

УДК 174:316.472.4

## МЕССЕНДЖЕРЫ В ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В АСПЕКТЕ ЦИФРОВОГО ЭТИКЕТА

*Литвякова Т. А.*

*Институт базовой подготовки  
ФГБОУ ВО «Самарский государственный университет путей сообщения»  
E-mail: tati\_lit@mail.ru*

Информационные технологии все более прочно входят в жизнь современного человека, оказывают значительное влияние на процессы коммуникации. Новые коммуникативные формы, способы, каналы дают пользователю сети Интернет возможность выбора из них наиболее оптимальных, отвечающих поставленным целям общения. Однако эффективность и результативность деловой коммуникации, в отличие от личной, зависят от уровня владения собеседниками нормами и правилами этикетного поведения в цифровой среде, которые в настоящее время находятся на стадии формирования. В статье проводится анализ публикаций, посвященных вопросу культуры делового общения посредством мессенджеров, осмысливается личный опыт автора, анализируются результаты анкетирования студентов технического вуза, касающегося категорий цифрового этикета, отмечается неполное понимание обучающимися правил культуры цифровой коммуникации, рассматриваются наиболее распространенные ошибки этикетного характера при деловом общении в мессенджерах. Подчеркивается важность приобретения студентами этикетных компетенций при осуществлении деловой письменной коммуникации в цифровой среде уже на стадии формирования профессиональных навыков. Рассматриваются элементы учебных занятий, направленных на корректировку пробелов и неверного понимания студентами категорий сетикета при деловом общении посредством мессенджеров.

**Ключевые слова:** деловое общение, устная и письменная деловая коммуникация, этикет, культура цифрового общения, цифровой этикет, сетикет, нетикет, мессенджер, канал коммуникации.

### **ВВЕДЕНИЕ**

Развитие цифровых технологий оказывает существенное влияние на жизнь современного человека, меняет привычные процессы, в том числе коммуникационные. Появляются новые жанры, формы, средства, каналы и условия виртуальной коммуникации, позволяющие коммуникантам найти наиболее оптимальный инструмент для осуществления общения. Однако эти новшества ставят перед пользователями немало вопросов о правилах этикетного поведения в сети, что является особенно актуальным для деловой коммуникации. Данная проблема осложняется еще и тем, что многие пользователи сети Интернет не придают должного значения необходимости следовать правилам этикета, интегрируемым в цифровую среду. Поэтому овладеть компетенциями цифрового этикета будущие специалисты должны, по нашему мнению, на этапе обучения в вузе.

Несмотря на значительное количество публикаций, посвященных культуре общения в цифровой среде, единых требований к цифровому этикету пока не создано, отсутствует и система работы в вузах по обучению студентов этикетному поведению в цифровой среде. Этим и обусловлена актуальность исследования.

Целью статьи является обоснование необходимости организации и проведения обучения студентов технического вуза культуре делового общения в цифровой среде, осуществляемого, в том числе, посредством мессенджеров. Основанием для этого послужили анализ публикаций по данной теме, анкетирование студентов, а также личный опыт автора по выявлению типичных ошибок в цифровой коммуникации.

Для достижения поставленной цели необходимо:

определить сущность понятий: «деловое общение», «цифровой этикет»;

провести анализ функциональных возможностей каналов цифровой коммуникации;

на основе анкетирования студентов технических специальностей определить уровень их компетентности в вопросах цифрового этикета;

проанализировать типичные ошибки этикетного характера при общении в мессенджерах и определить пути их преодоления.

В работе использовались следующие методы исследования: общетеоретические – анализ научной, методической литературы, результатов научных исследований, моделирование процесса формирования информационно-коммуникативной компетентности; эмпирические – диагностические, в том числе анкетирование, беседа, опрос; статистические – оценка результативности диагностических методов.

