

ELEKTRONIESE POS AS REKENAAR-BEMIDDELDE KOMMUNIKASIE: NUWE NAVORSINGSMOONTLIKHEDE BINNE DIE KOMMUNIKASIEKUNDE

AME Naudé
HJ Groenewald

ABSTRACT

Electronic mail as computer mediated communication: new research possibilities in Communication Science.

Electronic mail refers to the transfer of one-way electronic messages from one person via an intermediate electronic communication system to one or more identified receivers [in many cases via computer linked networks such as Internet.] Electronic mail is one form of computer-mediated communication. It has become one of the most powerful and useful ways of sending and processing information in the era of the Information Super Highway. Electronic mail is not interpersonal communication because of its asinchronic nature but there are a number of similarities between these modes of communication. Furthermore is the demassification nature of the new medium not comparable to traditional mass communication systems. Users of electronic mail does not regard



Annelie Naudé is dosent in Kommunikasiekunde by die PU vir CHO. Hierdie artikel is gegrond op haar magisterstudie wat onder leiding van Prof. H.J. Groenewald aan die PU vir CHO voltooi is.

themselves as part of a faceless mass of people being bombarded with numerous messages because they exercise some control over messages received.

Electronic mail will have a profound influence on interpersonal as well as mass communication in future. Information on a large variety of matters will be available to selected receivers on request and this phenomenon will decrease the de-

pendency of some people of the mass media. Control over the free flow of information is a thorny ethical issue in the light of the current availability of pornographic material via Internet. Computer mediated communication seems to open new possibilities in the fields of education and development and Communication Science researchers should take note of these opportunities to reach disadvantaged people.

Research in the field of computer mediated communication has just started in South Africa and require the attention of social and natural scientists alike to ensure that the country will not be reduced to the status of a hitch hiker on the Information Super Highway.

This article examines the state of the art in electronic mail research from a communication science perspective and theoretical explanations that could be used to study this "new medium".

INLEIDING

Met die aanbreek van die inligtingsera het nuwe, interaktiewe kommunikasie media ontwikkel met die potensiaal om die aard van menslike kommunikasie ingrypend te verander (Rogers, 1986:23). Hierdie media is moontlik gemaak deur ontwikkeling op die terrein van elektroniese en digitale mediategologie, naamlik mikro-elektronika, rekenaars en telekommunikasienetwerke. Voorbeelde van sodanige

media is elektroniese kennisgewingborde, telekonferensies (video-konferensies, oudiokonferensies en rekenaarkonferensies), teleteks, videoteks, interaktiewe kabeltelevisie en elektroniese pos (Williams, Rice & Rogers, 1988:3,8,9; Durlak, 1987:743; Bouwman & Jankowski, 1989:9).

Elektroniese pos, as een van hierdie sogenaamde "nuwe media" het gedurende die 1970's ontwikkel en word veral vir kommunikasie binne, en tussen verskillende organisasies gebruik. In die VSA en Europa is die gebruik hiervan reeds gevestigde praktyk (Vervest, 1987:41-43; Rice, 1987a; Lesis, 1991:202). Sedert Internet in Suid-Afrika beskikbaar is, is die gebruiksmoontlikhede van elektroniese pos, asook ander fasiliteite wat via Internet beskikbaar is, net soveel groter.

Die studieveld wat in hierdie artikel bespreek word, lê nog braak in Suid-Afrika. Verskeie studies oor die faktore wat die suksesvolle inwerkingstelling en aanvaarding van interaktiewe multimedia in organisasies bepaal, is reeds in ander lande gedoen, maar in Suid-Afrika is hierdie studieveld relatief nuut binne die Kommunikasiekunde en resente literatuur hieroor is moeilik beskikbaar. Daar moet 'n gedagte gehou word dat ontwikkelinge op hierdie gebied in Suid-Afrika 'n hele paar jaar na dieselfde ontwikkelinge in ander lande plaasgevind het. Literatuur wat dus 'n paar jaar gelede geskryf is, kan dus nie sonder meer in die Suid-Afrikaanse konteks as verouderd beskou word nie.

In hierdie artikel word in die eerste plek aandag gegee aan die eienskappe van elektroniese pos en die "nuwe media" oor die algemeen. Daar word 'n oorsig gegee van die navorsing vanuit 'n kommunikasiekundige perspektief wat tot dusver hieroor gedoen is. Ten slotte word 'n verskeidenheid teoretiese perspektiewe voorgestel wat gebruik kan word vir toekomstige navorsing. Spesifieke temas wat nagevors behoort te word, word ook beklemtoon.

WAT IS ELEKTRONIESE POS?

Die behoefte aan elektroniese pos word dikwels geassosieer met kantooroutomatisasie (Vervest, 1987:95; Steinfield, 1986a:177). Groot maatskappye installeer elektroniese posfasiliteite as deel van hul kantooroutomatisasieprogramme, met die doel om 'n beter kommunikasiesisteem teen 'n laer koste te verkry (Vervest, 1987:80,93; Immel, 1986:318; Hiltz & Turoff, 1978:425; Schultheis & Sumner, 1989:178). Hoewel daar nie 'n enkele aanvaarde definisie van kantooroutomatisasie bestaan nie, het Hirschheim (1985:16) 'n aanvaarbare definisie saamgestel deur die samevoeging van verskeie ander definisies: 1987:80,93; Immel, 1986:318; Hiltz & Turoff, 1978:425; Schultheis & Sumner, 1989:178). Hoewel daar nie 'n enkele aanvaarde definisie van kantooroutomatisasie bestaan nie, het Hirschheim (1985:16) 'n aanvaarbare definisie saamgestel deur die samevoeging van verskeie ander definisies:

Kantooroutomatisasie verwys na die aanwending van geïntegreerde reke-

naar-, kommunikasie-, en kantoorproduktetegnologieë, sowel as kennis uit die sosiale wetenskappe om die talle aktiwiteite en funksies in 'n kantoor of kantooromgewing te ondersteun.

Daar bestaan verskillende definisies vir elektroniese pos, aangesien verskillende soorte elektroniese sisteme bestaan, sommige meer, en ander minder gevorderd. Vervest (1987: 49) stel die volgende definisie voor:

Elektroniese pos verwys na die oordra van elektroniese, eenrigting inligting in die vorm van 'n boodskap, via 'n bemiddelende / tussenkomende ("intermediate") (tele-) kommunikasiesisteem, vanaf 'n geïdentifiseerde mededeler, na een of meer geïdentifiseerde ontvanger/s.

Let daarop dat die geïdentifiseerde mededeler en ontvanger in die definisie, elektroniese pos onderskei van ander uitsaaitipe kommunikasie (tradisionele elektroniese massakommunikasie, soos radio en televisie), aangesien hierdie tipe kommunikasie eenrigtingboodskappe aan 'n nie-spesifieke, baie losgedefinieerde groep ontvangers oordra (Vervest, 1987:50).

Elektroniese pos is dus 'n vorm van rekenaarbemiddelde kommunikasie (computer-mediated communication) wat van rekenaartegnologie gebruik maak om kommunikasie-inhoud onder andere te struktureer, redigeer, stoor, versend, ontvang en uit te druk (Rice, 1984:191; Kerr & Hiltz, 1982:2; Kiesler, Siegel & McGuire, 1984:1123; Steinfield, 1986a:168; Wayne & Dauwalder,

1994:154; Forester, 1988:122; Immel, 1986:315; Stair, 1992:224, 522; Schultheis & Sumner, 1989:498-499; Sproull & Kiesler, 1986:1493). Gebruikers hiervan stel boodskappe saam deur dit op 'n rekenaar, wat aan 'n sentrale rekenaar gekoppel is, in te tik. Gebruikers wat geografies ver van mekaar af is, word deur middel van hierdie moederrekenaar per telefoonlyn aan mekaar verbind. Dit bring mee dat geografies verwyderde persone deur middel van elektroniese pos vinniger en goedkoper met mekaar kan kommunikeer, as deur middel van telefoniese, pos- en aangesig-tot-aangesig kommunikasie (Kerr & Hiltz, 1982:2; Wayne & Dauwalder, 1994:156; Rice, 1987b:107; Neustadt, 1986:565).

