

10. Толковый словарь Ушакова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=78989>. – Дата доступа: 13.01.2023.

11. Словарь современного китайского языка / под ред. Лю Шу Сян, Дин Шэнь Шу. – Пекин, 1985. – 1581 с.

## ЭТИКЕТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ НЕФОРМАЛЬНОГО ПИСЬМА

*П. О. Щербакова*

*УО «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка», г. Минск*

*Научный руководитель – М. Ю. Чикиль,  
кандидат филологических наук, доцент*

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются этикетные особенности неформального письма. Исследование основано на результатах анкетирования двух разновозрастных групп на тему этикета при неформальном интернет-общении. Полученные сведения анализируются и сопоставляются с целью выяснения особенностей восприятия на первый взгляд нейтральных нюансов при текстовом общении в социальных сетях. Знание таких особенностей будет способствовать пониманию природы некоторых конфликтов при переписке в социальных сетях, а также поможет представителям разных поколений лучше понимать друг друга.

**Ключевые слова:** сообщение; переписка; эмоции; разновозрастные группы; восприятие.

Как говорил Аристотель, человек в первую очередь – существо общественное. Процесс коммуникации между людьми происходил всегда. Сначала это были надписи на камнях и стенах, затем письма, и вот сейчас мы можем общаться, не выходя из дома, с людьми из любой точки мира. Во все времена в обществе существовали общепринятые нормы коммуникации, которые трансформировались в соответствии с развитием общества. М. А. Кронгауз считает, что сетевой этикет «представляет собой довольно причудливую смесь из компонентов устного и письменного этикета» [1]. Современное общение чаще всего происходит в интернет пространстве, где с течением времени возникает свой негласный этикет переписки.

В рамках данного исследования было проведено анкетирование двух разновозрастных групп. В состав первой группы вошли люди в возрасте от 30 до

50 лет, группа два – преимущественно студенты. Общее количество анкетированных – 100 человек (соответственно, по 50 представителей вышеуказанных возрастных групп). Вопросы в анкетах были одинаковыми для двух групп, что дало нам возможность сравнить ответы и выявить разницу в отношении к одинаковым явлениям в процессе переписки. Мы не рассматривали этикетные особенности деловой коммуникации, так как здесь уже существуют общеизвестные правила, которые необходимо соблюдать для формального, уважительного обращения к собеседнику. Особенности делового этикета рассматривались в работах А. Ю. Чуковенкова [2], Т. М. Лагутиной [3], также основы делового этикета и многие проблемные вопросы подробно изложены в учебном пособии В. С. Кукушкина «Деловой этикет» [4]. В анкете же речь идёт о неформальном общении и тех аспектах, на которые люди обращают внимание. На данную тему также проводилось множество исследований. Например, «Интернет-лингвистика» М. Ю. Сидоровой [5], «Лингвокультура языковой личности в интернет-коммуникации» О. Ю. Усачевой [6], известный труд профессора М. А. Кронгауза «Русский на грани нервного срыва» [1]. Несмотря на уже имеющиеся многочисленные исследования, интернет-этикет продолжает оставаться актуальной темой, так как происходит его постоянное развитие и трансформация. Зная особенности восприятия, на первый взгляд, нейтральных явлений, два поколения смогут избежать недопониманий в процессе текстовой переписки, а также повысить качество общения.

В начале анкетирования мы подняли вопрос о постановке точки в конце сообщения. По данному вопросу возникли разногласия со стороны двух возрастных групп. Вопрос заключался в необходимости постановки точки в конце сообщения. Большинство голосов представители первой группы (70%) указали на вариант ответа *«Точка означает, что предложение окончено. Надо ставить»*. В то время, как только 19% респондентов второй группы согласились с данным утверждением. Студенты и молодые люди (44%) выбрали вариант ответа *«Точка выглядит формально и сухо»*. Здесь мы видим кардинальное отличие в восприятии обыденного пунктуационного знака. Мы можем сделать вывод, что в дружеской переписке студенты скорее всего не будут ставить точку, чтобы их собеседник не почувствовал официальный тон. В то время как первая группа (старшее поколение) относится к точке как к обычному знаку препинания без каких-либо подтекстов.

Следующий вопрос анкетирования затрагивал тему постановки скобочки в тестовых сообщениях. При общении в социальных сетях часто можно увидеть подобное явление. Как правило, скобочка олицетворяет улыбку. Другими словами, она призвана передать позитивные эмоции, которые при прочтении текста часто бывают не понятны. Здесь мнения опрашиваемых групп совпали: 90% респондентов первой группы и 80% второй согласились с утверждением,

что *«Скобочка смягчает фразу. Ставлю при подходящем случае»*. Так, мы видим, что обе группы признают необходимость «смягчения» фраз и чувствуют важность передачи не только информации, но и эмоционального состояния.