### **ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА ИССЛЕДОВАНИЯ**

Деловое (профессиональное) общение – самый массовый и сложный вид общения людей в социуме, без него невозможно взаимодействие в сфере экономических, правовых, дипломатических, коммерческих, административных отношений [4, с. 132]. Немаловажную роль в нем играет установление комфортной морально-психологической атмосферы труда и партнерских отношений между коллегами, руководителями и подчиненными, руководителями и деловыми партнерами. Одним из факторов, влияющих на эффективность деловой коммуникации, является знание этикета – совокупности правил и норм поведения, регулирующих внешние проявления человеческих взаимоотношений, составная часть внешней культуры человека и общества [6, с. 503]. 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 занимались такие исследователи, как Р. И. Мамина, О. В. Лукинова, Н. А. Карабань, А. В. Дикарева, А. В. Карепина, С. Иконникова, Н. В. Зверева, О. И. Герасимова, А. Свердлова и др.

Так, Р. И. Мамина рассматривает теоретические аспекты цифрового этикета с точки зрения новых социокультурных феноменов цифровой цивилизации [10]. А. Свердлова считает важным приобретение новых компетенций в области цифрового делового общения и профессиональной этики, отмечая при этом в качестве существенного недочета такого общения невозможность определения эмоционального состояния собеседника, его чувств и настроения [13]. Н. А. Стефанова и К. О. Шматок [14], Л. Акбердина [1], Е. Ю. Манукова, М. В. Захарова [11] подробно рассматривают виды мессенджеров, определяют достоинства и недостатки каждого из них.

Часть исследователей изучает вопросы цифрового этикета с практической точки зрения. Так, О. В. Лукинова [8] и А. В. Карепина [5] дают рекомендации по корректному общению в цифровой среде, в том числе посредством мессенджеров, объясняют читателям, как при соблюдении правил сетикета можно повысить эффективность работы, улучшить взаимоотношения с партнерами, защитить личные границы.

Высокий уровень технологичности современной межличностной коммуникации, развитие компьютерных и мобильных технологий дает пользователю возможность выбора наиболее приемлемого для себя канала коммуникации, а тенденция к демократизации делового общения делает все более востребованным сервис мгновенной передачи сообщений – мессенджер.

Мессенджер (от англ. «messenger» – курьер, посланник) – это работающая через сеть Интернет программа для мгновенного обмена текстовыми сообщениями, аудио- и видеозаписями, фотографиями и другими мультимедиа, устанавливаемая на компьютер, смартфон или планшет в качестве приложения [12].

Массовое использование мессенджеров началось с 1996 года. Первой программой для общения в Интернете и локальных сетях стала «ICQ» (от англ. «I seek you» – я ищу тебя), созданная израильскими школьниками для общения между собой и впоследствии распространившаяся по всему миру. Вслед за «ICQ» появились другие программы для мгновенного обмена сообщениями: AIM, MSN, QQ, NateOn, Google Talk, Miranda, QIP, Skype и др. Если первые сообщения направлялись только в текстовом режиме, то с расширением коммуникативного пространства и технического оснащения появлялись дополнительные графические элементы, смайлы и стикеры, а также мультимедийные элементы (картинки, фотографии, видеоролики, музыка) [3, с. 51]. Сегодня в качестве самых популярных мессенджеров можно выделить Viber, WhatsApp, Telegram.

Технические возможности мессенджеров дают им ряд преимуществ перед другими каналами связи. Среди них:

- большая оперативность получения и передачи информации;
- меньшая стоимость отправки одного сообщения по сравнению с СМС-сообщением;
- высокий уровень обеспечения приватности и персональности личных сообщений в отличие от социальных сетей;
- возможность выбора той или иной программы для мгновенного обмена сообщениями;
- разнообразный контент: возможность обмениваться не только сообщениями, но и фото- и видеоматериалами, геолокацией, голосовыми сообщениями, совершать бесплатные звонки [14, с. 127];
- возможность проводить видеоконференции;
- имеющиеся функции голосового набора текстового сообщения;
- возможность создания групповых чатов;
- отсутствие спама;
- хранение истории общения с контактами;
- индикация сетевого статуса присутствия собеседников (в сети или отсутствует), занесенных в список контактов [11, с. 86];
- возможность установки приложения на персональный компьютер.

