оригинальная статья
УДК 81-119

Электронная деловая коммуникация: структурно-композиционная специфика

Юлия Александровна Михеева

Сибирский институт управления (филиал) Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Россия, г. Новосибирск; <https://orcid.org/0000-0002-5132-9645>; juami@yandex.ru

Поступила в редакцию 07.04.2021. Принята в печать 18.06.2021.

Аннотация: Рассматриваются вопросы, направленные на изучение структурно-композиционной специфики текстов современных форм деловой коммуникации, сгенерированных в электронной среде. Материалом послужили электронные деловые письма (инициальные письма-просьбы туристической и гостиничной тематики), электронные инициальные сообщения на веб-форумах (на материале веб-форумов фармацевтической, автотехнической, технической тематики) и сообщения из деловой переписки в социальной сети Instagram (образовательной, жилищной, продовольственной тематики), которые анализировались с точки зрения эволюции их структуры и текстовой архитектоники. В исследовании используются общенаучные методы наблюдения и описания в сочетании с методом сравнительного анализа языкового материала. Установлено, что в сравнении с традиционным деловым письмом структурное оформление и текстовая организация электронных деловых писем, деловых сообщений на веб-форумах и в социальных сетях претерпевают значительные качественные изменения, что обусловлено спецификой программных алгоритмов, в рамках которых создаются эти тексты. Текст электронного делового письма или сообщения не всегда осознается коммуникантами как произведение, обладающее расчлененной структурой. Электронная деловая переписка подвергается процессам деформализации и стилевой гибридизации, связанными с особенностями сетевого общения, при этом определяется общая тенденция к либерализации языка в современной электронной переписке.

Ключевые слова: электронная коммуникация, электронное письмо, деловое общение, деловая е-коммуникация, деловое письмо, веб-форум, форум, социальная сеть, членимость, гибридизация, деформализация, структура текста, Инстаграм, поликод

Цитирование: Михеева Ю. А. Электронная деловая коммуникация: структурно-композиционная специфика // Вестник Кемеровского государственного университета. 2021. Т. 23. № 2. С. 512–520. DOI: <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2021-23-2-512-520>

Введение

Электронная деловая коммуникация занимает значимое место в современной социокультурной среде и обладает своей функционально-стилевой спецификой. В фокусе электронной деловой коммуникации активно развивающимся в рамках различных аспектов (текстологического, жанроведческого, социолингвистического и др.) является деловое письмо, в котором в связи с изменчивыми условиями жизни происходят существенные качественные изменения. Одной из главных причин эволюции текстовой и структурно-композиционной организации делового письма как одной из форм деловой коммуникации на современном этапе является внедрение и активное использование компьютерных технологий. Во многих сферах жизни, особенно в деловой, активно развивается компьютерная коммуникация, привлекая внимание ученых к изучению виртуального дискурса [1–6]. Постоянное развитие коммуникационных технологий привело к тому, что во многих случаях традиционные деловые письма на бумажном носителе заменяются электронной коммуникацией. Актуальность данной работы обусловлена

активным появлением и распространением различных форм электронной деловой коммуникации и недостаточной степенью изученности текстов современных форм электронной деловой коммуникации. На данном этапе работы исследователей посвящены анализу электронной деловой переписки и электронной коммуникации в целом [7–13].

Цель – структурно-композиционный анализ текстов электронной деловой коммуникации в сравнении с традиционным бумажным деловым письмом по параметру членимости текста на структурно-информативные блоки, их качественного наполнения и архитектоники. Частными задачами исследования являются сравнительный анализ традиционного делового письма и электронных форм коммуникации на уровне структуры и композиции, а также определение факторов, обуславливающих трансформацию традиционного делового письма, сгенерированного в компьютерно-опосредованной среде.

Наряду с традиционным бумажным деловым письмом и электронным деловым письмом формируются новые виды деловой коммуникации. В сфере делового общения

на данном этапе распространены такие альтернативные формы современного делового общения, которые по некоторым параметрам отличаются от традиционных форм деловой переписки на бумажном носителе и в то же время обладают существенными различиями между собой. Материалом для исследования послужили электронные деловые письма (инициальные письма-просьбы туристической и гостиничной тематики), электронные инициальные сообщения на веб-форумах (на материале веб-форумов фармацевтической, автотехнической, технической тематики) и сообщения из деловой переписки в социальной сети Instagram (образовательной, жилищной, продовольственной тематики) с точки зрения эволюции их структуры и текстовой архитектоники.

Под электронным деловым письмом (далее – ЭДП) понимается особый вид электронно-опосредованной коммуникации, позволяющий осуществлять диалоговое общение в режиме реального времени. Веб-форум представляет собой периферийный жанр, сочетающий конститутивные признаки институциональной деловой устной и письменной электронной коммуникации. Вслед за Л. Ю. Ивановым [10] и др. М. А. Овсянникова определяет веб-форум как форму электронного вербально-невербального общения с неограниченной коммуникацией в синхронно-асинхронном режиме с моно- или политематическим характером сообщений [14]. Под социальными сетями понимаются электронные сервисы, способствующие созданию виртуального сообщества пользователей, обеспечению деловой активности в обществе, сохранению и развитию связей в сфере делового общения [15].