Deur middel van elektroniese pos kan boodskappe dus aan 'n persoon, aantal persone of gedefinieerde groepe gestuur word. Hierdie boodskappe kan toeganklik wees vir andere, of dit kan ook deur die rekenaar as vertroulik hanteer word (sogenaamde blind copy). Die boodskappe word deur die rekenaarverbinding oorgedra aan die ontvanger daarvan se rekenaar, wat die persoon dan in kennis stel daarvan, sodra hy/sy aanteken. Gewoonlik word daar dan 'n boodskap aan die sender teruggestuur om die aflewering en ontvangs van sy boodskap te bevestig (Kerr & Hiltz, 1982:3).

Alle elektroniese posstelsels bied nie dieselfde fasiliteite nie. Gevorderde stelsels kan byvoorbeeld die volgende fasiliteite bied: soektogte, herwinning, stemming, indeksing/sortering, ver-

traagde versending, herinneringslêers, kalenders en koppeling aan databasisse (Kerr & Hiltz, 1982:4; Wayne & Dauwalder, 1994:157; Sproull & Kiesler, 1986:1494).

Navorsers en teoretici verskil oor die vraag of konvensionele kommunikasiemedie noodwendig deur elektroniese pos vervang sal word (Vervest, 1987:88; Steinfield, 1986a:187; Garton & Wellman, 1995:448). Vervest (1987:88) is van mening dat die verwagte toename in die gebruik van nuwe tegnologie soos elektroniese pos, nie aandui dat konvensionele tegnologie direk daardeur vervang sal word nie. Die nuwe tegnologie sal eerder gebruik word vir nuwe take en nuwe metodes van boodskaphantering. Schaefermeyer en Sewell (1988) het egter reeds in 1988 in 'n ondersoek na 200 gebruikers van drie verskillende rekenaarnetwerke bevind dat elektroniese pos in 'n toenemende mate gebruik word om ander metodes van kommunikasie te vervang. Aan die Potchefstroomse Universiteit vir Christelike Hoër Onderwys word die meeste amp telike kennisgewings aan personelede sedert 1995 elektronies versprei en nie meer met papierkennisgewings gedupliseer nie.

EIENSKAPPE VAN DIE “NUWE MEDIA”

Soos reeds gestel, is elektroniese pos deel van die sogenaamde “nuwe media”. Hierdie media openbaar bepaalde unieke eienskappe wat dit van ander meer tradisionele media onderskei.

Interaktiwiteit

Interaktiwiteit is die belangrikste eienskap wat nuwe media van meer tradisionele vorme van media onderskei. Die term kan vanuit 'n Kommunikasiekunde perspektief gedefinieer word as die mate waarin deelnemers aan die kommunikasieproses beheer het oor 'n gemeenskaplike gesprek (die mate waarin 'n kommunikasie-aksie op 'n voorafgaande reeks van kommunikasie-aksies gebaseer is) en die moontlikheid om daarbinne van rol te verwissel (Bouwman & Jankowski, 1989:10; Williams et al., 1988:10; Weber, 1992:29; Rice, 1987a:67; Steinfield, 1986a:171; Rafaeli, 1988:111).

Die verwisseling van rolle verwys na die vermoë van individu A om die posisie van individu B in te neem en B se kommunikasie-aksies uit te voer, en vice versa (Rice, 1984:35; Williams et al., 1988:11; Rafaeli, 1988:111). Om beheer te hê verwys na die mate waarin 'n individu die tydsberekening, inhoud en volgorde van 'n kommunikasie-aksie kan kies (Williams et al., 1988:11). Die term deelnemers (eerder as ontvangers en mededelaars) verwys na ten minste een individu wat met ten minste een bron van inligting kommunikeer, of twee of meer individue wat 'n gemeenskaplike medium vir kommunikasie gebruik. Die term deelnemers word gebruik op grond van die verwisseling van rolle en die gevolglike gelykheid in die proses van inligting-uitruiling en betekenisgeving. Dit blyk dus hieruit dat kommunikasie as 'n transaksionele proses beskou word (Williams et al., 1988:11).

Verskillende kommunikasiemedie kan met mekaar vergelyk word op grond van die mate van interaktiwiteit wat deur die medium toegelaat word. Daar word algemeen aanvaar dat die hoogste mate van interaktiwiteit verkry word deur middel van persoon-tot-persoon kommunikasie. Die mate van interaktiwiteit word bepaal deur die deelnemers se sosiale situasie, die aard van die kommunikasieproses en die eienskappe en vermoëns van die tegnologie wat gebruik word (Williams et al., 1988:12).

Die interaktiewe aard van hierdie media verwys dus daarna dat die kommunikasieproses plaasvind asof dit interpersoonlik - persoon-tot-persoon - is, hoewel dit deur 'n medium geskied (Rogers, 1986:4). Interaktiwiteit is 'n belangrike eienskap van 'n kommunikasiestelsel, aangesien interaktiewe kommunikasiegedrag meer akkuraat, meer effektief en meer bevredigend vir die deelnemers aan die kommunikasie-aksie is (Rogers, 1986:5).

As gevolg van die interaktiewe aard van die "nuwe media" kan dit in 'n verskeidenheid van nuwe situasies gebruik word. Die tradisionele aard van interpersoonlike en kleingroepkommunikasie kan deur middel van die gebruik van elektroniese pos radikaal verander word. Die eens duidelike onderskeid tussen interpersoonlike en massakommunikasie, verander hierdeur in 'n klemverskil wat eerder op 'n kontinuum van kommunikasiegedrag aangetoon kan word (Rice, 1984:56; Rogers, 1986:3; Reardon & Rogers, 1988; Le-

sis, 1991:202; Kyk ook Afdeling 8).

maak (Rogers, 1986:5; Giuliano, 1986:308).

De-massafikasie

Hierdie term beteken dat 'n mate van die kontrole oor massakommunikasiesisteme van die "boodskapvervaardiger" na die mediaverbruiker oorgaan. Die nuwe media het 'n mate van demassafikasie tot gevolg, omdat gebruik daarvan tot gevolg het dat lede van die (moontlik groot) gehoor nie voel asof hul bloot deel is van 'n massa ontvangers nie - die ontvanger word dus as individu hanteer en verkry 'n mate van beheer oor die kommunikasieproses (Williams et al., 1988:12,13). In hierdie verband kan elektroniese kommunikasiesisteme as die teenoorgestelde van massakommunikasie beskou word, omdat 'n persoonlike boodskap hierdeur aan elke persoon in 'n groot groep gestuur kan word. Hierdie ontvanger het dan beheer oor wat hy met die boodskap wil maak (Rogers, 1986:5).

Asinchroniteit

Die "nuwe media" beskik oor 'n hoë mate van asinchroniteit wat beteken dat die medium gebruik kan word wanneer dit vir enige van die deelnemers gerieflik is. Al die deelnemers hoef dus nie gelyktydig aan die proses van kommunikasie deel te hê nie (Williams et al., 1988:12; Rice, 1987b:109; Sproull & Kiesler, 1986:1494; Lesis, 1991:202). Een van die implikasies hiervan is dat werknemers byvoorbeeld vanaf hulle huise deur middel van 'n rekenaar-netwerkkoppeling kan werk, en sodoende hul werkdag meer buigbaar

Asinchroniteit is deel van die verskuiving van beheer of kontrole vanaf die mededeler na die ontvanger wat deur hierdie nuwe media teweeg gebring word. Beheer in terme van tyd word sodoende in die hande van die ontvanger geplaas, wat kan besluit watter tyd vir hom/haar gerieflik is om te kommunikeer (Rogers, 1986:6).

Privaatheid en sekuriteitsprobleme

'n Persoon wat 'n massamediaboodskap (byvoorbeeld via televisie) ontvang, ontbloom daardeur nie iets oor hom- of haarself nie en bly een van 'n gesiglose massa. Dieselfde is egter nie noodwendig waar by die gebruik van interaktiewe media nie.

Waar kommunikasie via 'n rekenaar-netwerk geskied, kan privaatheidstwispunte en sekuriteitsprobleme ontstaan (Salamon, 1995). Daar kan byvoorbeeld bepaal word watter gebruikers op 'n bepaalde tydstip in 'n organisasie op die rekenaar-netwerk aangeteken is, en hulle boodskappe kan gemonitor word. Persoonlike boodskappe kan ook per abuis op 'n algemene elektroniese kennisgewingsbord (bulletin board) geplaas word. Dit kan maklik gebeur wanneer 'n rekenaar-gebruiker in die bulletin board omgewing is en daar 'n boodskap skep, wat eintlik vanaf die gewone posomgewing geskep en versend moes word (Eastes, 1996). Sodoende bestaan die moontlikheid dat 'n individu 'n mate van sy/haar

privaatheid kan verloor (Rogers, 1986:183; Kiesler et al., 1984:1126; Reese, Shoemaker & Danielson, 1987:677; Stair, 1992:531). maker & Danielson, 1987:677; Stair, 1992:531).

