali dispozicija, ubesediljenje ali elokucija. Vse tri faze nastajanja besedila so vedno prisotne, čeprav se jih vedno ne zavedamo. Kadar je besedilo kratko ali pa ga moramo zelo hitro napisati, nimamo občutka, kako besedilo nastaja, kajti proces nastajanja besedila je hiter in poteka v naših mislih, ki jih nato prenesemo v pisno obliko. Če je besedilo dolgo in imamo veliko časa za pisanje in popravljanje, pa

so te tri faze nastajanja besedila daljše in izrazitejše. Pri pisanju besedil je najpomembnejše, da imamo kot pisci v mislih vedno naslovnika in namen našega pisanja, ker bomo le tako dosegli želeni cilj. To velja za zasebno ali poslovno komunikacijo.

Faza iznajdba ali invencija se imenuje tudi načrtovanje, kajti najprej se moramo odločiti, kaj bodo tema, namen in cilj našega pisanja. To lahko naredimo s pomočjo ključnih besed, možganske nevihte, nizanja idej. Ko imamo temo, se odločimo, kaj vse bomo o tem povedali, kako razvijali in ustvarjali vsebino. Priporočljivo je, da si pripravimo načrt v obliki točk, miselnega vzorca, ključnih besed. Pri načrtovanju je pomembno, koliko o temi ve sam sporočevalec, kaj zanima naslovnika in kakšen je namen tvorjenja besedila. Poiskali bomo vse možne informacije o temi, ki smo si jo izbrali (knjige, leksikoni, enciklopedije, splet, intervjuji, ankete ...).

Druga faza je urejanje ali dispozicija, imenujemo jo tudi pretvarjanje. Gradivo, ki smo ga zbrali, moramo ovrednotiti, urediti, določiti povezavo in vrstni red sestavin, da bo nastala smiselna celota, ki bo ustrezala našemu namenu. Običajno so besedila tridelna. V prvem delu (uvodu) sporočevalec napove svoj namen, v drugem delu (jedru) nakaže problem, predstavi dejstva in navede primere, lahko tudi nasprotujoča si stališča z argumenti. V tretjem delu (zaključku) povzame bistvene ugotovitve ali predloži sklepe. Vsako besedilo, še tako kratko, mora biti zgrajeno iz teh treh delov.

Zadnja faza je ubesediljenje ali elokucija, imenovana tudi pregledovanje, ker zapisano še enkrat preberemo, ovrednotimo in popravimo. Zbrano in urejeno gradivo sestavimo v besedilo. To pomeni, da izberemo ustrezno besedilno vrsto, upoštevamo slovnične vzorce in pravopisna pravila. Kakšno obliko besedila bomo izbrali, je odvisno od vsebine, naslovnika in cilja, ki ga želimo doseči.

K učinkovitosti in prepričevanju na jezikovni ravni pripomorejo tudi različni načini razvijanja teme, ki so obveščanje, opisovanje, pripovedovanje, razlaganje in utemeljevanje.

1. Obveščanje

Kadar obveščamo, sporočamo, da se nekaj dogaja, da se bo zgodilo (npr. obvestilo, vabilo ...).

2. Opisovanje

Opisujemo takrat, kadar naštevamo lastnosti nekega pojava, predmeta ali dogajanja.

3. Pripovedovanje

Kadar pripovedujemo, pišemo o tem, kaj se je zgodilo v določenem časovnem zaporedju (npr. poročilo, zapisnik ...).

4. Razlaganje

Razlagamo takrat, kadar pišemo o vzročnosti in posledičnosti.

5. Utemeljevanje

Kadar utemeljujemo, poskušamo nekaj pojasniti, dokazati, presoditi ali sklepati.

Način razvijanja teme oziroma zorni kot, iz katerega opazujemo predmetnost, je lahko v enem besedilu ves čas enak, lahko pa se, kar je najpogostejše, spreminja od stavka do stavka.

Pisno sporočanje ima pred govornim nekaj prednosti, in sicer ima dokazno vrednost in dokumentarnost, kar pomeni, da lahko z zapisanim besedilom dokažemo določene stvari, medtem ko govorjena beseda, če ni snemana, ni shranjena in ne more imeti dokazne vrednosti. Druga prednost je natančnost sporočanja. Ker besedilo pišemo, dalj časa nastaja, lahko popravljamo, brišemo, zato je besedilo natančnejše, bolj dodelano in obsežnejše. Hkrati pa ima tudi nekaj pomanjkljivosti, in sicer je tak način sporočanja počasnejši, ne dobimo takoj odziva naslovnika, lahko

pride do napačnega razumevanja napisanega in ne moremo takoj dati dodatnih pojasnil. Je tudi manj zanesljivo in zasebno, če pride napisano besedilo v napačne roke.

Sodobne tehnološke naprave spreminjajo načine komunikacije, vendar osnovna načela pisanja in nastajanja besedil še vedno ostajajo enaka.