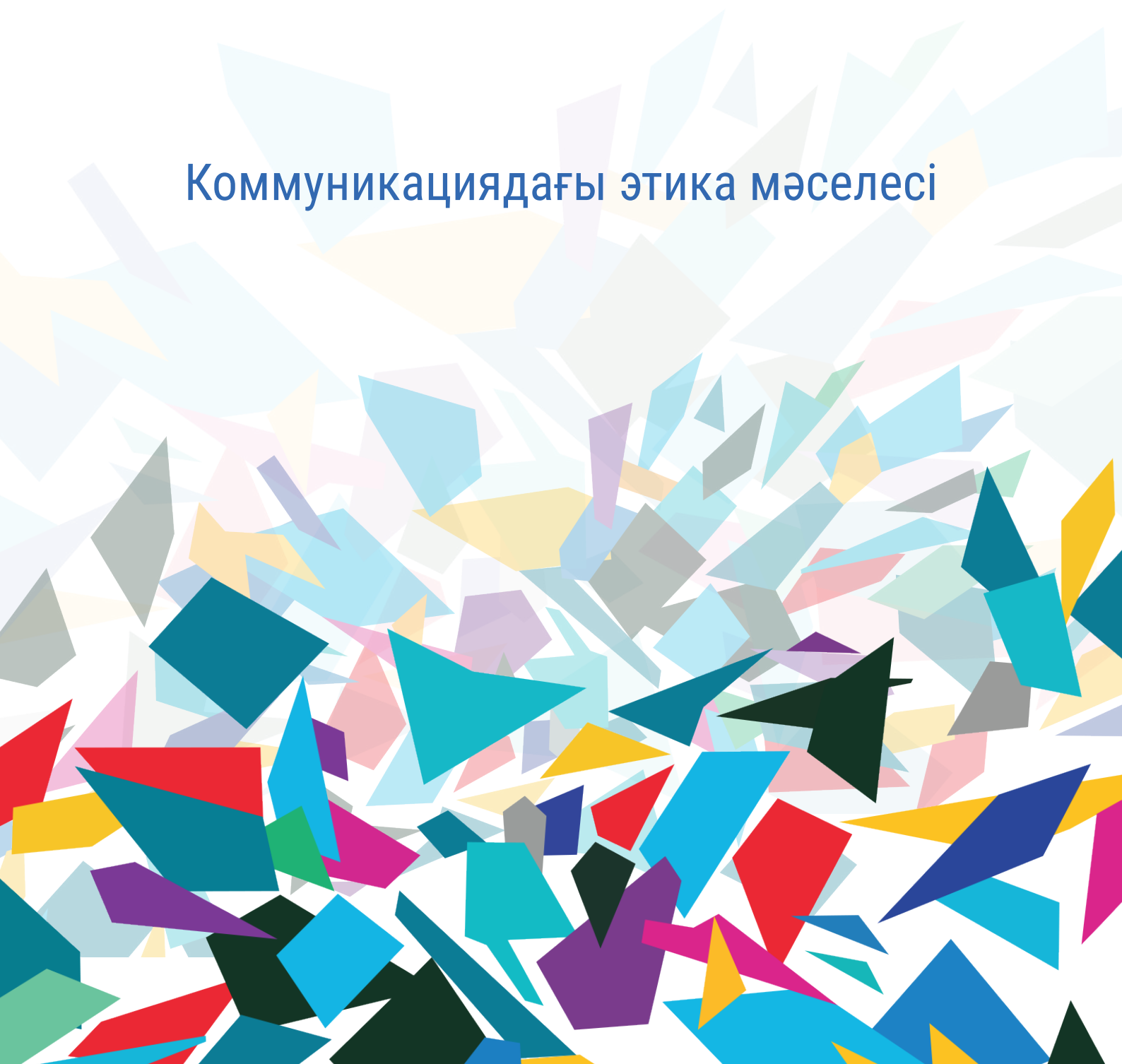




ҚАЗІРГІ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯ

Коммуникациядағы этика мәселесі





Этика дегеніміз – адамның қоғамдағы қимыл–әрекетін айқындайтын мінез-құлықтың қалыптасқан қағидаттары, моральдық және адамгершілік нормалар жүйесі. Этикаға сай мінез-құлық компаниялардың басым көпшілігінің негізінде жатыр. Алайда компанияның коммуникациясы үнемі көз алдында болғандықтан, реттеуші органдар, инвесторлар, тұтынушылар, экология белсенділері, еңбек ұйымдары, жалпы компанияның қызметіне қатысы мен қызығушылығы бар әркім бұл мәселені жіті қадағалайды. Этикалық коммуникация осы тараптардың барлығының мүддесіне сай толыққанды әрі шынайы ақпаратты қамтиды. Есесіне, этикаға сай емес коммуникация шындықты бұрмалап, манипуляция жасайды. Атап айтар болсақ:

