

汉语电子邮件中请求语言之使用

台湾师范大学华语文教学研究所

林亭序

salivacat@gmail.com

提要

以往对电子邮件请求语言之研究，多针对英语语言进行讨论，而对于汉语电子邮件请求语言的分析，文献中则较为罕见。本研究透过访谈及在线问卷方式，搜集台北汉语母语者近年来所写过的请求类电子邮件，分析其透过电子邮件请求受话者行动时，所偏好的策略以及较常采用的邮件标题内容，并探讨相对权势及社会距离对请求语言的影响。结果发现，首先，整体而言，透过电子邮件的请求，在主体策略上偏好「询问允许」，以助动词「可以」构成问句，探询受话者对请求事件的许可。其次，相对权势在以电子邮件为媒介的沟通中，对请求策略选用的影响有限。本文认为，这是由于网络交际缺乏副语言，加重了发话者对「清晰度」及「礼貌」的双重考虑，而淡化了相对权势的作用，并使发话者偏好规约型间接策略。另一方面，本文也发现，社会距离对电子邮件请求策略的选用，影响较为明显，显示网络环境中圈外人和圈内人的区分比地位高低来的重要。在邮件标题方面，本研究则发现，请求邮件标题之撰写以明确显示主题为主要考虑，而对地位较高或关系疏远者，则又加入更多礼貌手段，以提高请求被接受的机会。

关键词：请求言语行为、电子邮件、CMC

1. 前言

1.1 研究背景和目的

「请求」为人际互动中常见的行为。近十几年来，随着网络兴起，以电脑为媒介（computer-mediated）的交际增加，透过网络的请求言语行为，也逐渐成为语用学研究的热点之一；其中，以电子邮件为媒介的请求，由于其普及与实用，更是广受学者关注。相关研究发现，透过电子邮件的请求，一方面受到网络媒介影响，呈现与面对面交谈不同的特色；另一方面，又因私人电邮不具匿名性，且通信双方的关系通常明确，而使请求时所采取的语言，如面对面交谈般，受到各种人际与情境变因制约（Biesenbach-Lucas, 2007; Bloch, 2002; Zhu, 2005）。

过往研究使我们对电子邮件之请求行为有了一定认识；然而，对于「汉语电子邮件中的请求言语行为」，既有研究仍嫌不足，尚待后人深入探索。首先，以往针对请求类电子邮件的研究，多偏重于邮件内文的分析，对于收件者第一眼所见之「邮件标题」，则较少提及。此外，目前对于电子邮件请求语言之分析，仍以英语语言为主，针对汉语电邮的研究，于文献中则较为罕见。汉语为世界上重要的语言之一，而在学习中文人数持续增加、网络科技日益重要的今日，对于汉语电邮请求语言之研究，可说是甚有价值，亦能有效补足现有文献之缺口。

综合以上所述，本文拟从「邮件标题」及「内文策略」，分析汉语电子邮件中的请求行为。本文期望此研究成果一方面能补充现有文献的不足，另一方面，也能为对外汉语电邮写作教学，提供理论参考。

1.2 范围定义

过往研究指出，请求言语行为，依其要求内容及动作执行者之不同，可分为三个次类：「请求受话者行动」(request for action)、「请求受话者允许」(request for permission)，以及「询问信息」(request for information)（Fukushima, 2000, p.75; Trosborg, 1995, p.186; Tsui, 1994, p.96-102）。其中，「请求受话者行动」表示发话者请求受话者执行某个非口语的动作，为请求言语行为最典型的类型；「请求受话者允许」表示发话者请求受话者允许自己做某件事；「询问信息」则表示发话者请求受话者口头提供某项信息。

为避免执行对象或响应方式不同对语言可能造成的影响，本文分析将专注于「请求受话者行动」的语料，并参考 Searle (1979)、Trosborg (1995) 和 Usó-Juan (2010) 的论述，将「请求受话者行动」之言语行为定义如下：

- (1) 发话者希望受话者做某事。
- (2) 发话者认为受话者有能力做这件事。
- (3) 此动作是受话者未来的行为。
- (4) 发话者的动机乃出于对自身利益或愿望之考虑，且通常动作的完成将使发话者比受话者获益更多。

2. 文献探讨

2.1 请求言语行为及汉语口语请求研究

对请求言语行为研究最具规模、最有影响力的专著之一，当推Blum-Kulka、House

与 Kasper (1989) 的「跨文化言语行为执行计划」(The Cross-Cultural Speech Act Realization Project, 简称CCSARP)。他们采「语篇补全测试」(Discourse-Completion Test), 搜集来自七国的语料, 并以其为基础, 建立出请求言语行为的策略架构。他们认为, 一组请求行动可包含四个部分:「起始语」(alerters)、「中心行为」¹ (head acts)、「支持策略」(supportive moves), 以及「内部修饰」(internal modifications) (Blum-Kulka et al., 1989, p. 17-19)。其中,「中心行为」指可以独立完成请求行动的句子, 是请求行为最核心的部分;「支持策略」为独立于中心行为外的其他句子, 可出现在中心行为之前或之后, 用提供理由、威胁、应允奖励…等各式各样的手段协助请求行动 (Blum-Kulka et al., 1989, p. 17-19)。Blum-Kulka等人 (1989) 并将「中心行为」(head act) 所采取的策略依其直接程度分为九个等级, 并将这九种策略分别划入「直接策略」(direct strategies)、「规约型间接策略」(conventionally indirect strategies), 「非规约型间接策略」(nonconventionally indirect strategies) 等三个大项中。

Blum-Kulka 等人 (1989) 发现, 不同背景的母语者, 在请求时都最常采用兼顾「礼貌」和「清晰度」的「规约型间接策略」, 而这点也受到日后其他研究支持 (Lin, 2009; Van Mulken, 1996; Viet, 2010)。另一方面, 后来的研究也指出, 对于「规约型间接策略」中「次类策略」(substrategies) 的偏好 (Lin, 2009), 或中心行为策略及支持策略和内部修饰的搭配选择 (Van Mulken, 1996), 都会因语言文化而有所不同。Lin (2009) 透过「语篇补全测试」, 搜集了美国英语母语者、台湾汉语母语者, 以及台湾英语学习者之请求语料, 并详细分析受试者在「规约型间接策略」的「探询」(query preparatory) 策略中所偏好的语言形式, 发现汉语母语者大量使用了「可以...」、「可不可以...」这类「询问允许」的句型来进行请求; 而英语母语者进行请求时则最偏好「能不能...」这类「询问能力」的句子。Lin (2009) 因此认为, 分析请求语料时须将大类策略加以细分, 并详细讨论次类策略的使用 (Lin, 2009, p. 1655)。

