



АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЙ РУССКОГО ЯЗЫКА

KEY ISSUES OF RUSSIAN LANGUAGE RESEARCH

DOI: 10.22363/2618-8163-2024-22-3-333-349

EDN: RTFGMS

Научная статья

Этикет русской электронной деловой переписки: влияние интернет-коммуникации

В.А. Ефремов¹✉, О.В. Лукинова^{2,3}¹ Институт лингвистических исследований РАН,
*Санкт-Петербург, Российская Федерация*² Московская высшая школа социальных и экономических наук,
*Москва, Российская Федерация*³ Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена,
Санкт-Петербург, Российская Федерация✉ valef@mail.ru

Аннотация. Деловая коммуникация значительно расширила арсенал используемых инструментов и начала осваивать те технологии, которые раньше были площадками для частного неформального общения: социальные сети и мессенджеры. Актуальность и новизна темы исследования обусловлены тем, что до сих пор не подвергнутый собственно лингвистическому анализу современный цифровой этикет деловой переписки требует не просто описания и кодификации, но и анализа тех трансформаций, которые приводят к изменениям коммуникативного поведения участников делового интернет-общения. Цель исследования — проанализировать элементы неформальной интернет-коммуникации, присущие мессенджерам и оказывающие влияние на современную электронную деловую переписку. Рабочая гипотеза заключается в том, что переход бизнес-коммуникации в мессенджеры приводит к тому, что письменное деловое интернет-общение все больше приобретает черты устной речи: оно становится более динамичным, степень диалогичности возрастает, а сами нормы деловой коммуникации трансформируются, утрачивая строгость. Основным методом исследования — социолингвистический опрос в форме интернет-анкетирования. В качестве материала исследования использованы данные массовых интернет-опросов, проведенных с 2017 по 2024 г. в авторском телеграм-канале О.В. Лукиновой «Цифровой этикет». Для иллюстрации и подтверждения аксиологических оценок в языковой рефлексии интернет-пользователей спорадически использовали интернет-мемы. Доказано, что деловая коммуникация в мессенджерах одновременно испытывает влияние нескольких факторов: деловой эпистолярной традиции, этикета электронных писем и паттернов неформального общения, которые изначально были присущи мессенджерам. Выявлено, что под влиянием последних в цифровой деловой переписке изменяется роль формул вежливости, происходит поиск баланса между синхронностью и асинхронностью коммуникации, изменяется роль графических символов, переосмысливается устно-письменный характер интернет-общения. Перспективным направлением исследования может стать сопоставительный анализ использования тех или иных этикетных формул, элементов и реквизитов традиционной (бумажной) и электронной деловой переписки.

© Ефремов В.А., Лукинова О.В., 2024

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Ключевые слова: интернет-общение, эпистолярный этикет, деловая коммуникация, цифровой этикет, мессенджеры, русский язык

Вклад авторов: *Ефремов В.А.* — концепция исследования, научное консультирование, общая концепция статьи, обработка результатов исследования, написание и редактирование статьи; *Лукинова О.В.* — анализ литературы, подбор первичного материала, обобщение опыта исследователей, сбор данных, анализ данных и полученных результатов, обработка материала, написание статьи.

Конфликт интересов: Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 03.03.2024; принята к печати 13.05.2024.

Для цитирования: *Ефремов В.А., Лукинова О.В.* Этикет русской электронной деловой переписки: влияние интернет-коммуникации // Русистика. 2024. Т. 22. № 3. С. 333–349. <http://doi.org/10.22363/2618-8163-2024-22-3-333-349>

Введение

Изначально электронная коммуникация использовалась как для личных, так и для деловых целей. Чаты, мессенджеры, блоги, форумы заменили людям личное общение и телефонные разговоры, а электронные письма сменили бумажную корреспонденцию.

В XXI в. появилось множество справочников и пособий по составлению деловых писем: часть из них — учебники и пособия по ведению деловой переписки (Ильяхов, Сарычева, 2018; Северская, Селезнева, 2019; Трофимова, Купчик, 2019; Кирсанова и др., 2022); часть — сборники образцов писем разных жанров для разных ситуаций (Загорская и др., 2006).

Широкое распространение таких пособий во многом стало реинкарнацией жанра письмовников — сборников образцов писем, широко распространенных в России в конце XVIII—XIX вв. (например, Курганов, 1769; Наливкин, 1847; Полный русский письмовник... 1887). Популярность печатных письмовников в начале XIX в. (так, книга Н.Г. Курганова была переиздана 18 раз) объясняется тем, что русский эпистолярный жанр сильно трансформировался в сравнении с предыдущими эпохами, требовал отточности формулировок и соответствия принятым европейским стандартам.

Возобновление активной роли писем в деловой коммуникации XXI в. потребовало актуализации навыка деловой переписки и привело к возникновению современных аналогов письмовников — пособий по электронной переписке, в которых подробно описаны стандартные формулы приветствия, благодарности, изложения просьб, деловых предложений, завершения коммуникации.

Электронная деловая переписка, несмотря на сильное и разноаспектное давление интернет-коммуникации, не может не учитывать принятые нормы делового общения и речевого этикета, одновременно находясь под сильным влиянием тех процессов, которые происходят в неформальной интернет-коммуникации, прежде всего — в социальных сетях и мессенджерах.

Эти процессы в неформальном письменном интернет-общении уже становились предметом исследований (Интернет-коммуникация... 2018; Кронгауз, 2013). Однако раньше внимание лингвистов сосредоточивалось в большей степени на таких формах интернет-коммуникации, как чаты, форумы,

блоги, существующие вне официально-делового дискурса. Исследователи почти единогласно говорят о том, что интернет-коммуникация формирует новую ипостась языка — устно-письменную: «При увеличении синхронности жанра увеличивается устно-разговорная направленность коммуникации, и соответственно, повышается уровень гибридизации форм существования языка в интернет-коммуникации» (Лысенко, 2010: 6).

Среди признаков устно-письменной коммуникации выделяют синхронность, диалогичность, разговорность, эмоциональность, высокий темп, доминирование фатической функции, упрощение синтаксиса, фонетизацию письма, отход от нормативности (Барышева, 2021; Клушина, Николаева, 2019; Иванова, Клушина, 2021; Колокольцева, 2016; Хазова, 2023; Hanson, 2021; McCulloch, 2019).