В качестве недостатков мессенджеров можно выделить следующие:

- необходимость наличия у всех участников общения одинаковых программ-клиентов для мобильных устройств и ПК, тогда как электронная почта работает по открытому протоколу, позволяющему обмениваться сообщениями владельцам почтовых ящиков от разных служб [2];
- отсутствие статуса общепризнанного канала для направления официальной информации, каким является электронная почта;
- зависимость от наличия доступа к сети Интернет, отсутствие которого делает коммуникацию невозможной;
- игнорирование правил этикета может привести к неэффективности использования сервиса.

Тем не менее достоинства мессенджера, бесспорно, преобладают над его недостатками.

В ходе исследования был проведен анализ целесообразности использования некоторых каналов связи для достижения целей коммуникации. Были рассмотрены: телефонная связь, мессенджер (корпоративный и личный чат) и электронная почта.

Так, для оповещения коллег о событии, совещании, встрече обычно используют телефонную связь, мессенджер или электронную почту. Опыт показывает, что при большом количестве приглашаемых на совещание для их уведомления по телефону потребуются значительные временные затраты.

Электронная почта не просматривается пользователем в постоянном режиме, поэтому ее использование будет эффективно только при наличии достаточного запаса времени до начала встречи. Для оперативного уведомления наиболее эффективным информационным каналом, на наш взгляд, является мессенджер: сообщение можно направить в чат, если в него включены все причастные, или личным сообщением каждому участнику, копируя информацию.

По мнению многих IT-специалистов, мессенджеры не подходят для пересылки личных данных и документов, так как не все они имеют одинаково надежные протоколы безопасности. Например, П. Коростелев относит WhatsApp к одному из самых небезопасных мессенджеров, так как он может хранить переписку пользователя не только на устройстве, но и в облачных хранилищах, что дает злоумышленникам возможность восстановить ее даже после удаления [15]. Поэтому уместнее направить документы на электронную почту, уведомив об этом адресата личным сообщением в мессенджере.

Для коллегиального обсуждения рабочего вопроса, проекта можно использовать коллективный видеозвонок на платформе мессенджера или направить в чат ссылку для подключения к видеоконференции в сервисах Zoom, Sferum, Яндекс.Телемост и др. Электронная почта также подойдет для направления ссылки.

В корпоративном тематическом чате мессенджера уместно оценивать командную работу коллектива: высказывать критику или, напротив, одобрение. Но если необходимо дать негативную оценку деятельности конкретного человека, лучше сделать это в личном сообщении.

Разговоры, не касающиеся работы, обсуждение личных тем, лучше вести по телефону либо в личном чате мессенджера.

Результаты проведенного анализа приведены в таблице 1.

Таблица 1.

Результат анализа каналов коммуникации в зависимости от задачи коммуникации

Канал коммуникации Решаемая задача	Телефонная связь	Мессенджер		Эл. почта
		Личное сообщение	Тематический чат	
Объявление о совещании	+	+	+	+
Пересылка документов				+
Командное обсуждение рабочего проекта, вопроса			+	+
Оценка работы команды (поощрение, критика)			+	
Негативная оценка работы конкретного человека	+	+		+
Разговоры на личные темы	+	+		

Таким образом, можем констатировать, что мессенджеры решают широкий спектр задач, которые посредством других каналов связи могут быть решены некорректно или несвоевременно.

Для достижения цели общения посредством мессенджера важно, чтобы оно не только отвечало требованиям к деловой письменной коммуникации, но и соответствовало правилам и нормам делового этикета, интегрируемым в цифровую среду.