Плагиат. Плагиат – өзгенің сөздерін, мәтіндерін, идеяларын немесе басқа да шығармашылық өнімін өз туындым деп меншіктеп алып, таныстыру. Плагиат шығармашылық идеяларды заңды қорғауға жататын авторлық құқықты бұзған жағдайда заңсыз деп танылады.

Маңызды ақпаратты жасыру. Этикаға сай коммуникация құру үшін аудиторияңыз әділ пікір қалыптастыруға қажетті барлық ақпаратқа қол жеткізе алуы тиіс.

Сөздерді талғап жеткізу. Бұл дегеніміз – спикердің айтқан сөздерін аудиторияға тек өзіңізге ұтымды болатын контексте талғап жеткізу. Әдетте мұны контекстен үзіп алынған деп айтады. Біреудің сөзін бұрмалау немесе шын мағынасын жасыру этикаға қайшы.

Цифрларды бұрмалау. Статистика немесе басқа мәліметтер манипуляция жасау мақсатында әдейілеп бұрмалануы мүмкін. Мысалы, цифрлар кішірейтіледі немесе ұлғайтылады.

Визуал материалдарды өзгерту. Суреттер мен видеоны да арнайы бағдарлама арқылы өзгертіп, манипуляция жасау үшін қолдануы мүмкін. Аудиторияны алдау үшін ондағы кестелер мен диаграммалардағы деректерді бұрмалап, қандай да бір мәліметтерді асырып немесе жасырып жеткізеді.

Құпиялықты немесе ақпараттық қауіпсіздік талаптарын сақтамау. Бұл дегеніміз, айталық, банктердің клиенттері туралы жеке басына қатысты ақпаратын жария етуі немесе үшінші тарапқа тапсыруы. Өзіңізге ғана сеніп тапсырылған құпияны жариялау немесе ақпаратты қорғауға қабілетсіздік этикаға жатпайды. Ал кей жағдайда мұндай әрекет заңға қайшы.

Әлеуметтік желілердің кеңінен таралуы транспаренттілік мәселесіне деген талапты күшейте түсті. Коммуникация контексінде бұл талқылауға қатысушыларына қажетті ақпаратқа еркін қол жеткізу дегенді білдіреді. Берілген ақпараттан бөлек, аудитория өзіне қандай затта сатып жібергісі кеп тұрғанын, көріп немесе естіп тұрған ақпарат нақты кімнен келіп түскенін білуге қақылы.

Мәселен, стелс-маркетингте қарапайым адамдар достары мен таныстары арасында өнімді жарнамалауы үшін тартылады. Ақысы ретінде оларға тегін өнімдер беріледі немесе басқалай төлемдер жасалады. Бұл ретте жарнама берушінің өзін атап көрсету міндет емес. Мұндай әріптестік аясында тұтынушылар арасында өнім үлгілері түріндегі сыйлықтар таратылуы мүмкін немесе өнімдер ақшалай ақысы үшін танымал вайнерлердің роликтерінде көрсетілуі мүмкін.

Стелс-маркетинг сыншылары, оның ішінде АҚШ-тың Федерал сауда комиссиясы (FTC) мұндай жарнаманы алдамшы деген пікірде. Өйткені аудитория маркетингтің иландыратын қасиеттеріне қарсы өзінің инстинктивті қорғанысын қолдана алмайды.

Этикалық проблемалардан бөлек, көпшілікті алдау талпынысы жалпы бизнес үшін зиян. LaSalle коммуникация университетінің профессоры Майкл Смиттің сөзімен айтсақ: «Қоғамды дүрліктірген оқиға ұзаққа және тереңге созылып, компания беделіне үлкен нұқсан әкелуі ықтимал».