Die meeste elektroniese poststelsels maak dit moontlik om van elektroniese verspreidingslyste of adreslyste gebruik te maak, wanneer inligting gereeld aan meer as een persoon gestuur word. Sodoende word die inligting dan tege-lykertyd aan almal op die lys gestuur. Sommige van hierdie verspreiding-slyste of adreslyste bevat versamel-name, byvoorbeeld die naam van 'n bepaalde afdeling of departement binne 'n organisasie. Wanneer so 'n versamelnaam gekies word om 'n boodskap aan baie persone op een slag te stuur, verskyn al hierdie persone se name nie bo-aan die skerm wanneer die boodskap geskep word nie. Die per-son wat die boodskap stuur moet dus seker wees dat hierdie versamelnaam wel al die persone omvat wat die bood-skap moet ontvang en dat die boodskap nie aan persone gestuur word vir wie dit nie bedoel is nie (byvoorbeeld sekre-taresses of assistente wat ook in 'n bepaalde departement of afdeling werksaam mag wees). Die moontlikheid om per ongeluk inligting aan die verkeerde persone te stuur, bestaan dus wel. Die ontvangers van die inligting mag onder die indruk wees dat hulle die enigste is wat bepaalde inligting ontvang het, terwyl die inligting ook aan baie ander persone gestuur is (Wayne & Dauwalder, 1994:158).

Die sogenaamde "nuwe media" maak

inligting meer toeganklik. Sodoende word dit moeilik om inligting of unieke idees geheim te hou. Om hierdie rede word die moontlike skending van pri-vaatheid 'n belangrike aspek om in gedagte te hou (Rogers, 1986:184; Forester, 1988:268; Hiltz & Turoff, 1978:488). Volgens Salamon (1995) is daar verskeie bedreigings in terme van sekuriteit waarteen 'n netwerk wat aan Internet gekoppel is, beskerm moet word. Dit is ook om hierdie rede dat daar nog probleme is met elektroniese tran-saksies via Internet, byvoorbeeld wan-neer 'n kredietkaartnommer via elek-troniese pos gestuur word om 'n tran-saksie te voltrek. 'n Verdere bewys dat sekuriteit steeds 'n probleem is, is dat die onderwerp telkens ter sprake kom tydens konferensies wat oor Internet en die verskillende onderafdelings daar-van gehou word (Anon, 1995; Anon, 1996).

DIE IMPLIKASIES VAN KOM-MUNIKASIE PER ELEKTRO-NIESE POS

Soos reeds vroeër genoem, kan die tradisionele aard van interpersoonlike en kleingroepkommunikasie radikaal verander word wanneer hierdie kom-munikasie per elektroniese pos plaas-vind. Die implikasies hiervan word ver-volgens bespreek.

Die kwantiteit, kwaliteit, verspreiding en tydsberekening van kommunikasie kan beïnvloed word, omdat mense onmid-dellike response kan verwag (Kiesler et al., 1984:1123): Die asinchroniese aard

van elektroniese pos, sowel as die moontlikheid dat persone wat geografies van mekaar verwyderd is maklik en gereeld kan kommunikeer, kan meebring dat die hoeveelheid kommunikasie in organisasies vermeerder. Dit word soms as 'n voordeel van elektroniese pos beskou, maar dit kan ook 'n nadelige invloed hê, aangesien meer kommunikasie daartoe kan lei dat persone met inligting oorbelaai word en dus nie meer hul werk ordentlik kan doen nie (Hirschheim, 1985:211,225; Rice, 1980:225; Steinfield, 1986a:184; Wayne & Dauwalder, 1994:157; Immel, 1986:315).

Individue wat via elektroniese pos kommunikeer, het die geleentheid om goed na te dink oor wat hulle wil sê. Sodoende kan kommunikasie meer akkuraat wees as wanneer iemand vinnig moet dink tydens 'n telefoon- of persoon-tot-persoon gesprek en moontlik iets kwytmaak waarvoor hy of sy later spyt kan wees. Die nadeel hiervan is egter dat kommunikasie vertraag kan word, veral as een deelnemer 'n onmiddellike respons verlang en die ander deelnemer eers later 'n boodskap terugstuur (Hirschheim, 1985:211,226).

Die afwesigheid van nie-verbale terugvoering kan die aard van kommunikasie beïnvloed deurdat kommunikasie via rekenaar 'n "dramaturgiese swakheid" het, wat die sosiale invloed van die mededeler verswak. Nie-verbale leidrade dien as reguleerders van kommunikasie, maar tydens kommunikasie via elektroniese pos, is hierdie reguleerders (bv. kopskud, kopknik,

oogkontak, sterntoon, ensovoorts) afwesig (Kiesler et al., 1984:1123; Rice, 1987b:111). Die moontlikheid van misverstande is dus groter as tydens gewone interpersoonlike kommunikasie (Rice, 1980:225; Wayne & Dauwalder, 1994:159; Culnan & Markus, 1987:426,427). 1984:1123; Rice, 1987b:111).

Die vraag kan tereg gevra word: wanneer is nie-verbale kommunikasie noodsaaklik en wanneer kan effektiewe kommunikasie daarsonder plaasvind? Hierdie vraag hou verband met die navorsing van Rice en Case (1983) oor die gepastheid van elektroniese pos vir verskillende kommunikasie-aktiwiteite, of die mate van sosiale teenwoordigheid van 'n kommunikasiemedium, wat later beskryf word. Walther (1992) het egter bevind dat persone wat al lank van elektroniese pos gebruik maak, met verloop van tyd hul eie nie-verbale kodes vir die medium skep. Rogers (1986:54) toon in hierdie verband aan dat die veranderde aard van menslike kommunikasie via rekenaar, 'n belangrike navorsingsonderwerp vir die toekoms behoort te wees.

Die elektroniese media soos elektroniese pos gee min tot geen aanduiding van die vertikale hiërargieë en posisies of sosiale verhoudinge in 'n organisasie en kan sodoende aanleiding gee tot sosiale anonimiteit (Kiesler et al., 1994:1125; Rice, 1987b:111; Sproull & Kiesler, 1986:1497; Garton & Wellman, 1995:448). Groeplede kan dus minder geïnhibeerd wees om hul mening te gee wanneer per elektroniese pos gekom-

munikeer word. 'n Groter "gemeenskapsgevoel" kan onder gebruikers ontstaan, aangesien meer mense byvoorbeeld aan besluitnemingsprosesse kan deelneem. Iemand wat dalk andersins bang of skaam sou wees om deel te neem, kan met behulp van elektroniese pos net so 'n waardevolle bydrae lewer as die ander persone in 'n groep.

Die sosiale anonimiteit wat 'n medium soos elektroniese pos bied, het tot gevolg dat kommunikasie in 'n groot mate onpersoonlik word en kommunikeerders dikwels baie meer assertief en aggressief kommunikeer as wat hul in 'n persoon-tot-persoon situasie sou waag (Kiesler et al., 1994:1125; Hirschheim, 1985:212,226; Garton & Wellman, 1995:448). Die struktuur van 'n organisasie kan hierdeur beïnvloed word deurdat 'n werker wat onderaan die hiërargie is, deur middel van elektroniese pos direkte toegang tot byvoorbeeld die personeelbestuurder of besturende direkteur kan verkry (Rice & Case, 1983; Rice, 1980:229; Steinfield, 1986a:188; Wayne & Dauwalder, 1994:158; Immel, 1986:315; Rogers & Picot, 1985:114; Sproull & Kiesler, 1986:1497).

Deur die gebruik van elektroniese pos, is dit moontlik om 'n geskrewe rekord te hou van alle kommunikasie wat plaasvind, terwyl minder papier gebruik word. Die moontlikheid bestaan egter dat kommunikasie geïnhibeer kan word hierdeur, aangesien persone minder vry en openlik sal kommunikeer as hul weet dit word op papier vasgelê. Daar word

ook nie altyd op papier bespaar nie, aangesien baie van die inligting wat rekenaarmaatig bewaar word, dikwels in elk geval op papier ook versprei word, in 'n poging om seker te maak dat almal dit lees (Naude, 1995; Hirschheim, 1985:212,226).