Большая часть исследований, выполненных до середины 2010-х гг. и описывающих устно-письменный характер интернет-коммуникации (Интернет-коммуникация... 2018; Русский язык и новые технологии, 2014; Трофимова, 2011 и др.), связывала изменения в языке с техническими особенностями тех платформ, на которых коммуникация происходит в формате обмена мгновенными сообщениями: интернет-чаты и программы типа ICQ. Общение в подобных форматах могло происходить только если все собеседники находятся онлайн, т.е. исключительно в синхронном формате. В большинстве интернет-чатов сообщения исчезали сразу же после выхода участника из сети. Подобная синхронная коммуникация требовала повышенного темпа обмена сообщениями и высокой степени диалогичности. Практически сразу же программы обмена сообщениями стали интернет-платформами неформального общения.

Однако необходимо подчеркнуть, что уже с начала 2010-х гг. происходят серьезные технические изменения в самих инструментах коммуникации, создаются и активно распространяются программы мгновенного обмена сообщениями нового поколения: в 2009 г. появляется WhatsApp, а в 2013 г. — «Телеграм». Сейчас львиная доля интернет-коммуникации происходит именно в мессенджерах: по данным исследовательской компании Mediascope, в 2023 г. в России ежедневно 47 % населения пользуется «Телеграмом», 67 % — WhatsApp¹.

Эти мессенджеры имеют ряд технических особенностей, которые значительно изменили формат мгновенного обмена сообщениями, характерный для эпохи Web 1.0. Например, мессенджеры сохраняют историю переписки и даже дают возможность отправлять «отложенные» сообщения, т.е. позволяют пользователям обмениваться сообщениями в асинхронном формате. Благодаря этому быстрый темп общения и моментальная реакция на сообщения собеседника перестают быть обязательной чертой такого рода коммуникации (Giurge & Bohns, 2021).

Последующее развитие мессенджеров все больше отдаляло их от привычных чатов и все больше сближало по техническим характеристикам и функциям с сервисами электронной почты. Например, в них появилось разноас-

¹ Mediascope: доля пользователей Telegram достигла почти половины населения России // Коммерсантъ. 06.02.2024. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6493795> (дата обращения : 20.02.2024).

пектное форматирование сообщений, функция прикрепления файлов, поиск и структурирование информации.

Удобный функционал мессенджеров расширил сферу их применения и привел к тому, что мессенджеры стали все чаще использоваться не только для личной, но и для деловой коммуникации. В разгар пандемии, в апреле 2020 г. в телеграм-канале «Цифровой этикет» был проведен опрос об инструментах коммуникации: в ответ на вопрос «Какой способ общения по работе для вас предпочтительнее в самоизоляции?» 38 % из 2664 опрошенных назвали самым удобным инструментом электронную почту, а 70 % — мессенджеры². Представляется, что мессенджеры становятся такими востребованными средствами интернет-общения именно потому, что позволяют находить баланс между синхронностью и асинхронностью коммуникации.

Отметим, что и пособия по деловой переписке начинают давать рекомендации не только о том, как писать электронные письма, но и о том, как общаться в мессенджерах. Так, автор нескольких пособий по деловой коммуникации, Саша Карепина в книге «Переписка 2.0»³ учит, как прагматически правильно строить сообщение для того, чтобы удерживать внимание адресата именно в мессенджере. Ее книга имеет подзаголовок «Как решать вопросы в чатах, соцсетях и письмах», свидетельствующий о том, что чаты и соцсети теперь используются в т.ч. и для решения деловых вопросов, делового общения, а не только для частных целей. Кстати, в этой же книге автор фиксирует расширение значения старинного термина «деловая переписка»: теперь это «любая переписка по делу».

Итак, техническое совершенствование мессенджеров привело к тому, что современная деловая коммуникация разворачивается на тех платформах, которые изначально считались вотчиной исключительно неформального личного общения.

Цель исследования — проанализировать элементы неформальной интернет-коммуникации, присущие мессенджерам и оказывающие влияние на современную электронную деловую переписку.

Методы и материалы

Основной метод исследования — социолингвистический опрос в форме интернет-анкетирования. Анализируются результаты многочисленных опросов об интернет-коммуникации, которые проводились с 2017 по 2024 г. в авторском телеграм-канале «Цифровой этикет» (@digitaletiquette), освещающем вопросы этичной и эффективной цифровой коммуникации. На 1 марта 2024 г. у телеграм-канала более 22 000 подписчиков; в регулярных опросах принимает участие не менее 3 000 человек. Данные опросов отражают языковую рефлексию интернет-пользователей.

При помощи опросов выясняются, во-первых, коммуникационные практики самих пользователей (например, способы выражения смеха в интернет-

² Какой способ общения по работе для вас предпочтительнее в самоизоляции? // Цифровой этикет. URL: <https://t.me/digitaletiquette/394> (дата обращения : 20.02.2024).

³ Карепина А.В. Переписка 2.0 : как решать вопросы в чатах, соцсетях и письмах. М. : СилаУма-Публишер, 2019. 320 с.

переписке, использование слов вежливости в поручениях подчиненным), во-вторых, отношение к некоторым языковым и коммуникативным явлениям (например, исчезновение точки в конце реплики, голосовые сообщения) и, в-третьих, представления пользователей о нормах цифрового общения (нужно ли здороваться в чате, отвечать на «спасибо» в мессенджере и т.д.).

Основной материал для анализа — данные двухэтапного интернет-опроса «Самые раздражающие фразы в деловой переписке» (осень 2022 г.), в рамках которого 92 формулы и выражения (например, «доброго времени суток», «приветствую», «заранее спасибо», «спс», обращение «коллеги» и др.), используемые в электронной переписке, были оценены 3464 интернет-пользователями.

Отдельным объектом наблюдения стали мемы (Smith & Hemsley, 2022) о тех ли иных аспектах интернет-коммуникации, которые вирально распространяются в социальных сетях.

Как правило, мемы становятся сверхпопулярными только в том случае, если созвучны опыту пользователей, которые их републикуют. Массовый характер распространения мемов позволяет эксплицировать тренды интернет-коммуникации и отношения интернет-пользователей к тем или иным языковым явлениям.

Результаты

С 2013 г. (год создания «Телеграм») деловая коммуникация значительно расширила арсенал инструментов и начала осваивать такие каналы, которые раньше были площадками исключительно частного, неформального общения.

Доказано, что современная официальная и в еще большей степени полуофициальная деловая коммуникация в мессенджерах (например, переписка или чаты сотрудников) одновременно испытывают влияние нескольких факторов: (1) деловой эпистолярной традиции, (2) этикета электронных писем и (3) паттернов неформального общения, которые изначально были присущи мессенджерам.