此外, Blum-Kulka 等人 (1989) 也提出,「中心行为」策略的直接程度, 会受到「相对权势」(relative power)、「社会距离」(social distance)、「发话者权利」(right)、「受话者义务」(obligation)、「事件难度」(difficulty) ...等情境变因之影响。其中, 针对汉语的研究发现, 影响汉语口语请求策略最重要的变因, 为「相对权势」和「社会距离」。Hong (1996) 的研究发现, 汉语请求时所采用的称谓和支持策略, 皆会因「相对权势」和「社会距离」之不同, 而有不同表现; 其中, 高位者对低位者进行请求时, 采取的支持策略种类仅有「低位者对高位者」或「同辈之间」的一半 (Hong, 1996)。胡晓琼 (1999)、徐晓燕 (2005)、熊晓灿 (2006), 及苏文妙 (2003) 等学者则指出, 以汉语进行请求时, 「直接策略」通常出现于上位者对下位者, 或家人、熟人之间的请求语言当中; 而「间接策略」则多见于下位者对上位者, 或是较为疏远的平位关系中。学者们认为, 这是由汉人社会重视阶级, 并且对「圈内人」和「圈外人」区分明确, 因此「被请求者的社会地位越高、年龄越大、双方关系越疏远...间接或暗示的程度就越大」(苏文妙, 2003, 页 28)。

2.2 以电脑为媒介的交际及汉语电子邮件请求研究

¹ 本文对 Blum-Kulka 等人 (1989) 之架构中专有名词的翻译, 大部份采谢佳玲 (2009), 其余自译。

网络做为交际媒介，有许多与面对面交谈或电话交谈不同之处，例如：传统副语言(paralanguage)的缺乏、社交临场感(social presence)较低、较为「去个人化」(impersonal) (Short、Williams & Christie, 1976) 等等；Cultan 和 Markus (1987) 称这个现象为「线索滤净」，认为网络交际中的人际讯息较面对面交谈少，而使交际参与者对交谈场景、地位关系等社会情景的敏感度降低 (Cultan & Markus, 1987, p. 423-429)。事实上，Dubrovsky、Kiesler 及 Sethna 等人 (1991) 和 Tan、Wei、Watson 及 Walczuch 等人 (1998) 的研究都发现，在以合议方式做出决定的情况中，与面对面谈话相较，阶级关系在以网络为媒介的讨论中较不明显。

对于上述观点，Walther (1996) 则提出了不同的诠释。他指出，以往研究所观察到的网络交谈中「去个人化」之现象，很可能是发话者刻意作出的选择：「作决定」等以任务为导向的活动，若能不掺入人际互动之影响，更能有效达成目标。Walther (1996) 并指出，事实上，以电脑为媒介的交际也常用于需大量人际互动的活动，如恋爱交友，而非绝对地「去个人化」。据此，Walther (1996) 对网络交际的特色提出另一个理论：「超人际互动」(Hyperpersonal Interaction)。「超人际互动」指出，由于网络交际「滤净」了许多非语言线索，也没有社交临场的压力，因此参与者更能够依其所愿，自由选择所欲使用的语言，呈现出自己希望别人所看到的形象；尤其在非同步的网络交际中，参与者有时间构思并编辑修改即将发出的讯息，而有机会让网络语言变得比面对面交谈更有利于社交 (socially desirable) (Walter, 1996, p. 17)。

此外，Cultan 和 Markus (1987)、Dubrovsky 等人 (1991)，以及 Tan 等人 (1998) 所提出的「网络交际对地位关系敏感度较低」之现象，恐怕也仅局限于部份网络交际平台中，如以任务为导向的视频会议，或谢佳玲 (2009) 所观察的匿名网络论坛。就电子邮件而言，近十几年来的研究大都显示，电子邮件所使用的语言，如同面对面交谈般，受到了「相对权势」(Volckaert-Legrier et al., 2009)、「事件负担程度」(Duthler, 2006; Biesenbach-Lucas, 2007) 等情境变因制约；同时，对请求策略种类的偏好也会因文化不同而有所差异。Yeung (1997) 考察香港地区以中文或英文写成的商务电子邮件，发现中文母语者在请求邮件大量使用了「感谢」策略，而这点与英语母语者极为不同。英语母语者倾向认为这种感谢手段不礼貌，因其加重了请求的力度，仿佛要受话者「非这么做不可」，而让受话者感到压迫；中文母语者则对负债较为敏感 (debt-sensitive)，而会在语言中使用更多的「感谢」策略，承认自己有欠于对方 (acknowledgment of indebtedness) (Yeung, 1997)。

其他相关研究则更详细地讨论了策略类型的选用。Zhu (2005) 考察英语母语者及汉语母语者所撰写的英文商务电子邮件，发现汉语母语者和英语母语者所偏好的外部支持对策都是「提出理由」(grounders)。罗美娜 (2010) 则分析中国学生用英语写给不熟悉美籍教授之请求电子邮件，发现主体策略的使用频率以「探询」(query preparatory) 最高、「需求陈述」(want statement) 次之、「祈使句」(mood derivable) 第三。外部支持对策方面，则以「自我介绍」出现频率最高，「提出理由」次之，有一半的学生还使用了「道歉」的策略，而其他策略包括「寒暄语」、「恭维赞扬」、「感谢语」、「降低损失」(cost minimizer)、「期望」等等 (罗美娜, 2010)。谢佳玲 (2009) 对台湾网络论坛上

求助语言的研究则发现，发话者进行求助时所使用的辅助策略，以词汇手段的「请类」词汇为主，而「致谢」及「理由」则分别为使用频率第二及第三的策略。

2.3 小节

以往研究对网络交际及请求言语行为，皆提出了精辟的分析，但以汉语请求类电子邮件为主的讨论，仍不多见。以下本文将就「相对权势」和「社会距离」这两个影响汉语口头请求较为显著的变项，从「邮件标题」、「主体策略」和「支持策略」等方面，深入讨论台北地区汉语电子邮件中，「请求受话者行动」的语言表现。

3. 研究方法

3.1 语料搜集

本研究透过网络问卷及一对一付费访谈，搜集现居于台北的汉语母语者近年所撰写的请求类电子邮件。语料搜集期间为 2011 年 4 月至 5 月。网络问卷乃透过 google 系统设计；受访者则是经由台湾大学 BBS 站「批踢踢」(telnet://ptt.cc)之打工版(part-time) 征求。