Die gebruik van elektroniese media soos elektroniese pos kan 'n invloed hê op die aard van kleingroepkommunikasie (Valacich, Paranka, George & Nunamaker, 1993:250). Steinfield (1986a:185,186) dui aan dat navorsingsresultate oor kleingroep funksionering via elektroniese pos in baie gevalle teenstrydige resultate oplewer. Daar is dus meer navorsing oor hierdie onderwerp nodig, aangesien groepe wat via elektroniese pos wil kommunikeer, eers vir hulleself nuwe kommunikasietradisies en -norme moet ontwikkel (Kiesler et al., 1984:1127).

Baie van die ondersoek wat tot dusver gedoen is, het bevind dat groepe wat deur middel van elektroniese pos kommunikeer, net so taakgerig is soos groepe wat van aangesig-tot-aangesig kommunikeer, maar gewoonlik langer neem om konsensus te bereik. Die kwaliteit van die besluite wat geneem word, is ook dikwels hoër as dié van groepe wat van aangesig-tot-aangesig kommunikeer (Rice, 1987b:111; Kiesler et al., 1984; Valacich et al., 1993:263; Garton & Wellman, 1995:448).

Deelname van groeplede wat via rekenaar kommunikeer, is meer eweredig versprei en kommunikasie is baie meer ongeïnhibeer (in terme van verbale

gedrag soos vloekwoorde, beledigings en vyandige opmerkings), as wanneer hulle van aangesig-tot-aangesig kommunikeer (Kiesler et al., 1984:1129; Steinfield, 1986a:186). Valacich et al. (1993:251) wys egter daarop dat die tipe taak wat 'n groep moet uitvoer bostaande bevindinge kan beïnvloed.

DIE AANVAARDING VAN ELEKTRONIESE POS

Wat is aanvaarding?

Die konsep aanvaarding kan op verskillende maniere gekonseptualiseer word. Dit is belangrik om daarop te wys dat die blote gebruik alleen van 'n medium soos elektroniese pos nie noodwendig impliseer dat die gebruiker daarvan dit aanvaar het nie, aangesien organisasioneëls werkers byvoorbeeld kan verplig om dit te gebruik.

Aanvaarding verwys na 'n verskeidenheid faktore. In die eerste plek verwys dit na die mate waartoe 'n individu 'n medium integreer by sy/haar reeks van kommunikasiekeuses, om bepaalde doelwitte te bereik en tweedens na 'n individu se gewilligheid om 'n bepaalde medium te gebruik. 'n Persoon kan byvoorbeeld elektroniese pos gebruik, bloot omdat hy deur die reëls en regulasies van die organisasie waar hy werk, gedwing word. Dit kan daartoe lei dat werksbevrediging en produktiwiteit skade lei (Kerr & Hiltz, 1982:57). Die implikasie hiervan is dat hoë vlakke van elektroniese posgebruik nie noodwendig beteken dat die medium maksi-

maal tot die voordeel van 'n organisasie benut word nie (Williams et al., 1988:60).

Die *gebruikspatrone* van elektroniese pos moet ook verreken word wanneer die aanvaarding daarvan ondersoek word. Wanneer 'n individu uiters gewillig is om dit te gebruik, maar dit in werklikheid nooit gebruik nie, kan daar eweneens nie werklik van die aanvaarding van die medium gepraat word nie. Die gebruik van elektroniese pos verwys na die volgende aspekte:

- Duur van gebruik (Totale hoeveelheid tyd per dag wat medium gebruik word)
- Blootstelling (Tydsverloop sedert 'n individu die sisteem vir die eerste keer gebruik het)
- Frekwensie (Aantal keer per dag wat 'n individu aanteken op sisteem) (Williams et al., 1988:60).

Op grond van bostaande bespreking volg dit dat 'n persoon eers 'n gebruiker van elektroniese pos moet wees, voordat so 'n persoon as 'n aanvaarder daarvan bestempel kan word. Om die medium te aanvaar beteken om meer te doen (byvoorbeeld om elektroniese pos te integreer by die ander moontlike kommunikasiemedie) as om dit bloot af en toe te gebruik. Die gebruik en aanvaarding van elektroniese pos word dus dikwels in dieselfde asem genoem, hoewel dit nie heeltemal dieselfde betekenis het nie.

Faktore wat aanvaarding beïnvloed

Volgens Kerr en Hiltz (1982:44) kan die aanvaarding van 'n elektroniese posstelsel moeilik voorspel word, aangesien daar baie faktore is wat moontlik 'n rol kan speel by 'n persoon se keuse om dit te gebruik of nie. Een van hierdie faktore, wat moeilik toetsbaar is, is 'n persoon se motivering om 'n stelsel te gebruik. Sodanige motivering word geskep en beïnvloed deur baie faktore, insluitende die eienskappe van 'n bepaalde medium, byvoorbeeld die mate van gebruikersvriendelikheid, betroubaarheid, beheer deur die gebruiker, buigbaarheid, voorspelbaarheid en beskikbaarheid van 'n hulp-funksie. Voorspellings oor die aanvaarding van interaktiewe media, soos elektroniese pos, moet dus met groot omsigtigheid gemaak word.

Die aanvaarding en gebruik van 'n medium word in 'n groot mate beïnvloed deur die mate van toegang daartoe (Williams et al., 1988:60). Toeganklikheid verwys na gebruikers se waargenome vermoë om 'n sisteem/medium te gebruik om sy/haar doelwit/te te bereik. Daar word aanvaar dat hoe minder 'n gebruiker hoef te doen om toegang tot 'n rekenaar of elektroniese posstelsel te verkry, hoe makliker sal aanvaarding plaasvind. Toeganklikheid is 'n multi-dimensionele konsep en sluit onder andere die volgende in:

- fisiese toegang (insluitende beskikbaarheid van rekenaars) tot 'n rekenaarterminaal
- die beskikbaarheid van verlangde inligting via die sisteem
- die betroubaarheid van die sisteem-teem

- die moeilikheidsgraad van die sisteem vir gebruikers (Williams et al., 1988:60; Kerr & Hiltz, 1982:23; Steinfield, 1986a:173; Culnan & Markus, 1987:438).

Kerr en Hiltz (1982:60,61) het 'n lys opgestel van faktore wat die aanvaarding en gebruik van 'n elektroniese posstelsel kan beïnvloed.

Individuele eienskappe van individue

A. Houdingsveranderlikes

1. Houdings teenoor taak

- a. Relatiewe belangrikheid of prioriteit*
- b. Gevoel teenoor taak (aangenaam/ onaangenaam, uitdagend, vervelig, ensovoorts)*

2. Houdings teenoor die medium

- a. Houdings teenoor rekenaars oor die algemeen*

b. Verwagtinge van 'n spesifieke elektroniese posstelsel

- 1. Verwagte bruikbaarheid*
- 2. Verwagte impak op produktiwiteit*
- 3. Verwagte moeilikheidsgraad*
- c. Houdings teenoor alternatiewe media (bv. telefoon, briewe, faks)*
- 3. Houdings teenoor die groep (respek, belangrikheid van verwysingsgroep, ensovoorts)*

4. Verwagtinge oor hoe gebruik verhouding kan affekteer

B. Vaardighede en eienskappe

1. Persoonlike kommunikasievaardighede

- a. Leesspoed*
- b. Tikspoed*
- c. Voorkeur vir praat of skryf*
- d. Algemene skryfvaardigheid*
- 2. Vorige verbandhoudende ervaring*
- a. Gebruik van rekenaars*

b. Gebruik van rekenaarterminale

c. Gebruik van ander rekenaargebaseerde kommunikasiesisteme

3. Fisiese of intellektuele gebreke

C. Demografiese eienskappe

1. Ouderdom

2. Geslag

3. Opvoedkundige vlak

4. Ras, nasionaliteit of subkultuur

D. Omgewingsveranderlikes

1. Beskikbare hulpbronne, bv. sekretaresse

2. Posisie in die organisasie/Status in informele groep

3. Mate van druk om stelsel te gebruik

E. Psigologiese veranderlikes

1. Persoonlikheidseienskappe

2. Basiese waardes

Groep faktore wat gebruik kan beïnvloed

A. Struktuur

1. Grootte

2. Mate van geografiese verspreiding

3. Gesentraliseerde of gedesentraliseerde kontrole

4. Reeds bestaande kommunikasienetwerke

B. Leierskap

1. Leierskapstyl

2. Aktiwiteitsvlak van leier

C. Kohesie

1. Sosiometriese bande

a. Ken lede mekaar van aangesig tot aangesig?

b. Hoeveel groeplede het mekaar voorafgeken?

c. Het groeplede vantevore saamgewerk?

d. Bestaan die groep uit "kliëks", individualiste of is dit 'n geïntegreerde groep?