Благодаря исследователям цифрового этикета появились такие понятия, как «сетикет», «нетикет», «цифровой этикет», лексическое значение которых различается некоторыми нюансами. Так, термины «сетикет» и «нетикет» являются синонимами и регулируют правила электронной переписки и поведения в сети Интернет. Понятие «цифровой этикет» имеет более широкое значение и включает в себя три направления:

- непосредственное общение в сети (электронная почта, мессенджеры и др.);
- взаимодействие пользователей с гаджетами;
- самопрезентация в сети (видеосвязь, интернет-конференции, персональная и корпоративная самопрезентация) [9, с. 208].

В настоящее время цифровой этикет находится в процессе формирования, однако некоторые правила уже являются общепризнанными.

Как уже было сказано, будущий специалист – выпускник вуза помимо профессиональных компетенций должен владеть навыками коммуникативной деятельности, в том числе в условиях ее информатизации. Для достижения этой цели разработан курс «Культура письменной деловой коммуникации в цифровой среде», в рамках которого изучается тема «Культура письменного общения в мессенджерах».

На первом занятии курса автором проводится анкетирование обучающихся с целью выявления их представления об особенностях корректного общения в мессенджерах. Приведем некоторые вопросы и данные на них ответы.

Так, на вопрос «*Что такое цифровой этикет?*» наиболее частотными были следующие ответы: «*нормы общения в интернете*»; «*правила электронной переписки*»; «*этичное поведение в мессенджерах и социальных сетях*»; «*регламент культурного поведения в социальных сетях*» и т.п. Таким образом, 98 % опрошенных верно понимают суть понятия «цифровой этикет».

Наиболее частыми ответами на вопрос «*Что такое мессенджер?*» были: «*это платформа для общения с другим человеком или группой людей*»; «*программа, с помощью которой можно передавать сообщения, фото и видео независимо от расстояния*»; «*средство для общения в интернете*»; «*программа для мгновенного обмена текстовыми сообщениями*»; «*приложение для дистанционного общения*». Несмотря на то, что каждый из опрошенных ежедневно пользуется мессенджерами, не все смогли охарактеризовать его функционал в полном объеме.

Ответы, полученные на вопрос «*Как воспринимается фраза, написанная в сообщении заглавными буквами?*», можно разделить на две группы: первая: «*как очень важная и срочная информация*»; «*как высокая степень официальности*»; «*как требующая серьезного и срочного к ней отношения*»; вторая: «*как агрессивная информация*»; «*как повышение голоса*». Большинство опрошенных (71%) воспринимают текст, написанный заглавными буквами, как требующий особого внимания и 29% опрошенных считают его демонстрацией агрессии.

На вопрос анкеты «*Как Вы относитесь к сокращению слов и фраз вежливости («пжлст», «спс», «очхор») в мессенджерах?*» были получены следующие ответы: «*положительно, ускоряет обмен сообщениями*» (34%); «*нейтрально, возможно, человек спешит куда-то*» (11%); «*отрицательно, считаю неприемлемым*» (17%); «*это показатель низкого уровня грамотности*» (16%); «*это проявление неуважения к собеседнику и языку*» (18%), то есть 51% опрошенных считают недопустимым сокращение слов в сообщениях.

Мнения анкетированных разделились и при ответе на вопрос «*Уместно ли направление голосового сообщения в корпоративный чат мессенджера?*». Были даны следующие типичные ответы: «*голосовое сообщение в разы уместнее обычного сообщения, поскольку слышна интонация и понятен настрой сообщения*» (28%); «*зависит от ситуации*» (26%); «*в рабочее время человеку легче прочитать сообщение, чем отвлекать коллег голосовым*» (22%); «*удобно отправителю, так как не всегда есть возможность написать сообщение*» (24%). Таким образом, 74%

опрошенных допускает использование в коллективных корпоративных чатах голосовых сообщений.

Неоднозначным является и отношение студентов к количеству возможных ошибок в сообщении. Наиболее типичными ответами стали следующие: «допустимо неограниченное количество ошибок» (5%); «не более 5» (11%); «не более 3» (19%); «1-2 пунктуационные ошибки» (22%); «лучше не допускать ошибок» (28%); «ошибки должны полностью отсутствовать» (25%), то есть 53% опрошенных считают недопустимым ошибки в деловой переписке.

