Тема: «Эпистолярный жанр умер или жив?»

Образовательное учреждение:
Муниципальное общеобразовательное учреждение «Средняя общеобразовательная школа №10»г. Реутов Московской области

Автор: Васильева Любовь, 8 класс

Руководитель: Кондрашова Ольга Сергеевна,
учитель русского языка и литературы

Реутов
2020 год

Оглавление

1. Введение....3

2. Материалы и методы 3

3. Результаты 4

3.1 Становление эпистолярного жанра в России: история русской корреспонденции 4

3.2 Развитие современных средств общения 5

3.3 Особенности личного и делового видов писем. Характеристика электронного письма. 7

3.4 Положение эпистолярного жанра и спрос на почтовые услуги в России....9

Заключение 15

Список литературы. 17

Директору подразделения 19

фармацевтических препаратов....19

ООО «Эбботт Лэбораториз» 19

Г-НУ ЭНТОНИ ВОНГУ 19

1. Введение

Эпистолярный жанр представляет собой письменный жанр: средство делового и личного общения. На протяжении многих веков переписка была единственным способом общения на больших расстояниях. *"Письмо составляет ту же устную беседу, тот же разговор между отсутствующими, только на бумаге"*.[1]Тогда написанное слово правило миром, составление письма было целым искусством[2](Р. Теппер), а эпистолярный жанр отличался особым стилем.

Прогресс в развитие коммуникационных технологий повлек за собой проблему постепенного исчезновения эпистолярного жанра из нашей жизни. И замещение его sms и e-mail, являющимися более быстрыми и удобными способами связи в условиях современного темпа жизни.

В связи с этим **целью** настоящего исследования стало проведение анализа развития эпистолярного жанра на современном этапе и изучение таких средств коммуникации, как sms и e-mail.

В основу настоящего исследования была положена рабочая **гипотеза**:

- в связи с появлением новых коммуникативных инструментов (sms и e-mail) эпистолярный жанр переживает существенные изменения, вследствие которых приобретает новую форму и черты.

С целью подтверждения базовой гипотезы исследования и реализации цели исследования были поставлены следующие **задачи**:

- изучение исторических аспектов становления эпистолярного жанра в России;
- изучение истории возникновения sms и e-mail;
- анализ особенностей «живой переписки»;
- анализ состояния эпистолярного жанра на современном этапе в России.

2. Материалы и методы

Для реализации основной цели исследования была выбрана стратегия анализа литературных источников, посвященных данной проблематике. Поиск данных осуществлялся в доступных информационных источниках (специализированные сайты, электронные версии научных журналов).

Для изучения распространенности и частоты использования различных коммуникативных инструментов в реальной жизни, а также выявление направления развития эпистолярного жанра на современно этапе в рамках нашего исследования было проведено анкетирование в трех возрастных группах:

- младшая возрастная группа: учащиеся 10-11 классов;
- средняя возрастная группа: родители ;

---

[1] «Полный русский письмовник». Сазонов,Бельский.

[2] Р.Теплер

- старшая возрастная группа: лица пожилого возраста.

В качестве респондентов в исследование были включены учащиеся 10-11 классов школы №7 и члены их семей. В окончательный анализ была включена 21 анкета.

Разработанная нами анкета содержала 7 вопросов.

3. Результаты

3.1 Становление эпистолярного жанра в России: история русской корреспонденции

Письмо — эпистолярный жанр литературы, стихотворное или прозаическое обращение писателя к определенному лицу с постановкой какого-либо важного вопроса.

Общеизвестно, что первыми письмами на русском языке принято считать берестяные грамоты. В разные исторические периоды менялась стилистика писем и посланий. Создавались особые руководства для писания писем – «письмовники», в которых предлагались образцы переписки как личного, так и делового характера. Старейший печатный русский письмовник - «Приклады, како пишутся комплименты разные» (1708). А в конце XIX века вышел в свет сборник правил и советов на все случаи общественной и семейной жизни – «Хороший тон». Письмо стало средством делового, профессионального, личностного и дружеского общения. Кроме того, оно стало важным структурообразующим средством в литературном произведении. В древнерусской литературе такими посланиями были политические письма Андрея Курбского царю Ивану Грозному и ответные письма Ивана Грозного Курбскому, известны письма на религиозные темы протопопа Аввакума. Из стихотворных писем 18 в. следует отметить замечательное эпистолярное произведение М. Ломоносова — «Письмо о пользе стекла» Шувалову. В 19 в. жанр стихотворных писем назывался посланиями. В советское время эпистолярная форма литературно-полемического стихотворного жанра была возрождена В. Маяковским.