本研究访谈共有 30 位参与者，网络问卷则搜集到来自 8 位母语者的信件；从访谈和问卷中所取得的请求类电子邮件共 225 封，其中有 140 封为「请求受话者行动」的邮件。这些邮件，依收件对象之「相对权势」(地位较高或地位相当)和「社会距离」(亲近、普通、疏远)之不同分为六组；其中，本文仅分析收件对象为「关系疏远」和「关系亲近」的四组；在这之中，「收件者地位相当、关系疏远」组 18 封，「收件者地位相当、关系亲近」组 42 封，「收件者地位较高、关系疏远」组的信件有 39 封，「收件者地位较高、关系亲近」组 11 封。分析时，为了平衡各组信件数量，对于前三组，皆仅以随机抽样方式取其中 11 封进行分析，加上「收件者地位较高、关系亲近」组的信件共计 44 封。具体分布如表 3-1 所示：

表 3-1 各组邮件数量分布

相对地位 彼此关系	收件者地位较高	收件者地位 与发件人相当	合计
关系疏远	11 封	11 封	关系疏远：22 封
关系亲近	11 封	11 封	关系亲近：22 封
合计	地位较高：22 封	地位相当：22 封	共计：44 封

这 44 封邮件分别由 25 位参与者所撰写，其中 20 封信为男性所写，另 24 封信则出于女性之手。撰写者年龄在 19 岁到 34 岁之间，多为大学生或研究生，并包含 2 位上班族、1 位研究助理，及 1 位自由业者。邮件寄送时间最早为 2008 年 11 月 6 日，最晚为 2011 年 4 月 25 日；邮件内容以工作或学业相关的请求为主，包括约时间咨询或访谈、协助处理工作或学业上的问题、请写推荐函、商借学业或工作上所需物品、索取证明、帮忙打印或上传档案、请转寄或帮忙转寄资料…等等。

3.2 分析架构

本文从「主体策略」、「外部支持对策」，及「标题内容」等方面，分析「相对权势」和「社会距离」对汉语电子邮件中请求语言的影响。以下将具体说明本研究的分析架构。

3.2.1 主体策略

「主体策略」意指请求的中心行为所采用的策略。所谓「中心行为」, 本文采 Blum-Kulka 等人 (1989) 的定义, 认为指的是可以独立完成「请求受话者行动」的句子, 是请求言语行为最核心的部分。对于请求受话者行动的主体策略, 本文采用 Blum-Kulka 等人 (1989) 的架构, 并参考 Lin (2009) 的建议和谢佳玲 (2009) 的框架, 将「探询」(query preparatory) 策略细分为数个次类, 再根据本研究语料稍作修正, 整理出八种不同主体策略如下:

(1) 祈使应允: 以祈式句的形式请受话者做某件事, 是最为直接的策略, 例如:「帮我印昆虫邮票」、「烦请您提供软硬件设备清单给老师的助理」等等。

(2) 义务陈述: 以「(你)可以...」、「(你)应该...」等助动词所引导的直述句, 描述受话者应尽的义务, 以达要求对方做事的目的, 属于直接策略。例如:「9/21 前各位应完成其报告」、「可以跟我说怎么做」等等。

(3) 需求陈述: 以直述句说明发话者的需求, 常以「想」、「希望」等动词引出, 属于直接策略。例如:「也很希望老师如果有空, 能写些鼓励的话给他」、「有的话希望能传给我」等等。

(4) 询问能力: 发话者以「能」或「可以」等助动词构成疑问句, 并采受话者观点, 询问受话者是否有能力执行某动作, 以传达发话者希望受话者做某事的讯息, 属于规约型间接策略中的「探询」。例如:「能否接受我们的访谈?」、「冒昧请问老师不知是否能帮我写?」等等。

(5) 询问意愿: 发话者以助动词「愿意」构成疑问句, 并采受话者观点, 询问受话者是否有意愿执行某动作, 以传达发话者希望受话者做某事的讯息, 属于规约型间接策略中的「探询」。例如:「请问老师愿不愿意抽空和我们谈谈特殊教育在台湾这个大环境的整体情况」。

(6) 询问允许: 以「能」或「可以」等助动词构成疑问句, 并采发话者观点, 询问自己能否拜托受话者做某动作; 或以直述句叙述需求, 并加上「好吗?」等反问句, 询问受话者是否答应。「询问允许」亦属于规约型间接策略中的「探询」。例如:「之前你整理好寄给我们的通讯簿可以麻烦再寄一次给我吗?」、「不知可否先用此封邮件先行报名呢?」、「我找妳聊聊好吗?」、「能否和你将时间改至 5/3 (二)?」等等。

(7) 询问可行性: 发话者以「不知是否方便...?」等句型, 询问受话者执行某个动作的可行性, 以表达自己希望对方这么做, 属于规约型间接策略中的「探询」。例如:「不知你是否方便将这个讯息转寄给他们?」、「不晓得下周一前方便先跟妳借来让老师检查吗?」等等。

(8) 间接暗示: 描述跟问题相关的情况, 或询问相关问题, 间接向受话者表示希望对方做某件事, 属于非规约型间接策略。例如, 学生迟交作业但又希望老师能让自己通过, 便去信表示「不知道有没有什么补救的方法, 都很愿意配合」。

3.2.2 外部支持对策

「外部支持对策」, 也就是 Blum-Kulka 等人 (1989) 所指的「支持策略」(supportive moves), 为独立于中心行为外的其他句子, 可出现在中心行为之前或之后, 以缓和询

问力道或加强询问强度的方式协助请求行为。本文参考 Blum-Kulka 等人 (1989) 和谢佳玲 (2009) 所提出的支持策略种类, 发现本研究中的语料共采取了十种外部支持对策:

(1) 提出理由: 解释提出请求的前因后果, 并说明需要受话者做某事的合理性或必要性, 希望能促使受话者照发话者的要求去做, 例如: 「因为O大活动报名系统无法登入, 而又眼看着名额只剩二十来人」²、「这样我还有一点时间可以把我的想法写得清楚一点…」等等。

(2) 表达感谢: 对可能帮助自己的受话者表达感谢之意, 以示礼貌, 例如: 「先感谢妳了～～ ><」、「感谢你的帮忙:)」、「非常谢谢老师的耐心!」等等。

(3) 自认身分: 在信件中做简短的自我介绍, 让受话者知道发话者的身分和两人间的关系, 提高自己的请求被接受的机会, 如: 「我的学号系级是 OO 四 XXX B*****」、「我是今年大四的学生, 正在准备研究所考试」、「我是 OO 的志工」等等。

(4) 寒暄: 提及自身近况、受话者近况, 或两人之间的关系或共同活动, 藉此拉近与受话者的距离, 提高请求被接受的机会, 例如: 「XX^^ 希望你有顺利拿到光盘, 我可是千辛万苦才送到喔」、「另外是 没想到 OO 居然这么开放 影展有放这部!!」等等。

