

© 2023. Байкулова А. Н., Кормилицына М. А.

Позитивная деловая коммуникация



оригинальная статья

Позитивная деловая коммуникация: средства гармонизации общения в групповых коммерческих чатах

Байкулова Алла Николаевна

Саратовский национальный исследовательский
государственный университет им. Н. Г. Чернышевского,
Россия, Саратов
<https://orcid.org/0000-0003-0595-0163>
Scopus Author ID: 57807701100
allabay15@mail.ru

Кормилицына Маргарита Анатольевна

Саратовский национальный исследовательский
государственный университет им. Н. Г. Чернышевского,
Россия, Саратов
<https://orcid.org/0000-0003-3841-3647>
Scopus Author ID: 57219698371

Поступила в редакцию 24.01.2023. Принята после рецензирования 17.03.2023. Принята в печать 27.03.2023.

Аннотация: Изучение интернет-коммуникации и ее жанров – актуальная проблема современной лингвистики. Жанры интернет-общения находятся в постоянном развитии. Первоначально чаты были площадкой, где развивалось фатическое общение, удовлетворяющее потребности нескучного проведения досуга. В дальнейшем появились групповые чаты различной направленности, в том числе и групповые коммерческие чаты. С их появлением одна из важных для бытового общения коммуникативных практик купли-продажи стала распространяться и в виртуальном пространстве. Цель исследования – проанализировать коммуникацию в мессенджерах на примере жанра чата. Материал – речь участников двух саратовских коммерческих чатов (преимущественно женщин) в мессенджере Viber – собиравшаяся в 2021–2023 гг. В обоих чатах развивается позитивная бесконфликтная коммуникация, что в целом не свойственно чатам фатической направленности, где фактор анонимности участников приводит к нарушению ими коммуникативных и этических норм. Дискурсивный анализ показал широкое применение гармонизирующих приемов для успешного и эффективного взаимодействия: употребление имени собственного, нередко гипокористического; создание благожелательной атмосферы (позитивные смайлы); комплиментарность общения и др. Коммуниканты используют этикетные жанры приветствия, благодарности, поздравления и пожелания, комплимента; коммуникативные гармонизирующие тактики предупреждения конфликта, солидаризации, смягчения речи (диминутивы), напоминания, заботы об адресате, оценки, вежливости, юмора и др. В результате возникает коммуникативная аттракция, способствующая эффективному общению продавцов и покупателей. **Позитивная деловая коммуникация** в подобного рода чатах может положительно влиять на коммуникацию реальную. **Ключевые слова:** русский язык, социолингвистика, речевой этикет, коммуникативные стратегии, коммуникативные тактики, компьютерная этика, интернет-коммуникация, деловое общение, интернет-жанры, чат

Цитирование: Байкулова А. Н., Кормилицына М. А. Позитивная деловая коммуникация: средства гармонизации общения в групповых коммерческих чатах. *СибСкрипт*. 2023. Т. 25. № 4. С. 461–470. <https://doi.org/10.21603/sibscript-2023-25-4-461-470>

full article

Positive Business Communication: Means of Harmonizing Communication in Commercial Group Chats

Alla N. Baikulova

Saratov State University, Saratov, Russia
<https://orcid.org/0000-0003-0595-0163>
Scopus Author ID: 57807701100
allabay15@mail.ru

Margarita A. Kormilitsyna

Saratov State University, Saratov, Russia
<https://orcid.org/0000-0003-3841-3647>
Scopus Author ID: 57219698371

Received 24 Jan 2023. Accepted after peer review 17 Mar 2023. Accepted for publication 23 Mar 2023.

Abstract: Internet communication and its genres are one of the most relevant issues of modern linguistics. Genres of Internet communication are in constant development. Internet chats started as a platform of phatic communication

that provided leisure activities. These days, group chats serve a lot of purposes. For instance, commercial group chats are aimed at online buying and selling. This research focused on two Viber commercial chats that united women-customers and sellers from the city of Saratov (2021–2023). The discursive analysis revealed conflict-free environment, which is not typical of phatic chats, where anonymity usually contributes to the violation of communication and ethical standards. The authors identified the means of harmonizing communication that communicants resorted to for effective interaction. The participants created a benevolent atmosphere by using hypocoristic proper names, emoticons, complementarity, etc. Etiquette genres of greetings, gratitude, compliments, congratulations, and wishes resulted in a balanced communication. Tactics of conflict prevention included solidarity, mitigation, e.g., diminutives, reminders, concern for the addressee, assessment, courtesy, humor, etc. The resulting communicative attraction contributed to effective communication between sellers and buyers. The positive communication experience in such chats may improve the real communication.

Keywords: Russian language, sociolinguistics, speech etiquette, communication strategies, communication tactics, computer ethics, internet communication, business communication, internet genres, chat

Citation: Baikulova A. N., Kormilitsyna M. A. Positive Business Communication: Means of Harmonizing Communication in Commercial Group Chats. *SibScript*, 2023, 25(4): 461–470. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/sibscript-2023-25-4-461-470>

Введение

Современная повседневная неофициальная коммуникация имеет тенденцию к широкому распространению в виртуальном пространстве. Общение в этом пространстве, по мнению исследователей, играет огромную роль в самореализации человека, способствуя формированию его нового типа, *homo communicandi virtualiter*, и даже становится способом существования личности [Водянова 2009; Чучкова 2004; Шарипова и др. 2019; Южанинова 2013]. Один из основателей Всемирной паутины Т. Бернерс-Ли написал о ее значении для социального развития общества: "The web is more a social creation than a technical one. I designed it for a social effect – to help people work together – and not as a technical toy. The ultimate goal of the Web is to support and improve our weblike existence in the world. We clump into families, associations, and companies" [Bernes-Lee 1999: 10].