Специфика структурной организации делового письма в электронной среде

По отношению к традиционному бумажному деловому письму существенным изменениям подвергается группа ЭДП. Официальность документа на уровне членимости сохраняется, однако ее степень несколько снижается за счет качественных изменений реквизитов. Состав реквизитов, обусловленный программными особенностями, сохраняется в электронном письме (реквизиты помечаются специальными указателями: От (или *From*), Кому (или *To*), Тема (или *Subject*), которые выполняют функцию формуляра-образца), однако меняется их качественное наполнение:

1) вместо наименования организации, выступающей в роли адресанта в традиционном письме, присутствует чаще всего указание на имя и фамилию отдельного лица – сотрудника организации: *From: Olga Vasnetsova; От: Николай Бессонов;*

2) справочные данные об организации: в традиционном письме это указание почтового адреса, телефона, факса, номеров банковских счетов и т. д., в электронном письме – указание электронного адреса сотрудника: *Olga_Vasnetsova@investbank.ru;*

3) адресат: в традиционном письме предполагается указание должности, наименование организации / подразделения и Ф. И. О. руководителя, в электронном письме – Ф. И. О. (либо только фамилии или имени и отчества) и указание электронного адреса *To: Dmitriyeva Elena centre@gk-sibir.sibnet.ru;*

4) реквизит *дата* представлен линейно и включает не только число, месяц и год, которые оформляются в традиционном деловом письме, но и время (часы, минуты, иногда секунды), а также день недели: *Date: Monday, January 17, 2005 4:17:56 PM;* наряду с датой в традиционном деловом письме линейно указывается порядковый номер документа, в составе ЭДП такой реквизит отсутствует;

5) заголовок к тексту в традиционном деловом письме оформляется в предложном падеже и указывается перед основным текстом, в электронном письме – в именительном: *Subject: Заявка на трансферы,* часто предшествует реквизиту *адресат* и *адресант*.

Качественное наполнение реквизитов зачастую обусловлено программными особенностями. Некоторые традиционные реквизиты включаются в состав других реквизитов, что связано с требованиями организации к единообразию оформления ЭДП. Например, реквизиты *наименование организации, справочные данные об организации* часто включаются в состав реквизита *подпись*:

*С уважением,
Валерия Злобина
Отдел бронирования
Christie Hotel & Natalia Hotel
Тел: 8 800 777 02 86
e-mail: reservations@christiehotels.com
christiehotels.com
Республика Крым, г. Евпатория, пгт. Мирный,
Южная коса, ул. Морская, д. 10*

Кроме того, если в традиционном деловом письме компонент реквизита *подпись* включает должность, собственно подпись и расшифровку (Ф. И. О.), то в подписи в ЭДП зачастую указаны Ф. И. О., или только фамилия и имя, должность, наименование организации, номер телефона организации, в некоторых случаях почтовый адрес, а также сайт организации. Отсутствие полного имени, возможность вариаций оформления реквизитов, цветовое оформление реквизита усиливает тенденцию к снижению официальности в ЭДП.

Некоторые элементы структуры письма могут быть включены в его основной текст, тем самым трансформируя текст ЭДП в гипертекстовое пространство. Так, электронной *отметкой о наличии приложений* является приложенный файл или гиперссылка на документ, которая часто используется в основном тексте электронного письма: *Просим заполнить форму Corporate Account Application Form, находящуюся по ссылке: www.nvtb.ru/form/corpaccapplication.*

Основной текст инициального ЭДП оформляется в соответствии с традициями бумажного делового письма и обладает четкой структурой. Текст традиционного

делового письма предполагает следующую архитектуру: обращение, мотивировочная, констатирующая части и заключительная формула вежливости. Средством членения основного текста являются абзац, рубрикация и межстрочные интервалы. Подобная структура в тексте электронного письма встречается не так часто.

Чаще всего в тексте ЭДП мотивировочная и констатирующая части не разделяются: *Прошу вас выделить легковой автомобиль, желательна иномарку в хорошем состоянии, 6 октября для встречи в аэропорту, рейс № 178 из Москвы, 8 октября с 9.30 до 20.00, 9 октября для проводов в аэропорту, рейс № 174.*

В основном тексте документа некоторые части могут отсутствовать, например: обращение, мотивирующая и / или заключительная части:

Уважаемые господа,

Просим Вас забронировать трансфер для г-на Антонова.

Прибытие рейсом SU721 Москва – Новосибирск 23.04. в 05:10 утра

Гарантируем предварительную оплату.

Заранее благодарим.

В данном сообщении отсутствует мотивировочная часть, а также примечательна структура самого текста сообщения, выраженная инициацией каждого предложения с новой строки. Такое представление сообщения связано с определенной коммуникативной тактикой автора – подчеркнуть информационную значимость каждого предложения.