(5) 降低负担: 表示不勉强受话者提供帮助, 降低请求加于受话者身上的压力, 以达到礼貌效果。常以条件句式出现, 例如: 「妳最近有空的话」、「如果方便的话」、「以你的方便性为主!!!」、「可以了解, 如果太麻烦的话!」等等。

(6) 表示歉意: 承认自己的请求打扰到受话者, 并对此表达歉意, 有缓和请求力度的功能, 例如: 「不好意思」、「很抱歉临时换时间, 造成你的困扰」等等。

(7) 预备行动: 在真正提出请求前, 明示或暗示受话者接下来自己将对其做出要求, 例如: 「想在这里麻烦妳一件事情」、「我想请问一下」等等。

(8) 重复请求: 在中心行为外, 以其他句子重复表达自己希望受话者作某件事, 有加强请求力度的效果, 例如: 「可能要请您早一点给我论文的回复」。

(9) 恭维赞美: 称赞受话者, 诉诸其积极面子, 以使其更可能接受自己的请求。例如: 「记得大二修老师您的货币银行学时 对老师生动认真的讲课内容印象深刻」、「当时还听说老师爱打羽球想参加系羽 和我们这一届的其他同学互动很好」等等。

(10) 解除防备: 在言语上消除可能会造成受话者拒绝的因素, 例如: 「仅作为作业参考, 不会抄袭或外流」。

3.2.3 标题内容

本文所分析的邮件里, 标题内容可区分为六种成份, 个别成份单独或两、三种成份同时存在一封邮件的标题中:

(1) 明示主题: 标题中提及与询问之内容相关的关键词词, 例如: 「关于 XX」、「行政法实例演习」、「OO 乙第八组_媒体融入教学架构」等等。

(2) 称呼: 标题中有对受话者的称呼, 如: 「X 老师」、「XXX 学弟~」等等。

(3) 主体策略: 在进入内文前, 标题中便已明确提出请求; 或者内文中完全没有主体策略, 而中心行为仅存于标题中。在标题中出现的主体策略, 仅有「祈使应允」、「需

² 本文引用的邮件内容皆来自访谈或问卷之语料, 为了保护当事人隐私, 专有名词部分皆予以删除, 改以「O」、「X」等代号代替。

求陈述」、「询问能力」三类。例如：「帮我借书～～～」、「想找你聊聊...」、「不知老师能否帮我写推荐信...」等等。

(4) 问候语：如「您好」、「妳好」等问候受话者的词语。

(5) 外部支持对策：在标题中出现外部支持对策，有「预备行动」、「提出理由」、「表达感谢」，及「表示歉意」，有时会搭配主体策略出现。例如：「有件事想拜托您」、「这星期要交心得作业!」、「不好意思我今天没有点到名~」、「多谢啰」等等。

(6) 自认身分：在标题中表明自己是谁，以增加信件被浏览的机率，例如：「我是XX」、「不才学生」、「我是OO学所硕二的学生XXX」等等。

4. 结果与讨论

本文所分析的邮件中，每封目的大都是请求受话者完成一件事，但其中有的请求行动透过数个中心行为搭配一至数个外部支持策略所完成。以下本文将从「整体表现」、「相对权势之影响」、「社会距离之影响」等三个方面，来检视在不同情况下，「请求受话者行动」之内文主体策略、内文外部支持对策，以及标题内容有何异同。

4.1 整体表现

4.1.1 主体策略

44封邮件内文中，各项主体策略次数在总策略次数中所占的比例³，如图4-1所示。其中，除了第3部分讨论过的各项主体策略外，有的邮件内文中不包含任何中心行为，而将中心行为置于标题内。对于这样的邮件内文，本文以「无主体策略」加以标示：

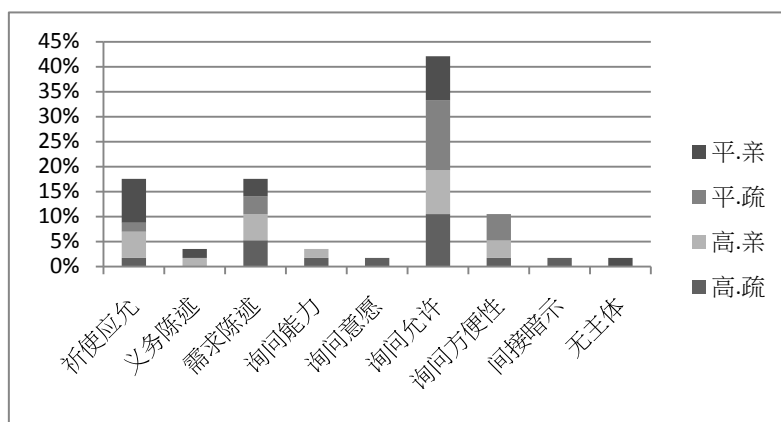


图 4-1 各项主体策略于总策略次数中之比例

由图4-1可看出，本研究的邮件中，「请求受话者行动」之主体策略以「询问允许」使用频率最高，「需求陈述」和「祈使应允」次之；此外，规约型间接策略的使用频率（59%）又较直接策略的使用频率（40%）为高。这样的结果呼应了 Lin（2009）以问卷对口语请求策略的调查。

4.1.2 外部支持对策

所有邮件中，各项外部支持对策次数在总对策次数中所占的比例，如图4-2所示。如同有的邮件内文未包含主体策略一样，少数邮件内文亦未出现任何外部支持对策；对

³ 本研究由于每封信所含之中心行为的次数也不一，因此在进行各项策略出现频率之比较，尤其是跨组比较时，以「该项策略次数」除以「该组总策略次数」所得之百分比呈现，以期能得到较客观的结果。

于这样的情形，本文以「无支援」加以标示：

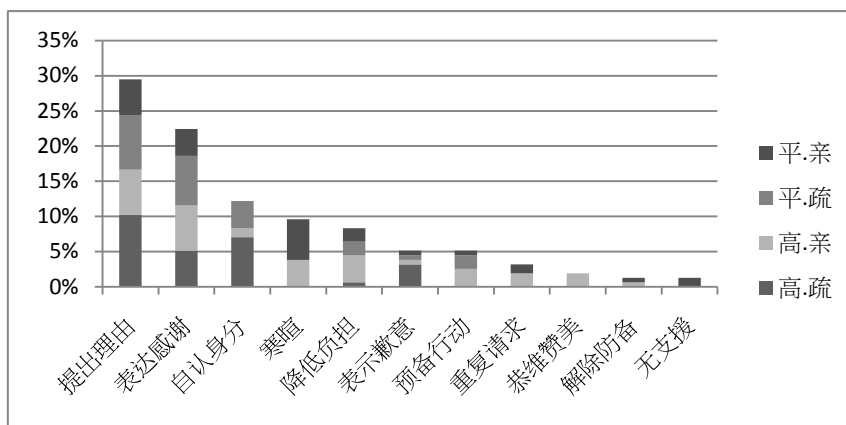


图 4-2 各项外部支持对策于总策略次数中之比例

图 4-2 显示，本研究邮件中，请求受话者行动所采的外部支持对策以「提出理由」频率最高，其次为「表达感谢」；这与这与 Zhu (2005)、罗美娜 (2010)、Yeung (1997)，及谢佳玲 (2009) 的发现皆有部分共通之处。此外，「自认身分」及「寒暄」也各占全数外部支持对策的 10% 以上；从图 4-2 可看出，「自认身分」策略较常对地位较高而关系疏远的对象使用，而「寒暄」则常用于地位相当且关系亲近的对象。