Т. Н. Колокольцева считает, что коммуникация в русскоязычном сегменте Интернета является подробнейшей документальной фиксацией современного состояния русского языка, отражением основных тенденций его развития. К таким тенденциям исследователь относит усиление диалогичности; коллоквиализации, или разговорности, общения; лингвокреативного, игрового начала (экспрессивизация общения) [Колокольцева 2011]. Действительно, наиболее выраженные особенности разговорной речи, которая в XX в. понималась как устная форма непринужденного спонтанного непосредственного общения, стали распространяться и на опосредованное общение. Новым полем применения разговорной речи носителей литературного языка, если под ней понимать специфическую разновидность русского литературного языка, употребляемую в условиях непринужденного общения; особую коммуникативную подсистему со своими нормами и единицами – разговорными словами, разговорными конструкциями,

противопоставленную книжной речи (определение [Сиротинина 1998]), стали развивающиеся интернет-жанры: блоги, форумы, групповые чаты, телефонные разговоры с визуальным сопровождением и без, голосовая почта и др. Устная составляющая в чат-коммуникации в процентном соотношении больше, чем письменная, что определяется режимом онлайн, анонимностью участников, неформальной обстановкой и скоростью общения [Антипов, Краснова 2012].

Интерес к изучению интернет-коммуникации не угасает. Она занимает все больше места в пространстве повседневного существования человека, оказывает существенное влияние на него и на состояние русского языка, поэтому изучение жанров интернет-общения в зависимости от коммуникантов, их интересов, типа речевой культуры не перестает быть актуальным. Важно фиксировать развитие жанров, изучать их разновидности.

Новизна проведенного исследования заключается в самом объекте рассмотрения: представлен анализ групповых коммерческих чатов. Обзор работ, посвященных интернет-коммуникации и ее жанрам, показал, что исследователи обращают внимание, прежде всего, на индивидуальные чаты фатической и игровой направленности, при этом не выявляются или не учитываются другие возможные варианты этой жанровой формы с присущими им особенностями.

Обычно чат рассматривается как жанр, наиболее приближенный к реальному общению, обладающий наибольшей интерактивностью среди других интернет-жанров [Антипов, Краснова 2012; Бергельсон 2002; Завьялова, Тихонова 2015; Колокольцева 2016; Подгорная, Демиденко 2014]. Общение в IRC (протокол Internet Relay Chat) реализуется в электронной печатно-клавиатурной форме (осуществляется набор текста, используются эмодзи и другой визуальный контент) и в то же время

оно обнаруживает набор свойств устной разговорной речи: неофициальная тональность, неподготовленность, непринужденность, бытовая тематика, диалогичность (в групповом общении возможен полилог), высокая степень эмоциональности; передача особенностей звучащей речи (наличие эрративов), обилие лексических единиц с разговорной окраской, специфических конструкций разговорного синтаксиса и т. д. [Колокольцева 2011; Подгорная, Демиденко 2014; Южанинова 2013]. Это послужило основанием считать интернет-коммуникацию, особенно в жанрах синхронного общения, таких как чат, письменной разговорной речью [Валиахметова 2001; Виноградова 2004; Завьялова, Тихонова 2015; Колокольцева 2011; Кузнецов 2011; Николаева 2016; Шарипова и др. 2019] или русской электронной разговорной речью [Подгорная, Демиденко 2014].

Конstitutивные признаки чата как нового вида речевой деятельности: электронная опосредованная форма сообщений; виртуальная среда; мультимедийность; интерактивность; отличие воспринимаемого виртуального пространственно-временного дейксиса от реального; карнавальность характер; передача невербальных средств графическим способом; физическая непредставленность коммуникантов и статусное равноправие участников; специфическая этика компьютерного общения [Антипов, Краснова 2012; Завьялова, Тихонова 2015; Подгорная, Демиденко 2014; Чучкова 2004].

Первоначально в чатах осуществлялось компенсаторное общение – общение ради общения, способ ухода от одиночества [Гладышев 1999]. Однако появление групповых чатов, обслуживающих речевые практики повседневной деловой коммуникации, заставляет пересмотреть вывод, что основной коммуникативной целью участников чата (чаттеров) является фатический треп, болтовня [Байкулова 2022]. Чаты стали объединять представителей разных групп общества: учителей и родителей, тренеров и спортсменов, продавцов и покупателей, жильцов одного дома и руководителей ТСЖ, представителей различных творческих объединений и др. – и выполнять, наряду с фатической, чрезвычайно важные социальные функции – информационную и коммерческую. Включаясь в деловое общение, участники чатов стремятся осуществить различные планы, реализуя собственно коммерческие цели; цели, связанные с получением / предоставлением информации, необходимостью солидаризироваться, решать бытовые, воспитательные и другие проблемы без существенной траты времени и сил. Развитие получили и официальные бизнес-чаты.

В чатах фатической, игровой направленности используются ники – вымышленные имена, что позволяет создавать интернет-пользователям компьютерный образ и способствует речевому раскрепощению. Однако

негативной стороной фатической коммуникации может стать деструктивное общение [Прокофьева 2019]. Анонимность, снижение психологического риска в речевом взаимодействии чаттеров, низкая степень регламентации деятельности в социальных сетях приводят к многочисленным фактам нарушения языковых, речевых, коммуникативных и этических норм, устраняют барьеры, сдерживающие людей в реальных жизненных ситуациях, порождают чувство безнаказанности [Семёнкина 2019]. И это расценивается рядом исследователей как негативная тенденция к глобальному снижению и огрублению речи [Колокольцева 2011]. Т. Н. Колокольцева видит в этом проблему, которой должно быть уделено особое внимание со стороны интернет-сообществ, а М. А. Калинина предлагает ввести обязательное автоматическое и человеческое модерирование чатов, форумов и других ресурсов с целью предотвратить негативные последствия огрубления публичного дискурса и «обеспечить лингвистическую безопасность участникам коммуникации» [Калинина 2020: 153].