Встречаются случаи, когда основной текст письма представлен линейно в нерасчлененном виде, включая приветствие, основной текст и подпись в едином абзаце: *Здравствуйте, Андрей. Высылаю вам бриф, как мы и оговаривали. Отправьте мне, пожалуйста, ФИО и должность человека (или нескольких человек), у которых будут брать интервью, а также место и проведение интервью. С уважением, Роман.*

В ЭДП часто обнаруживается дополнительный структурный элемент текста – *постскриптим*, оформляемый после подписи: *P.S.: постарайтесь предоставить нам информацию до 18 мая.*

Подобные элементы меняют конвенциональные нормы традиционного оформления делового письма, способствуют снижению формальности общения, придают устно-разговорный характер деловой письменной коммуникации и, таким образом, способствуют гибридизации данной коммуникативной формы.

Структурно-композиционные особенности сообщений на деловых веб-форумах

В сравнении с традиционным и электронным деловыми письмами наиболее выраженные изменения претерпевает переписка коммерческого характера на деловых веб-форумах (на материале инициальных сообщений-просьб). Основной коммуникативной целью веб-форума является

обмен информацией (получение и / или передача информации), реализующей различные функции [16]. Текст веб-форума представлен чередованием постов (структурных элементов веб-форума) – отдельных сообщений авторов в рамках темы, заданной автором предметного веб-форума. С формальной точки зрения веб-форум выстраивается линейно, по временной шкале, по мере поступления сообщений от коммуникантов форума, тем не менее в процессе общения приобретает более сложную структуру. А. С. Патрушева отмечает, что макротема диалога (форума) реализуется через подтемы, которые в свою очередь состоят из микротем [17]. Степень политематичности веб-форума определяется в значительной степени количеством участников коммуникации. К тому же некоторые посты содержат отсылки к другим текстам в сети.

Переписка на деловых веб-форумах осуществляется между организацией или индивидуальным предпринимателем, заинтересованными в заключении сделки или предоставлении информации, на основе которой возможна потенциальная сделка, и физическим лицом, которому не требуется предоставлять подробную информацию о себе ввиду отсутствия необходимости. Для совершения сделки между коммуникантами достаточно сведений об индивидуальном предпринимателе / организации, указанными на сайте организации, на котором работает веб-форум. По этой причине не выделяется реквизит *справочные данные об организации*. В письмах отсутствует реквизит *отметка о приложении*, т. к. переписка носит оперативный характер и посвящена, как правило, какому-либо одному конкретному вопросу. В ряде случаев может отсутствовать и реквизит *подпись*, это обусловлено указанием имени составителя письма перед основным текстом или слева от текста сообщения, что задано автоматически программой, а также более естественным характером переписки. Реквизит *дата* обладает линейной структурой, как и в ЭДП, включает не только месяц, число и год, но и точное время (часы, минуты, секунды), иногда день недели.

Наиболее яркую структурную специфику сообщения на деловых веб-форумах демонстрируют в рамках основного текстового корпуса на уровне членимости. В отличие от традиционных и электронных деловых писем основной текст писем-просьб на веб-форумах в большинстве случаев членению не подвергается и оформляется при отсутствии абзацного отступа: *Здравствуйте, Я стал принимать 2 припарата: Один называется glutafekt: глутаминовая кислота 240mg и соевый лецитин 132mg О другой Q10 - 30mg + VITAMAX еще. Все это дневная норма. Скажите, вредит ли это здоровью, или можно ли это все принимать вместе? И что вы можете предложить на вашем рынке. Спасибо¹.*

Однако иногда текст может быть подвергнут определенному членению, но на иных основаниях, чем в традиционном деловом письме. Отдельным абзацем могут размещаться

¹ В приведенных примерах сохраняются авторские ошибки

дополнительные сведения, которые адресант настойчиво выделяет с определенным намерением, с локализацией после реквизита *подпись*, например:

Добрый день. Прошу вас отменить заказ, т.к. я ничего не заказывал. Наверное, это просто кто-то подшутил надо мной. Причем очень злая шутка <...>. С уважением, Алексей Бондаренко.

В случае не отмены заказа, я отказываюсь оплачивать этот якобы "мой заказ". Убедительно прошу Вас не высылать заказ. Просьба сообщите, что вы не отправили "мой заказ".

Встречается вычленение рубрикации не только с помощью нумерованных списков, но и интерлиньяжа (междустрочного пробела), который «оказывает существенное влияние на визуальное восприятие текста, облегчая или затрудняя его прочтение» [18, с. 81]:

Купил сегодня это "чудо"..... но остался недоволен

1. На диске написано ".... программы для редактирования графики, фотографий, видео и звука.....": для видео есть только плеер, никакого редактора

*2. Нет ни одной *.wav мелодии для Motorola MPx 200, только MIDI, которые устанавливать в качестве звонка на телефон данного уровня просто неприлично...*

3. Многие картинки повторяются под разными названиями...

*4. Нигде не написано как устанавливать темы для телефона... *.hте*

5. Нет ни одной игры для MPx 200, только Java.

