

ПРАВИЛА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В МЕССЕНДЖЕРАХ

ПОДВОЙСКАЯ Наталия Леонидовна

кандидат политических наук, директор Института базового образования

ТИМОШЕНКО Татьяна Евгеньевна

кандидат педагогических наук, доцент, доцент Центра русского языка

Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»

г. Москва, Россия

Целью данной статьи являются обобщение и систематизация теоретических знаний и практического опыта по использованию мессенджеров в деловом общении. **Актуальность** исследования обусловлена недостаточной изученностью культуры делового общения посредством мессенджеров, несмотря на все возрастающую популярность такого вида общения. **Научная новизна** заключается в формулировании конкретных правил делового общения в мессенджерах и рекомендаций по использованию мессенджеров.

Ключевые слова: мессенджеры, деловая коммуникация, правила делового общения, этикет

«Деловое (профессиональное) общение – самый сложный вид общения людей в социуме, без него невозможно взаимодействие в сфере экономических, правовых, дипломатических, коммерческих, административных и прочих отношений» [1, с.4]. Оно направлено на согласование и объединение усилий людей с целью налаживания отношений и достижения общего результата. Культуру делового общения можно определить как совокупность норм, регулирующих поведение и отношение людей в процессе их производственной деятельности.

Немаловажную роль в культуре делового общения играет этикет.

В связи с переходом части деловой коммуникации в виртуальную среду актуальным становится вопрос распространения этикетных норм в электронной

среде с учетом ее специфики. Теоретическими и практическими вопросами делового этикета в цифровой среде занимаются такие исследователи, как Р.И. Мамина, О.В. Лукинова, Н.А. Карабань, А.В. Дикарева, А.В. Карепина. Так, О.В. Лукинова [3] и А.В. Карепина [2] дают рекомендации по корректному общению в цифровой среде, исследуют, как при соблюдении правил сетикета можно повысить эффективность работы.

Однако, несмотря на значительное количество публикаций, посвященных культуре общения в цифровой среде, единых требований к цифровому этикету пока не создано, а менее всего изучена культура делового общения с помощью мессенджеров.

Еще относительно недавно мессенджеры использовались преимущественно для неформального общения с друзьями и родными, но в последнее время с их помощью стали осуществлять и деловую коммуникацию. О том, что сейчас мессенджеры играют огромную роль в деловом общении, говорит опрос, проведенный сервисом Работа.ру в феврале 2024г., количество респондентов – более 3500 (<https://press.rabota.ru/chto-besit-rossiyan-v-rabochikh-chatakh>). Согласно ему, для делового общения россияне чаще всего используют WhatsApp (66%), переписки и звонки по телефону (55%), email (41%) и Telegram (31%). Как видим, на первом месте находится такое средство коммуникации, как мессенджер WhatsApp.

Необходимо отметить, что деловая переписка в мессенджерах сразу же приобрела менее официальный характер, чем например, переписка по электронной почте или бумажная переписка. Она, не уподобляясь устной живой речи, все-таки тяготеет к ней. При деловом общении в мессенджерах используются более простая лексика (*Я гляну документы*), неполные предложения (*Я – за*), вполне допустимо использование эмоциональных маркеров – частиц и междометий (*Мы же вроде бы хотели обсудить. Это, увы, не получилось*), парцелированных структур (*Давайте возьмем данные из статьи? Про студентов? Из прошлой рассылки?*), вводных слов и конструкций (*Может, не будем торопиться с выво-*

дами? Тут, кстати, нужно хорошо подумать). Допускается использование образных языковых единиц (фразеологизмов, метафор) (*Давайте посмотрим на это свежим взглядом*). Также больше свободы и при написании местоимения *вы* в обращении к одному человеку. Справочная служба Грамоты.ру разъясняет, что «при обращении к одному человеку *Вы* пишется с большой буквы только в текстах определенных жанров. Такое написание не является строго обязательным, ведь уже само обращение на *вы* – признак уважительного отношения к человеку» (<https://gramota.ru/spravka/vopros/282939#question>). Так что при общении в мессенджерах допустимо написание местоимения *вы* при обращении к одному лицу с маленькой буквы.

Но тем не менее, несмотря на более демократичный стиль делового общения в мессенджерах, необходимо соблюдать ряд правил, чтобы общение было комфортным для всех участников.

Мы, опираясь на теоретические знания и практический опыт, сформулировали основные правила делового общения в мессенджерах. В их основе лежат привычные правила этикета, главным из которых является уважение к собеседнику, адаптированные к новым условиям коммуникации.

1. Соблюдение рабочего времени.

При общении в мессенджере необходимо строго соблюдать время общения и не выходить за рамки рабочего дня: 09:00 - 19:00. Исключение – срочное дело или заранее оговоренный с коллегами режим отправки сообщений.

2. Использование корректного имени и фото в профиле. Деловое общение подчиняется определенным нормам, поэтому позаботьтесь о том, чтобы Вы входили в сеть под своим именем и фамилией и с соответствующей фотографией.