Активное использование мессенджеров в бизнес-коммуникации приводит к тому, что письменное деловое общение становится более динамичным, начинает тяготеть к более высокой степени диалогичности, а сами нормы деловой коммуникации трансформируются: становятся менее строгими, в некоторых случаях сближаются с письменным неформальным разговором, утрачивая официальный модус.

На выбор языковых средств в деловом общении значительно влияют экстралингвистические, а именно технологические факторы: изменение функционала мессенджеров приводит к изменению представлений о нормах коммуникации.

Нормы современной деловой интернет-коммуникации зачастую регулируются цифровым этикетом — негласным сводом правил поведения в цифровом пространстве. Цифровой этикет стремится сделать интернет-общение более удобным, предсказуемым и доброжелательным и потому влияет на выбор языковых средств и форм коммуникации.

Частью цифрового этикета становятся формулы вежливости, используемые в интернет-коммуникации. Специфика общения в мессенджерах в значи-

тельной степени трансформирует эти формулы и приводит к новому формату их использования. Выявлено, что под влиянием мессенджеров в цифровой деловой переписке изменяется роль обращений и приветствий, происходит поиск баланса между синхронностью и асинхронностью коммуникации, изменяется роль графических символов, переосмысливается устно-письменный характер интернет-общения.

Таким образом, деловая электронная коммуникация претерпевает изменения в связи с переходом в мессенджеры. Однако и мессенджеры перестают быть территорией только разговорного и неформального общения, как это представлялось прежде.

Обсуждение

Изменение делового письма с переходом в мессенджеры

Усиление диалогичности — ключевое изменение, которое повлек за собой переход переписки из электронной почты в мессенджеры.

Электронное письмо, как и классическое, бумажное, никогда не предполагало мгновенного ответа: так, разные справочники по деловому этикету дают рекомендации отвечать на электронные письма в срок от нескольких часов до 1 недели, усредненная и наиболее частая рекомендация — в течение суток (Деловой этикет... 2021: 314). Однако мессенджеры предполагают большую скорость коммуникации, а потому сообщение строится исходя из возможности провести коммуникацию максимально синхронно. Например, в мессенджерах возникает частотная ситуация, когда приветствие отправляется отдельным сообщением и только после того, как адресат ответит на приветствие (продемонстрирует, что готов к синхронной коммуникации), собеседник отправляет следующее сообщение. Это сближает мессенджеры с устной беседой, хотя, безусловно, нарушает такой базовый постулат Г.П. Грайса, как информативность.

Иногда запрос на синхронную коммуникацию выражается более эксплицитно: «Ты здесь?», «Можно задать вам несколько вопросов?», «Могу отвлекь?». Эти реплики не несут никакой информации (нарушен тот же постулат Грайса), но призваны привлечь внимание собеседника, реализуя исключительно фатическую функцию.

Стремление к диалогичности в мессенджере может проявляться и в том, что одно послание разбивается на несколько реплик, хотя вполне могло быть отправлено и одним сообщением. Некоторые эксперты по цифровым коммуникациям мотивируют это удобством для выстраивания диалога: собеседник сможет отвечать на отдельную реплику, не создавая путаницы в диалоге⁴.

Реплика 1: *Наталья, добрый день! У меня есть несколько вопросов по поводу вашего предстоящего выступления:*

Реплика 2: *Планируете ли вы использовать презентацию?*

Реплика 3: *Понадобится ли флипчарт и маркер?*

⁴ Как общаться в мессенджерах: манифест нормальных людей // Кинжал. URL: <https://kinzhal.media/howto-messenger/> (дата обращения : 20.02.2024).

Однако в целом пока такое решение следует признать скорее контрпродуктивным: раздробленный на несколько сообщений текст вызывает скорее негативную, чем положительную реакцию усредненного интернет-пользователя.

Мессенджеры традиционно использовались для неформальной коммуникации, поэтому степень нормативности и официальности лексики и языковых средств в современном деловом интернет-общении тоже снижается. Разумеется, степень официальности зависит от того, в каких отношениях находятся собеседники. Если коммуникация осуществляется между незнакомыми людьми или между людьми, которые находятся в иерархических отношениях, то речь будет формальной с минимальными отступлениями от литературной нормы. Если коммуникация происходит между коллегами, которые находятся в постоянном взаимодействии, то степень формальности будет снижаться.

Снижение формальности выражается прежде всего в использовании сленгизмов («*асан*» ‘срочно’), офисных фразеологизмов («*дедлайн — вчера*»), сокращений («*ДД*» вместо «*Добрый день*», «*кста*» и др).

Отдельного внимания заслуживает написание личного местоимения «*вы*». Правило писать «*Вы*» с прописной буквы при обращении к одному человеку (Правила... 2022: 166) в электронной переписке все чаще редуцируется. Анализ языковой рефлексии носителей языка убеждает, что все больше людей воспринимают написание «*Вы*» как неуместное или устаревающее. Так, в рамках опроса о самых раздражающих фразах в деловой переписке⁵ из 3464 участников написание «*Вы*» признали неуместным 58 %. Одновременно написание «*вы*» с маленькой буквы при обращении к одному человеку назвали раздражающим всего 18 %. Такое соотношение ответов доказывает, что из неформальной деловой переписки постепенно уходит чрезмерный формализм и избыточность языковых средств («*Разве обращение на „вы“ уже не подразумевает уважение? Зачем это так подчеркивать?*» — реплика участника дискуссии). Итак, сегодня в мессенджерах и электронной почте написание «*Вы*» с прописной буквы все чаще маркирует сообщения более официального стиля. Написание «*вы*» применительно к одному адресату чаще встречается в диалогах между постоянно взаимодействующими людьми, которые хорошо знают друг друга и находятся на одном уровне служебной иерархии.

Благодаря тому, что деловая переписка разворачивается в мессенджерах и социальных сетях, в нее проникают традиционные атрибуты неформального общения — **графические символы**, которые используются для невербальной передачи интонации или отношения пишущего к предмету обсуждения. При этом можно выстроить своеобразную градацию этих символов по степени формальности.

Так, в наименее формальных рабочих чатах можно встретить стикеры — крупные графические изображения, которые пользователи отправляют отдельными сообщениями (рис. 1).

Как правило, стикеры имеют большую эмоциональную нагрузку и яркий образный ряд, что в большей степени характеризует ситуацию неформального общения.

⁵ Самые раздражающие фразы в переписке. URL: <https://digitaletiquette.ru/badwords> (дата обращения : 20.02.2024).