Прошу ответить мне по почте хотя-бы на некоторые мои вопросы (замечания?).....

С уважением, Игорь Павлович.

Нередко основной текст сообщения на веб-форуме обладает одночастной структурой, представленной в виде запроса, например: *Здравствуйте! Меня интересует срок поставки и гарантия качества на поставляемые вами оригинальные детали; Добрый день. Я бы хотела приобрести датчик дождя.*

Зачастую в сообщениях отсутствуют обращение, мотивировочная и заключительная части: *Будет ли издаваться игра Информатикус от компании Heureka-Klett?* Такой структуре сообщения способствует гибридный характер коммуникации, диктующий деловой стиль общения наряду с неформальной диалоговой природой взаимодействия в электронной среде. В других случаях может содержаться приветствие и мотивировочная часть либо только мотивировочная часть, например: *Добрый день! Покрышки полетели.* Констатирующая часть следует, как правило, в дальнейшей переписке. В некоторых случаях в тексте могут содержаться мотивировки и констатации, однако они представлены в редуцированном виде и структурно не выделяются: *Здравствуйте, подскажите - передний мост-всборе не поставляется.* Заключительная часть в таких сообщениях отсутствует, поскольку переписка осуществляется в интерактивном режиме с тенденцией к трансформации в форму диалога, и таким образом заключительная часть обнаруживается в самом конце переписки.

Внешняя структурная организации ЭДП и веб-форумов обусловлена программными особенностями, реквизиты располагаются в строгой последовательности друг за другом благодаря фиксированности, которую обеспечивает компьютерная программа. Оформление ЭДП организуется по образцу-схеме, представляющему собой «наименее жесткий тип организации документа, представленный только параметром (а) – фиксированный набор основных элементов содержания, причем чаще всего имеет место употребление конституирующих данный тип текста начальных его реквизитов» [19].

Структурно-композиционные особенности делового общения в социальных сетях

Развитие информационных технологий способствовало появлению обширного арсенала социальных сетей, которые признаются исследователями как феномен, уверенно занимающий позицию доминирующего элемента в социальных коммуникациях и оказывающий существенное влияние на жизнь участников социальных сетей [15]. Отмечается тенденция дублирования всех процессов из реальной жизни в виртуальную, в том числе коммерческих процессов, реализующихся в спонтанном сотрудничестве через деловое общение посредством обмена сообщениями в синхронном и асинхронном режимах. Несомненно, социальные сети вызывают большой интерес у исследователей и анализируются в качестве и инструмента формирования общественного сознания [20; 21], и социально-психологического явления [22; 23], и инструмента продвижения коммерческих интересов [24]. Вслед за Д. В. Винником [21], Е. Д. Патаракиным [25], А. С. Воронкин определяет социальную сеть как интерактивный многопользовательский сервис, обладающий рядом обязательных качеств: 1) содержание создается пользователем; 2) сервис представляет собой автоматизированную среду, в рамках которой пользователи могут создавать связи с другими пользователями; 3) пользователи имеют возможность получать информацию об объектах, существующих в данной электронной социальной среде [26]. Среди современных социальных сетей самыми распространенными являются Instagram, Vk, Facebook наряду с LinkedIn, odnoklassniki.ru, MySpace и др., отступающими на второй план по сравнению с первыми ввиду специфики их целевой аудитории.

Наибольший интерес представляет социальная сеть Instagram как сервис для реализации делового общения в коммерческих целях. Помимо размещения пользователями информации личного характера, о своих интересах, потребительских предпочтениях, например, путешествиях, технике, продуктах и т. д., участники могут осуществлять замысел рекламного характера с намерением продвижения (продажи) товара или услуги с обратной связью от потребителя. Технология Web 2.0. является основой для существования социальных сетей, и ее особенностью является принцип привлечения пользователей к наполнению и многократной

выверке контента (содержания), что способствует развитию деловых отношений на коммерческой основе. Для совершения сделки между коммуникантами достаточно сведений об индивидуальном предпринимателе / организации, указанных в шапке профиля: наименование организации, вид деятельности, специфическая информация рекламного свойства, ссылка, официальный сайт организации, электронный адрес (пример 1).

Возможности электронной среды позволяют включать в структуру данной платформы элементы электронного гипертекста различной функциональности. Система связей между ними строится на основе гипертекстовых ссылок, при этом интерактивным связующим звеном может быть не только текстовый компонент, но и графические элементы. В примере 1 имеется гипертекстовая ссылка на официальный сайт школы, где можно найти необходимые справочные данные об организации, а ниже обнаруживаются визуально-графические элементы в виде кнопок прямоугольной формы: Электронный адрес, Написать и т. д., каждая из которых несет свою функциональную нагрузку. Так, графический гипертекстовый элемент Написать связывает с тем электронным пространством, где непосредственно осуществляется директивная коммуникация между участниками в режиме синхронного или асинхронного времени.