4.1.3 标题内容

各项内容在 44 封邮件标题里所出现的次数，如图 4-3 所示：

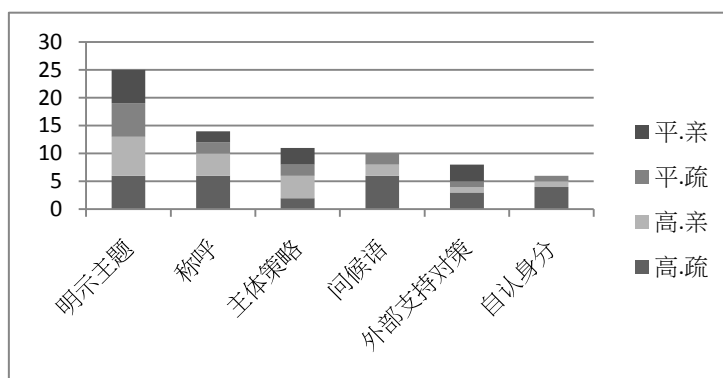


图 4-3 各项内容于邮件标题中出现次数

从图 4-3 可看出，本研究有一半以上的邮件标题内都含有「明示主题」，是标题里最常出现的成分。此外，「称呼」、「主体策略」，及「问候语」等成分，也在 10 条以上的标题中出现。其中，「明示主题」和「主体策略」在四组间分布较为平均，显示无论对象，邮件标题主要功能之一，乃在于明确标示主题及告知请求目的，一方面预示受话者邮件目的，另一方面也方便受话者日后需要时，能更快重新找到此封邮件。此外，「称呼」及「问候语」，在受话者为地位较高且关系疏远的对象时更常受到采用。

4.2 相对权势及邮件语言表现

4.2.1 主体策略

本研究中，写给地位较高者的邮件共 22 封，其中中心行为有 29 笔；写给地位相

当者的邮件共 22 封，中心行为 28 笔。两组邮件所采用的各项主体策略次数，在两组总策略次数中分别所占的比例，如图 4-4 所示：

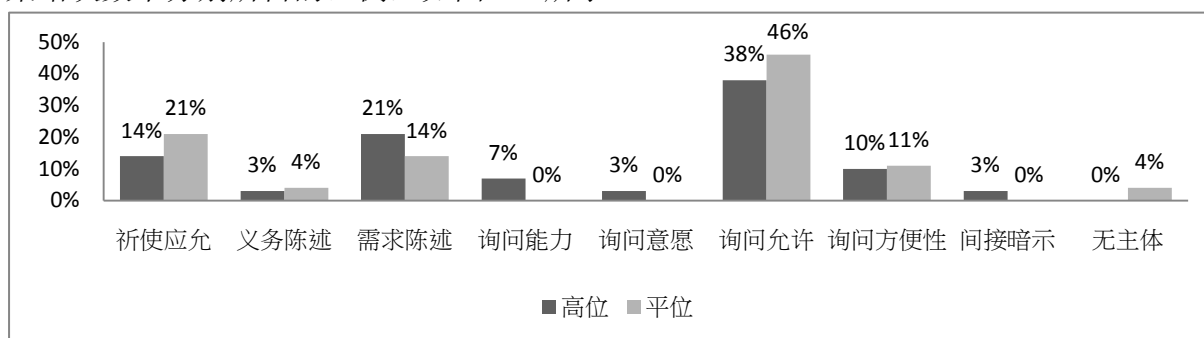


图 4-4 权势关系与各项主体策略比例

从图 4-4 可看出，无论是对地位较高或地位相当的对象，以电子邮件进行请求时，最常采用的主体策略皆为「询问允许」，而「祈使应允」和「需求陈述」次之，且两组采用规约型间接策略的频率也高于直接策略；这显示，透过电子邮件对高位者和平位者进行请求时，所偏好的主体策略差异不大，且此偏好与整体趋势相符。两组稍有不同之处在于，首先，对象为地位相当者时，「祈使应允」较「需求陈述」的使用频率高，而当对象为地位较高者时则相反，「需求陈述」的使用频率高于「祈使应允」。此外，对高位者进行请求时，所采用的规约型间接策略，类型也更为多样。由此显示，虽然两组偏好的主体策略类型接近，但对于地位相当的受话者，发话者提出请求的方式仍倾向较为直接。

4.2.2 外部支持对策

对高位者和平位者二组所采用的各项外部支持对策次数，分别在两组总对策次数中所占的比例，如图 4-5 所示：

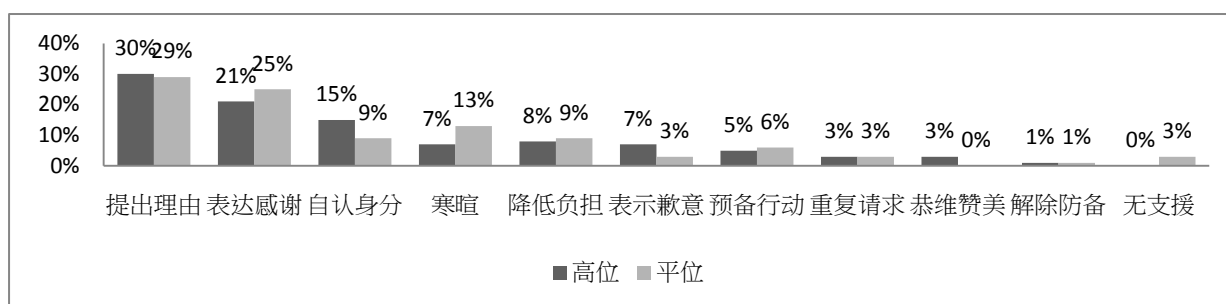


图 4-5 权势关系与各项外部支持对策比例

从图 4-5 可见，对于地位较高和地位相当者，发话者提出请求时所偏好的外部支持对策都是「提出理由」及「表达感谢」；这个现象与整体趋势相符。两组不同之处在于，对于地位较高的受话者，发话者更常采取「自认身分」和「表示歉意」等外部支持对策；而对于地位相当的受话者，发话者采用「寒暄」策略的频率则较高。