Помимо вышеуказанного способа часто в процессе написания сообщений используются эмодзи. Они наглядно отображают большой спектр эмоций, который хочет передать адресат. Большинство представителей первой возрастной группы (83%) согласилось с пользой использования эмодзи в текстовых сообщениях, а также указали, что сами *«Стараются не перегружать сообщения и использовать эмодзи только в подходящих случаях»*. Данное утверждение поддерживает и вторая группа опрошенных (75%).

Существует и другой вариант текстового выделения информации. Это использование заглавных букв (функция caps lock) при написании слов или предложений. Как правило, выделение текста при помощи функции caps lock побуждает читателя обратить на данное высказывание особое внимание. Обе группы в одинаковом большинстве (по 65%) подтвердили то, что *«Данный приём – отличный способ выделить важную информацию в общем тексте сообщения или передать эмоцию»*.

В анкете также присутствовал вопрос касательно соблюдения (или не соблюдения) правил постановки знаков препинания при неформальном общении. Здесь мы увидели схожие результаты. В первой группе большинство (57%) выбрало вариант ответа, где указано, что они обращают внимание на грамотную постановку знаков препинания (*«С грамотным человеком приятно общаться»*). Около 30% респондентов ответили, что *«Основные правила пунктуации должны соблюдаться, но на мелкие ошибки не стоит обращать внимания»*. И лишь минимальное количество (13%) ответили, что не считают необходимым соблюдать правила пунктуации при неформальном общении (*«Это переписка, а не диктант»*). Во второй группе на первом месте находилось мнение, что лишь основные, общеизвестные правила должны соблюдаться (67%). Мы видим, что грамотность до сих остаётся актуальным навыком среди представителей двух поколений.

В данном анкетировании мы решили выяснить отношение к опечаткам. Первая группа (61%) лояльно отнеслась к таким недочётам: *«Такое бывает, понятно, что это не ошибка по незнанию, а опечатка»*. В тоже время 35% анкетированных указали, что они *«Перечитывают сообщение перед тем, как отправить и проверяют, чтобы не возникло нелепых казусов»*. Похожее соотношение продемонстрировали участники второго опроса. Большинство респондентов второй группы (65%) также выразили понимание случайности возникновения опечаток. Некоторые студенты (21%) указали, что проверяют сообщения перед их отправкой. С опечатками сталкивался каждый, поэтому такие ошибки не считаются чем-то стыдным и воспринимаются одинаково

любяльно всеми поколениями. Часто люди торопятся и не перепроверяют сообщения перед отправкой (особенно при дружеских отношениях), или же случайно выбирают соседнюю букву на узкой клавиатуре.

В современных мессенджерах помимо функции текстового общения также присутствует и голосовое. Его зачастую используют при отсутствии возможности написать текстовое послание или при необходимости передать большой объём информации, писать который было бы более трудоёмко. Однако часто возникают неудобства в связи с прослушиванием подобного рода сообщений. Многим приходится искать тихое уединённое место или наушники, чтобы узнать аудио-послание. Другие же могут слушать голосовые сообщения в общественных местах, что нередко становится причиной недовольства окружающих и может приводить к конфликтам.

Большая часть представителей первой группы (48%) ответили, что они *«Не против коротких и редких аудио-фрагментов, но длинные сообщения вызывают дискомфорт и недовольство»*. 26% опрошенных в обеих возрастных группах выбрали два оставшихся варианта: *«Голосовые сообщения – это удачный вариант поделиться эмоциями или историей с другом»* и *«Голосовые сообщения неудобны: необходимо искать уединённое место или наушники для их прослушивания»*. Вторая группа высказала более позитивное отношение к аудиосообщениям. Около 60% респондентов согласились с утверждением, что это хороший вариант передать эмоцию и рассказать что-то важное. И лишь 4% сослались на неудобство и нежелание искать «особые» места для прослушивания сообщений.

Помимо голосовых сообщений противоречия часто возникают и с «читабельным» объёмом получаемых текстов. Этой проблеме был посвящён следующий вопрос. Опрошываемые участники первой группы в одинаковом процентном соотношении (по 39%) выделили два варианта ответа: *«Более удобным кажется чтение коротких сообщений»* и *«Большие сообщения целесообразно делить для удобства чтения»*. Последний вариант поддержали большинство респондентов второй группы – 67%. Мы видим, что в процессе интернет-общения важное место занимает не только передаваемая информация, но и удобство её чтения.

Часто в современных мессенджерах присутствует возможность удаления отправленного материала (как у себя, так и у адресата), а также функция «временных» сообщений, которые исчезают по истечению определённого временного периода. С одной стороны, это удобное дополнение современных текстовых мессенджеров. С другой же, удаление сообщений может привести к конфликту. Обе группы в одинаковом соотношении (по 44%) ответили, что *«Пишут сообщения таким образом, чтобы в последствии их не удалять»*. И, соответственно, не любят, когда так поступают другие. В тоже время около 30%

участников из обеих групп с пониманием относятся к подобному явлению, предполагая, что *«У отправителя мог быть негативный опыт (когда текст его сообщений использовали ему же во вред), поэтому он подстраховался и удалил то, что кажется ему опасным»*. Данный вопрос затрагивает доверительный аспект общения, а также необходимость корректно формулировать свои мысли.