Сама структурная композиция директивного пространства для переписки оформлена реквизитом *сведения об адресате*, представленным эмблемой организации (или картинкой, символизирующей организацию), наименованием организации, а также информацией, характерной для данной социальной сети – количество подписчиков, количество публикаций в данной социальной сети, сведения об общих подписчиках. Информация о количестве подписчиков является весьма актуальной для адресанта, рассматривающего потенциальное сотрудничество с адресатом, т. к. значительное количество подписчиков вызывает доверие к такому участнику коммуникации, возмозному будущему партнеру (пример 2).

Последовательность и пространственное расположение элементов текста организовано строго вертикально, что обусловлено интерфейсом современных смартфонов.

Пример 1

Пример 2

Пример 3

Помимо реквизита *справочные данные об организации* обнаруживается реквизит *дата*, локализующийся перед каждым сообщением одного из коммуникантов. Набор реквизитов малочислен, но каждый реквизит выделяется как самостоятельный структурный элемент, что связано с вертикальным пространственным расположением и удобством просмотра сообщений и окружающих его структурных элементов.

Сообщения социальной сети Instagram в прямой переписке демонстрируют контрастную специфику по сравнению с вышеописанными формами деловой коммуникации. С формальной точки зрения схожие черты таких сообщений с сообщениями веб-форума представлены линейным чередованием, выстраиванием диалога по мере поступления сообщений. Однако коммуникация в коммерческих целях на платформе Instagram в директивной переписке характеризуется именно диалогичностью, количество участников здесь предопределено, что обусловлено программным алгоритмом (пример 3).

В примере 3 наблюдается смешение коммуникативных стилей: сохраняется деловой стиль общения (*Добрый день, пожалуйста, Вас, ваш вопрос, Спасибо за информацию, консультируем по подаче налоговой декларации*) наряду с разговорно-бытовым стилем на синтаксическом и лексическом уровнях, что реализуется через сокращенные синтаксические конструкции (*Вас устроит? Будем думать. Сопровождение до момента получения ключей*), лексические единицы с эмпатической функцией (*пока на стопе*), разговорно-бытовую фразеологию (*я на связи*). Использование пунктуационных знаков в качестве эмотиконов усиливает эффект гибридизации стилей. Специфика деловых сообщений в директивной переписке сервиса Instagram характеризуется наиболее низкой степенью официальности и ярким проявлением естественного разговорного характера коммуникации.

Также в данной форме коммуникации усматривается поликодовая специфика, выраженная гипертекстовыми вербальными (текстовыми гиперссылками) и невербальными компонентами (графика, анимация, эмотиконы и т. п.). Последние используются преимущественно для выполнения экспрессивной функции, усиливая семантическую нагрузку. Как правило, участники общения

используют вербальный и невербальный компоненты в комплексе для достижения определенного эффекта (визуализации услуги) (пример 4).

В примере 4 участник коммуникации от лица языковой школы дополняет вербальный компонент графическим, тем самым усиливая семантическую нагрузку вербального сообщения. Определенно выявляется тенденция визуализации информации в современном коммуникативном пространстве.

Поскольку деловая переписка осуществляется в форме диалога и нередко в режиме реального времени, зачастую инициальное сообщение представлено приветственной частью и основной – в виде вопросительного предложения – с целью получения информации, в то время как в реактивном сообщении приветственная часть может вовсе отсутствовать, целью реактивного участника коммуникации является предоставление информации без соблюдения ритуальных фраз, присущих этике делового письма (пример 5). Заключительная часть в сообщениях такой переписки, как правило, отсутствует, либо обнаруживается в конце переписки благодарственным выражением (пример 6).

Итак, тексты электронных сообщений на веб-форумах и в социальных сетях претерпевают трансформацию в сравнении с электронными письмами, которые по своей природе ближе к традиционным деловым письмам. Изменения связаны и с самой формой коммуникации, особенностями сетевого общения и тенденцией к либерализации языка в электронной переписке. Жесткие требования к соблюдению принципов членности текста делового письма адресатом (организацией) не предъявляются, поэтому такие письма составляются в более свободной манере. Переписка происходит между сотрудниками, представителями профессиональных интересов, либо в рамках отношений *продавец – покупатель*, что определяет тенденцию к снижению официальности в современной деловой письменной коммуникации.

Заключение

Структурно-алгоритмическая специфика различных программ, в которых создаются электронные деловые сообщения, обуславливает многочисленные варианты построения текстов деловых писем. При сравнении

Пример 4

Пример 5

Пример 6

с традиционным деловым письмом перечисленные особенности ЭДП, сообщений на деловых веб-форумах и в социальных сетях демонстрируют изменение внешней формы и архитектоники деловых писем и сообщений, сгенерированных в компьютерно-опосредованной среде, изменение внутреннего наполнения большинства реквизитов (различные способы их выделения и оформления), а также трансформацию структуры текста письма.