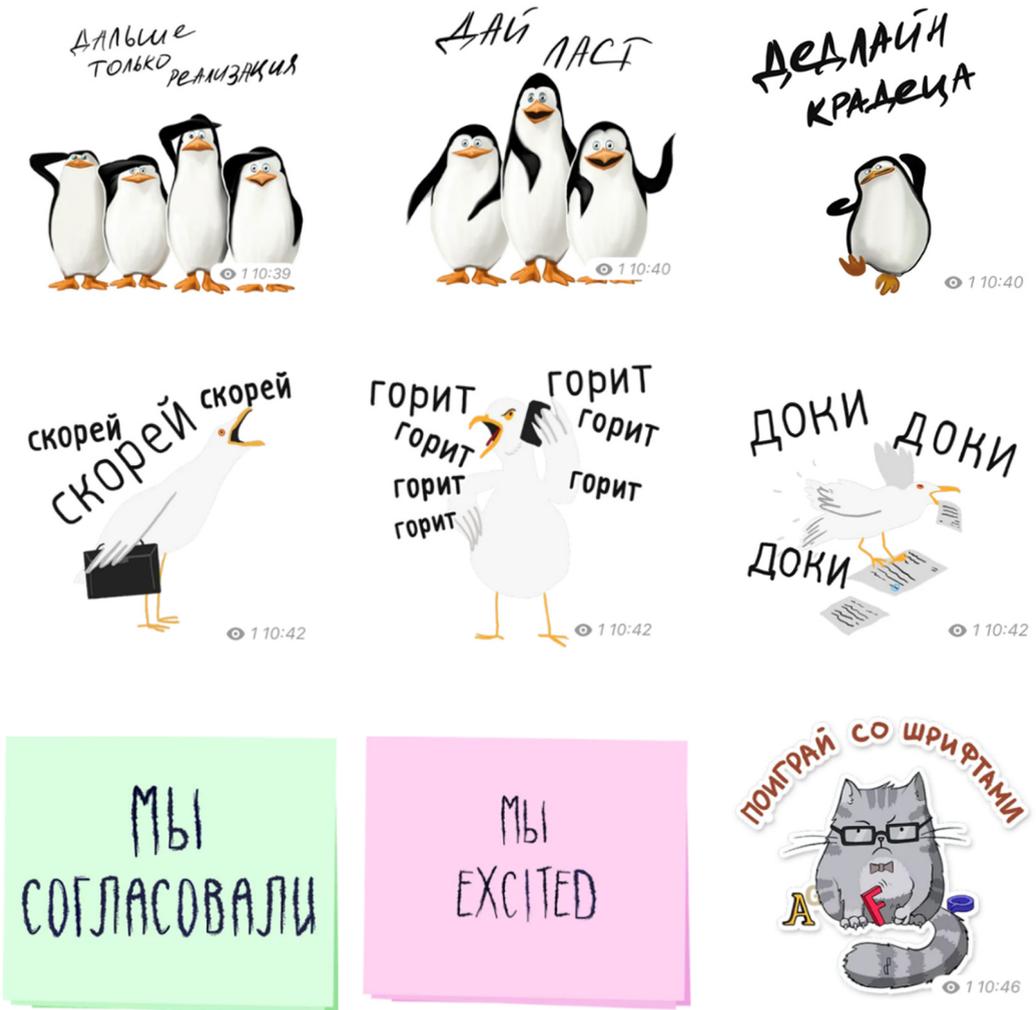


Рис. 1. Примеры стикеров
 Источник: Стикерпаки «Телеграм». URL: <https://tigrm.ru/stickers>

Эмодзи (😊, 😞, 😟, 😠, 🙋, 👍, 🙌, 🤝, 🍷, 🍷 и мн. др.) — это пиктограммы, изображающие либо лица и жесты, выражающие те или иные эмоции, либо предметы или персонажей: они «привлекают внимание читателя и настраивают его на визуальное восприятие» (Бусарева, 2022: 88). Как правило, эмодзи используют в одном сообщении с вербальным текстом. Графическая природа эмодзи соотносит его с неформальной коммуникацией, но идеальная сочетаемость графических символов с основным текстом позволяет им проникать и в полуформальную переписку (Siever, 2019). Одновременно стоит заметить, что в целом в западной деловой переписке отношение к эмодзи стремительно улучшается (Riordan & Glikson, 2020).

С наибольшим успехом в деловую коммуникацию интегрировались графические символы, состоящие из привычных знаков препинания: двоеточие и скобки. Интернет-пользователи младшего поколения называют закрывающую скобку в конце реплики «вежливой точкой»: ее функция — показать благожелательный настрой: «*Буду рада сотрудничеству с вами*») или «*Спасибо*»).

Сегодня уместными для деловой переписки становятся графические образы с минимальным количеством символов, что особенно хорошо видно по результатам опроса о самых раздражающих элементах⁶. Так, негативные оценки использования в деловой переписке разного количества закрывающихся скобок для выражения эмоции распределились следующим образом:

- 53 % негативно оценили «))))))));
- 20 % против «)»);
- 19 % назвали неуместным в деловой переписке даже «)»).

Иными словами, избыточное выражение эмоций в деловой переписке большинству пользователей кажется неуместным. Это подтверждает и негативное отношение участников опроса к использованию избыточных знаков препинания: 89 % пользователей назвали неуместными и раздражающими такие графические элементы, как «???????» и «!!!!!!!!!».

83 % опрошенных посчитали раздражающим использование капитализации, или капслока (написание слов или предложений полностью прописными буквами). Негативное отношение к капслоку подтверждается и такими мемами, как: «*Не капслочь на меня!*» и «*Не повышай на меня шрифт!*». В этих случаях «капслочить» становится синонимом глагола «кричать», а «повышение шрифта» соотносится с разговором на повышенных тонах.

Разумеется, такое отношение к капслоку и избыточным знакам препинания / графическим средствам наблюдается не только в деловой переписке, но и в частной.

Цифровой этикет деловой переписки и мессенджеры

Цифровой этикет регулирует взаимодействие пользователей и призывает к следованию нормам общественно одобряемого интернет-поведения. В первой работе по цифровому этикету, сборнике «Нетикет» (Shea, 1994) Вирджиния Ши предлагала свод правил о том, как нужно вести себя в интернете. В большей степени они регулировали неформальное общение в пространстве чатов и форумов.

