

ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СФЕРЕ ИНТЕРНЕТ

Базаль И.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Петрова Н.Е. – канд. филол. наук, доцент

В статье рассматриваются различные аспекты делового общения. Особое внимание уделяется рассмотрению деловой коммуникации в сфере Интернет. Сформулированы основные требования для составления электронных деловых писем.

Современное общество не может обойтись без сферы информационных технологий, или IT. Все люди пользуются компьютером, интернетом, поэтому изучать всё, что связано с IT, очень важно. Кроме этого, актуальность нашей статьи связана и с тем, что в настоящее время без знаний и навыков делового общения трудно обходиться любому человеку. Это касается буквально всех сфер его деятельности.

Общеизвестно, что деловая коммуникация представляет собой сложный и многогранный процесс, имеющий объективные и субъективные стороны, выражающиеся с точки зрения ряда различных вербальных и невербальных параметров. От обычной коммуникации деловая отличается, в первую очередь, чёткой детерминированностью и регламентацией, поскольку направлена на решение определенной задачи. Данная регламентация осуществляется с помощью деловой этики, деловой риторики и некоторых стандартов корпоративной культуры и т. д. [1, с. 5].

В настоящее время, в связи с большим значением Интернета, существенная часть делового общения происходит в Сети. Оно осуществляется по электронной почте, в различных социальных сетях, блогах, при помощи чатов, комментариев, видеоконференций и т. п.

Основным языком общения в Интернете является английский. Поэтому всем пользователям Сети и всем участникам деловой коммуникации рекомендует его изучать. Также в Интернете активно используются специальные знаки, или смайлики, которые помогают коммуникантам выразить эмоции. Мы не рекомендуем ими пользоваться в деловой коммуникации.

Коммуникация между пользователями Сети осуществляется средствами естественного языка, который в Интернете получает ряд дополнительных функций. В Интернете люди репрезентуют себя только через текст. И очень важно правильно его составить. В результате в качестве регулятора коммуникации возник так называемый сетевой этикет, подразумевающий определённые культурно-речевые и стилистические модели в рамках сетевой коммуникации, а также ценностные ориентации и мировоззренческие представления в рамках сетевого взаимодействия с представителями разных культур [2, с. 136].

Мы считаем, что деловая коммуникация в Сети сочетает в себе комбинацию личностного фактора и делового. Для каждого конкретного участника коммуникации будут актуальны определённые правила, которые зависят от менталитета, воспитания, индивидуальных особенностей личности и т. д. В свою очередь, для деловой коммуникации в Интернете характерна и стереотипизация поведения, поскольку участники делового общения будут опираться на готовые тексты, своеобразные типичные алгоритмы делового общения, которые также можно найти в открытом доступе в Сети.

Наиболее распространённый жанр деловой коммуникации в Интернете – это деловое письмо. Существуют правила его составления, которые должны учитывать все участники такого общения. Рассмотрим их в нашей работе.

Деловой стиль письма предполагает высокую грамотность и отсутствие орфографических ошибок. Общей рекомендацией как для бумажного, так и для электронного письма является избегание в своей письменной речи сложных конструкций – они уместны в официальных юридических документах. Не следует использовать и сокращения, исключения составляют общепринятые сокращения. Весь документ выдерживается в официально-деловом стиле. Деловое письмо должно быть максимально вежливым и доброжелательным. Оно предполагает конкретное, чёткое, объективное изложение своих мыслей. Деловое общение нельзя закончить тогда, когда этого захотелось только одному из участников. Нельзя и игнорировать собеседника, не отвечать на звонки или письма [3, с. 126].

Очень важное правило для участников деловой коммуникации – не забывать подписываться в конце письма. Начальные и завершающие фразы письма называются «этикетной рамкой». Именно она помогает наладить с адресатом нужные отношения. В этих случаях используют речевые клише. Наиболее распространённым и универсальным клише в деловой переписке считается обращение к адресату *Уважаемый (-ая, -ые)*, а далее обращение по имени-отчеству. Если деловое письмо адресат получит впервые, то необходимо начать его с представления собственной компании, описания своей деятельности, перечисления возможных задач, которые предполагается выполнить. При продолжительной переписке нужно сохранять историю прошлых писем, на основе которых строится каждое следующее послание, и (или) цитировать их. В письме должно обязательно присутствовать приветствие и обращение. В деловой этикете электронного письма недопустимо писать без знаков препинания и заглавных букв. Не следует писать в начале письма: *«Доброго времени суток!»*, эту фразу следует заменить на *«Здравствуйте»* либо *«Добрый день!»*. Если размер электронного письма слишком велик, в теле письма необходимо указать лишь краткую сопроводительную запись, а сам материал прикрепить как вложение любым файлом: *«Добрый день, уважаемый господин Иванов! Посылаем Вам образцы наших рекламных буклетов. Вы можете ознакомиться с ними во вложении...»* [4, с. 127].

Таким образом, деловая коммуникация в Интернете очень важна. Она практически не отличается от делового реального общения. Каждому человеку в современном обществе необходимо владеть основами сетевого этикета.

Список использованных источников:

1. Таратухина, Ю.В. Деловая коммуникация в сфере информационных технологий : уч. пособие / Ю.В. Таратухина; под общ. ред. С.В. Мальцевой. – Москва : «ART-менеджер», 2011. – 200 с.
2. Таратухина, Ю.В. Деловая коммуникация в сфере информационных технологий : уч. пособие / Ю.В. Таратухина; под общ. ред. С.В. Мальцевой. – Москва : «ART-менеджер», 2011. – 200 с.
3. Павловец, Г.С. Продолжаем изучать русский язык : учеб.-метод. пособие / Г.С. Павловец, Н. Е. Петрова. – Минск : БГУИР, 2021. – 152 с.
4. Павловец, Г.С. Продолжаем изучать русский язык : учеб.-метод. пособие / Г.С. Павловец, Н. Е. Петрова. – Минск : БГУИР, 2021. – 152 с.