ЭДП характеризуется сохранением состава реквизитов, однако содержательное наполнение многих реквизитов отличается от традиционного (например, линейное представление реквизитов, включение реквизита в состав другого, цветовое оформление, гипертекст). На текстовом уровне структура ЭДП обладает спецификой: отсутствие мотивировочной или заключительной части, линейное оформление, нечленимый текстовый блок, наличие дополнительных структурных элементов текста. Сообщения на деловых веб-форумах претерпевают более существенную трансформацию в отношении не только количественного и качественного состава, но и оформления реквизитов (например, отсутствие одного или нескольких реквизитов, линейное оформление структуры, новые композиционные элементы в составе реквизита, изменение локализации компонентов). Тексты сообщений деловых веб-форумов демонстрируют отличительные особенности: нечленимая одночастная структура текста, локализация основного текста до и после реквизита, вычленение рубрикации с помощью интерлиньяжа, отсутствие или редукция мотивировочной или констатирующей частей, полилогичность, умеренная стиливая гибридизация.

Наиболее контрастную специфику демонстрируют электронные сообщения социальных сетей как на структурно-композиционном уровне (особая последовательность и состав реквизитов, вертикальное пространственное расположение компонентов, наличие гипертекстовых ссылок, интерактивных / неинтерактивных визуально-графических элементов, новых структурных элементов), так и на текстовом (определенное чередование сообщений, поликодовая специфика, диалогичность, стиливая гибридизация, низкая степень

официальности). Текст ЭДП или сообщения не всегда осознается коммуникантами как произведение, обладающее расчлененной структурой, в отличие от традиционного делового письма. Если авторы ЭДП стараются соблюдать принцип членимости, то при создании сообщений на деловых веб-форумах и в социальных сетях требования к составлению менее жесткие, поскольку переписка осуществляется в интерактивном синхронно-асинхронном режиме. Данные трансформации обусловлены спецификой программных алгоритмов приложений и особенностями электронного общения, традициями естественной коммуникации, гибридной природой взаимодействия в электронной

среде с превалированием тенденции к деформализации деловой коммуникации и общей демократизацией делового стиля. В текстах такого рода наиболее ярко проявляется гибридный диалогичный, разговорный характер деловой речи, особенно в онлайн-переписке на деловых веб-форумах и в социальных сетях, одной из причин которого является возможность просмотра коммуникантами их переписки в интерактивном режиме.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Литература

1. Асмус Н. Г. Когнитивные основы виртуального дискурса // Когнитивные исследования языка. 2014. № 18. С. 590–593.
2. Herring S. C. A faceted classification scheme for computer-mediated discourse // Language@Internet. 2007. Vol. 4. Art. 1. Режим доступа: <https://www.languageatinternet.org/articles/2007/761/citation> (дата обращения: 14.11.2020).
3. Байкулова А. Н. Рабочее общение // Проблемы речевой коммуникации / отв. ред. М. А. Кормилицына. Саратов: СГУ, 2012. Вып. 12. С. 127–138.
4. Михайлова Ю. Н. Электронный русский: между устным и письменным // Неклассические письменные практики современности / под ред. Т. В. Шмелевой. Великий Новгород: НовГУ, 2012. С. 232–248.
5. Мягкова А. Ю. Инновационные исследования области сетевого бизнес-дискурса // Инновационные технологии бизнес-коммуникаций: стратегии и тактики: мат-лы Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 25 ноября 2011 г.) М.: НИУ ВШЭ, 2011. С. 142–146.
6. Якунина Г. Е. Исследование моделей цифровых коммуникаций внутри организаций и на государственном уровне в странах-лидерах по использованию цифровых коммуникативных технологий // E-management. 2019. Т. 2. № 4. С. 41–50. DOI: 10.26425/2658-3445-2019-4-41-50
7. Галичкина Е. Н. Характеристики компьютерного дискурса // Вестник Оренбургского государственного университета. 2004. № 10. С. 55–59.
8. Груздева Е. А. Электронное деловое письмо: понятие и правила оформления // Актуальные проблемы гуманитарных наук: мат-лы науч.-методич. семинара. (Нижегородск, 16 декабря 2017 г.) Нижегородск: НВГУ, 2018. С. 106–110.
9. Дегальцева А. В. Основные тенденции развития электронной деловой переписки // Проблемы речевой коммуникации / под ред. М. А. Кормилицыной. Саратов: СГУ, 2015. Вып. 15. С. 46–54.
10. Иванов Л. Ю. Язык в электронных средствах коммуникации // Культура русской речи. Энциклопедический справочник / под общ. ред. Л. Ю. Иванова. М.: ФЛИНТА; Наука, 2003. С. 791–793.
11. Карабань Н. А., Дикарева А. В. Сетикет, или правила речевого поведения в сети Интернет // Филология: научные исследования. 2018. № 1. С. 31–37. DOI: 10.7256/2454-0749.2018.1.25379
12. Агагюлова С. И., Галичкина Е. Н., Горюшко Е. И., Ильясова С. В., Каллистратидис Е. В., Карабань Н. А., Карасик В. И., Качанова А. Е., Колокольцева Т. Н., Кочетова Л. А., Красавский Н. А., Кудрявцева А. А., Лутовинова О. В., Митягина В. А., Рязков М. С., Черкасова И. С., Шарифуллин Б. Я., Шестак Л. А., Штукарева Е. Б. Интернет-коммуникация как новая речевая формация. М.: ФЛИНТА; Наука, 2012. 328 с.
13. Шмелева Т. В. Интернет-письмо как новая форма существования языка // Неклассические письменные практики современности / под ред. Т. В. Шмелевой. Великий Новгород: НовГУ, С. 186–193.
14. Овсянникова М. А. Ценностные доминанты в Интернет-форуме как жанре спортивного дискурса (на материале английского языка) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2011. № 4. С. 65–68.
15. Горбатов А. В. Социальные сети // Труды Института государства и права РАН. 2011. № 6. С. 182–193.
16. Михеева Ю. А. Веб-форум как речевой жанр виртуальной коммуникации // Интерактивная наука. 2016. № 3. С. 120–125.
17. Патрушева Л. С. Интернет-форум как виртуальный полилог // Актуальные вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков: ст. и мат-лы Третьей Междунар. науч.-практ. конф. (Санкт-Петербург, 24–26 февраля 2011 г.) СПб., 2011. Т. 2. С. 26–29.
18. Кучина С. А. Паралингвистические средства в электронном художественном тексте: типы, структура, семантико-прагматические характеристики // Изв. ЮФУ. Филол. науки. 2020. № 4. С. 77–88. DOI: 10.18522/1995-0640-2020-4-77-88