Таким образом, результаты анкетирования доказывают недостаточную компетентность студентов в вопросах цифрового этикета письменной деловой коммуникации и, следовательно, представляется очевидной необходимость их обучения культуре деловой коммуникации в цифровой среде.

На последующих занятиях курса путем совместного анализа типичных ошибок, встречающихся в мессенджерах, корректируется неверное представление обучающихся о категориях цифрового этикета, рассматриваются способы предупреждения недочетов, уточняются и формулируются правила цифрового этикета при официальном общении в групповых чатах мессенджеров.

На занятиях в процессе беседы со студентами выявляются наиболее часто встречающиеся ошибки, мешающие комфортному использованию сервиса:

- набор текста прописными буквами;
- отправление текста с разбивкой на фразы;
- отсутствие или, напротив, избыточность знаков препинания;
- сокращения фраз вежливости;
- общение в тематических коллективных чатах в нерабочее время и не по теме;
- использование голосовых сообщений;
- наличие грамматических, орфографических, пунктуационных и др. ошибок.

Далее указанные недочеты рассматриваются подробно.

Студентам объясняется, что сообщение, написанное заглавными буквами, например, «КОГДА БУДЕТ ГОТОВ ОТЧЕТ???»», приравнивается к повышению голоса в устной речи и воспринимается как проявление агрессии, которая в приведенном примере усугубляется обилием вопросительных знаков. Это противоречит деловому этикету. Прописные буквы уместно использовать только в аббревиатуре, а знаки препинания должны употребляться в соответствии с правилами пунктуации. Деловое общение, в том числе и в мессенджерах, должно быть эмоционально-нейтральным, поэтому не следует злоупотреблять смайликами, стикерами и анимационными картинками.

Необходимо помнить, что каждое получаемое сообщение сопровождается звуковым сигналом. Поэтому не следует разбивать фразы в предложении или словосочетании на отдельные сообщения. Сообщение, подобное представленному ниже, вызовет только негативные эмоции:

*«Привет!  
Помнишь про совещание?  
Сегодня в 15.00.  
Пришли мне документы.  
Часов 14.30.  
Договорились?»*

Собеседник эффективнее отреагирует на сообщение: *«Добрый день! Напоминаю про совещание. Оно состоится сегодня в 15.00. Пожалуйста, пришли мне файлы за полчаса до начала».*

Обучающимся также указывается на недопустимость сокращения этикетных речевых формул, например, *«спс», «пжлст», «плз», «првт», «очхор»* и др. Чаще всего их используют с целью экономии времени. Однако эта экономия незначительна и не компенсирует негативного впечатления от игнорирования важнейших в коммуникации слов, поэтому в деловом общении подобных сокращений следует избегать. Тем более недопустимо в деловой переписке использование эрративов – слов или выражений, подвергнутых умышленному искажению носителем языка, владеющим литературной нормой, для придания особого эффекта, например, *«превед», «патамушта», «йа».*

В деловом общении важно уважать личное время собеседника. Профессиональные проблемы некорректно обсуждать в нерабочее время. График работы партнера не всегда может быть известен, поэтому следует ориентироваться на период с 9.00 до 18.00, так как он считается рабочим временем в большинстве сфер деятельности. *«Исключение – если дело действительно срочное. Или если вы заранее договорились с человеком о том, что можете отправлять друг другу рабочие сообщения в любое время» [8, с. 96].*

Во многих организациях существует практика создания коллективных корпоративных чатов, объединяющих людей, работающих в одном подразделении или над общим проектом. В них размещается оперативная информация, призванная помочь в своевременном решении профессиональных вопросов. Следует избегать размещения в коллективном чате контента, не относящегося к его теме – рекламы, критики участника, поздравлений с праздниками и т.п. Подобная информация засоряет и обесценивает чат, отвлекает от цели его создания.