2. Mededingendheid

3. Vertroue of openheid tussen lede

Toegangsfaktore wat gebruik kan beïnvloed

A. Toegang tot rekenaars of terminale

1. Eie, gedeelde of geen rekenaar in kantoor

2. Beskikbaarheid om terminaal/rekenaar huis toe te neem

3. Soort rekenaar (bv. spoed, skerm, ensovoorts)

B. Direkte teenoor indirekte gebruik (bv. deur 'n sekretaresse)

Hoewel bostaande lys as verouderd beskou kan word, is hierdie faktore nog in geen studie volledig ondersoek nie. In Suid-Afrika is weinig kommunikasiekundige studies hieroor gedoen. In 'n studie deur Naudé (1995) is sekere van hierdie faktore ingesluit en bevestig as belangrike aspekte wat wel die aanvaarding en gebruik van elektroniese pos beïnvloed.

Die skrywers Kerr en Hiltz (1982:88) erken egter dat heelwat van die bostaande faktore, in daardie stadium nog nie genoegsaam as voorspellers van aanvaarding bewys is nie en dat verdere navorsing nodig is. Die twee beste voorspellers waarvoor daar wel genoegsame bewyse was, was in die eerste plek 'n voorafbestaande kommunikasienetwerk, wat die behoefte aan die gebruik van 'n elektroniese posstelsel skep. In die tweede plek was die leierskapstyl (outokraties of demokraties) in die werksituasie ook 'n belangrike voorspeller vir die aanvaarding van 'n elektroniese posstelsel.

Ander voorspellers waarvoor daar ook

heelwat bewyse bestaan het, was die volgende: verwagtinge oor die stelsel en potensiele bruikbaarheid daarvan; vorige ondervinding met rekenaars; toegang tot 'n eie rekenaar; mate van geografiese verspreiding en die wyse van implementering van posstelsel in die organisasie (Kerr & Hiltz, 1982: 16,88; Culnan & Markus, 1987:439). Hierdie voorspellers is grootliks in 'n Suid-Afrikaanse ondersoek deur Naudé (1995) bevestig. Steinfield (1986a:172) beveel aan dat aanvaarding van "nuwe media" soos elektroniese pos, in samehang met die ontwerp van 'n bepaalde stelsel (byvoorbeeld moeilikheidsgraad, aantal opsies beskikbaar, spoed, ensovoorts) bestudeer word. was die volgende: verwagtinge oor die stelsel en potensiele bruikbaarheid daarvan; vorige ondervinding met rekenaars; toegang tot 'n eie rekenaar; mate van geografiese verspreiding en die wyse van implementering van posstelsel in die organisasie (Kerr & Hiltz, 1982:16,88; Culnan & Markus, 1987: 439). Hierdie voorspellers is grootliks in 'n Suid-Afrikaanse ondersoek deur Naudé (1995) bevestig. Steinfield (1986a: 172) beveel aan dat aanvaarding van "nuwe media" soos elektroniese pos, in samehang met die ontwerp van 'n bepaalde stelsel (byvoorbeeld moeilikheidsgraad, aantal opsies beskikbaar, spoed, ensovoorts) bestudeer word.

Verskeie navorsers vestig die aandag op die belangrikheid van die sosiale konteks by die aanvaarding en gebruik van "nuwe media" soos elektroniese pos (Fulk, Schmitz & Steinfield, 1990;

Schmitz & Fulk, 1991:487,513). Hiervolgens kan die heersende opinies en houdings van die groep waaraan 'n individu behoort, veral die heersende houdings teenoor verandering, die aanvaarding en gebruik van 'n medium soos elektroniese pos beïnvloed. So ook, kan die uitsprake van 'n toesighouer of bestuurder binne 'n organisasie die aanvaarding en gebruik van 'n medium soos elektroniese pos aanmoedig of inhibeer (Fulk, Steinfield, Schmitz & Power, 1987:534; Kerr & Hiltz, 1982:57; Vervest, 1987:97; Garton & Wellman, 1995:448).

'n Nuwe medium sal geen sukses in 'n organisasie behaal as die sosiale klimaat die gebruik daarvan nie ondersteun nie - selfs al kan die medium met groot vrag gebruik word (Fulk et al., 1987:542; Burgelman, 1992:72; Steinfield, 1986a:174; Garton & Wellman, 1995:448). Hierdie siening word uit die Sosiale inligtingprosesseringsteorie gefundeer en dit beklemtoon die noodsaaklikheid van die meting van die portuurgroep se gebruik van, en houdings teenoor 'n nuwe medium (Fulk et al., 1987:546). Volgens Steinfield (1986a:176) is daar egter nog baie min navorsing gedoen oor die effek van die organisatoriese konteks waarbinne 'n medium soos elektroniese pos bekendgestel word.

Gebruikspatrone van elektroniese pos

Steinfield (1986b) het twee hoofdimensies van elektroniese posgebruik geïdentifiseer, naamlik taakgerigte en

sosio-emosionele gebruik. Taakgerigte gebruik het onder andere die volgende ingesluit: die vervanging van 'n telefoonoproep met 'n elektroniese boodskap; die reël van vergaderings en afsprake, asook rekordhouding van besluite en ander sake. Sosio-emosionele gebruik het onder andere die volgende ingesluit: speletjies speel, in kontak bly, instandhouding van verhoudings, kennisname van belangrike gebeure en advertensies (Steinfeld, 1986b:785; Williams, 1987:84).

Volgens Steinfeld (1986b) is toegang 'n belangrike voorspeller van elektroniese posgebruik, deurdat sommige werknemers hul eie rekenaars het, en andere 'n rekenaar deel. 'n Volgende belangrike voorspeller is behoefte, wat verwys na die noodsaaklikheid dat werknemers met ander werknemers in dieselfde gebou of in 'n ander stad moet kommunikeer om hul werk te kan doen. Demografiese veranderlikes wat volgens dieselfde navorser met die gebruik van elektroniese pos verband hou, is ouderdom, posvlak en tydperk in diens van 'n organisasie (Steinfeld, 1986b: 798-799; Rogers, 1986: 130- 131).

Verskeie navorsers (Rice & Case, 1983; Rice, 1984; Steinfeld, 1986b; Rogers, 1986; Rice, 1993) het egter bevind dat elektroniese pos in die meeste gevalle as gepas gesien word vir take wat minder sosiale interaksie en sosiale intimiteit vereis. Voorbeelde hiervan is uitruiling van inligting en opinies, vrae vra en in kontak bly met iemand anders. Voorbeelde van kommunikasiesituasies waarvoor elektroniese pos as on-

vanpas beskou word, is: konflikthantering, onderhandeling, besluitneming, hantering van vertroulike aangeleenthede en om iemand te leer ken. Dit is egter interessant dat gesoute rekenaargebruikers (byvoorbeeld rekenaarpersoneel) nie hierdie onderskeid tref nie. Bostaande ondersoek word gerugsteun deur die Sosiale teenwoordigheidsteorie, asook die mediarykheidsteorie (Rice, 1993; Trevino, Lengel & Daft, 1987; Valacich et al., 1993).

Met behulp van 'n simboliese interaksionistiese perspektief en die mediarykheidsteorie het Trevino et al. (1987) bevind dat bestuurders in organisasies van die telefoon en elektroniese pos gebruik maak wanneer daar situasionele beperkinge, byvoorbeeld tyd en afstand, ter sprake is.

Elektroniese pos kan ook as data-insamelingsmetode aangewend word. Sproull (1986) het die response van 'n elektroniese posopname en 'n gewone posopname vergelyk en bevind dat die elektroniese posopname verkieslik is, aangesien dit 'n goeie responskoers en data oplewer, en baie gerieflik is vir die respondente sowel as die navorser.

Data oor die gebruikspatrone van elektroniese pos in 'n organisasie kan ook rekenaarmatig ingewin word, sonder dat die gebruikers op 'n vraelys hoef te reageer of van die data-insameling hoef te weet. Hierdie moontlikheid gee 'n nuwe dimensie aan navorsing oor die "nuwe media", hoewel die inligting wat rekenaarmatig ingewin word, in konteks geplaas behoort te word deur ander-

soortige data soos byvoorbeeld onderhoude, waarneming, ensovoorts. Dit is ook belangrik dat gebruikers se privaatheid in ag geneem moet word wanneer data rekenaarmatig ingesamel word. 'n Navorser behoort die etiese aspekte hieraan verbonde op een of ander manier te verreken (Steinfeld, 1986a:182,183).