4.2.3 标题内容

本研究中，写给地位较高者的邮件共 22 封，共 22 则标题；写给地位相当者的邮件亦为 22 封，有 22 则标题。各项内容在两组邮件标题里所出现的次数，如图 4-6 所示：

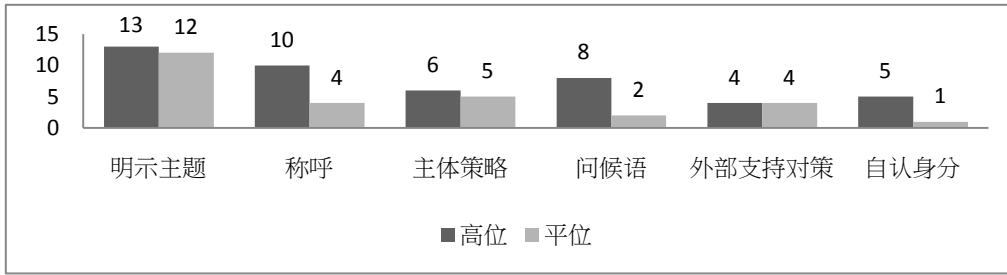


图 4-6 权势关系及各项内容于邮件标题中出现次数

由图 4-6 可看出，无论对地位较高或地位相当的对象，请求邮件标题内出现频率最高的成分都是「明示主题」，可见于一半以上的标题中；这个倾向与整体趋势相同。两组不同的地方在于，对象为高位者的邮件标题中包含了更多内容，尤其是「称呼」、「问候语」，及「自认身分」等项目。这显示对于地位较高的对象，发话者更倾向以称呼、问候对方，或是表明自己身分的方式，引起受话者注意并表达礼貌。

4.3. 社会距离及邮件语言表现

4.3.1 主体策略

本研究中，写给关系疏远者的邮件共 22 封，中心行为有 28 笔；写给关系亲近者的邮件共 22 封，中心行为有 29 笔。两组邮件所采用的各项主体策略次数，在两组总策略次数中分别所占的比例，如图 4-7 所示：

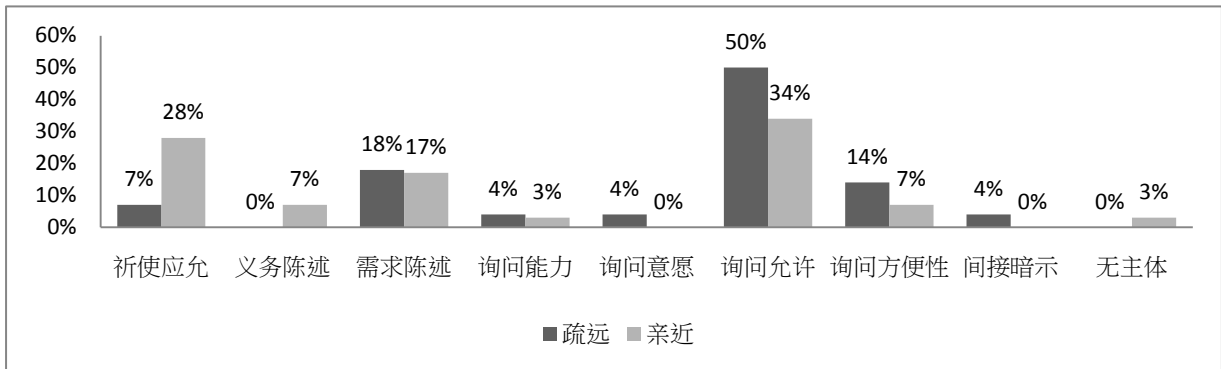


图 4-7 社会距离与各项主体策略比例

由图 4-7 可见，对关系疏远及关系亲近的对象，发话者以电子邮件请求受话者行动时，最常采用的主体策略皆为「询问允许」；这点与整体趋势相符。差异较大之处在于，对于关系亲近的对象，发话者使用「祈使应允」策略的频率明显偏高，是对关系疏远者的四倍，也是关系亲近组使用频率次高的主体策略。此外，对于关系疏远的对象，发话者使用较多规约型间接策略，占有所有主体策略的 72%；而对关系亲近的对象，则更常采用直接策略，占有所有主体策略的 52%。以上显示，虽然两组皆最常采用「询问允许」做为主体策略，然而，对关系亲近者提出请求的方式，比请求对象为关系疏远者时来的直接，且这个倾向，与请求对象为平位者和高位者的差异相较，更为明显。

4.3.2 外部支持对策

对关系疏远和关系亲近二组所采用的各项外部支持对策次数，分别在两组总对策

次数中所占的比例，如图 4-8 所示：

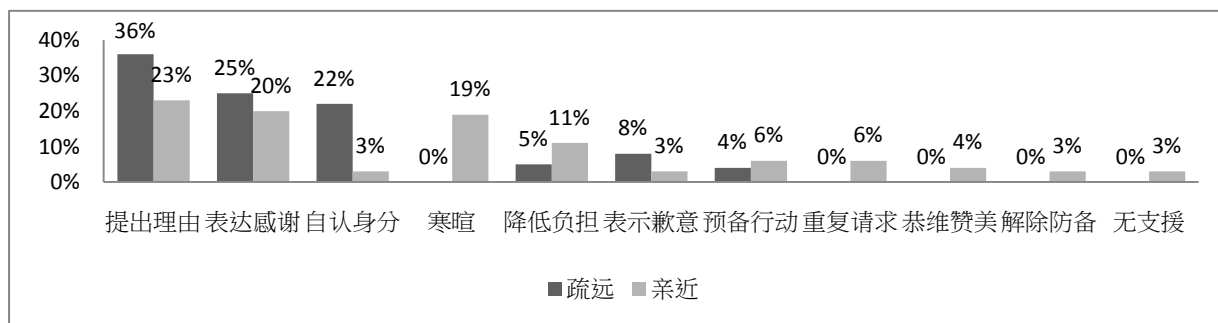


图 4-8 社会距离与各项外部支持对策比例

图 4-8 显示，无论是对关系疏远或关系亲近的对象，发话者使用频率最高的外部支持对策皆为「提出理由」，而「表达感谢」次之；这个倾向符合整体趋势。两组不同之处在于，当受话者为关系疏远的对象时，发话者所使用的策略集中于「提出理由」、「表达感谢」，及「自认身分」；尤其「自认身分」的使用频率为关系亲近者的 7 倍以上。而当与受话者关系较亲近时，发话者选用的策略则较多样，且以「寒暄」为使用频率第三高的策略。