3. При переписке в мессенджере, также как и при любой переписке, вначале должно следовать обращение. Если в групповом чате до 3-х человек, можно перечислить всех участников по именам. Если участников больше, то достаточно обезличенного обращения. Наиболее распространённой формой такого обраще-

ния в деловой сфере является обращение «коллеги». Так, по данным опроса, проведенного в 2023г. сервисом по поиску высокооплачиваемой работы SuperJob, в котором приняли участие 1600 представителей экономически активного населения из всех округов страны, это обращение назвали наиболее уместным 68% респондентов (<https://www.superjob.ru/research/articles/114423/kollegi>). При этом также вполне допустимо в групповом чате обратиться «уважаемые коллеги» или «дорогие коллеги» в зависимости от цели сообщения и/или контекста.

4. Посылать голосовые сообщения в деловом общении считается моветоном, так как у человека может не быть возможности слушать их или он не хочет их слушать в силу ряда причин. Их можно отправлять только по предварительной договоренности с адресатом. Если позиция собеседника неясна, а аудиосообщения избежать нельзя, необходимо предупредить адресата текстом о запланированном голосовом сообщении, извиниться, объяснить необходимость его отправления. Если запись длится дольше 30 секунд, в текстовом сообщении нужно указать его тему, чтобы собеседник понимал заранее, о чем речь, и в дальнейшем, если понадобится послушать сообщение еще раз, мог найти его быстрее. В сообщении следует говорить кратко, по факту, четко формулируя мысль, желательно без отвлекающего звукового фона.

5. Новые правила деловой вежливости предписывают делать звонки тоже как можно реже. Желательно предварительно в сообщении спросить собеседника, можно ли ему позвонить. Предельно деликатным нужно быть с видеозвонками. Не нужно звонить по видеосвязи, не договорившись с собеседником: Вы можете застать человека врасплох. Если звонят Вам, отвечать желательно в течение первых трех гудков. Если звоните Вы сами, то не ждите ответа дольше 4-5 гудков. Также не звоните собеседнику много раз подряд, если он не берет трубку. Когда он сможет, он перезвонит Вам. Негласная бизнес-этика гласит: два пропущенных звонка — у звонящего Вам человека есть серьёзный повод, три пропущенных звонка означают, что случилось чрезвычайное происшествие.

6. Дурным тоном является отправка множества сообщений из одного-двух слов. Не нужно высылать отдельным сообщением приветствие или обращение. Включите его в основное сообщение.

7. Стикеры, эмодзи и картинки используются, только если это допускается в корпоративной культуре организации.

8. Рабочий чат используется только по рабочим вопросам, личные вопросы решаются через личные сообщения.

9. В рабочем чате уместно оценивать только командную работу. Если нужно дать негативную оценку работы какого-либо конкретного сотрудника, то это корректно сделать в личном сообщении.

10. Для удобства участников общения при переписке следует выделить то сообщение, на которое Вы отвечаете.

11. Если формулируется задача для конкретного человека, но при этом о ней должны знать и другие участники чата, то будет хорошо привлечь внимание человека к этому сообщению, используя префикс, т. е. поставив значок @. Упомянутый пользователь получит соответствующее уведомление, даже если в этом чате он установил режим «Без звука».

12. Точка в конце предложения в мессенджерах по негласному правилу расценивается как то, что человек злится на что-либо или обижен. Caps lock также не используется – человеку кажется, что на него кричат.

13. Орфография и пунктуация должны быть соблюдены, так как неграмотное сообщение затрудняет понимание его смысла и сильно снижает деловой имидж его автора. Перед отправкой сообщения обязательно следует перечитать его, особенно если у Вас включена функция T9 или Вы используете голосовой набор текста.

14. Несмотря на то что мессенджеры демократизируют стиль общения, в деловой коммуникации все же не стоит использовать сокращения слов (*мб, оч*), англицизмы (*фидбек, плиз, пруфы*), жаргонизмы (*универ, преподы*), уменьшительно-ласкательные формы (*денежка пришла*).

15. В заключение общения в мессенджере необходимо определить, где будет закреплён результат переписки. Подтверждают соглашения обычно при личной встрече или по электронной почте. Это общепринятое правило, хотя могут встречаться и исключения, если, например, участники чата договорились о «силе действия» принятых в чате решений.

Таковы основные правила делового общения в мессенджерах, которые надо соблюдать, чтобы общение было комфортным для всех участников.

ЛИТЕРАТУРА

1. Казакова О.А. Деловая коммуникация: учебное пособие / сост. О. А. Казакова, А. Н. Серебренникова, Е. М. Филиппова. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2013. – 132 с.
2. Карепина А. В. Переписка 2.0. Как решать вопросы в чатах, соцсетях и письмах. – М.: СилаУма-Публишер, 2019. – 320 с.
3. Лукинова О. В. Цифровой этикет. Как не бесить друг друга в интернете. – М.: Эксмо, 2020. – 240 с.

RULES OF BUSINESS COMMUNICATION IN MESSENGERS

PODVOYSKAYA Nataliya Leonidovna

Candidate of Political Sciences, Head of College of Basic Professional Studies

TIMOSHENKO Tatiana Evgenievna

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor

Head of the Russian language center

National University of Science and Technology MISIS

Moscow, Russia

The purpose of this article is to summarize and systematize theoretical knowledge and practical experience on the usage of messengers in business communication. **The relevance** of the research is due to the insufficient knowledge of the culture of business communication through messengers, despite the increasing popularity of this type of communication. **The scientific originality** consists in the formulation of specific rules of business communication in messengers and recommendations on the usage of messengers.

Keywords: messengers, business communication, rules of business communication, etiquette.