Die besluit oor die gebruik al dan nie, van elektroniese pos as data-insamelingsmetode, sal natuurlik beïnvloed word deur verskeie faktore, soos die aard van die onderwerp, toegang tot elektroniese pos aan die kant van die respondente, ensovoorts.

DIE 'STAND VAN NAVORSING OOR ELEKTRONIESE POS-GEBRUIK

'n Oorsig

Meer en meer organisasies begin tans om interaktiewe media soos elektroniese pos te aanvaar, te gebruik en te evalueer. Terselfdertyd ontwikkel nuwe teorieë oor die keuse, gebruik, sowel as die impak of effekte van nuwe media in organisasies. Sommige vrae rondom hierdie media word deur navorsing beantwoord, terwyl daar steeds nuwe vrae na vore kom (Rice, 1993:452; Holmes, 1995:454).

Navorsing wat tot dusver oor elektroniese pos en ander interaktiewe media gedoen is, het rondom verskillende vrae gesentreer. Sommige navorsers het gepoog om kommunikasie via interak-

tiewe media van die meer tradisionele metodes van kommunikasie te onderskei, deur tipologieë op te stel (Durlak, 1987; Ogan, 1993; Rogers, 1986; Williams et al., 1988; Rice, 1987a).

Faktore wat die suksesvolle inwerkingstelling en aanvaarding van interaktiewe media (waaronder elektroniese pos) in organisasies bepaal, was ook die onderwerp van vele studies op hierdie terrein (Andriessen, 1989; Rice, 1987a; Rice & Case, 1983; Kerr & Hiltz, 1982; Markus, 1987; Trevino et al., 1987; Williams et al., 1988).

Ander navorsingsvrae het gehandel oor die redes waarom mense elektroniese pos gebruik, of die take waarvoor dit as kommunikasiemedium geskik is (Steinfeld, 1986b; Rice & Case, 1983; Rice, 1984; Rice, 1993; Valacich et al., 1993; Trevino et al., 1987).

Volgens Williams et al. (1988:29) is daar nog 'n tekort aan navorsing oor die beheer, sowel as die sosiale effekte van die "nuwe media". Die meeste navorsing oor die effek van "nuwe media" in organisasies is tot dusver in beheerde laboratoriumomstandighede gedoen. Hierdie resultate is dus nie veralgemeenbaar nie (Culnan & Markus, 1987:423). Meer navorsing oor die aanvaarding van hierdie media is ook nodig, aangesien die konsep van die kritiese massa van aanvaarders nog nie volledig ontgin is nie. Vrae oor wie hierdie vroeë aanvaarders is en op watter tydstip die aanvaarding van 'n innovasie soos elektroniese pos self momentum kry met behulp van die teenwoordigheid

van 'n kritiese massa, moet nog beantwoord word (Williams et al., 1988:75).

TEORETIESE PERSPEKTIEWE EN NAVORSINGSMOONTLIKHEDE

'n Verskeidenheid teorieë en benaderings kan gebruik word vir navorsing oor elektroniese pos en ander interaktiewe media, om verskillende navorsingsvrae aan te spreek. Hierdie teorieë moet egter volgens die spesifieke eenskappe van die medium ter sprake, aangepas word (Steinfeld, 1986a:181). Vervolgens word 'n kort oorsig gegee van hoe 'n paar teorieë op die studie van die "nuwe media" van toepassing gemaak kan word:1986a:181). Vervolgens word 'n kort oorsig gegee van hoe 'n paar teorieë op die studie van die "nuwe media" van toepassing gemaak kan word:

- **Gebruik en bevredingsbenadering:** Met hierdie benadering kan inligtings- en kommunikasiebehoefes (insluitende taak- en sosio-emosionele behoeftes, gebruikspatrone en faktore betrokke by die keuse van 'n medium) waaraan 'n medium soos elektroniese pos kan voldoen, ondersoek word (Williams, 1989:29).
- **Netwerkanalise:** Hierdie benadering fokus op verhoudingspatrone tussen individue en verskaf begrip van hoe kommunikasieverhoudinge in organisasies ontwikkel en verander

wanneer 'n "nuwe medium" soos elektroniese pos 'n alternatiewe metode van kontak bied (Williams, 1989:34; Williams et al., 1988:163).

- **Sosiale teenwoordigheids- / Mediarikheidteorie:** Beide beklemtoon die verskille tussen kommunikasiemedie in terme van (1) vermoë om beperkings (verwant aan tyd, plek, permanensie, verspreiding en afstand) te oorkom; (2) vermoë om sosiale, simboliese en nie-verbale kommunikasielidrade oor te dra en (3) vermoë om dubbelsinnige inligting oor te dra (Rice, 1993:452). Sosiale teenwoordigheid handel hoofsaaklik oor die invloed van die "aangevoelde teenwoordigheid" van die ander persoon of persone, wanneer 'n kommunikasiemedium gekies word (Rice & Case, 1983:138; Steinfeld, 1986b:781; Williams, 1987:78; Culnan & Markus, 1987:426,427).

Mediarikheid verwys na die mate waarin 'n medium (op grond van die hoeveelheid leidrade en sintuie wat betrokke is, verpersoonliking, taalverskeidenheid en die vermoë om onmiddellike terugvoering moontlik te maak) in staat is om: verskillende verwysingsraamwerke te oorkom; sake minder dubbelsinnig te maak en geleenthede te bied om binne 'n sekere tydsinterval te leer (Rice, 1993:452-453; Valacich et al., 1993; Trevino et al., 1987).

Volgens die teorie oor mediarikheid kan media op 'n kontinuum geplaas word. Persoon-tot-persoon kommuni-

kasie is die rykste medium omdat onmiddellike terugvoering moontlik is, veelvoudige kommunikasieleidrade gegee kan word en natuurlike taalgebruik moontlik is. Dubbelsinnigheid kan dus vinniger uit die weg geruim word as wanneer 'n ander medium gebruik word. Geskrewe dokumente word op die ander punt van die kontinuum aangetref, aangesien beperkte leidrade moontlik is en terugvoering stadig geskied. Elektroniese pos kan op hierdie kontinuum tussen geskrewe dokumente en telefoongesprekke geplaas word. Deur middel van elektroniese pos kan natuurlike taal wel gebruik word, maar beperkte leidrade is moontlik, aangesien nie-verbale kommunikasie, soos gebare, stemtoon en sovoorts afwesig is (Trevino et al., 1987:557). Schmitz en Fulk (1991:513) het in hierdie verband bevind dat mense wat al lank elektroniese posgebruikers is, 'n groter mate van mediarykheid daaraan toegeskryf het, as persone wat die medium nog nie so lank gebruik nie.

- *Openbare goedere benadering:* Hiervolgens word inligting as openbare goedere beskou. Hierdie inligting kan gewoonlik vir almal voordelig wees, behalwe vir die verskaffer daarvan (Steinfeld & Fulk, 1987:483). Sodanige inligting kan maklik deur middel van 'n medium soos elektroniese pos binne 'n organisasie versprei word. Inligting behoort egter ondervoorsien te wees, aangesien die individu wat die inligting kan versprei, nie self daaruit voordeel trek nie. Steinfeld en Fulk (1987:487) stel voor dat hierdie

benadering uitgebrei word om voorsiening te maak vir 'n situasie waar die koste/voordele van inligtingverspreiding deur middel van 'n bepaalde medium, verskillend is vir verskillende persone of groepe binne 'n organisasie.

- *Sosiale inligtingsprosesseringsmodel:* Hierdie benadering is geïntegreer met meer tradisionele benaderings tot mediagebruik, wat sê dat mediakeuse hoofsaaklik rasioneel van aard is. Hiervolgens word houdings teenoor media, wat mediakeuse beïnvloed, gevorm op grond van uitsprake en gedrag van ander persone, sowel as eie vorige verbintenisse en gedrag, wat binne 'n sosiale konteks ge-uiter word (Steinfeld & Fulk, 1987:484; Fulk et al, 1987:536-537).

Vir toekomstige navorsing oor "nuwe media" word aanbeveel dat hierdie benadering uitgebrei word om nuwe bronne van sosiale inligting in ag te neem, byvoorbeeld inligting wat deur middel van die nuwe media self oorgedra word (Steinfeld & Fulk, 1987:487).