В чатах, имеющих деловую направленность, наблюдается отход от анонимности и статусного равноправия: появляются реальные имена, отчества и даже фамилии участников общения, коммуниканты могут знать друг друга в лицо, а значит осуществлять учет социальных характеристик адресата, его статуса и роли. В таких чатах в меньшей степени проявляются словотворчество и ненормативное речевое поведение, хотя сохраняется установка на неформальность общения. Сами коммуниканты стараются следить за его качеством. Реализуется общение смешанного, или полуофициального, типа. В деловых отношениях чрезвычайно важно гармоничное общение между коммуникантами, поэтому в данной работе мы рассматриваем на примерах разных чатов средства, гармонизирующие общение. На наш взгляд, важно показать то, что позволяет улучшать речевое взаимодействие, делать его позитивным и более эффективным. Под позитивной коммуникацией мы, вслед за О. А. Леонтович, М. А. Гуляевой, О. В. Луневой и М. С. Соколовой, будем понимать коммуникацию, «основанную на положительных эмоциях, направленную на взаимопонимание и приносящую удовлетворение всем участникам» [Леонтович и др. 2020: 241]. Главными особенностями такой коммуникации, наряду с положительным эмоциональным зарядом атмосферы общения, являются конструктивность и эффективность.

Проблема повышения эффективности коммуникации не нова: ей посвящены многие работы. Важность ее решения отмечает Е. Н. Ширяев: «демократизация языка перерастает в своеобразную языковую вседозволенность со всеми ее негативными процессами. И поэтому... поиск объективных норм и их кодификации стоит особенно

остро» [Ширяев 2000: 14]. Еще в конце XX в. многие исследователи отмечали, что современный человек живет в условиях кризисных явлений и это негативно влияет на его состояние: постоянная эмоциональная напряженность, повышенный уровень вербальной агрессии [Жельвис 1997; Стернин 1995; Шалина 2000]. В дальнейшем проблема эффективности коммуникации и снижения коммуникативных рисков постоянно освещалась в научных трудах, в частности она решалась саратовскими лингвистами [Андреева и др. 2019; 2021; Байкулова и др. 2016; Сиротинина 2013]. Отметим лишь один из выводов: «"правильный" реципиент-дизайн предполагает умение адресанта вести диалог... и всеми доступными средствами гармонизировать его, потому что благожелательное отношение адресата к инициатору общения, его стремление сотрудничать с ним в решении актуальных проблем, не просто знание правил кооперации, а желание следовать им, необходимо для действенной коммуникации» [Кормилицына 2019: 6].

Исследование чатов коммерческой направленности расширяет представление о современном неофициальном или полуофициальном деловом общении в повседневных коммуникативных практиках, что определяет актуальность работы.

Методы и материалы

Использовались методы дискурсивного анализа и включенного наблюдения. Материал исследования – интернет-дискурс, речь продавцов и покупателей в коммерческих чатах, организованных частными предпринимателями Саратова. Материал собирался в течение 2021–2023 гг. (обмен сообщениями в чатах происходит ежедневно). Условно обозначим чаты Ч1 и Ч2. Ч1 – чат «Доставка продуктов», 556 участников; Ч2 – «Стиль» (магазин женской одежды), 1729 участников. Участники чатов – преимущественно женщины разных возрастов, об этом свидетельствуют самономинации – ники, включающие имена, отчества и даже фамилии: наличие имени / отчества позволяет предположить, что за ником стоит человек зрелого возраста.

Результаты

Чаты для продавцов – важнейшее средство, обеспечивающее поиск покупателей, удовлетворение их потребностей и, соответственно, увеличивающее за счет маркетинга объем продаж. Для покупателей чаты – возможность быстрого получения информации, удобный способ решения бытовых проблем, связанных с поиском и покупкой нужных товаров.

Приемы работы с покупателями, методы воздействия на них описаны в различных пособиях по деловому общению. Наш материал показал, что для письменной (электронной) формы делового общения в коммерческих чатах оказались значимыми:

- 1) использование в общении имени как сигнала особого расположения к собеседнику – прием *имя собственное*;
- 2) приветливая тональность – прием *зеркало отношения*;
- 3) комплиментарность общения, преувеличение положительных сторон адресата – прием *золотые слова*.

Однако мы не уверены в том, что продавцы знакомы с этими приемами, думается, они руководствуются принятыми правилами вежливости и этикета, заложенными в нашем языке. То же можно сказать и о покупателях. Анализ материала показал, что в общении продавцов с покупателями работают принципы бесконфликтного взаимодействия. И. А. Стернин сформулировал их следующим образом: принцип терпимости к собеседнику, принцип благоприятной самоподачи, принцип позитива (минимизации негативной информации) [Стернин 2001: 148–152].

Принцип терпимости, например, проявляется в том, что ни в одном из исследуемых чатов никто из коммуникантов ни разу не обратил внимания на многочисленные нарушения языковых норм, опечатки. Очевидно, при гармоничном общении это несущественно. Например: *Мясо для жарки (рубленая грудка) – 240 руб/кг¹; Икра под заказ, в наличии от 1 до 3 баночек; Вкусный и полезный завтрак, всего 7 ингредиентов; Напоминаю, что икра сохраняет охлажденное состояние и хранится при минус 4 - минус 6; Друзья, доброе туманное утро, не смотря на туман чувствуется приближение весны!!)* (продавец Ч1); *В наличии кофта трафарет ☹ ☹ цена 1900, размер единый; В наличии костюм в розовость чёрном цвете* (продавец Ч2); *Добрый день! Лена примите пожалуйста заказ. Ребра свин охл² 2 шт.; Оставьте пожалуйста 42) завтра зайду после работы* (отсутствуют знаки препинания); *У нас не один приём пищи не проходит без огурчиков, даже бутерброды с ними, потому что мама колбасу не разрешает* (покупатели Ч1 и Ч2). Анализ некоммуерческих чатов показывает, что при конфликтном взаимодействии коммуникантов часто используется тактика дискредитации оппонента, и тогда любая ошибка может стать поводом для унижения и оскорбления собеседника. В исследуемых чатах этого не происходит.

Принцип благоприятной самоподачи со стороны продавцов, как показывает материал исследования, заключается не только в демонстрации вежливости,

¹ Орфография и пунктуация в текстах сообщений здесь и далее сохранены.

² Свиные охлажденные.