Ауыр этикалық дилемма мен әдеттегі этикалық қате арасындағы айырмашылық

Кейбір этикалық мәселені анықтап, шешіп тастау оңай, ал кейбірлерімен қиындық туады. Этикалық проблема деп нені тану керек деген мәселеде кереғарлық туып, тіпті іскерлік жағдайда кедергі болуы мүмкін. Этикалық дилемма мәселенің ақыры бұлыңғыр жағдайда альтернативалар ішінен таңдау жасау қажеттілігінен туындайды. Әйтпесе дилемма туында-



мас еді.

Мүмкін, бір біріне кереғар екі альтернативаның екеуі де этикаға сай және орынды болар. Мүмкін, екеуі де күмәнді, дұрыс пен бұрыстың шегінде жатқан шығар. Әр компанияның өз ішіндегі және сыртындағы мүдделі адамдардың және топтардың алдында жауапкершілігі бар. Бұл адамдар немесе топтардың көздеген мүдделері бір-біріне қарама қайшы келуі ықтимал. Мысалы, қызметкерлер айлығын өсіргенін және қосымша игіліктерді қалауы заңды. Бірақ инвесторлар салынған қаражаттарының ақталуын, шығындарды қысқартуды, табысты өсіруді көздейді. Екі тараптың да қалауы этикалық тұрғыда орынды. Басқа мысалды көрейік – компания зауыт салады, онда қала тұрғындарына көп жұмыс орны ашылмақ. Алайда зауыттың жұмысының басталуымен аймақтағы экологиялық жағдай нашарлайды. Бұл – дилемма.

Керісінше, этикалық қателік – этикаға сай келмейтін таңдау жасау. Ықтимал клиентке жобаны белгілі бір мерзім ішінде аяқтап бітіреміз деп уәде ету, ал шындығында ол мүмкін болмаса – бұл алдау. Өз карьераңызды немесе компанияңызды сақтап қалу үшін бұл келісім-шарттың өмірлік маңызы жоғары болса да, алдау болып қалады. Бұл жағдайда этикалық дилемма жоқ.

Этикаға сай коммуникация

Этикаға сай коммуникацияны қамтамасыз ету үшін үш элемент қажет: біріншіден, этиканы сақтай алатын адамдар; екіншіден, компанияны этикалық нормалар аясында басқару, үшіншіден – қызметкерлерді қолдауға бағытталған лайықты тәртіп пен жағдай. Аталған үш элемент үйлесім табуы шарт.

Егер қызметкерлер компания басшылығының этикаға сай емес шешімдер қабылдайтынын, басқару принциптерін ұстанбайтынын көрсе, өздері де этиканың маңызы жоқ деп ұғып, басшыларының әрекетіне сай әдепсіз іс-қимылдарға барады.

Жұмыс берушілер өз мекемелерінде анық этикалық мінез-құлықтың, оның ішінде этикаға сай бизнес коммуникацияның орнауына тікелей жауапты. Көптеген компаниялар өз этикалық кодекстерін бекітеді, сол арқылы ұйымда ненің құпталатынын, ненің құпталмайтынын жұмыскерлерге түсіндіреді. Көп жағдайда кодекс оқыту бағдарламасы мен коммуникациялық каналдардың бөлігі болып табылады. Осы құжатқа сүйене отырып, қызметкерлер этикалық тұрғыда күмәнді деп тапқан әрекеттер жайында хабарлауына болады. Кодекстің сақталуы үшін компанияларда этикалық аудит өткізіп, мониторинг нәтижесінде анықтаған осал тұстар туралы дер кезінде хабарлайды.

Қалай дегенмен, компанияда арнайы этикалық басқару тетіктері бар-жоғына қарамастан, әр қызметкер этикаға сай коммуникация үшін жауапты. Нақты нұсқаулықтар болмаған жағдайда өз компанияңыздағы бизнес коммуникация жөнінде мына сұрақтарға жауап беріп көріңіз:

- Жағдайды әділ әрі нақты бағалай алдыңыз ба?
- Нақты осы хабарламаны жеткізу нәтижесінде қандай жауап алғыңыз келеді?
- Осы хабарлама оны алған адамдарға қалай әсер етуі тиіс?
- Бұл хабарлама игіліктің барынша молаюына және зардаптың барынша азаюына ықпал ете ме?
- Сіз жасаған тұжырымдардың сипаты уақыт өте өзгеруі мүмкін бе? Яғни қазір этикаға сай деп табылған шешім келешекте керісінше сипатқа ие болуы мүмкін бе?
- Қабылдаған шешім сіз үшін қолайлы ма? Жай ғана ойлап көріңіз – осы қабылдаған шешім ертең басылымдардың бірінде жарияланса немесе интернет арқылы тарап кетсе, сіз үшін ыңғайсыз бола ма?