- *Simboliese interaksionisme:* Hiervolgens word op die simboliese betekenis van kommunikasie via "nuwe media" gefokus, sowel as op hoe die simboliese betekenis van kommunikasie via meer tradisionele media beïnvloed word, deur die teenwoordigheid van 'n nuwe medium soos elektroniese pos (Steinfeld & Fulk, 1987:487; Trevino et al., 1987).

Volgens die simboliese interaksionistiese raamwerk kan enigiets as 'n simbool en dus as 'n moontlike bron van betekenis vir die ontvanger beskou word. Hiervolgens kan 'n kommunikasiedium ook simboliese leidrade oordra, bo en behalwe die inhoud van die boodskap self. Die bestuurder wat 'n werknemer na 25 jaar diens slegs met 'n elektroniese posboodskap gelukwens, dra sodoende op simboliese vlak die boodskap oor dat hy nie werklik omgee nie. Op dieselfde wyse sal 'n bestuurder wat sy outoriteit oor 'n sekere saak wil bevestig, eerder formele geskrewe kommunikasie daarvoor gebruik, as byvoorbeeld elektroniese pos. Daar kan dus geredeneer word dat die medium self die boodskap is (Trevino et al., 1987:558-559; Trevino, Daft & Lengel, 1990:85). Volgens Steinfield en Fulk (1987:487) is navorsing oor die simboliese betekenis van "nuwe media" soos elektroniese pos nodig.

- Diffusie van innovasies/Kritiese massateorie: Die tradisionele teorie oor die diffusie van innovasies is nie gepas om onveranderd op die studie van interaktiewe media toe te pas nie, aangesien daar 'n wederkerige interafhanklikheid tussen die gebruikers van hierdie media bestaan. Elke nuwe gebruiker trek meer voordeel uit die gebruik van die medium, omdat daar meer en meer gebruikers is om mee te kommunikeer. Sodoende word die eerste aanvaarders terselfdertyd ook bevoordeel.

sateorie handel oor die omstandighede wat daartoe sal lei dat 'n kritiese massa van gebruikers tot stand kom, sodat 'n innovasie soos elektroniese pos momentum sal kry en meer en meer persone sodoende begin om die medium te gebruik (Markus, 1987; Markus, 1990).

DIE PLEK VAN ELEKTRONIESE POSNAVORSING BINNE DIE KOMMUNIKASIEKUNDE

In die verlede is die studieveld van die Kommunikasiekunde in twee gedeeltes deur die onderskeid wat tussen interpersoonlike en massakommunikasie gemaak is. Met die koms van die "nuwe media", soos elektroniese pos, is bogenoemde onderskeid nie meer voldoende nie. Navorsers en teoretici wat hierdie media bestudeer, het 'n derde kategorie bygevoeg, naamlik interpersoonlike kommunikasie met behulp van tegnologie. Hierdie nuwe kategorie van kommunikasie, waarbinne elektroniese poskommunikasie ook val, bevat eienskappe van beide interpersoonlike, sowel as massakommunikasie, maar openbaar ook belangrike verskille (Rogers, 1986:3; Reardon & Rogers, 1988; Lesis, 1991:202).

Elektroniese pos kan vir doeleindes van interpersoonlike, sowel as klein-groepkommunikasie gebruik word, veral binne die konteks van organisasiekommunikasie. Dit kan egter ook buite die organisasiekonteks gebruik word vir wêreldwye kommunikasie.

Die aannames van die Kritiese mas-

Hoewel die nuwe media, soos reeds genoem, die potensiaal het om die aard van menslike kommunikasie ingrypend te verander, word 'n tegnologiese deterministiese benadering binne die Kommunikasiekunde verwerp (Rogers, 1986:23; Kimble & McLoughlin, 1994:173; Rogers & Picot, 1985:108; Reese et al, 1987:676). Volgens hierdie benadering is tegnologie die hooforsaak van veranderinge in die samelewing en menslike faktore is minder belangrik. Rogers (1986:8) toon aan dat baie veranderinge wel aan nuwe tegnologiese ontwikkelinge toegeskryf kan word, maar dat dit steeds die mens is wat hierdie tegnologie gebruik. Die wyse waarop die mens die tegnologie aanwend kan dus ingrypende veranderinge in die samelewing of in die aard van kommunikasie veroorsaak.

In Afdeling 7 is verskeie teoretiese perspektiewe aangedui wat gebruik kan word vir verdere navorsing oor elektroniese posgebruik. Vervolgens word die belangrikste leemtes uitgelig waarvoor navorsing vanuit 'n Kommunikasiekunde perspektief nodig is. Vanselfsprekend is dit nie 'n volledige lys van alle moontlikhede nie:

- Faktore wat die aanvaarding en gebruik van elektroniese pos beïnvloed (verkieslik gedoen in 'n organisasie oor 'n tydperk, voordat die netwerk beskikbaar is, tydens beskikbaarstelling en vir 'n geruime tyd daarna);
- Gebruikspatrone (hier gaan dit oor die redes/doelwitte vir gebruik en voorkeure vir verskillende kommunikasiemedie in hierdie verband);
- Beheer en mediabeleid ten opsigte

van nuwe media (nie net elektroniese pos nie, maar al die fasiliteite wat via Internet beskikbaar is, is hierby betrokke);

- Sosiale effekte van die gebruik van elektroniese pos (hoe word die aard van kommunikasie daardeur beïnvloed en verander)

SLOT

Verskeie tekortkominge is in studies wat tot dusver oor elektroniese pos en ander interaktiewe media gedoen is, geïdentifiseer. Hierdie tekortkominge word vervolgens kortliks saamgevat.

Vorige navorsing oor interaktiewe media is selde aan die hand van kommunikasie- of ander teorieë onderneem, wat dit moeilik maak om navorsingsresultate te integreer en te vergelyk (Steinfeld & Fulk, 1987:479; Holmes, 1995:461). Hierdie navorsingsresultate is selde veralgemeenbaar, aangesien slegs een organisasie in die meeste gevalle ondersoek is. Ondersoeke is, dikwels onder beheerde laboratoriumomstandighede uitgevoer, wat die veralgemening van die resultate problematies maak. 'n Verdere leemte is dat hierdie studies slegs op gebruikers van interaktiewe media gefokus het, sonder om aandag te gee aan die niegebruikers, wat ook toegang tot die medium het (Markus, 1987:505).

Daar is 'n groot leemte met betrekking tot navorsing oor elektroniese pos en ander "nuwe media" in Suid-Afrika, veral met die huidige wêreldwye groei van nuwe gebruikers van Internet. Dit is

egter 'n navorsingsgebied wat so vinnig ontwikkel as wat die tegnologie ontwikkel - dit is dus byna onmoontlik om aktuele onderwerpe in hierdie verband na te vors sodat die resultate steeds aktueel is wanneer dit verskyn. Die oomblik wanneer 'n mens iets op papier sit, is dit feitlik alreeds verouderd. Daar is dus werklik 'n uitdaging aan kommunikasiekundiges in Suid-Afrika, soos in ander wêrelddele waar meer navorsing hieroor reeds gedoen is.

BIBLIOGRAFIE

- ANDRIESSEN, J.H.T.H. 1989. Nieuwe media in organisaties: gebruik of niet. In H. Bouwman & N. Jankowski, (reds.) *Interaktiewe media op komst*. Amsterdam: Otto Cramwinckel:17-27.
- ANON. 1995. Information Superhighway Conference, 28, 29 August. *Bekendstellingspamflet*, AIC Conferences, Bryanston.
- ANON. 1996. Internet '96, beyond the hype: Critical issues you need to know to do business on the net. 25, 26 April. *Bekendstellingspamflet*, AIC Conferences, Bryanston.
- BOUWMAN, H. & JANKOWSKI, N., (reds.) 1989. *Interactive media op komst*. Amsterdam: Otto Cramwinckel.
- BURGELMAN, J.C. 1992. Assessing information technologies and telecommunications services: the case of developing countries. *Communicatio*, vol. 18(2):64-77.
- CULNAN, M. & MARKUS, L. 1987. Information technologies. In F. Jablin, L. Putnam, K. Roberts & L. Porter, (eds.) *Handbook on organizational communication*. Newbury Park: Sage:420-443.
- DURLAK, J.T. 1987. A typology for interactive media. In M. McLaughlin (ed.) *Communication Yearbook 10*. Newbury Park: Sage:743-757.
- EASTES, V.J. 1996. Persoonlike mededeling aan outeur. Potchefstroom.
- FORESTER, T. 1988. *High Tech Society: The story of the information technology revolution*. Cambridge: MIT.
- FULK, J., SCHMITZ, J. & STEINFELD, C.W. 1990. A social influence model of technology use. In J. Fulk & C. Steinfield, (eds.) *Organizations and communication technology*. Newbury Park: Sage:102-125.
- FULK, J., STEINFELD, C.W., SCHMITZ, J. & POWER, J.G. 1987. A social information processing model of media use in organisations. *Communication research*, vol. 14(5):529 - 552.
- GARTON, L. & WELLMAN, B. 1995. Social impacts of electronic mail in organisations: A review of the research literature. In B.R. Burleson, (ed.) *Communication Yearbook 18*. Thousand Oaks: Sage:434-453.
- GIULIANO, V.E. 1986. The mechanization of office work. In T. Forester, (ed.) *The information technology revolution*. Cambridge: MIT:298-311.
- HILTZ, S.R. & TUROFF, M. 1978. *The network nation: Human communication via computer*. Reading:

Addison-Wesley.