Само слово почта произошло от латинского“mansion pozita” – «станция в пункте». Русская почта – одна из старейших в Европе, зародилась в самом начале образования Киевской Руси в IX-X вв[3]. В начале XIII в на Руси была организована «ямская гоньба», просуществовавшая до конца XVIII в[4].

[3] В те времена крестьянство обкладывалось специальной повинностью, называвшейся “повоз”, который в дальнейшем стал основой для создания почтовых служб.

[4] Название «ямская гоньба» происходит от татарского слова «ям», обозначающего «дорога», а слово «ямщик» означает «проводник». Гоньба представляла собой систему почтовых дворов (ямов), расположенных на расстоянии 40-50 верст друг от друга, которые соединяли города России с Москвой. Примечательно, что ямская гоньба существовала только в России, ее особенность заключалась в том, что лошадей гнали от яма к яму, не давая им корма.

С 1677 года в России начала действовать международная почтовая служба. Первые линии общедоступной почты пошли за рубежи русского государства в «немецкие» страны - так русские люди называли земли, где говорили на непонятных нашим предкам «немых» языках. Отличие «немецкой почты» от западноевропейских заключалось в том, что она являлась государственным учреждением, тогда как на Западе доставкой писем в основном занимались частные предприятия.

В первой половине XVIII века появляется почтовая тройка - особый образ упряжки в экипаж лошадей. В XVIII в. стремительное развитие всемирной почтовой системы требовало введение единого способа оплаты, именно тогда была изобретена почтовая марка. Первая почтовая марка России поступила в продажу в декабре 1857 и была допущена в обращение на территории Европейской России с 1 января 1858. После появления почтовых марок, объем почтовой переписки значительно увеличился.

Россия стала одной из первых стран, поставивших почту на рельсы. В 1837 году впервые была доставлена почта по железной дороге из Петербурга в Царское село. По движению поездов можно было сверять часы, так четко была согласована отправка почты. Поезда, в состав которых цепляли почтовый вагон, шли быстрее пассажирских и были престижнее. К концу XIX века почта загрузила 35 железнодорожных линий, ямщики уходили в прошлое.

В начале XX века в России для ускорения доставки почты начали использовать авиацию. Первый авиационный перелет с почтовым грузом состоялся в 1918 году из Петрограда в Москву. В 20-х годах развитие авиапочты шло стремительными темпами, налаживались внутренние авиалинии, началась доставка авиапочты за рубеж. Линии обслуживались отечественными самолетами «Илья Муромец» и «Лебедь – XII». Сначала перевозилась только служебная почта, но уже с 1922 года была введена платная пересылка частной простой и заказной корреспонденции.

3.2 Развитие современных средств общения

«Эпистолярный жанр не умер, он извратился. В SMS ты почти ничего не можешь сказать. SMS — это что-то вроде сигнала другому, что ты жив…»[5]

SMS

История развития sms очень занимательна. Более десяти лет этот сервис оставался невостребованным, а потом за короткий период времени стал для большинства операторов чуть ли не основным источником дополнительных доходов.

---

[5] О.Сивун «Бренд»

В декабре 1992 года было отправлено первое в мире sms-сообщение, содержащее короткое поздравление с наступающим Рождеством. На свет появилась технология, изменившая впоследствии мобильную жизнь миллионов людей по всему миру - отправка sms-сообщений.