но и в демонстрации собственных профессиональных качеств, навыков делового общения. Как предложить продукцию, чтобы покупатель захотел ее купить? Стоит ли тратить на это речевые усилия, если можно просто отправить фотографию (фотографий продуктов питания очень много на сайте)? В Ч1 продавец характеризует продукцию так: *Рыбка очень вкусная, нежная, мясо плотное, при этом не сухая, но и не жирная. Рекомендуем попробовать.* Диминутив *рыбка*, обилие оценочных прилагательных, ненавязчивое *рекомендуем попробовать* (а не *Покупайте!*). Всё направлено на формирование имиджа продавца, который заботится о потребителе, предлагает только самое лучшее и при этом не оказывает психологического давления. Из общения в Ч2: *Подскажите, есть ли джинсы и есть ли такая [о рубашке] (или розовая) самая маленькая?* (покупатель); *Здравствуйте* *Джинсы есть, рубашка в красном цвете* (продавец). Самоподача продавца как современного (владеет навыками электронного общения), культурного, приветливого и общительного человека осуществляется через речевую формулу вежливости *здравствуйте* и невербальный компонент общения – знак, обозначающий улыбку.

О том, что продавцы следуют принципу благоприятной самоподачи, достигают своей цели, свидетельствует отзыв одной из покупательниц: *Большое спасибо за доставку и за внимание покупателям. Удивительно и приятно, что помните, кто из покупателей какими продуктами интересовался ранее и предлагаете при поступлении товара. Спасибо! Успехов вам в вашем труде.* Можно сказать, что профессионализм, внимание, вежливость все еще удивляют, поскольку в реальной коммуникации встречаются нечасто.

Представленные примеры можно рассматривать и как показатели реализации принципа позитива. Этому принципу подчинено всё, даже информация о времени работы магазина, например, сообщение предваряют три смайла *солнце*: ☀☀☀ *Работаем без выходных!*

Дружелюбная атмосфера исследуемых чатов во многом обусловлена использованием обращений *Друзья* и *Уважаемые участники* (в Ч1). Поскольку в магазине «Стиль» несколько продавцов-консультантов, покупатели Ч2 используют обращение на основе гендерного принципа, не учитывая при этом фактор возраста: *Девочки, здравствуйте, я купила куртку сегодня...; Девчонки, здравствуйте! Есть плотные колготки с утяжкой?*

Широко используются личные полные и разговорные имена, нередко с уменьшительно-ласкательными суффиксами: *Елена, скиньте³ пожалуйста на эту группу;*

Леночка, мне 4 зайчика отложите, пожалуйста (покупатель Ч1); *Спасибо за отзыв Оксаночка! Носите с удовольствием!* (продавец Ч2).

Прием *зеркало отношения* создают прежде всего графические средства. Общими для чатов являются маркеры позитивных эмоций: смайлы, изображающие улыбающееся лицо, и скобки, символизирующие улыбку: (фрагмент диалога о поясе от пальто, который продавец забыл отдать покупателю): *Здравствуйте).* *Да, забыли положить, отложили поясик)* (продавец); *Хорошо, забегу вечером на неделе)* *а то думала может посеяла по дороге)* (покупатель). Отсутствие пояса у купленного пальто – само по себе событие неприятное, доставившее волнение как продавцу, так и покупателю, но коммуниканты пытаются сохранить дружелюбную атмосферу, используя после каждой фразы скобки-улыбки. Происходит этикетная модуляция речи.

Вместе с тем в каждом из чатов отдается предпочтение особому набору смайлов, создающих позитивный эмоциональный фон. Так, у продавца Ч1 в активном употреблении преимущественно смайлы *улыбающееся лицо с обнимающими руками* 🤗; *улыбающееся лицо с глазами-сердечками* 😍; у покупателей – смайл, изображающий одобрительный жест *поднятый вверх палец* 👍, смайлы *огонь* 🔥, *лицо, смакующее еду* 🍴 и др. У продавцов Ч2 предпочтительными оказываются смайлы *огонь* 🔥, *бомба* 💣, *искра* ⚡, иногда – *цветы* 🌸 и *солнце* ☀. Таким образом, чаты приобретают уникальные черты. Вообще, нельзя не согласиться с Д. А. Сергеевой в том, что характер речи в этом жанре зависит от возраста и профессии чаттеров, их социального статуса, конкретных целей и задач общения (информативная или фатическая), его тематики [Сергеева 2008].

К приему *зеркало отношения* можно отнести установку участников чатов на неформальность общения. Как уже отмечалось, реализуется смешанный тип коммуникации с явным стремлением говорящих к неформальному речевому взаимодействию (постоянно наблюдаются черты разговорности), в частности, тексты сообщений изобилуют диминутивами. Диминутивы принято считать характерной чертой женской речи (участники чатов – в основном женщины), в дискурсе чатов они влияют на тональность общения, смягчают ее: *На сегодня принимаем заявочки; Не забываем про селёдочку и скумбрию; Сегодня выложу, что есть из сладенького; Друзья, свободен кусочек тортика – Молочная девочка* (продавец Ч1); *Сколько батончик вытягивает?* (покупатель Ч1) и т. п.

Имеет место и прием *золотые слова*, реализуется жанр комплимента: *Большое спасибо за новый образ, Вы самые лучшие!!!* (покупатель Ч2); *Лена, горбуша*

³ Отправьте сообщение.

шикарная 😊 Впрочем как всегда и как всё у вас 😊 (покупатель Ч1). Под золотыми словами подразумеваются слова, выражающие позитивную, нередко гиперболизированную оценку чего-либо.