Современный цифровой этикет изрядно усложнился и фиксирует нормы поведения на разных цифровых площадках и в разных коммуникативных ситуациях (см., например, о проблеме фаббинга в (Cebollero-Salinas et al., 2022)). В связи с колоссальными нехваткой времени и переизбытком информации, которую ежедневно потребляют интернет-пользователи, одна из максим цифрового этикета — забота об удобстве собеседника и экономия ресурса внимания. Современный цифровой этикет призывает к минимизации тех практик коммуникации в мессенджерах, которые приводят к потере времени собеседника. Примечательно, что это в первую очередь касается тех форм и способов коммуникации, которые были унаследованы мессенджерами из синхронных чатов. Среди таких рекомендаций можно выделить две базовые:

- Не дробить сообщения на части, как, например, сделал отправитель следующего послания (рис. 2).

⁶ Самые раздражающие фразы в переписке. URL: <https://digitaletiquette.ru/badwords> (дата обращения : 20.02.2024).

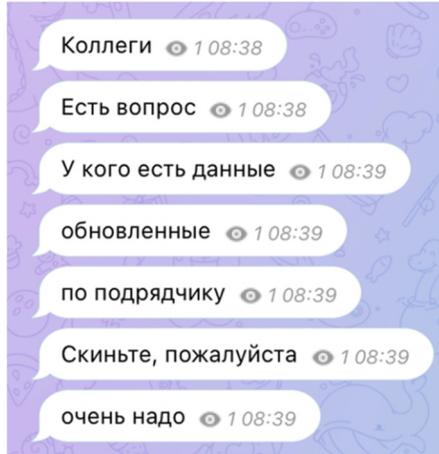


Рис. 2. Пример интернет-сообщения в рамках деловой коммуникации
Источник: Личный архив авторов В.А. Ефремова, О.В. Лукиновой

Подобное решение уместно в синхронной коммуникации для удержания внимания собеседника, но доставляет неудобства в том случае, если мессенджер используется для делового общения в ситуации, когда у собеседников могут быть параллельно другие задачи.

- Не отправлять отдельными сообщениями приветствие и метавопросы типа «*Можно задать несколько вопросов?*», «*Могу отвлечь?*», «*Есть минутка?*». Такая практика втягивает собеседника в синхронную коммуникацию и заставляет обмениваться неинформативными сообщениями. Иначе говоря, современный деловой этикет стремится к тому, чтобы роль фатической функции в интернет-коммуникации снижалась.

Подобные рекомендации цифрового этикета для деловой переписки в мессенджерах не только минимизируют усилия получателя, но и некоторым образом пытаются «усмирить» разговорную природу общения в чатах.

Эти же цели преследуют рекомендации писать грамотно. Раньше исследователи фиксировали едва ли не конвенциональность ошибок и опечаток в чат-общении: «Это отражение своеобразной негласной конвенции интернет-пользователей: в интернет-среде (во всяком случае, в режиме синхронного общения) вполне уместно писать так, как говоришь; это позитивно воспринимается интернет-сообществом» (Колокольцева, 2016: 101).

Современный же этикет настоятельно рекомендует избегать ошибок и опечаток: «Всех раздражает, когда письмо написано небрежно: без знаков препинания, с ошибками по невнимательности, без приветствия и подписи» (Ильяхов, Сарычева, 2018: 10). Изменение отношения к подобного рода «небрежности» связано как минимум с двумя причинами: во-первых, сфера применения мессенджеров расширилась до деловой, во-вторых, в мессенджерах появились новые инструменты работы с ошибками: (1) встроенные редакторы, указывающие на ошибки при написании, (2) предиктивный набор, который предлагает орфографически верное написание слов, (3) возможность отредактировать сообщение даже после отправки. Следовательно, с развитием технологий репутационная цена ошибки возрастает. Кроме того, автозамена неправильно

написанных слов на другие, подчас неуместные, слова стимулирует ответственных пользователей как минимум внимательнее относиться к написанному и перечитывать сообщение перед отправкой.

Подтверждением идеи о том, что цифровой этикет пытается усмирить разговорную стихию общения и сделать ее более сдержанной, грамотной, предсказуемой, упорядоченной, является и особое отношение цифрового этикета к голосовым сообщениям как прямой трансплантации устной речи в гибридную интернет-коммуникацию (подробнее об этом см.: (Лукинова, 2020: 106–115).

Таким образом, в выборе языковых средств при общении в мессенджерах особую роль играет продолжающийся формироваться цифровой этикет, одна из целей которого сейчас — упорядочить естественную стихию разговорного языка, который проникает в письменное интернет-общение. То, как рекомендации цифрового этикета применяются на практике, заслуживает отдельного изучения. Однако уже сейчас очевидно, что деловое общение в мессенджерах так или иначе учитывает нормы актуального, трансформирующегося этикета. «Сетевой этикет отличается от традиционного, и нельзя однозначно сказать, что одно — это хорошо, а другое — плохо. В каждом из этих этикетов постепенно вырабатывались / вырабатываются свои нормы и правила общения. На фоне этого происходит изменение этических норм» (Евсеева, 2012: 184).

Трансформации формул вежливости: от полуофициального к деловому

Особую роль в цифровом речевом этикете играют формулы вежливости. С одной стороны, традиционный этикет предписывает их активно использовать. С другой стороны, формат динамичного, почти синхронного цифрового общения приводит к противоположной тенденции — экономии языковых средств. В связи с этим можно выделить несколько процессов в трансформации этикетных формул в полуофициальной коммуникации в мессенджерах, которые влияют или могут повлиять на деловой этикет цифровой переписки в целом.

Сокращения. Единицы речевого этикета, которые многократно используются в интернет-переписке, часто подвергаются сокращениям. Вместо «спасибо» пишут «спс», вместо «пожалуйста» — «пжл», «пжлст». В уже упоминавшемся исследовании 43 % опрошенных сказали, что «спс» их раздражает. Это раздражение вербализовано, например, мемом: «Люди, пишущие „спс“! Что вы делаете с кучей освободившегося времени?»⁷. Как правило, подобные сокращения употребляются в неформальной коммуникативной ситуации, в которой объем просьбы не велик: «Скинй, плз, номер Наташи» — «891534350..» — «спс».

Иногда сокращения используются в приветствиях: «ДД» («добрый день»), «ДУ» («доброе утро»), «ДВ» («добрый вечер») — или в поздравлениях: «С ДР!» («С днем рождения») и «С НГ!» («С Новым годом!»). Разумеется, пока еще они используются в неформальной или полуоформальной переписке.