Новую перспективную технологию признали не сразу. Операторы не спешили выводить на рынок новую услугу. Примерно в конце прошлого века телефон постепенно стал превращаться из способа коммуникации менеджеров и профессионалов в устройство, применяемое массово. В этот момент и началось второе рождение sms, оказавшаяся «мобилизованной» молодежь увидела в новом сервисе возможность сэкономить, а также новое средство самовыражения. Благодаря относительно низкой себестоимости одного sms - сообщения новый сервис стал приносить очень хорошие деньги, а, следовательно, получил и признание рынка. Операторы, «почуявшие» выгоду, запустили активную рекламную поддержку новой услуги, а в 2000 году позволили своим клиентам послать sms пользователям других сетей. Все это резко увеличило привлекательность услуги.[6]

E-mail

Создателем электронной почты является американский программист Рэй Томлинсон. В 1971 году, рядовой инженер Рэй Томлинсон занялся разработкой программы для отправки и приема электронных сообщений. Основная проблема заключалась в адресации приходящей и исходящей почты. Программу нужно было научить различать «своих» и «чужих» пользователей. Именно на данном этапе развития электронной почты Рэй Томлинсон ввел символ для разделения имени пользователя и его местонахождения. Из всех символов клавиатуры был выбран «@». Использование именно этого символа в почтовых адресах, по мнению программиста, было очевидно поскольку, символ «@» обозначал английский предлог «at» («на»), поэтому уже к 70-м годам он имел некоторую «популярность» среди компьютерных специалистов. Электронная почта стала реальностью, а ее первым практическим использованием — рассылка уведомления о ее собственном появлении. Новое приложение удовлетворило потребность в удобном и быстром средстве коммуникации между программистами-разработчиками, работавшими в разных городах. Одним из

[6] С 1 апреля 2011 в Дании и Швеции началось внедрение новой системы оплаты почтовых писем, так что отправлять их станет возможно даже в самодельном конверте без марки. Оплата за пересылку принимается через SMS, после чего приходит цифровой код — его нужно распечатать в том месте, где обычно находится марка. При этом стоимость почтовых отправлений с цифровой и обычной марками будет одинаковой. Как и во всех странах мира, бумажная почта в Дании быстро дорожает в связи с кардинальным снижением оборотов. За последние два года количество писем в Дании уменьшилось на 20%. Молодёжь вообще не любит писать от руки, отдавая предпочтение электронным устройствам. Цифровые марки и оплата по SMS призваны сделать устаревшую технологию «улиточных писем» чуть понятнее для молодого поколения.

неоспоримых преимуществ электронной почты перед почтой обычной, а тем более перед телефонными переговорами, была ее демократичность.

3.3 Особенности личного и делового видов писем. Характеристика электронного письма.

Личное письмо представляет собой неофициальное письменное обращение людей. Может содержать информацию самого разнообразного рода: семейную, сугубо личную, описание чувств и переживаний, сообщение о состоянии дел на работе, описание событий, просьбу и т.д. Языковые средства, которые при этом выбирает автор письма, зависят от характера отношений между ним и адресатом и принятого между ними стиля общения. Некоторой стандартизации частных писем способствует указание даты и места написания, принятые этикетные формулы обращения, приветствия, прощания, передачи приветов, пожелания здоровья и т.д. (см. Приложение 1).

В жанре делового письма реализуются чаще всего внешние связи организаций. Умение составить текст официального письма, коммерческое предложение, ответить на запрос во многом определяет эффективность работы организации в целом, ее имидж и культуру. Современное деловое письмо несколько отличается от традиционных официальных писем прошлого. Обязательные компоненты делового письма:

- адрес получателя;
- выходные данные отправителя;
- обращение к получателю или приветствие;
- формулы вежливости, устанавливающие контакт, подготавливающие сообщение или мотивирующие обращение к этому адресату;
- деловое сообщение с деталями;
- предложение по развитию контактов;
- заключительные формулы вежливости, прощание;
- подпись, контактные данные отправителя.

При составлении делового письма важно научиться использовать формулы и нормы делового этикета, установленного в сфере делового общения. В основе этих норм лежит вежливое, уважительное отношение к деловому партнеру, соблюдение определенной дистанции между работниками, занимающими разное служебное положение, умение говорить «нет», не теряя возможности общения с этим партнером в будущем, терпимость к чужому мнению.

При обращении к адресату учитываются его служебное положение, сфера деятельности, степень личного знакомства. Тональность деловых писем должны определять оптимизм и корректность. Убедительность делового письма зависит от выбранного стиля письма. Убеждает не только информация, изложенная в письме, но и тональность, в которой ведется переписка. Завершение письма – важная часть эпистолярного этикета.