Большую роль в этикетном взаимодействии играет жанр приветствия. С него начинается фактически каждое сообщение продавцов. Используются этикетные формулы *Здравствуйте*, *Добрый день*, *Добрый вечер* или *Доброе утро* в зависимости от времени коммуникации. Однако не каждое сообщение покупателей содержит такую этикетную формулу. Наше наблюдение показало, что даже если покупатель не здоровается, продавец все равно приветствует его. Приведем ряд примеров: *А есть копченая грудка у вас или окорочка?* (покупатель Ч1); *Здравствуйте*, да (продавец Ч1); *Как я могу сделать заказ?* (покупатель Ч1); *Здравствуйте*, разместить его здесь в личном сообщении (продавец Ч1); *Лена, сегодня мы вас ждём. А напишите сколько с меня и можно ли картой [оплатить]* (покупатель Ч1); *Можно будет по терминалу. Здравствуйте* (продавец Ч1). Интересен последний пример, когда сначала продавец отвечает на вопрос, а затем здоровается, неукоснительно соблюдая принцип вежливости, и примеров такой последовательности фраз немало. Отсутствие у продавцов пренебрежительного отношения к соблюдению этикетных норм в интернет-среде, с одной стороны, способствует повышению имиджа их организации, а с другой – формирует у покупателей привычку к культурному взаимодействию в подобных речевых практиках.

Жанр благодарности. Продавцы и покупатели благодарят друг друга за оказанные услуги. Покупатели обычно выражают благодарность за товары хорошего качества, а продавцы – за отзывы об их работе и поздравления с праздниками: *Девочки, спасибо за сумочку! Она классная и удобная, везде с ней гоняю))) Даже мама хотела её отжать, но я замотала)))); Большое спасибо за новый образ* (покупатель Ч2); *Спасибо за отзыв, Оксаночка!* 😊 (продавец Ч2); *Спасибо Вам, за то что Вы с нами, мы ценим каждого клиента* 😊😊😊 (продавец Ч1).

Жанры поздравления и пожелания. Перед праздниками и в праздничные дни пространство чатов заполняется поздравительными открытками и личными сообщениями поздравительного характера: *Елена, поздравляю вас и вашу команду с наступающим Новым Годом! Здоровья, счастья, успехов, мира и добра вам в новом году. Спасибо вам за ваш труд. Все продукты замечательные – свежие и вкусные* (покупатель Ч1). В этом проявляется обоюдное уважительное отношение коммуникантов.

Значимыми в общении являются тактики кооперативного общения. К гармонизирующим тактикам

относится, например, тактика предупреждения конфликта (жанр просьбы): *Друзья, в понедельник получали Яйцо куриное, желток немного бледнее, на вкус это не влияет. Предупреждаю, тк до этого выкладывала практически оранжевый); Чтобы мне не подвести Вас, а Вам меня, пишем полный список [заказов]* 🙏🙏🙏, смайлы сложенные руки, мольба, очевидно, заменяют слово *пожалуйста*; **ПЖЛСТ, НЕ ОСТАВЛЯЙТЕ ВСЁ НА ПОСЛЕДНИЕ 2 ДНЯ** (продавец Ч1). Для этого используются императивы *предупреждаю, не оставляйте*, придаточные цели. Имеет место и тактика солидаризации – *пишем полный список (вместо пишу)*, смягчающая просьбу или требование.

Уважение к адресату (покупателю), учет его интересов проявляются в реализации тактики напоминания: *Друзья, не забываем о свинине, на следующей неделе планируется ЕЖЕДНЕВНОЕ поступление ОХЛАЖДЁННОЙ СВИНИНЫ* (продавец Ч1). Тактика заботы о покупателе и его восприятии информации реализуется в использовании прописных букв.

Поднимает настроение обеих коммуницирующих сторон тактика оценки (прямой или косвенно выраженной) работы продавцов или качества их товара: *Перепела отличные! Будем брать ещё!* (покупатель Ч1); *Супер!, мы очень рады!* 😊 (продавец Ч1); *Креветки королевские вичи вчера готовили, нам очень понрав, свежие, и тонкий лёд, его почти не было* 😊 *все супер* 👍 (покупатель Ч1); *Спасибо большое за новый образ! Вы лучшие!* (покупатель Ч2).

Тактика вежливости реализуется через непрямую коммуникацию: *Друзья, вот так мне очень удобно! Кого не затруднит, список можно вести таким образом...* Выражения *Кого не затруднит, можно вести* снимают назидательность речи.

Позитивный настрой общения формирует и тактика юмора: *Друзья, у моих магазинных фей стоит задача всё продать до НГ); Получили вкусняшечки: Камамбер – 260 руб/шт Бри – 260 руб/шт. Здесь продавцы с легким юмором названы магазинными феями, а сыры – вкусняшечками.*

Безусловно, в чат-коммуникации есть фрагменты, когда покупателям что-то не нравится. Например: *Добрый вечер. Пишу отзыв о чак-чаке. Нам не понравился. Есть конечно можно. Чувствуется привкус масла и тесто залито не медом, а сладким сиропом* (покупатель 1 Ч1); *А нам понравился. Лучше магазинного. Как говорится на вкус и цвет* (покупатель 2 Ч1). Показательна реакция продавца: *Здравствуйте! Согласна, на вкус и цвет, но в любом случае, проверим качество. Завтра проконтролируем новый приход* (продавец Ч1). Продавец применяет тактику согласия с одним из покупателей и тактику учета мнения другого покупателя,

положительно реагируя на критическое замечание и заявляя о своих действиях в ответ на него. Это свидетельство конструктивного общения: важны не только разговоры, но и конкретные дела.

В результате между сторонами общения возникает коммуникативная аттракция, взаимное притяжение. Вовлеченность покупателей в коммуникацию соответствует коммерческим целям продавцов.

Заключение

Изложенные в статье результаты наблюдений за речью в коммерческих чатах и анализа этого материала расширяют представление о современной интернет-коммуникации и функционировании в ней речевых жанров. В рассматриваемом жанре чата проявляется видовое разнообразие: наряду с исследованными уже отечественными и зарубежными лингвистами чатами фатической и игровой направленности, в интернет-коммуникации функционируют разнообразные бизнес-чаты, выполняющие информационную и коммерческую функции. В данной работе внимание обращено на интернет-чат, выполняющий ключевую роль в доставке продуктов потребителям, и чат, организаторы которого осуществляют маркетинговую предпродажную деятельность. Предложено называть их групповыми коммерческими чатами. Появление таких чатов свидетельствует о развитии жанра и его функционировании в деловой сфере.