⁷ Анекдотов.net. URL: <https://anekdotov.net/anekdot/all/chsvbdvshgsvrnm.htm> (дата обращения : 20.02.2024).

Вульгаризмы (русифицированные английские слова вежливости): «*плиз*», «*сори*», «*ок(и)*» в предложениях типа: «*Сори, опаздываю*»; «*Напиши точный адрес плиз*». Распространение подобного рода единиц в полуофициальной деловой коммуникации (например, чат сотрудников в том или ином мессенджере) обусловлено, помимо языковой моды и проблем с языковым вкусом, еще и экономией языковых средств: английские слова короче русских «*пожалуйста*», «*извини*», «*хорошо*». Вульгаризмы используются в ситуации не слишком обременительной просьбы или не слишком большой провинности.

Отказ от традиционных формул вежливости. Одна из интереснейших особенностей современной (полу)официальной деловой коммуникации в мессенджерах заключается в том, что в ней практически не используется слово «*пожалуйста*» в ответ на «*спасибо*». 13 мая 2021 г. в телеграм-канале «*Цифровой этикет*» был задан вопрос: «*Вы написали в мессенджере «спасибо». Ждете ли вы какого-то сообщения от собеседника в ответ?»*⁸. Из 4 606 респондентов 75 % считают, что на «*спасибо*» отвечать необязательно; 12 % хотели бы в ответ увидеть смайл или стикер; 11 % хотели бы получить что-то вроде «*Приятно было помочь*», «*Обращайся*». И только 2 % в ответ на «*спасибо*» ожидают «*пожалуйста*». При этом классический речевой этикет предполагает, что за благодарностью должна последовать некоторая реакция.

Усиление роли приветствия как элемента устного общения. Классическая эпистолярная традиция не предполагала, что в письме надо здороваться с адресатом, достаточно было обратиться к нему по имени: «*Приветствие появилось в электронном письме и пока не повлияло на письмо в конверте: в нем остается пока только обращение, что соответствует законам эпистолярного жанра*» (Северская, Селезнева, 2019: 288).

При этом в электронной переписке приветствия используются постоянно: виртуальный контакт сближается с реальной встречей, когда поздороваться с собеседником необходимо. Именно поэтому приветствия возникают и в электронных письмах, и в чатах. Сегодня интернет-пользователи спорят о том, нужно ли здороваться в мессенджере, и если да, то сколько раз за день. Смена установки происходит, вероятно, из-за того, что изменились практики использования интернета: во времена, когда к интернету нужно было подключаться, вход в чат воспринимался как вход в помещение, где со всеми нужно поздороваться. Сегодня большинство участников (деловой) электронной коммуникации находятся онлайн постоянно, а потому приветствовать человека, с которым недавно уже была переписка, становится необязательным, как, например, необязательно здороваться каждый раз в начале разговора с человеком, который сидит в том же рабочем кабинете.

Показательны результаты опроса интернет-пользователей, в котором предлагалось, оценив смоделированный диалог, ответить на вопрос: «*Чье поведение кажется вам менее корректным: того, кто не поздоровался, или того, кто на это обратил внимание?»*

Собеседник 1: Андрей, пришлите, пожалуйста, информацию по проекту.

Собеседник 2: Во-первых, здравствуйте! Сейчас пришлю.

⁸ Вы написали в мессенджере «спасибо». Ждете ли вы какого-то сообщения от собеседника в ответ? // Цифровой этикет. URL: <https://t.me/digitaletiquette/539> (дата обращения : 20.02.2024).

В данном опросе участвовало 5190 человек, из которых 90 % считали, что не прав тот, кто обратил внимание на отсутствие в переписке приветствия. Только 10 % считают некорректным поведение того собеседника, который не поздоровался.

Исчезновение формул прощания — одно из отличий мессенджеров от чатов, в которых было принято прощаться, чтобы показать, что пользователь собирается покинуть чат и не будет доступен онлайн. В мессенджерах такой необходимости нет: априори предполагается, что пользователи онлайн постоянно. Вместо прощания чаще используется благодарность или подтверждение договоренности: «Хорошо, завтра буду», «Увидимся на совещании», «Буду ждать результатов».

Диалог может заканчиваться даже с помощью последовательного сокращения длины и информативности реплик:

- Вот документ, который ты просил
- О, спасибо, очень вовремя
- Обращайся
- 

В данном контексте эмодзи становится сигналом того, что коммуникативная ситуация исчерпана.

Отказ от стандартных элементов деловой переписки. Деловой этикет предписывает включать в каждое электронное письмо подпись с указанием должности адресанта, компании и контактов, причем независимо от того, представляется ли пишущий в начале письма⁹. В деловой переписке в мессенджерах этот компонент (информация об отправителе) исчезает: во-первых, в мессенджерах невозможно включить в сообщение данный реквизит автоматически, а во-вторых, всегда понятно, кто именно отправляет то или иное сообщение.

Замена этикетных формул на эмодзи. Набор эмодзи в мессенджерах предлагает яркие визуальные образы для разнообразных ситуаций. Так, эмодзи  многозначен: он используется и для того, чтобы подкрепить просьбу, в диапазоне значений от «пожалуйста» до «умоляю», и для того, чтобы поблагодарить, и для того, чтобы передать надежду на что-то (в значении «Хоть бы это случилось!»). Неслучайно эта пиктограмма заняла в 2023 г. четвертое место в мире по популярности среди всех остальных эмодзи¹⁰. В России 42 % россиян назвали этот значок любимым¹¹. Он может использоваться в нескольких вариантах: как дублирование вербально выраженной мысли («Спасибо », «Пожалуйста, помоги »), как замена слов вежливости («Ты меня очень выручил », «Сбрось  презентацию») или как самостоятельное сообщение, состоящее из одного только символа («Отправляю тебе презентацию» — «»).

⁹ Ильяхов М.О. Текст по полочкам : краткое пособие по деловой переписке. М. : Альпина Паблишер, 2022. С. 170.

¹⁰ Смайлик со слезами радости стал самым популярным эмодзи в 2023 году // RBC life. URL: <https://www.rbc.ru/life/news/64b79f179a794736e44e31a9> (дата обращения : 20.02.2024).

¹¹ Россияне назвали любимые эмодзи. Инфографика // Анкетолог. URL: <https://iom.anketolog.ru/2023/06/15/populyarnye-emodzi> (дата обращения : 20.02.2024).

Иногда значением благодарности могут обладать и эмодзи, изображающие цветы или подарок (🎁). В таком употреблении эмодзи могут использоваться для гармонизации коммуникации.