Одной из форм общения в мессенджерах является голосовое сообщение. Среди пользователей сети интернет и исследователей отсутствует однозначное мнение по корректности их использования. Напомним, что 74% опрошенных студентов допускает использование в коллективных корпоративных чатах голосовых сообщений. На занятиях им объясняется, что при несомненном удобстве для отправителя – возможности продиктовать сообщение быстрее, чем напечатать, избежать орфографических ошибок, передать эмоции и нюансы интонации – не все получатели готовы принимать их по ряду причин, например,

– голосовые сообщения не всегда удобно слушать: адресат может находиться на совещании, в общественном месте, и тогда срочная информация, содержащаяся в сообщении, может быть непринята;

– при необходимости повторного прослушивания сообщение по прошествии времени придется слушать все присланные аудиосообщения, чтобы найти нужное, что крайне неудобно и требует временных затрат;

– из-за постороннего шума, особенностей голоса и дикции, речевых привычек, таких как использование неоправданных пауз, слов-паразитов, многословия, слушать голосовое сообщение не всегда приятно;

– аудиосообщения имеют больший объем, чем текстовые, поэтому их загрузка занимает больше времени и интернет-трафика;

– слушать голосовые сообщения гораздо дольше, чем читать.

Во избежание неприятных ситуаций в начале сотрудничества необходимо выяснить у партнера его отношение к аудиосообщениям. Если позиция собеседника не ясна, а аудиосообщения избежать нельзя, необходимо:

– предупредить адресата текстом о запланированном голосовом сообщении, извиниться, объяснить необходимость его направления;

– 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 его еще раз, мог найти его быстрее;

– в аудиосообщении следует говорить по факту, четко формулируя свою мысль [7, с. 144].

По завершении теоретической и практической работ по выявлению недочетов при осуществлении деловой коммуникации в мессенджерах формируют памятку с правилами общения в мессенджерах. Пример одной из них приведен в таблице 2.

Таблица 2.

Правила общения в мессенджерах

Правила общения в мессенджерах	Будьте вежливы. Помните про Вы при обращении к одному человеку
	НЕ КРИЧИТЕ в сообщении (не используйте CapsLock)
	Не разбивайте предложение на фразы
	Не игнорируйте и не злоупотребляйте знаками препинания
	Не добавляйте людей в групповой чат без их согласия
	Размещайте информацию в тематическом чате строго по теме
	Направляйте сообщения в рабочее время
	Не отправляйте документы в мессенджере
	Отправляйте голосовые сообщения только в исключительных случаях и с разрешения адресата
	Сокращение фраз вежливости, использование эрративов – неуважение к собеседнику
Перед отправкой сообщения проверьте его на предмет отсутствия ошибок.	

Соблюдение этих рекомендаций при общении в мессенджерах позволит, кроме достижения профессиональной цели, проявить внимание к адресату, выразить ему свое уважение.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Постоянно развивающиеся информационные технологии предоставляют нам почти безграничные возможности, но все более очевидной становится необходимость создания единой системы ценностей, направленной на обеспечение комфортной среды для осуществления профессиональной деятельности, проявления уважения к другому человеку, что, несомненно, окажет плодотворное влияние на достижение поставленных профессиональных целей. В основе правил создаваемого сейчас цифрового этикета лежат привычные правила этикета, адаптированные к новым условиям коммуникации. Бесспорным представляется факт необходимости обучения будущих выпускников правилам общения в цифровой среде.