Электронное письмо также характеризуется определенными правилами ведения переписки. Независимо от стиля вашего послания значительную

роль играет заголовок письма. Он позволяет указать тему беседы, заранее информируя получателя о том, какие вопросы будут затронуты в послании. Если же при изменении темы заголовок остается прежним, то это может вызвать недоумение у адресата. Поэтому несовпадение заявленной темы и истинного содержания электронного послания является проявлением неуважения к адресату.

Одной из особенностей электронной почты является отсутствие жестов и интонации, что может быть восполнено путем применения особых приемов. Для того чтобы привлечь внимание адресата к важной мысли, в переписке используются заглавные буквы. Помимо этого, свою реакцию на полученное послание или отношение к тому, о чем говорится в письме, можно выразить "смайликами" Тем не менее, не следует прибегать к использованию различных шрифтов, поскольку электронное письмо не всегда выглядит на «том конце провода» так же, как его задумал и оформил отправитель.

Не стоит забывать о том, что в любой переписке необходимо придерживаться норм грамотности и не допускать опечаток. Письмо с ошибками плохо читается и оставляет впечатление неряшливости.

В отношении деловой переписки существует еще несколько правил (см Приложение 2):

- во-первых, при использовании электронной почты для деловой переписки обязательным является возможность идентификации компании-отправителя по полученному электронному письму. С этой целью в электронное послание следует включить официальное наименование организации-отправителя, адрес ее электронной почты и адрес официальной страницы компании в Сети (в том случае, если он существует). При необходимости следует также указать адрес электронной почты конкретного сотрудника, к которому можно обратиться для уточнения вопросов, возникших после прочтения письма. Подпись в конце послания со всеми этими сведениями не должна превышать двух-трёх строк. Заполнение поля темы письма также является строго обязательным. Несоблюдение этих требований может привести к тому, что письмо будет воспринято как "спам" и удалено без прочтения;
- во-вторых, грамматические и орфографические ошибки в деловой переписке категорически недопустимы;
- в-третьих, послания должны быть краткими и информативными. При необходимости, подробности по излагаемому в письме вопросу могут быть сообщены в дополнительном письме по запросу адресата;
- в-четвертых, приветствуется строгий деловой стиль общения.

3.4 Положение эпистолярного жанра и спрос на почтовые услуги в России.

На данный момент времени ФГУП «Почта России» включает в себя 87 филиалов.

По итогам 2011 года доля Почты России на различных рынках:

- письменная корреспонденция – 97%;
- экспресс доставка – 22%;
- посылки – 96%.

В 2011 году сохранилась тенденция к увеличению объемов оказываемых услуг:

- пересылка простой и заказной письменной корреспонденции возросла на 2,8% (41,6 млн шт.);
- отправлений 1-го класса – на 81,1% (11,2 млн ед.);
- посылок – на 9,5% (4,5 млн ед.);
- экспресс-почты (EMS) – на 24,3% (956 730 ед.).

Исходя из данных официальной отчетности, нетрудно заметить, что ФГУП «Почта России» остается лидирующим поставщиком услуг почтовой связи на территории РФ, и наибольшую долю в объеме оказываемых услуг занимает именно услуги по доставке письменной корреспонденции. Помимо этого отмечается тенденция к росту пересылок, как простой письменной корреспонденции, так и отправлений 1-го класса и отправлений, экспресс-почтой.

С точки зрения экономики услуги по доставке письменной корреспонденции в структуре доходов от оказания услуг почтовой связи также в целом занимают лидирующее положение (рисунок 1).



Рисунок 1. Долевая структура доходов услуг почтовой связи

Изучение отчетных данных ФГУП «Почта России» позволили проанализировать загруженность почтовых отделений на уровне региона. Москвы:

Согласно полученным результатам в 2012 году Москвы загруженность почтовых отделений г. Москвы составила (рисунок 2):

- письменная корреспонденция: исходящая платная – 178,775 млн, входящая – 298,800 млн;
- письма и бандероли с объявленной ценностью: исходящие платные – 7,8 млн, входящие – 6,4 млн;
- посылки; исходящие – 6,4 млн, входящие – 3,7 млн;
- «Отправления 1 класса»– 9,3 млн;
- экспресс-почта «EMS Почта России» - исходящие – 222,3 тыс., входящие – 30,3 тыс.;
- «Мультиконверт» - 14483 ед.