19. Шварцкопф Б. С. Документ служебный // Культура русской речи. Энциклопедический справочник / под общ. ред. Л. Ю. Иванова. М.: ФЛИНТА; Наука, 2003. С. 272–274.
20. Грахова И. А., Дрынь Я. А. Анализ социальной сети Instagram как инструмента формирования общественного сознания // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2017. Т. 3. № 13. С. 175–177.
21. Винник Д. В. Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу // Философия науки. 2012. № 4. С. 110–126.
22. Козлова Н. С. Социальная сеть «Инстаграм» как социально-психологическое явление // Молодой ученый. 2014. № 16. С. 387–390.
23. Панченко И. Н. Социальные сети как новая форма коммуникации: польза или опасность для общества? // Социология науки и технологий. 2018. Т. 9. № 2. С. 86–94. DOI: 10.24411/2079-0910-2018-10006
24. Зырянов Б. В. Стратегии продвижения персонального аккаунта в Instagram // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7. № 3. С. 539–556. DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(3).539-556
25. Патаракин Е. Д. Педагогический дизайн социальной сети Scratch // Образовательные технологии и общество. 2013. Т. 16. № 2. С. 505–528.
26. Воронкин А. С. Социальные сети: эволюция, структура, анализ // Образовательные технологии и общество. 2014. Т. 17. № 1. С. 650–675.

original article

Alternative Forms of Current Business Communication: Text Structure and Composition Evolution

Yulia A. Mikheeva

Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Russia, Novosibirsk; <https://orcid.org/0000-0002-5132-9645>; mikheeva-ya@ranepa.ru

Received 7 Apr 2021. Accepted 18 Jun 2021.

Abstract: The article deals with the structure and composition of texts of current electronic business communication. The research materials included electronic business letters (initial requests in the sphere of travel and hotel service), initial requests on the pharmaceutical, engineering, and technological Internet forums, and Instagram business communication texts in the sphere of education, real estate, and food. The messages demonstrated evolution of both structure and text architectonics of business letters. The main research methods included monitoring and description combined with the method of comparative language analysis. The structure and composition of electronic business letters and requests on the Internet forums and social networks proved different from traditional business letters due to the text-generating online algorithms. Internet users seem unable to perceive business e-mails, web-forum requests, or social network messages as a segmentable text. Electronic business communication is currently undergoing deformatization and style hybridization as a result of electronic communication peculiarities and liberalization.

Keywords: e-communication, e-mail, business communication, business e-communication, business letter, web-forum, forum, social network, segmentability, hybridization, deformatization, text structure, Instagram, polycode

Citation: Mikheeva Yu. A. Alternative Forms of Current Business Communication: Text Structure and Composition Evolution. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2021, 23(2): 512–520. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2021-23-2-512-520>

Conflict of interests: The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

References

1. Asmus N. G. Cognitive aspects of virtual discourse. *Kognitivnye issledovaniia iazyka*, 2014, (18): 590–593. (In Russ.)
2. Herring S. C. A faceted classification scheme for computer-mediated discourse. *Language@Internet*, 2007, 4: art. 1. Available at: <https://www.languageatinternet.org/articles/2007/761/citation> (accessed 14 Nov 2020).