В работе проанализирован новый аутентичный материал, который позволяет судить о современных коммуникационных процессах, опосредованных современными техническими устройствами, в городской среде. Коммерческие групповые чаты получают широкое распространение, имеют незамкнутый характер, открыты для новых клиентов (количество участников в Ч1 и Ч2 постоянно растет). Результаты исследования речи и речевого поведения интернет-пользователей в таких чатах дополняют научные сведения о современной деловой коммуникации, а по большому счету и философскую теорию повседневности.

В отличие от чатов игровой и фатической коммуникации, где неизбежно возникают проблемы речевой безопасности интернет-пользователей, в исследуемых чатах наблюдается стремление продавцов и покупателей к бесконфликтному общению, достижению баланса отношений. Отметим, что в реальном неофициальном или полуофициальном деловом общении конвенциональные нормы нередко нарушаются, что приводит к рискам конфликтного взаимодействия. Выявлены характеризующие признаки коммерческих чатов:

установка на неформальное общение, меньшая, по сравнению с фатическими и игровыми чатами, степень анонимности, отсутствие языковой игры. Реализуется электронный вариант разговорной речи в ее письменном виде (или, что представляется наиболее точным, печатно-клавиатурной форме; вопрос о разговорной речи и ее возможных вариантах носит дискуссионный характер). Позитивная и, что особенно важно, продуктивная коммуникация в чатах основана на используемых их участниками принципах бесконфликтного общения, применение которых организует процесс общения, оптимизирует речевые действия, разрушает коммуникативные барьеры, позволяет преодолевать эгоцентризм.

Проанализированы языковые / речевые средства, позволяющие участникам чатов гармонизировать общение. Показана роль использования личных номинаций (официальных и разговорных имен); графических средств, диминутивов в сохранении на протяжении всего речевого взаимодействия доброжелательной тональности. В чатах распространены этикетные субжанры приветствия и прощания, поздравления, благодарности, комплимента; реализуются тактики предупреждения конфликта, напоминания (забота об адресате), положительной оценки, выражения вежливости, юмора и др.

Учитывая фактор влияния интернет-коммуникации на реальное общение, можно сделать оптимистичный вывод, что подобные чаты могут способствовать повышению уровня культуры граждан в повседневных коммуникативных практиках, прежде всего в практике купли-продажи. Регулярность речевых действий, в которых реализуются (а подчас и насаждаются) нормы гармоничного общения, формирует привычку. Кооперативная стратегия коммуникантов обеспечивает эффективность и экологичность коммуникации, улучшение качества жизни и здоровья граждан.

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

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

Критерии авторства: Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

Contribution: All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

Литература / References

- Андреева С. В., Байкулова А. Н., Боц Т. С., Викторова Е. Ю., Вороновская И. А., Гвоздюк А. А., Дегальцева А. В., Кисельникова А. А., Кормилицына М. А., Макеева Е. П., Матяшевская А. И., Милёхина Т. А., Мякшева О. В., Незнаева О. С., Никитина О. В., Сиротинина О. Б., Тырникова Н. Г., Уздинская Е. В. Эффективность коммуникации: влияние сфер общения на факторы ее достижения. Саратов: Наука, 2021. 256 с. [Andreeva S. V., Baikulova A. N., Bots T. S., Viktorova E. Yu., Voronovskaya I. A., Gvozdyuk A. A., Degaltseva A. V., Kiselnikova A. A., Kormilitsyna M. A., Makeeva E. P., Matyashevskaya A. I., Milekhina T. A., Myaksheva O. V., Neznaeva O. S., Nickitina O. V., Sirotinina O. B., Tyrnikova N. G., Uzdinskaya E. V. *Communication efficiency: effect of communication spheres on the factors for its achievement*. Saratov: Nauka, 2021, 256. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/pmvpeb>
- Андреева С. В., Байкулова А. Н., Викторова Е. Ю., Вороновская И. А., Дегальцева А. В., Кормилицына М. А., Куликова Г. С., Львова О. С., Матяшевская А. И., Милёхина Т. А., Мякшева О. В., Навасартян Л. Г., Санджи-Гаряева З. С., Сиротинина О. Б., Уздинская Е. В., Сиротинина О. Б., Елина Е. А., Рисинзон С. А. Эффективность коммуникации: понятие, роль адресанта и адресата, основные приемы ее достижения. Саратов: Наука, 2019. 236 с. [Andreeva S. V., Baikulova A. N., Viktorova E. Yu., Voronovskaya I. A., Degaltseva A. V., Kormilitsyna M. A., Kulikova G. S., Lvova O. S., Matyashevskaya A. I., Milekhina T. A., Myaksheva O. V., Navasartyan L. G., Sandzhi-Garyaeva Z. S., Sirotinina O. B., Uzdinskaya E. V., Sirotinina O. B., Elina E. A., Risinzon S. A. *Efficiency of communication: concept, participants, and methods*. Saratov: Nauka, 2019, 236. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/jalsod>
- Антипов А. Г., Краснова И. В. Нормативно-этический аспект чат-коммуникации. *Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств*. 2012. № 19-1. С. 10–16. [Antipov A. G., Krasnova I. V. Chat-communication in normative ethics aspect. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta kultury i iskusstv*, 2012, (19-1): 10–16. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/oxsmrf>
- Байкулова А. Н. Общедомовой чат как одна из городских коммуникативных практик: формирование менталитета ответственного собственника жилья. *Языки и культуры в цифровую эпоху: Междунар. науч. конф. (Нижний Новгород, 28–30 октября 2022 г.)*. Н. Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2022. С. 17–24. [Baikulova A. N. Hous chat as an urban communication practice: forming the mentality of a responsible property owner. *Languages and cultures in the digital age: Proc. Intern. Sci. Conf., Nizhniy Novgorod, 28–30 Oct 2022*. Nizhniy Novgorod: Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod, 2022, 17–24 (In Russ.)] <https://elibrary.ru/glmfxb>
- Байкулова А. Н., Викторова Е. Ю., Дегальцева А. В., Дегальцева М. Н., Кормилицына М. А., Куликова Г. С., Матяшевская А. И., Милёхина Т. А., Сиротинина О. Б., Уздинская Е. В., Яхина Д. И. Рискогенность современной коммуникации и роль коммуникативной компетентности в ее преодолении. Саратов: СГУ, 2016. 188 с. [Baikulova A. N., Viktorova E. Yu., Degaltseva A. V., Degaltseva M. N., Kormilitsyna M. A., Kulikova G. S., Matyashevskaya A. I., Milekhina T. A., Sirotinina O. B., Uzdinskaya E. V., Yakhina D. I. *The riskiness of modern communication and the role of communicative competence in overcoming*. Saratov: SSU, 2016, 188. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/obnskr>
- Бергельсон М. В. Языковые аспекты виртуальной коммуникации (Языковое поведение в сети Интернет). *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2002. № 1. С. 55–67. [Bergelson M. V. Language aspects of virtual communication. *Lomonosov Linguistics and Intercultural Communication Journal*, 2002, (1): 55–67. (In Russ.)]
- Валиахметова Д. Р. Письменная разговорная речь в контексте особенностей интернет-дискурса. *Бодуэновские чтения: Бодуэн де Куртене и современная лингвистика: Междунар. науч. конф. (Казань, 11–13 декабря 2001 г.)*. Казань: Казан. ун-т, 2001. Т. 2. С. 7–9. [Valiakhmetova D. R. Written colloquial speech in the context of the peculiarities of Internet discourse. *Baudouin Readings: Baudouin de Courtenay and Modern Linguistics: Proc. Intern. Conf., Kazan, 11–13 Dec 2001*. Kazan: Kazan University, 2001, vol. 2, 7–9. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/pvcijx>
- Виноградова Т. Ю. Специфика общения в Интернете. *Русская и сопоставительная филология: лингвокультурологический аспект*, ред. Н. А. Андромонова. Казань: Казан. ун-т, 2004. С. 63–67. [Vinogradova T. Yu. Specificity of communication on the Internet. *Russian and Comparative Philology: Cultural Linguistics*, ed. Andramonova N. A. Kazan: Kazan University, 2004, 63–67. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vlvayh>
- Водянова Н. В. Самореализация личности в пространстве Интернета в контексте коммуникативной антропологии. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2009. № 11. С. 57–62. 2007. С. 30–33. [Vodyanova N. V. Personal self-realization in the Internet space in the context of communicative anthropology. *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2009, (11): 57–62. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/kkxvgj>