В последнем вопросе мы решили выяснить актуальность звонков в современном мире среди представителей разных поколений. Первая группа опрошенных подтвердила факт эффективности и удобства звонков. Около 65% респондентов согласились с утверждением, что *«Общение с человеком на прямую помогает лучше донести и объяснить информацию, а также избежать недопониманий»*. В то время как 60% участников другой группы указали, что *«Звонят редко, только в крайних случаях, чтобы не тревожить и не отвлекать человека»*. Результат отражает очевидное расхождение в отношении к звонкам.

Таким образом, мы можем увидеть, что мнения представителей двух возрастных групп по некоторым вопросам абсолютно совпадают. Так, обе группы положительно относятся к обоснованному и уместному использованию дополнительных средств выражения эмоций. Например, скобочка в конце сообщения, эмодзи, использование функции caps lock для выделения важной информации. Однако, молодое поколение более чувствительно отнеслось к точке в конце предложения, так как ими данный факт воспринимается сухо и излишне серьёзно. По мнению представителей указанной возрастной группы высказывание выглядит официальным и безапелляционным («я так сказал и точка»). Многие отметили, что такой знак препинания в конце одиночной короткой фразы или ответа (например, «Спасибо.» или «Поговорим завтра.») в переписке с близким другом или знакомым будет воспринят как скрытая обида. В то время как старшее поколение воспринимает точку как необходимый знак препинания, выражающий законченность мысли.

Мы видим, что, несмотря на цифровизацию общения, до сих пор для людей остаются важными эмоции. Стремление передать своё настроение, поделиться радостным событием находит отражение в символах, которые используются при переписке. Наравне с отправителем получателю также необходимо чувствовать настроение собеседника.

Ещё одним несоответствием в ответах стало отношение к звонкам. В современном мире всё больше начинает цениться личное время и пространство, а также нежелание мешать и отвлекать человека посреди рабочего дня. Поэтому молодое поколение предпочитает писать сообщения, давая тем самым больше времени на обдумывание ответа. В то время как первая группа анкетированных считает такой способ связи более эффективным. Так можно сразу обратиться с интересующим вопросом или передать важную информацию. Более того, при «живом» диалоге легче понять мысль и эмоцию собеседника, чем при прочтении

текстового сообщения. Многие студенты отметили, что звонок вызывает чувство тревоги. Они думают, что «случилось что-то плохое и им надо срочно что-то сделать». Молодые люди испытывают дискомфорт, когда им необходимо сразу принять решение и дать ответ, без возможности обдумать.

Обратная ситуация сложилась с голосовыми сообщениями. Вторая группа активно пользуется данной функцией, вероятно, заменяя этим звонки. В современных условиях наушники являются естественным дополнением телефона, а телефон – обязательным атрибутом общественной жизни. Поэтому, как правило, у людей не возникает проблем с прослушиванием аудиосообщений. В то время как старшее поколение предпочитает звонки и живое общение.

Таким образом, мы можем проследить сходства и различия в восприятии на первый взгляд нейтральных явлений в электронной переписке. Осведомлённость в вышеуказанных нюансах поможет лучше понимать собеседника при текстовом общении, а также минимизировать конфликты и сделать интернет-общение приятным и комфортным.



#### **Библиографический список:**

1. Кронгауз, М. А. Русский язык на грани нервного срыва [Электронный ресурс] / М. А. Кронгауз // Большая онлайн библиотека – Режим доступа: <http://philology.by/uploads/logo/krongauz2008.pdf>. – Дата доступа: 29.03.2023.
2. Чуковенков, А. Ю. Деловая корреспонденция: справочник / А. Ю. Чуковенков, В. Ф. Янковая. — Москва : МЦФЭР, 2004. – 576 с.
3. Лагутина, Т. М. Деловое письмо: справочник / Т. М. Лагутина, Л. П. Щуко. – М. : Герда, 2003. – 339 с.
4. Кукушкин, В. С. Деловой этикет: учебное пособие / В. С. Кукушкин. – Рн/Д. : М. : Март, 2005. – 288 с.
5. Сидорова, М. Ю. Интернет-лингвистика: русский язык. Межличностное общение / М. Ю. Сидорова. – М. : «1989.ру», 2006. – 192 с.
6. Усачева, О. Ю. Лингвокультура языковой личности в интернет-коммуникации / О. Ю. Усачева // Государственная служба. – 2005. – № 5. – С. 97–102.