### Список литературы

1. *Акбердина Л.* Что такое мессенджер? Популярныe мобильныe мессенджеры. – Режим доступа: <http://fb.ru/article/139644/chto-takoe-messendjer-populyarnyie-mobilnyie-messendjeryi>. – (Дата обращения: 05.04.2023).
2. *Беляева Е.* Что удобнее для работы: e-mail или корпоративный мессенджер? – Режим доступа: <https://thehrd.ru/articles/chto-udobnee-dlja-raboty-e-mail-ili-korporativnyj-messenzher/?ysclid=lhkuhtin5627056182>. – (Дата обращения: 30.03.2023).
3. *Гребельник Т. В.* Мессенджер как новый объект коммуникативной лингвистики // Молодой ученый. – 2020. – № 44 (334). – С. 50–53. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/334/74686/>. – (Дата обращения: 14.05.2023).
4. *Деловая коммуникация: учебное пособие / сост. О. А. Казакова, А. Н. Серебренникова, Е. М. Филиппова.* – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2013. – 132 с.
5. *Карпина А. В.* Переписка 2.0. Как решать вопросы в чатах, соцсетях и письмах. – М.: СилаУма-Паблишер, 2019. – 320 с.
6. *Кононенко Б. И.* Большой толковый словарь по культурологии. – М.: Вече: АСТ, 2003. – 509 с.
7. *Литвякова Т. А.* Сетикет, или культура делового общения в цифровой среде // Наука и культура России. – 2022. – Т. 1. – С. 141–144.
8. *Лукинова О. В.* Цифровой этикет. Как не бесить друг друга в интернете. – М.: Эксмо, 2020. – 240 с.
9. *Мамина Р. И.* Этикет и его измерения в информационном обществе // Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего, 2018. – Вып. 2. – С. 204–216.
10. *Мамина Р. И., Почебут С. Н.* Цифровой этикет и его специфика: философско-методологический аспект // Дискурс. 2021. – № 2. С. 16–27.
11. *Манукова Е. Ю., Захарова М. В.* Использование сервисов мгновенного обмена сообщениями в современной массовой коммуникации // Современная филология : материалы V Междунар. науч. конф. (г. Самара, март 2017 г.). – Самара: ООО "Издательство АСГАРД". – 2017. – С. 85–88.

12. Почему мессенджеры стали популярнее соцсетей и какое будущее их ждет. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/social/617a68a89a79476935d1f857>. – (Дата обращения: 28.05.2023).
13. Свердлова А. Какие коммуникации эффективны в переломный момент. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/136233-kakie-kommunikacii-effektivny-v-perelomnyy-period> vc.ru. – (Дата обращения: 11.03.2023).
14. Стефанова Н. А., Шматок К. О. Мессенджеры как цифровой бизнес-инструмент // КНЖ. – 2018. – №2 (23). – С. 127–129.
15. Эксперт из России предостерег от пересылки документов в Telegram и WhatsApp. – Режим доступа: <https://www.ferra.ru/news/v-rossii/ekspert-iz-rossii-predostereg-ot-peresyilki-dokumentov-v-telegram-i-whatsapp-25-05-2023>. – (Дата обращения: 28.04.2023).