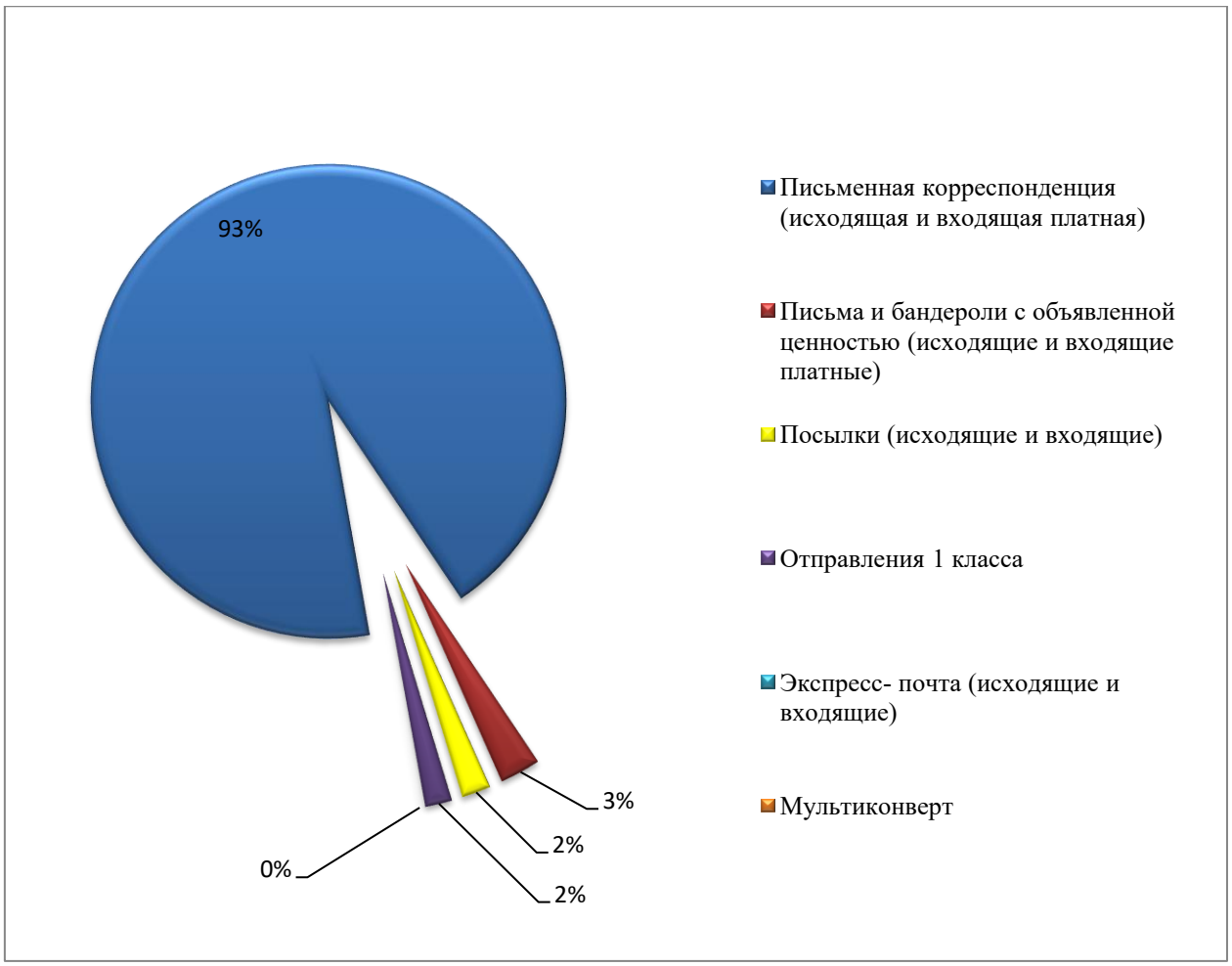


Рисунок 2.Загруженность почтовых отделений г. Москвы в 2012 году

Согласно отчетным данным более 93% в структуре загруженности почтовых отделений занимает почтовая корреспонденция.