- Гладышев В. И. Компенсаторное общение: социально-философский анализ. Екатеринбург: Банк культурной информации, 1999. 292 с. [Gladyshev V. I. *Compensational communication: social-philosophical analysis*. Ekaterinburg: Bank kulturnoi informatsii, 1999, 292. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vmznhv>
- Жельвис В. И. Поле брани. Сквернословие как социальная проблема в языках и культурах мира. М.: Ладомир, 1997. 328 с. [Zhelvis V. I. *Battlefield. Foul language as a social problem in the languages and cultures of the world*. Moscow: Lodomir, 1997, 328. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vrlohj>
- Завьялова З. С., Тихонова Г. Ю. Интерактивный чат как особая форма бытия и репрезентаций личности (русскоязычный дискурс). *Вестник науки Сибири*. 2015. № 2. С. 244–250. [Zavyalova Z. S., Tikhonova G. Yu. Interactive chat as a special form of being and personality representations: Russian Discourse. *Vestnik nauki Sibiri*, 2015, (2): 244–250. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ulxpfpr>
- Калинина М. А. Жанры инвективы в публичном коммуникативном пространстве. *Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова*. 2020. № 5. С. 153–163. [Kalinina M. A. The genre of invective in public discourse. *LUNN Bulletin*, 2020, (5): 153–163. (In Russ.)] <https://doi.org/10.47388/2072-3490/lunn2020-si-153-163>
- Колокольцева Т. Н. Диалогичность в жанрах интернет-коммуникации (чат, форум, блог). *Жанры речи*. 2016. № 2. С. 96–104. [Kolokoltseva T. N. Dialogism in the genres of internet communication (chat, forum, blog). *Zanry Reci*, 2016, (2): 96–104. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2016-2-14-97-105>
- Колокольцева Т. Н. Интернет-коммуникация как зеркало основных тенденций развития и функционирования русского языка. *Грани познания*. 2011. № 4. С. 13–17. [Kolokoltseva T. N. Internet-communication as the mirror of the main tendencies of development and functioning of the Russian language. *Grani poznaniia*, 2011, (4): 13–17. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rbsncx>
- Кормилицына М. А. Определение понятия, критерии эффективности. In: Андреева С. В., Байкулова А. Н., Викторова Е. Ю., Вороновская И. А., Дегальцева А. В., Кормилицына М. А., Куликова Г. С., Львова О. С., Матяшевская А. И., Милёхина Т. А., Мякшева О. В., Навасартян Л. Г., Санджи-Гаряева З. С., Сиротинина О. Б., Уздинская Е. В., Сиротинина О. Б., Елина Е. А., Рисинзон С. А. *Эффективность коммуникации: понятие, роль адресанта и адресата, основные приемы ее достижения*. Саратов: Наука, 2019. С. 6–15. [Kormilitsyna M. A. Definition of the concept: performance criteria. In: Andreeva S. V., Baikulova A. N., Viktorova E. Yu., Voronovskaya I. A., Degaltseva A. V., Kormilitsyna M. A., Kulikova G. S., Lvova O. S., Matyashevskaya A. I., Milekhina T. A., Myaksheva O. V., Navasartyan L. G., Sandzhi-Garyeva Z. S., Sirotinina O. B., Uzdinskaya E. V., Sirotinina O. B., Elina E. A., Risinzon S. A. *Efficiency of communication: concept, participants, and methods*. Saratov: Nauka, 2019, 6–15. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ntzenw>
- Кузнецов А. В. Письменная разговорная речь в онлайн-коммуникации. *Молодой ученый*. 2011. № 3-2. С. 24–26. [Kuznetsov A. V. Written colloquial speech in online communication. *Molodoi uchenyi*, 2011, (3-2): 24–26. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nuegkl>
- Леонтович О. А., Гуляева М. А., Лунева О. В., Соколова М. С. Позитивная коммуникация. М.: Гнозис, 2020. 296 с. [Leontovich O. A., Gulyaeva M. A., Luneva O. V., Sokolova M. S. *Positive communication*. Moscow: Gnosis, 2020, 296. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ekmdfz>
- Николаева А. В. Интернет-текст как новый вид коммуникации. *Русская речь*. 2016. № 3. С. 46–50. [Nikolaeva A. V. Internet text as a new type of communication. *Russkaya Rech*, 2016, (3): 46–50. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vzsqoz>
- Подгорная Е. А., Демиденко К. А. Лингвистические характеристики интернет-чатов как вида коммуникации. *Концепт*. 2014. № 9. С. 136–140. [Podgornaya E. A., Demidenko K. A. Linguistic characteristics of Internet chat as a type of communication. *Koncept*, 2014, (9): 136–140. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/snytnr>
- Прокофьева Н. А. К вопросу о деструктивности фатического речевого поведения. *Медиаскоп*. 2019. № 4. [Prokophieva N. A. Destructive phatic speech behavior in social media: towards problem statement. *Mediascope*, 2019, (4). (In Russ.)] <https://doi.org/10.30547/mediascope.4.2019.6>
- Семёнкина И. А. Общие тенденции развития языка в компьютерно-опосредованной коммуникации на материале англоязычных и русскоязычных чатов. *Ученые записки Ульяновского государственного университета «Актуальные проблемы теории языка и лингводидактики»*. Сер. Лингвистика, под ред. А. И. Фёфилова. Ульяновск: УлГУ, 2019. С. 37–40. [Semyonkina I. A. General trends in the development of language in computer-mediated communication based on the material of English-speaking and Russian-speaking chats. *Scientific notes of the Ulyanovsk State University "Relevant Issues of Language Theory and Linguistic Didactics"*. Linguistics, ed. Fefilov A. I. Ulyanovsk: Ulsu, 2019, 37–40. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/duikaw>