Особые формулы вежливости. В мессенджерах распространяются формулы вежливости, которые содержат неверное словоупотребление. Например, «заранее спасибо» и «доброго времени суток».

Наречие «заранее» некорректно сочетается с междометием «спасибо». И хотя наречие могло бы сочетаться с кратким прилагательным или глаголом («заранее признателен», «заранее благодарю»), эта формула негативно воспринимается носителями языка, так как демонстрирует, что адресант заранее уверен в положительном ответе собеседника и не предполагает даже возможности отказа. Иными словами, фраза «заранее спасибо» прагматически ущербна, так как перечеркивает смысл вопроса и просьбы. Примечательно, что «заранее спасибо» используется только в письменной речи и не может быть использована в устном разговоре — благодарность бы следовала только после полученного ответа. В письменном общении «заранее спасибо» как бы опережает течение разговора и в некотором смысле нарушает синхронность коммуникации.

Приветствие «доброго времени суток» тоже используется исключительно в письменной речи. Для устного разговора оно слишком громоздко и лишено всякого смысла, потому что по-настоящему синхронное общение предполагает четкую привязку ко времени, а значит, дает возможность назвать конкретную часть суток: «добрый день», «доброе утро» или «добрый вечер». Кроме того, в этой формуле есть и грамматическая ошибка: при приветствии обычно используется именительный падеж, а родительный падеж чаще свойственен формулам завершения разговора и прощания («спокойной ночи», «всего доброго», «удачи», «счастливого пути»). Стилистическая неточность осознается и носителями языка. Неслучайно из 3 500 опрошенных 64 % называют фразу «доброго времени суток» раздражающей¹².

Итак, этикетные формулы вежливости претерпевают разнообразные изменения в полуофициальном интернет-общении в мессенджерах.

Заключение

Мессенджеры как коммуникационная платформа постоянно трансформируются, что влечет за собой формирование новых норм и практик коммуникации. Эти нормы отражаются в цифровом этикете, который служит цели сделать онлайн-общение более эффективным, доброжелательным, предсказуемым.

Важное техническое различие электронной почты и мессенджера состоит в том, что рабочая почта зачастую привязана к корпоративному домену, а значит, может принадлежать не одному человеку, а группе лиц, и может автоматически пересылать сообщения другим адресатам. Все это делает переписку по электронной почте в большей степени статусно-ориентированной:

¹² Самые раздражающие фразы в переписке. URL: <https://digitaletiquette.ru/badwords> (дата обращения : 20.02.2024).

письмо отправляется не человеку, а исполнителю функции. Одновременно переписка в мессенджере лично-ориентирована, потому что, как правило, привязана к личному номеру телефона.

Итак, развитие интернет-технологий и эволюция интернет-коммуникации привели к тому, что современный цифровой этикет, особенно определяющий правила поведения в деловом общении, неминуемо трансформируется.

Одним из важнейших факторов, влияющих на формирование нового нетикета, становится коммуникация в мессенджерах, которые все чаще (особенно в бизнес-структурах) используются для решения деловых вопросов. Исторически полуофициальный характер общения в мессенджерах приводит к тому, что под их влиянием в современной деловой переписке появляются коммуникативные практики, графические средства и формулы вежливости, которых прежде в ней не существовало.

В качестве перспективы исследования можно наметить сопоставительный анализ использования широкого спектра этикетных формул, элементов и реквизитов традиционной и электронной деловой переписки. Заслуживающим отдельного научного внимания может стать сравнение рекомендаций деловых письмовников XIX в. и пособий по деловой переписке XXI в.

Список литературы

- Барышева С.Ф. «Устно-письменная» форма речи в интернет-коммуникации как проявление тенденции к разговорности и диалогичности // Мир лингвистики и коммуникации. 2021. № 64. С. 34–47.
- Бусарева С.Г. Графический искусственный язык эмодзи на образовательно-просветительском сайте «Arzamas» // Русский язык в школе. 2022. № 5. С. 84–89. <https://doi.org/10.30515/0131-6141-2022-83-5-84-89>
- Деловой этикет от Эмили Пост : полный свод правил для успеха в бизнесе. М. : Эксмо, 2021. 384 с.
- Евсеева И.В. Вопросы нетикета : обращение на «Ты» и «Вы» в Интернет-сети // Вестник Кемеровского государственного университета. 2012. № 3. С. 181–184.
- Загорская А.П., Петроченко П.Ф., Петроченко Н.П. Письмовник для ведения деловой корреспонденции. М. : Московский рабочий, 2006. 247 с.
- Иванова М.В., Клушина Н.И. Русский язык в современном интернет-пространстве : динамические процессы и тенденции развития // Русистика. 2021. № 4. С. 367–382. <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-367-382>
- Ильяхов М., Сарычева Л. Новые правила деловой переписки. М. : Альпина Паблишер, 2018. 256 с.
- Интернет-коммуникация как новая речевая формация / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М. : ФЛИНТА, 2018. 328 с.
- Кирсанова М.В., Анодина Н.Н., Аксенов Ю.М. Деловая переписка. М. : ИНФРА-М, 2022. 136 с.
- Клушина Н.И., Николаева В.А. Стилистика интернет-текста. М. : Эдитус, 2019. 176 с.
- Колокольцева Т.Н. Диалогичность в жанрах интернет-коммуникации (чат, форум, блог) // Жанры речи. 2016. № 2. С. 97–105. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2016-2-14-97-105>
- Кронгауз М.А. Самоучитель Олбанского. М. : АСТ, 2013. 412 с.
- Курганов Н.Г. Российская универсальная грамматика, или Всеобщее писмословие, предлагающее легчайший способ основательного учения русскому языку с семью присовокуплениями разных учебных и полезно-забавных вещей. СПб., 1769. 424 с.
- Лукинова О.В. Цифровой этикет. Как не бесить друг друга в интернете. М. : Эксмо, 2020. 240 с.
- Лысенко С.А. Взаимодействие устной и письменной формы существования языка в интернет-коммуникации : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2010. 24 с.