Таким образом, на основании изученных данных можно сделать вывод о том, что общение посредством эпистолярного жанра сохраняется, несмотря на появление инновационных методов общения.

Результаты проведенного анкетирования показали, что большая часть опрошенных, прибегает к общению посредством переписки редко или очень редко -12 и 60% соответственно. Только 12% респондентов часто выбирают в качестве средства коммуникативного общения эпистолярный жанр (рисунок 3).



Рисунок 3. …..

Большей популярностью среди респондентов пользуются инновационные средства общения – sms и e-mail. Однако следует отметить, что постоянно прибегают к sms- общению, только 17% опрошенных. 30 % респондентов используют sms как средство связи достаточно редко (рисунок 4).

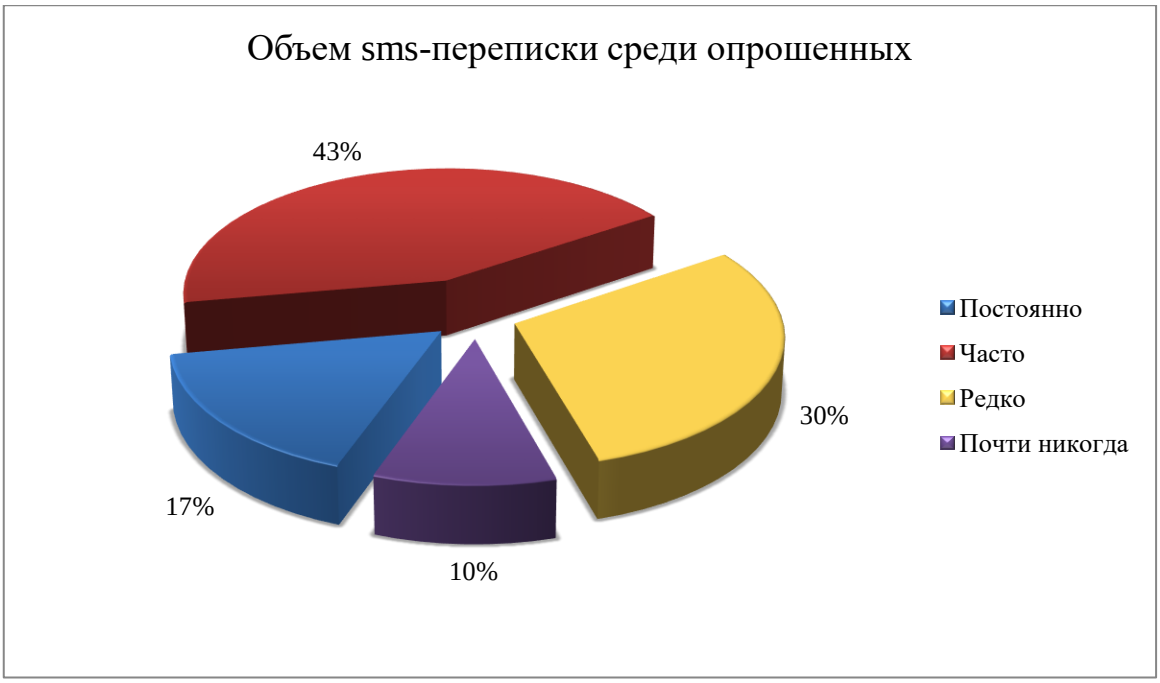


Рисунок 4 …..

53 % респондентов используют электронную почту как средство связи постоянно или довольно часто (рисунок 5)



Рисунок 5 ….

94% опрошенных отмечают, что происходит сужение эпистолярного жанра. Однако 23% респондентов полагают, что данный процесс не несет никаких последствий для русского языка.



Рисунок 6….

23% респондентов рассматривают введения моды на письма как возможность препятствования процессу сужения эпистолярного жанра. 26% - полагают, что уроки и конкурсы письма являются одним из методов, который может препятствовать процессу сужения эпистолярного жанра.