4.3.3 标题内容

本研究中，写给关系疏远者的邮件共 22 封，共 22 则标题；写给关系亲近者的邮件亦为 22 封，有 22 则标题。各项内容在两组邮件标题里所出现的次数，如图 4-9 所示：

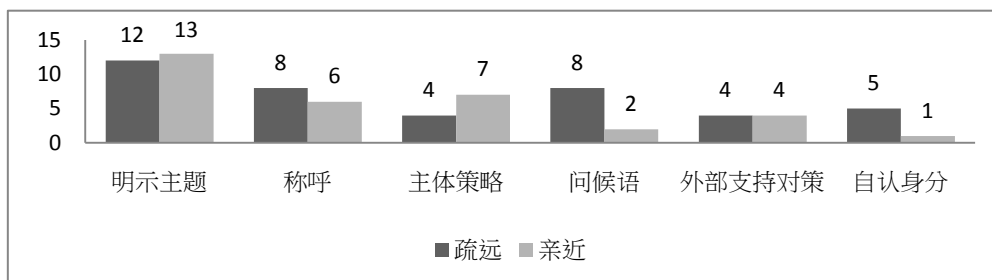


图 4-9 社会距离及各项内容于邮件标题中出现次数

由图 4-9 可看出，给关系亲近和关系疏远者的邮件，标题中最常出现的成分皆为「明示主题」，可见于一半以上的标题中；这个倾向与整体趋势相符。两组不同之处在于，给关系疏远者的邮件标题中包含了更多内容，尤其是「称呼」、「问候语」，及「自认身分」等项目，以呼叫问候对方及表明自己身分的方式，提高邮件被浏览的机会，并表示礼貌；给关系亲近者的邮件标题则更常含有「主体策略」成分，直接表明邮件来意。

4.4 综合讨论

综合以上结果，本研究有数点发现如下：

首先，邮件内容整体而言，主体策略偏好「规约型间接策略」，并以「询问允许」使用频率最高；外部支持对策则最常采用「提出理由」和「表达感谢」。这样的趋势，与以往对汉语口语请求及网络请求之调查发现，皆有相似之处(谢佳玲, 2009; 罗美娜, 2010; Lin, 2009; Yeung, 1997; Zhu, 2005)。此外，在全体邮件中，「需求陈述」和

「祈使应允」并为使用频率次高的主体策略，也反映了网络语言力求清晰的特色。

在组间分析中，本研究发现，以电子邮件请求受话者行动时，社会距离比相对权势对语言使用的影响更为明显；然而，无论在哪一组，「询问允许」皆是使用频率最高的主体策略，即使是对关系亲密且地位相当的对象，「询问允许」也与「祈使应允」同为发话者最常采用的策略。在相对权势方面，对高位者和平位者，所选用的策略大同小异：主体策略皆偏好「询问允许」，并皆在超过半数的中心行为里采取了「规约型间接策略」；外部支持对策则都偏好「提出理由」和「表达感谢」。稍有差异之处在于，主体策略「需求陈述」和支持对策「表示歉意」较常用于地位较高者，而主体策略「祈使应允」和支持对策「寒暄」则更常用于地位相当的对象。本文认为，在以电子邮件为媒介的请求中，相对权势影响较低的现象，乃是网络中「表达力求清晰」及「请求尽量有礼」互相平衡的结果。如同 Cultan 和 Markus (1987)，以及 Walther (1996) 等学者的观察，网络交际「滤净」了许多存在于面对面交谈的非语言线索，而使脸部表情、语调、手势...等可用以缓和或加强请求强度的工具都消失了。在此情况下，发话者一方面避免使用过于直接、不加修饰的语言，以免缺乏副语言缓解，会使收信人阅读时感觉受到冒犯；另一方面，发话者也会避免过于间接的表达方式，以确定在非同步远距交际中，受话者能确实明白自己所欲传达的讯息。此种对「清晰度」及「礼貌」的双重考虑，淡化了相对权势的影响，而使对地位较高者和对地位相当者的请求，差异不大。

与相对权势相较，社会距离对本研究中电子邮件请求策略选用的影响，则较为明显。虽然对关系疏远者及关系亲近者进行请求时，最常采用的主体策略皆为「询问允许」，但对于关系亲近的对象，发话者使用「祈使应允」策略的频率明显偏高，是对关系疏远者的四倍；此外，对于关系疏远的对象，发话者使用较多规约型间接策略，占有主体策略的 72%，而对关系亲近的对象，则更常采用直接策略，占有主体策略的 52%。以上结果显示，汉人文化中对圈内人和圈外人的区分，在电子邮件的环境下，依然存在，且对语言选用的影响，比相对权势更为显著。然而，在此同时，对关系亲近者之策略选用亦受到非语言线索有限的影响，以各种方式补偿副语言的缺乏。首先，对关系亲近者的请求，虽采用了更多直接策略，但最常选用的主体策略仍是规约型间接策略中的「询问允许」，显示不少情况中，发话者仍会选择较间接的方式，以弥补缺乏副语言而可能出现的冒犯感。此外，在采用了更多直接策略的情况下，发话者亦以更多样的外部支持对策，如「寒暄」、「降低负担」、「预备行动」、「恭维赞美」...等，以降低请求的压迫感。

在信件标题方面，本研究发现，首先，无论对象，标题中最常含纳的成分皆为「明示主题」，以清楚的方式直接表明邮件目的。其次，本文也观察到，相对权势和社会距离皆会对邮件标题的内容产生影响。对于地位较高，或是关系较疏远的对象，发话者在标题中纳入更多内容，主要是采用了更多「称呼」、「问候语」，及「自认身分」等成分。由此显示，请求邮件标题之撰写以明确显示主题为主要考虑，而对地位较高或关系疏远者，则又加入更多礼貌手段，以提高请求被接受的机会。

5. 结论及建议

本研究透过访谈及网络问卷方式，搜集到 140 封「请求受话者行动」之电子邮件，

并从中选取 44 封，对其内文主体策略、内文外部支持对策，以及邮件标题内容进行分析。邮件撰写者为现居于台北的汉语母语者，主要为大学生及研究生，内容包含学业及工作场域中的请求。透过对邮件内文的分析，本研究发现，整体而言，透过电子邮件的请求，在主体策略的选用上，与 Lin (2009) 对汉语口语请求的分析近似，皆以规约型间接策略中的「询问允许」为最常采用的策略。外部支持对策的选用，则以「提出理由」和「表达感谢」为主；这与这与 Zhu (2005)、罗美娜 (2010)、Yeung (1997)，及谢佳玲 (2009) 的发现皆有部分共通之处。