3. Baikulova A. N. Working communication. *Verbal communication problems*, ed. Kormilitsina M. A. Saratov: SGU, 2012, iss. 12, 127–138. (In Russ.)
4. Mikhailova Ju. N. Electronic Russian: between spoken and written language. *Modern non-classical written practice*, ed. Shmeleva T. V. Velikiy Novgorod: NovGU, 2012, 232–248. (In Russ.)
5. Myagkova A. Yu. Innovative studies in the area of network business discourse. *Innovative technologies of business communication: strategies and tactics*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Moscow, 25 Nov 2011. Moscow: NIU VHS E, 2011, 142–146. (In Russ.)
6. Yakunina G. E. Research of digital communication models within organizations and at the state level in the countries-leaders in the use of digital communication technologies. *E-management*, 2019, 2(4): 41–50. (In Russ.) DOI: 10.26425/2658-3445-2019-4-41-50
7. Galichkina E. N. Characteristics of computer discours. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2004, (10): 55–59. (In Russ.)
8. Gruzdeva E. A. Electronic business letter: notion and rules of formation. *Current problems of humanities*: Proc. Sci.-Method. Seminar, Nizhnevartovsk, 16 Dec 2017. Nizhnevartovsk: NVGU, 2018, 106–110. (In Russ.)
9. Degaltseva A. V. The main trends in the development of computer based correspondence. *Verbal communication problems*, ed. Kormilitsina M. A. Saratov: SGU, 2015, iss. 15, 46–54. (In Russ.)
10. Ivanov L. Yu. Language of electronic communication media. *Russian language culture. Encyclopedia*, ed. Ivanov L. Yu. Moscow: FLINTA; Nauka, 2003, 791–793. (In Russ.)
11. Karaban N. A., Dikareva A. V. Netiquette, or rules of verbal behavior on the Internet. *Filologiya: nauchnye issledovaniya*, 2018, (1): 31–37. (In Russ.) DOI: 10.7256/2454-0749.2018.1.25379
12. Agagiulova S. I., Galichkina E. N., Goroshko E. I., Il'yasova S. V., Kallistratidis E. V., Karaban N. A., Karasik V. I., Kachanova A. E., Kolokoltseva T. N., Kochetova L. A., Krasavskiy N. A., Kudryavtseva A. A., Lutovinova O. V., Mityagina V. A., Riazhkov M. S., Cherkasova I. S., Sharifullin B. Ya., Shestak L. A., Stukareva E. B. *Internet communication as a new verbal formation*. Moscow: FLINTA; Nauka, 2012, 328. (In Russ.)
13. Shmeleva T. V. Internet letter as a new form of language existence. *Modern non-classical written practice*, ed. Shmeleva T. V. Velikiy Novgorod: NovGU, 2012, 186–193. (In Russ.)
14. Ovsyannikova M. A. Value dominants on the Internet-forum as a sport discourse genre (English language). *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2011, (4): 65–68. (In Russ.)
15. Gorbato A. V. Social networks. *Trudy Instituta gosudarstva i prava RAN*, 2011, (6): 182–193. (In Russ.)
16. Mikhayeva Yu. A. Web-forum as a speech genre of electronic communication. *Interaktivnaia nauka*, 2016, (3): 120–125. (In Russ.)
17. Patrusheva L. S. Internet-forum as a virtual polylogue. *Current issues of philology and foreign language teaching methodology*: Proc. Third Intern. Sci.-Prac. Conf., St. Petersburg, 24–26 Feb 2011. St. Petersburg, 2011, vol. 2, 26–29. (In Russ.)
18. Kuchina S. A. Paralinguistic tools in an electronic literary text: types, structure, semantic and pragmatic characteristics. *Bulletin of Southern Federal University. Philological sciences*, 2020, (4): 77–88. (In Russ.) DOI: 10.18522/1995-0640-2020-4-77-88
19. Shvartskopf B. S. Official paper. *Russian language culture. Encyclopedia*, ed. Ivanov L. Yu. Moscow: FLINTA; Nauka, 2003, 272–274. (In Russ.)
20. Grakhova I. A., Dryn Y. A. Analysis of the social network Instagram as the tool for forming public consciousness. *Aktualnye problemy aviatsii i kosmonavтики*, 2017, 3(13): 175–177. (In Russ.)
21. Vinnik D. V. Social networks as a phenomenon of society organization: their nature and approaches to their use and monitoring. *Filosofiya nauki*, 2012, (4): 110–126. (In Russ.)
22. Kozlova N. S. Social network Instagram as a social and psychological phenomenon. *Molodoi uchenyi*, 2014, (16): 387–390. (In Russ.)
23. Panchenko I. N. Social networks as a new form of communication: benefit or danger to society? *Sociologiya nauki i tekhnologii*, 2018, 9(2): 86–94. (In Russ.) DOI: 10.24411/2079-0910-2018-10006
24. Zyryanov B. V. Strategies of personal account promotion in Instagram. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 2018, 7(3): 539–556. (In Russ.) DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(3).539-556
25. Patarakin E. D. Pedagogical design of the social network Scratch. *Obrazovatelnye tekhnologii i obshchestvo*, 2013, 16(2): 505–528. (In Russ.)
26. Voronkin A. S. Social networks: evolution, structure, and analysis. *Obrazovatelnye tekhnologii i obshchestvo*, 2014, 17(1): 650–675. (In Russ.)