#### References

1. Akberdina L. *Chto takoe messendzher? Populyarnye mobil'nye messendzhery* [What is a messenger? Popular mobile messengers]. Available from: <http://fb.ru/article/139644/chto-takoe-messendjer-populyarnyie-mobilnyie-messendjer> (accessed 05 April 2023).
2. Belyaeva E. *Chto udobnee dlya raboty: e-mail ili korporativnyj messendzher?* [What is more convenient for work: e-mail or corporate messenger?]. Available from: <https://thehrd.ru/articles/chto-udobnee-dlja-raboty-e-mail-ili-korporativnyj-messendzher/?ysclid=lhkuhtin5627056182> (accessed 30 March 2023).
3. Grebel'nik T. V. *Messendzher kak novyj ob'ekt kommunikativnoj lingvistiki*. [Messenger as a new object of communicative linguistics]. *Molodoj uchenyj*, 2020, no. 44 (334), pp. 50–53. Available from: <https://moluch.ru/archive/334/74686/> (accessed 14 May 2023).
4. *Delovaya kommunikaciya: uchebnoe posobie* [Business communication: a study guide]. Ed. by O. A. Kazakova, A. N. Serebrennikova, E. M. Filippova. Tomsk, Tomskij politekhnicheskij universitet Publ., 2013. 132 p.
5. Karepina A. V. *Perepiska 2.0. Kak reshat' voprosy v chatah, sotssetyah i pis'mah* [Correspondence 2.0. How to solve issues in chats, social networks and letters]. Moskva, SilaUma Publ., 2019. 320 p.
6. Kononenko B. I. *Bol'shoj tolkovyj slovar' po kul'turologii* [A big explanatory dictionary of cultural studies]. Moskva, Veche: AST Publ., 2003. 509 p.
7. Litvyakova T. A. *Setiket, ili kul'tura delovogo obshcheniya v tsifrovoj srede*. [Setiket, or the culture of business communication in a digital environment]. *Nauka i kul'tura Rossii*, 2022, vol. 1, pp. 141–144.
8. Lukinova O V. *Tsifrovoy etiket. Kak ne besit' drug druga v internete* [Netiquette. How not to annoy each other on the Internet]. Moskva, Eksmo Publ, 2020, 240 p.
9. Mamina R. I. *Etiket i ego izmereniya v informacionnom obshchestve* [Etiquette and its Measurement in the Information Society]. *Informacionnoe obshchestvo: obrazovanie, nauka, kul'tura i tekhnologii budushchego*, 2018, no. 2, pp. 204–216.
10. Mamina R. I., Pochebut S. N. *Tsifrovoy etiket i ego spetsifika: filosofsko-metodologicheskij aspekt*. [Digital etiquette and its specifics: philosophical and methodological aspect]. *Diskurs*, 2021, no. 2, pp. 16–27.
11. Manukova E. Yu., Zaharova M. V. *Ispol'zovanie servisov mgnovennogo obmena soobshcheniyami v sovremennoj massovoj kommunikacii*. [The use of instant messaging services in modern mass communication]. *Sovremennaya filologiya : materialy V Mezhdunar. nauch. konf. (g. Samara, mart 2017 g.)*. Samara, OOO «Izdatel'stvo ASGARD» Publ., 2017, pp. 85–88.
12. *Pochemu messendzhery stali populyarnee sotssetej i kakoe budushchee ih zhdet* [Why messengers have become more popular than social networks and what future awaits them].

Available from: <https://trends.rbc.ru/trends/social/617a68a89a79476935d1f857> (accessed 28 May 2023).

13. Sverdlova A. *Kakie kommunikatsii effektivny v perelomnyj moment*. [Which communications are effective at a critical moment]. Available from: <https://vc.ru/marketing/136233-kakie-kommunikacii-effektivny-v-perelomnyy-period> vc.ru (accessed 11 March 2023).
14. Stefanova N. A., Shmatok K. O. Messendzhery kak tsifrovoj biznes-instrument [Messengers as a digital business tool]. *KNZH*, 2018, no. 2 (23), pp. 127–129.
15. *Ekspert iz Rossii predostereg ot peresylki dokumentov v Telegram i WhatsApp* [An expert from Russia warned against sending documents to Telegram and WhatsApp]. Available from: <https://www.ferra.ru/news/v-rossii/ekspert-iz-rossii-predostereg-ot-peresylki-dokumentov-v-telegram-i-whatsapp-25-05-2023>. (accessed 28 April 2023).

## MESSENGRS IN BUSINESS COMMUNICATION IN THE ASPECT OF DIGITAL ETIQUETTE

*Litvyakova T. A.*

Information technologies are becoming more and more firmly included in the life of a modern person, have a significant impact on communication processes. New communicative forms, methods, channels give the Internet user the opportunity to choose the most optimal ones that meet the set of communication goals. However, the effectiveness and efficiency of business communication, unlike personal communication, depends on the level of knowledge of the interlocutors of the norms and rules of etiquette behavior in the digital environment, which are currently at the stage of formation. The article analyzes publications devoted to the culture of business communication through messengers, comprehends the personal experience of the author, analyzes the results of a survey of students of a technical university concerning the categories of digital etiquette, notes the incomplete understanding of the rules of digital communication culture by students, examines the most common etiquette errors in business communication in messengers.

**Keywords:** business communication, oral and written business communication, etiquette, culture of digital communication, digital etiquette, netiquette, messenger, communication channel.