- HIRSCHHEIM, R.A. 1985. *Office automation: A social and organizational perspective*. Chichester: John Wiley & Sons.
- HOLMES, M.E. 1995. Don't blink or you'll miss it: Issues in electronic mail research. In B.R. Burleson, (ed.) *Communication yearbook 18*. Thousand Oaks: Sage:454-463.
- IMMEL, A.R. 1986. The automated office: Myth versus reality. In T. Forester (ed.) *The information technology revolution*. Cambridge: MIT:312-321.
- KERR, E.B. & HILTZ, S.R. 1982. *Computer-mediated communication systems: Status and evaluation*. New York: Academic Press.
- KIESLER, S., SIEGEL, J. & MCGUIRE, T.W. 1984. Social psychological aspects of computer-mediated communication. *American Psychologist*, vol. 39(10):1123-1134.
- KIMBLE, C. & MCLOUGHLIN, K. 1994. Changes to the organisation and the world of managers following the introduction of an integrated information system. In R. Mansell, (ed.) *The management of information and communication technologies: Emerging patterns of control*. London: Aslib:165-181.
- LESLIS, L.K. 1991. Interactive communication technologies in organizations. *Communication education*, vol. 40(2):202-212.
- MARKUS, M.L. 1987. Toward a "critical mass" theory of interactive media: Universal access, interdependence and diffusion. *Communication research*, vol. 14(5):491-511.
- MARKUS, M.L. 1990. Toward a "critical mass" theory of interactive media. In J. Fulk & C. Steinfield, (eds.) *Organizations and communication technology*. Newbury Park: Sage:64-84.
- NAUDÈ, A.M.E. 1995. *Die aanvaarding van elektroniese pos deur akademiese aan enkele Afrikaanse universiteite*. Ongepubliseerde M.A. verhandeling. PU vir CHO, Potchefstroom.
- NEUSTADT, R.M. 1986. Electronic politics. In T. Forester, (ed.) *The information technology revolution*. Cambridge: MIT:561-568.
- OGAN, C. 1993. Listserver communication during the Gulf War: What kind of medium is the electronic bulletin board. *Journal of broadcasting & electronic media*, vol. 37(2):177-196.
- RAFAELI, S. 1988. Interactivity: From new media to communication. In R.P. Hawkins, J.M. Wiemann & S. Pingree, S, (eds.) *Advancing communication science: Merging mass and interpersonal processes*. Newbury Park: Sage:110-134.
- REARDON, K.K. & ROGERS, E.M. 1988. Interpersonal versus mass media communication: A false dichotomy. *Human communication research*, vol. 15(2):110-121.
- REESE, S., SHOEMAKER, P. & DANIELSON, W. 1987. Social correlates of public attitudes toward new communication technologies. *Journalism quarterly*, vol. 63(4):675-682.

- RICE, R.E. 1980. The impacts of computer-mediated organizational and interpersonal communication. In M.E. Williams, (ed). *Annual review of information science and technology*, vol. 15:221-249.
- RICE, R.E. & CASE, D. 1983. Electronic message systems in the university: a description of use and utility. *Journal of communication*, vol. 33:131-152.
- RICE, R.E. 1984. *The new media: Communication, research and technology*. Beverly Hills: Sage.
- RICE, R.E. 1987a. Computer-mediated communication and organizational innovation. *Journal of communication*, vol. 37(4):65-94.
- RICE, R.E. 1987b. New patterns of social structure in an information society. In J.R. Schement, L. Lievrouw. (eds.) *Competing visions, complex realities: Social aspects of the information society*. Norwood: Ablex:107-120.
- RICE, R.E. 1993. Media appropriateness: Using Social presence theory to compare traditional and new organizational media. *Human communication research*, vol. 19(4):451-484.
- ROGERS, E.M. & PICOT, A. 1985. The impacts of new communication technologies. In E.M. Rogers & F. Balle, (eds.) *The media revolution in America and in Western Europe*. Norwood: Ablex:108-133.
- ROGERS, E.M. 1986. *Communication technology: The new media in society*. New York: The free press.
- SALAMON, A. 1995. *Maintaining the security and integrity of the Internet*. Unpublished presentation. Information Superhighway Conference, 28,29 Augustus, Midrand.
- SCHAEFERMEYER, M.J. & SEWELL, E.H. 1988. Communicating by electronic mail. *American behavioral scientist*, vol. 32(2):112-123.
- SCHMITZ, J. & FULK, J. 1991. Organizational colleagues, media richness, and electronic mail: A test of the social influence model of technology use. *Communication research*, vol. 18(4):487-523.
- SCHULTHEIS, R. & SUMNER, M. 1989. *Management information systems: The managers' view*. Homewood: Irwin.
- SPROULL, L. & KIESLER, S. 1986. Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communication. *Management science*, vol. 32:1492-1512.
- SPROULL, L.S. 1986. Using electronic mail for data collection in organizational research. *Academy of management journal*, vol. 29(1):159-169.
- STAIR, R.M. 1992. *Principles of information systems: A managerial approach*. Boston: Boyd & Fraser.
- STEINFIELD, C.W. & FULK, J. 1987. On the role of theory in research on information technologies in organizations. *Communication research*, vol. 14(5):479-490.
- STEINFIELD, C.W. 1986a. Computer-mediated communication systems. In M.E. Williams, (ed.) *Annual review of information science and technology*, vol. 21. New York: Knowledge Industry

- Publications:167-202.
- STEINFIELD, C.W. 1986b. Computer-mediated communication in an organizational setting: explaining task-related and socio-emotional uses. In M. McLaughlin, (ed.) *Communication yearbook 9*. Beverly Hills: Sage:777-804.
- TREVINO, L.K., DAFT, R.L. & LENGEL, R.H. 1990. Understanding managers' media choices: A symbolic interactionist perspective. In J. Fulk & C. Steinfield, (eds.) *Organizations and communication technology*. Newbury Park: Sage:85-101.
- TREVINO, L.K., LENGEL, R.H. & Daft, R.L. 1987. Media symbolism, media richness, and media choice in organizations. *Communication research*, vol. 14(5):553-574.
- VALACICH, J.S., PARANKA, D., GEORGE, J.F. & NUNAMAKER, J.F. (Jr.) 1993. Communication concurrency and the New Media: A new dimension for media richness. *Communication research*, vol. 20(2):249-276.
- VERVEST, P.H.M. 1987. *Innovation in electronic mail: Towards open information networks - Perspectives on innovation policy*. Amsterdam: Elsevier Science Publishers.
- WALTHER, J.B. 1992. Interpersonal effects in computer-mediated interaction - a relational perspective. *Communication research*, vol. 19(1):52-90.
- WAYNE, F.S. & DUWALDER, D.P. 1994. *Communicating in business: An action-oriented approach*. Burr Ridge: Irwin.D.P. 1994. *Communicating in business: An action-oriented approach*. Burr Ridge: Irwin.
- WEBER, W.C. 1992. An interactive systems model derived from experts' perceptions of human-computer issues. *Educational technology research and development*, vol. 40(1):29-39.
- WILLIAMS, F. 1987. *Technology and communication behavior*. Belmont: Wadsworth.
- WILLIAMS, F. 1989. De nieuwe media: enkele conceptuele parameters. In H. Bouwman & N. Jankowski, (reds.) *Interaktieve media op komst*. Amsterdam: Otto Cramwinckel:28-38.
- WILLIAMS, F., RICE, R.E. & ROGERS, E.M. 1988. *Research methods and the new media*. New York: The free press.