在对「相对权势」和「社会距离」此二变项的观察中，本研究发现，首先，相对权势对邮件内文中主体策略和外部支持对策之选用，影响有限；本文认为，这是由于在缺乏副语言的网络环境下，发话者一方面偏好规约型间接策略，尽力降低冒犯程度，另一方面也务求语言清晰，使过于间接的语言极少出现。在此二种动因的驱使下，便使相对权势的影响受到弱化。此外，本研究也发现，与相对权势相较，社会距离对本研究中电子邮件请求策略选用的影响，较为明显：发话者对关系亲近的对象倾向采用直接策略进行请求，显示汉人文化中对圈内人和圈外人的区分，在透过电子邮件的请求中，依然存在，且在网络沟通中所起的作用比相对权势更为重要。然而，网络环境亦影响了对关系亲近者的策略选用：虽然整体而言对关系亲近的对象采用直接策略之频率较高，但就个别策略使用率而言，仍是规约型间接策略中的「询问允许」最常受到采用；另一方面，在偏好直接策略的情况下，发话者亦搭配了更为多样的外部支持对策，以降低缺乏副语言的直接请求可能带来的冒犯感。

在邮件标题内容方面，本研究发现，整体而言，标题中最常含纳的成分为「明示主题」，以清楚的方式直接表明邮件目的。其次，本文也观察到，相对权势和社会距离皆会对邮件标题的内容产生影响。对于地位较高，或是关系较疏远的对象，发话者在标题中采用了更多「称呼」、「问候语」，及「自认身分」等成分。由此显示，请求邮件标题之撰写以明确显示主题为主要考虑，而对地位较高或关系疏远者，则又加入更多礼貌手段，以提高请求被接受的机会。

本研究由于人力、时间，及研究方法的限制，在某些组别所能搜集到的邮件数量不多，影响了能够纳入统合分析比较的邮件总数，且取样地区仅限台北，亦使结果代表性较为有限。日后若能以实验方式控制社会情境变因，在不同汉语地区，大量搜集同质内容的请求邮件加以分析，定能得到更具代表性的结果。以电子邮件为媒介请求受话者行动的现象，在今日已愈益普遍，需要更多相关研究对其所使用的语言及架构方式进行详细分析，以提供语言教学中电子邮件之写作教学更多理论基础。

参考文献

中文资料

- 胡晓琼 (1999)。「请求、建议」言语行为的英汉比较。*湖北三峡学院学报*, 21, 85-87。
- 徐晓燕 (2005)。对中美「直接请求」言语行为的跨文化分析。*盐城师范学院学报人文社会科学版*, 25(4), 71-74。
- 熊晓灿 (2006)。社会关系与请求言语行为。*昭通师范高等专科学校学报*, 28(1), 59-62。

- 谢佳玲 (2009)。虚拟社会的求助策略探讨。《中国社会语言学》，1，86-100。
- 苏文妙 (2003)。文化价值观与交际风格——英汉请求言语行为对比研究。《西安外国语学院学报》，11(1)，27-30。
- 罗美娜 (2010)。跨文化请求的语用分析——以中国大学生与美国教授的电子邮件沟通为例。《浙江师范大学学报社会科学版》，35，115-120。
- 英文资料
- Biesenbach-Lucas, S. (2007). Students writing emails to faculty: An examination of e-politeness among native and non-native speakers of English. *Language Learning and Technology*, 11 (2), 59-81.
- Bloch, J. (2002). Student / teacher interaction via email: The social context of Internet discourse. *Journal of Second Language Writing*, 11, 117-134.
- Blum-Kulka, S., House, J. & Kasper, G. (Eds.). (1989). *Cross-cultural pragmatics: Requests and apologies*. Norwood, N. J.: Ablex.
- Cultan, M. J. and Markus, M. L. (1987). Information technologies. In F. M. Jablin, L. L. Putnam, K. H. Roberts & L. W. Porter (Eds.), *Handbook of organizational communication: An interdisciplinary perspective*. Newbury Park, California: SAGE Publications.
- Dubrovsky, V. J., Kiesler, S. & Sethna, B. N. (1991). The equalization phenomenon: Status effects in computer-mediated and face-to-face decision-making groups. *Human-Computer Interaction*, 6, 119-146.
- Duthler, K. W. (2006). The politeness of requests made via email and voicemail: Support for the hyperpersonal model. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11, 500-521.
- Fukushima, S. (2000). *Requests and culture: Politeness in British English and Japanese*. Bern: P. Lang.
- Hong, W. (1996). An empirical study of Chinese request strategies. *International Journal of the Sociology of Language*, 122, 127-138.
- Lin, Y. H. (2009). Query preparatory modals: Cross-linguistic and cross-situational variations in request modification. *Journal of Pragmatics*, 41, 1636-1656.
- Searle, J. R. (1979). *Expression and meaning*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Short, J., Williams, E. & Christie B. (1976). *The social psychology of telecommunications*. London: John Wiley & Sons.
- Tan, B. C. Y., Wei, K., Watson, R. T., Walczuch, R. M. (1998). Reducing status effects with computer-mediated communication: Evidence from two distinct national cultures. *Journal of Management Information Systems*, 15 (1), 119-141.
- Trosborg, A. (1995). *Interlanguage pragmatics: Requests, complaints and apologies*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Tsui, A. B. (1994). *English conversation*. Oxford: Oxford University Press.
- Usó-Juan, E. (2010). Requests: A sociopragmatic approach. In A. Martínez-Flor and E.

- Usó-Juan. (Eds.) *Speech act performance: Theoretical, empirical and methodological issues*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Van Mulken, M. (1996). Politeness markers in French and Dutch requests. *Language Science*, 18 (3-4), 689-702.
- Volckaert-Legrier, O., Bernicot, J. & Bert-Erboul, A. (2009). Electronic mail, a new written-language register: A study with French-speaking adolescents. *British Journal of Developmental Psychology*, 27, 163-181.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*. 23(1), 3-43.
- Yeung, L. N. T. (1997). Polite requests in English and Chinese business correspondence in Hong Kong. *Journal of Pragmatics*, 27, 505-522.
- Zhu, Y. (2005). *Making emails requests to colleagues—A comparative study of English e-mail requests by Chinese speakers and American speakers in computer software companies* (Unpublished master's thesis). Zhejiang University, Hangzhou, Zhejiang.
- 法文资料
- Viet, D. Q. (2010). Regardes croisés sur l'acte de requête. [Crossed looks at the act of requests.] *Synergies: Pays riverains du Mékong [Synergies: Riverside countries of Mékong]*, 1, 101-116.