- Сергеева Д. А. Зависимость речи в чате от его тематики. *Филология и человек*. 2008. № 4. С. 137–142. [Sergeeva D. A. Chat speech and its subject. *Filologiya i chelovek*, 2008, (4), 137–142. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/kvaold>
- Сиротинина О. Б. О терминах «разговорная речь», «разговорность» и «разговорный тип речевой культуры». *Лику языка. К 45-летию научной деятельности Е. А. Земской*, отв. ред. М. Я. Гловинская. М.: Наследие, 1998. С. 348–353. [Sirotnina O. B. Colloquial speech, colloquiality, and colloquial type of speech culture. *Language faces. To the 45th anniversary of scientific activities of E. A. Zemskaya*, ed. Glovinskaya M. Ya. Moscow: Nasledie, 1998, 348–353. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/pyxaod>
- Сиротинина О. Б. Русский язык: система, узус и создаваемые ими риски. Саратов: СГУ, 2013. 116 с. [Sirotnina O. B. *Russian language: system, usage, and risks*. Saratov: SSU, 2013, 116 с. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ykyglt>
- Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: Полиграф, 2001. 252 с. [Sternin I. A. *Introduction to speech exposure*. Voronezh: Poligraf, 2001, 252. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qxoqup>
- Стернин И. А. О понятии «эффективное общение». *Преподавание культуры общения в средней школе. Опыт работы. Дидактические материалы*, отв. ред. И. А. Стернин. Воронеж: ВОИПКиПРО, 1995. С. 5–9. [Sternin I. A. About the concept of "effective communication". *Teaching a culture of communication in high school. Experience. Didactic materials*, ed. Sternin I. A. Voronezh: VOIPKiPRO, 1995, 5–9. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/wncgqf>
- Чучкова Г. С. Человек в коммуникативном пространстве Интернета. *Вестник Алтайского государственного аграрного университета*. 2004. № 3. С. 384–387. [Chuchkova G. S. Man in the communicative space of the Internet. *Vestnik Altayskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta*, 2004, (3): 384–387. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/pdtkur>
- Шалина И. В. Коммуникативно-речевая дисгармония: ее причины и виды. *Культурно-речевая ситуация в современной России*, отв. ред. Н. А. Купина. Екатеринбург: Урал. ун-т, 2000. С. 272–287. [Shalina I. V. Communicative-speech disharmony: causes and types. *Cultural and speech situation in modern Russia*, ed. Kupina N. A. Ekaterinburg: Ural University, 2000, 272–287. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rrpbdb>
- Шарипова В. А., Елинсон М. А., Исхакова О. С. Интернет-коммуникация: новые возможности и способы опосредованного общения или деградация языка. *Вестник Башкирского университета*. 2019. Т. 24. № 1. С. 210–214. [Sharipova V. A., Elinson M. A., Ickhakova O. S. Internet communication. New opportunities and methods of mediated communication or language degradation. *Bulletin of the Bashkir University*, 2019, 24(1): 210–214. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vyueiu>
- Ширяев Е. Н. Типы норм и вопрос о культурно-речевых оценках. *Культурно-речевая ситуация в современной России*, отв. ред. Н. А. Купина. Екатеринбург: Урал. ун-т, 2000. С. 13–21. [Shiryaev E. N. Types of norms and the question of cultural and speech assessments. *Cultural and speech situation in modern Russia*, ed. Kupina N. A. Ekaterinburg: Ural University, 2000, 13–21. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/rrpbdb>
- Южанинова Е. Р. Интернет-коммуникация как способ самореализации личности. *Теория и практика общественного развития*. 2013. № 5. С. 25–28. [Yuzhaninova E. R. Online communication as a way of self-realization. *Theory and Practice of Social Development*, 2013, (5): 25–28. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qaskel>
- Bernes-Lee T. *Weaving the Web: The original design and ultimate destiny of the World Wide Web by its inventor*. San Francisco: Harper, 1999, 226.