Рисунок 7…..

В этом году Почта России в седьмой раз проводит конкурс «Лучший урок письма». За семилетний период он получил широкую популярность и вызвал большой интерес и поддержку среди учащихся и преподавателей Российской Федерации. За это время в конкурсе приняли участие более 1,7 миллионов школьников. В конкурсе принимают участие директора школ, преподаватели школ и вузов, руководители детских творческих объединений, молодежных редакций и клубов, учащиеся средних школ, колледжей, кадетских корпусов, студенты.

Заключение

Причины, по которым необходимо возродить «живую переписку».

В бумажном письме присутствует почерк. И это не просто инструмент, с помощью которого происходит написание письма. Это отражение личности автора письма, его неповторимой индивидуальности. Почерк – это наша визитная карточка. В почерке есть характер человека в целом и его настроение в момент написания конкретного письма, конкретных строк, конкретных слов. Из почерка зримо возникает образ писавшего письмо человека и передается его "живая" энергетика. Электронное письмо – неодушевленное именно из-за отсутствия почерка, тогда как рукописное письмо благодаря почерку одушевлено, оно – "живое".

Рукописные письма, как правило, наполнены эмоциями, они пишутся для того, чтобы обменяться переживаниями, сомнениями, раздумьями, тогда как электронные пишутся, чтобы передать информацию.

Электронные письма своей мгновенностью обеднили переписку до повседневных разговоров: "Как дела? ОК!" Длинные сложноподчиненные предложения превращаются в устойчивые фразы, словечки, аббревиатуры, кальки с иностранных языков. Несколько спасают положение смайлики – но это слабая замена настоящей эмоции. *Даже сам способ создания писем электронных и рукописных настраивает по-разному. Садишься за компьютер и движешься автоматично, пошагово: логин, пароль – зашел в почту, нажал "написать письмо" – выскочила форма для заполнения, заполнил "кому", "тема" – начал набивать текст. И текст по инерции колотится рубленный, информативный, быстрый, как отчет или сводка новостей. И совсем другой настрой, когда берешь ручку, садишься за стол, включаешь лампу и в задумчивости застываешь над чистым листом бумаги. Вся атмосфера располагает к чему доверительному, сокровенному, возможно, даже творческому. Тут, над листом бумаги с ручкой в руках и начинается настоящее искусство написания писем, а искусство – это, прежде всего, эмоции.*

К написанию рукописных писем подходят более ответственно. Удаленность общения во времени и невозможность корректировать текст в процессе общения вынуждает излагать свои мысли грамотно и точно. Над каждой фразой нужно задумываться, чтобы правильно, адекватно, полно передать то, что хочешь высказать и не вызвать у собеседника двусмысленности понимания написанного.

Если электронная переписка явно диалогична, то рукописные письма можно сравнить с монологом. Они чем-то схожи на дневники - требуют самоуглубления, откровения. Они направлены даже не столько на собеседника, сколько на самого себя. Рукописные письма это своеобразный разговор с самим собой, познание себя в разговоре с собеседником, через него, с ним вместе и поиск созвучности его внутреннего мира твоему внутреннему миру.

Рукописные письма располагают к тому, чтобы оглянуться назад, проанализировать прожитое, сделать какие-то выводы. Рукописные письма приучают не "болтать", а по-настоящему общаться. От этого рукописные письма получаются более осмысленными, глубокими.

Ожидание рукописного письма – очень полезная вещь. Пока ждешь письма, понимаешь насколько тебе действительно дорог именно этот человек и потом при встрече больше дорожишь каждой минутой реального общения. Ожидание писем укрепляет, проверяет и проявляет чувства. Бумажная переписка возможна только с избранными, не многими людьми, теми, без кого действительно немыслима наша жизнь.

Рукописные письма становятся частью нашей памяти, наших воспоминаний. Их можно хранить и перечитывать. Но ведь никому же не приходить в голову хранить электронные письма. Конечно, где-то там, на страницах электронной почты... Но открывать их и перечитывать? Это вряд ли. И как раз из-за отсутствия вышеназванных причин. Рукописные письма как фотографии – несут отпечаток времени, места, обстоятельств. Они как фрагменты прожитого, роман в письмах, отрывки из чужих мемуаров, куда тесно вплетена наша собственная жизнь.