- Наливкин Ф.Н.* Руководство к сочинению писем и деловых бумаг : с образцами, примерами и формами : в 4 томах. М. : Тип. Семена, 1847.
- Полный русский письмовник : сборник образцовых писем, деловых бумаг и коммерческой переписки : в 4 частях. / сост. Н. Сазонов, А. Бельский. СПб. : Типолитография Х. Ш. Гельперн, 1887. 468 с.
- Правила русской орфографии и пунктуации: полный академический справочник / под ред. В.В. Лопатина. М. : АСТ-Пресс, 2022. 432 с.
- Русский язык и новые технологии : монография / под ред. М.В. Ахметовой, В.И. Беликова. М. : Новое литературное обозрение, 2014. 256 с.
- Северская О.И., Селезнева Л.В.* Эффективная бизнес-коммуникация. «Волшебные таблетки» для деловых людей. М. : Эксмо, 2019. 416 с.
- Трофимова Г.Н.* Языковой вкус интернет-эпохи в России : функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты. М. : РУДН, 2011. 435 с.
- Трофимова О.В., Кунчик Е.В.* Основы делового письма. М. : Флинта; Наука, 2019. 304 с.
- Хазова А.Б.* Изучение компьютерно-опосредованной коммуникации в лингвистическом аспекте // Вопросы языкознания. 2023. № 2. С. 144–156. <https://doi.org/10.31857/0373-658X.2023.2.144-156>
- Cebollero-Salinas A., Cano-Escoriaza J., Orejudo S.* Impact of Online Emotions and Netiquette on Phubbing from a Gender Perspective : Educational Challenges // Journal of New Approaches in Educational Research. 2022. № 1. Pp. 64–78. <https://doi.org/10.7821/naer.2022.1.848>
- Giurge L.M., Bohns V.K.* You don't need to answer right away! Receivers overestimate how quickly senders expect responses to non-urgent work emails // Organizational Behavior and Human Decision Processes. 2021. № 4. Pp. 114–128. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2021.08.002>
- Hanson R.E.* Mass communication : living in a media world. Los Angeles : SAGE Publications, Inc., 2021. 488 p.
- McCulloch G.* Because Internet : understanding how language is changing, London : Harvill Secker, 2019. 336 p.
- Riordan M.A., Glikson E.* On the Hazards of the Technology Age: How Using Emojis Affects Perceptions of Leaders // International Journal of Business Communication, OnlineFirst. 2020. № 1. <https://doi.org/10.1177/2329488420971690>
- Shea V.* Netiquette. San Francisco : Albion Books, 1994. 155 p.
- Siever C.M.* 'Iconographic Communication' in Digital Media : Emoji in WhatsApp, Twitter, Instagram¹³, Facebook¹³ — From a Linguistic Perspective // Emoticons, Kaomoji, and Emoji. The Transformation of Communication in the Digital Age. New York : Routledge, 2019. Pp. 127–147.
- Smith A.O., Hemsley J.* Memetics as informational difference : offering an information-centric conception of memes // Journal of Documentation. 2022. № 5. Pp. 1149–1163. <https://doi.org/10.1108/JD-07-2021-0140>

Сведения об авторах:

Ефремов Валерий Анатольевич, доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник, Институт лингвистических исследований РАН, Российская Федерация, 199053, г. Санкт-Петербург, Тучков пер., д. 9. *Сфера научных интересов*: интернет-лингвистика, лингвокультурология, когнитивная лингвистика, гендерные исследования, юрлингвистика. ORCID: 0000-0002-0247-706X. SPIN-код: 3233-2138. E-mail: valef@mail.ru

Лукинова Ольга Владимировна, преподаватель, Московская высшая школа социальных и экономических наук, Российская Федерация, 125009, г. Москва, Газетный пер., д. 3–5, стр. 1; аспирант кафедры русского языка, Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, Российская Федерация, 191186, г. Санкт-Петербург, наб. реки Мойки, д. 48. *Сфера научных интересов*: медиалингвистика, интернет-лингвистика, когнитивная лингвистика. ORCID: 0009-0000-8364-479X. SPIN-код: 3953-8977. AuthorID: 3953-8977. E-mail: looking.over.smm@gmail.com

¹³ 21.03.2022 г. Тверской районный суд г. Москвы удовлетворил иск Генпрокуратуры РФ и признал деятельность Meta, которой принадлежат соцсети Instagram и Facebook, экстремистской, запретив ее работу в России.

Digital business etiquette: the influence of Internet communication

Valerii A. Efremov¹, Olga V. Lukinova^{2,3}

¹ Institute for Linguistic Studies RAS, *Saint Petersburg, Russian Federation*

² The Moscow School of Social and Economic Sciences, *Moscow, Russian Federation*

³ Herzen State Pedagogical University of Russia, *Saint Petersburg, Russian Federation*

 valef@mail.ru

Abstract. Business communication has significantly expanded its arsenal of tools and begun to embrace technologies that were previously platforms for private informal communication: social networks and messengers. The relevance and novelty of our research are due to the fact that contemporary digital etiquette in business correspondence, not yet subjected to linguistic analysis, requires not only description and codification but also analysis of the transformations that influence changes in the communicative behavior of participants in business internet communication. The aim of the research is to analyze the elements of informal internet communication inherent in messengers and their influence on modern digital business correspondence. The hypothesis is that the shift of business communication to messengers leads to an increasingly oral-like nature of written business internet communication: it becomes more dynamic, more dialogical, and the norms of business communication are transformed, becoming less rigid. The main research method is a sociolinguistic survey in the form of an internet questionnaire. The research material includes data from mass internet surveys conducted from 2017 to 2024 in O.V. Lukinova’s “Digital Etiquette” Telegram channel. Internet memes were sporadically used to illustrate and confirm assessments in the linguistic reflection of internet users. The authors conclude that business communication in messengers is simultaneously influenced by several factors: business epistolary tradition, email etiquette, and patterns of informal communication that were originally inherent in messengers. Under the influence of the latter, the role of politeness formulas changes in digital business correspondence, a balance between the synchronicity and asynchronicity of communication is sought, the role of graphical symbols changes, and the oral-written nature of internet communication is reconsidered. The research perspective is a comparative analysis of certain etiquette formulas, elements, and details of traditional and electronic business correspondence.

Keywords: epistolary etiquette, business correspondence, digital etiquette, messengers

Contribution: *Efremov V.A.* — research concept, scientific consulting, general concept of the article, processing of research results, writing and editing the article; *Lukinova O.V.* — literature analysis, selection of primary material, summarizing the experience of researchers, data collection, analysis of data and results obtained, processing of the material, writing the article.

Conflict of interests. The authors declare that they have no conflict of interests.

Article history: received: 03.03.2024; accepted: 13.05.2024.

For citation: Efremov, V.A., & Lukinova, O.V. (2024). Digital business etiquette: the influence of Internet communication. *Russian Language Studies*, 22(3), 333–349. <http://doi.org/10.22363/2618-8163-2024-22-3-333-349>