Список литературы.

1. Лемов, А.В. Школьный лингвистический словарь: Термины. Понятия. Комментарии/ - 2-е изд.-М.: Айрис-пресс, 2007.-384 с.
2. Интернет-ресурсы.
3. http://feb-web.ru
4. http://www.russianpost.ru
5. http://tvoypsiholog.ru
6. http://www.e-college.ru

Приложение 1

Письмо А.П.Чехова, адресованное А.М.Горькому:

11 июня 1902 г. Москва.

Дорогой Алексей Максимович, я сижу в Москве, и неизвестно, как долго я еще буду сидеть здесь. Жена больна, лежит и стонет от боли; она не может сидеть, не говоря уж о ходьбе или езде. Вероятно, на будущей неделе ей будут делать операцию.

Пришлите пьесу по адресу: Москва, Неглинный пр., д. Гонецкой, прочту ее с удовольствием, даже больше чем с удовольствием.

Привет Екатерине Павловне и детям. Я немножко замучился. Будьте здоровы и благополучны.

Ваш А. Чехов.

Приложение 2

Фонд развития социальной политики
и здравоохранения "Гелиос"
ИНН 7736240614; КПП 773601001
АКБ «НАШ ДОМ» (ЗАО), БИК 044579203
К/с 30101810700000000203; Р/с 40703810200000001366
ОГРН 1037736030892
Юридический адрес: 117335, г. Москва, ул. Вавилова, д. 97
Фактический адрес: 117485, г. Москва, ул. Бутлерова, д. 12
Почтовый адрес: 117335, г. Москва, а/я 90. [redacted]**fondhelios@yandex.ru**

Исх. № _____
от «__» _____ 2012г.

Директору подразделения
фармацевтических препаратов
[redacted]
Г-НУ [redacted]

Уважаемый господин [redacted]**!**

Выражаем Вам свое почтение и искреннюю признательность за благотворительную поддержку в размере [redacted], которую Вы оказали на проведение фармакоэкономического семинара «Клинико-экономический анализ в системе оценки медицинских технологий» для 60 врачей из регионов России, который состоялся 25 мая 2012 года (отель "Марриотт", Москва).

В работе семинара приняли участие ведущие специалисты, клинические фармакологи, заместители главных врачей из Москвы, Санкт-Петербурга, Саратова, Красноярска, Якутска, Челябинска, Оренбурга. На семинаре участники ознакомились с методиками построения и анализа доказательной базы по применению лекарственных препаратов и медицинских технологий на основании результатов клинических и фармакоэкономических исследований.

Мы высоко ценим вклад компании ООО «Эбботт Лэбораториз» во внедрение инновационных методов лечения и повышение квалификации медицинских специалистов. И надеемся, что наша дальнейшая совместная работа будет способствовать улучшению организации медицинской помощи в Российской Федерации.

С уважением,

Президент фонда «Гелиос» [redacted]

Приложение 3

Анкета

Младшая возрастная группа (с указанием возраста): ☐

Средняя возрастная группа (с указанием возраста): ☐

Старшая возрастная группа (с указанием возраста): ☐

1. Писали ли вы когда-нибудь письма?

   Да ☐

   Нет ☐

2. Как часто вы пишете письма?

   Часто ☐

   Редко ☐

   Очень редко ☐

3. Как часто вы пишете sms?

   Постоянно ☐

   Часто ☐

   Редко ☐

   Почти никогда ☐

4. Как часто вы пишете e-mail?

   Постоянно ☐

   Часто ☐

   Редко ☐

   Почти никогда ☐

5. Какие тенденции в развитии эпистолярного жанра, по вашему мнению, наблюдаются на современном этапе? Поясните ваш ответ.

   _____

   _____

6. Сужение эпистолярного жанра, по вашему мнению:

   Ведет к сужению и обеднению русского языка ☐

   Не несет никаких последствий для русского языка, так как является закономерным процессом в условиях компьютеризации общества ☐

7. Каким образом, по вашему мнению, можно остановить процесс сужения эпистолярного жанра?

   _____

   _____

   _____