Жұмыс барысындағы этикалық принциптерге қосымша іскери қарым-қатынастар да алуан түрлі заңдар мен ережелерге бағынатындығын атап өту қажет:

Жарнамалық коммуникация. Жарнама және маркетинг жөніндегі мамандар осы саланы реттейтін заңнаманы білуі тиіс. Бұл блогерлердің компания өнімдеріне ақы үшін жазатын



шолуларына, тұтынушыларды шатастыратын жарнамаға, өнім қаптамасындағы жаңсақ ақпаратқа, дүкендердің қандай да бір тауарды арзандату арқылы тұтынушыларды тартып, шын мәнісінде қымбат тауарды сату әрекетіне қатысты.

Контрактілер. Контракт дегеніміз – екі тараптың өзара уағдаластығын заңдастырушы құжат. Оның аясында бір тарап нақты ұсыныс жасайды, екінші тарап бұл ұсынысқа келіседі. Контрактінің бизнестің кез келген аспектісі үшін іргелі маңызы бар.

Еңбек коммуникациясы. Жұмыс беруші мен ықтимал және қазіргі жұмыскерлер арасындағы қарым-қатынасты мемлекеттік заңнама, сондай-ақ ұйымышілік құжаттар реттейді. Мысалы, компания қызметтік нұсқаулықтарында тікелей немесе жанама түрде қандай да бір тараптың – әйелдердің, азшылықтардың немесе мүмкіндігі шектеулі адамдардың құқығының бұзылуына жол бермеуі тиіс.

Зияткерлік меншік. Жаһандық коммуникациялық технологиялар цифрлық файлдарды көшіру мен таратуды айтарлықтай жеңілдеткен заманда, зияткерлік меншікті қорғау мәселесі көкейтесті проблемаға айналды. Зияткерлік меншік (ЗМ) түсінігі патенттерді, авторлық құқықпен қорғалатын материалдарды, коммерциялық құпияларды, сонымен қатар интернеттегі домендерді де қамтиды.

Қаржылық есеп. Қаржы және бухгалтерлік есеп жөніндегі мамандар акционерлік қоғамдарда қызмет ете отырып, қаржылық есеп берудің ережелерін қатаң ұстануы шарт. Корпорациялардың қаржылық нәтижелері жөнінде жаңсақ есеп беруі салдарынан үкіметтік тергеуге алынып, тіпті сот арқылы жауапқа тартылған жағдайлар өте көп. Аса танымал мысалдардың бірі – Энрон корпорациясының кейсі. Америкалық энергетикалық алпауыт 2001 жылы бухгалтерлік алаяқтық нәтижесінде қаржылық жағдайы туралы ақпараттың басым бөлігі бұрмаланғаны жайында белгілі болған соң банкротқа ұшыраған еді.

Жала жабу және масқаралау. Әлдебіреуді масқаралау мақсатында шындыққа жанаспайтын ақпарат тарату. Көптеген елдерде жәбірленушінің абыройына, ар-намысына және іскери беделіне нұқсан келтіру үшін қасақана жалған ақпарат тарату әрекеті құқық бұзушылық әрекет деп танылады.

Ашықтыққа қойылатын талаптар. Әлем бойынша үкіметтер тұтынушылардың түрлі ақпарат каналдарынан алатын мәліметтердің иелерін ашып көрсету бойынша әрекеттерді жүзеге асырып жатыр. Айталық, Еуропа Одағы онлайн-маркетингтің бірқатар амалдарына, оның ішінде «флогтарға» тиым салды. Флог дегеніміз – компания қызметкерлері немесе жалданған копирайтерлердің тәуелсіз тұтынушылар атынан қандай да бір өнімдер туралы жағымды пікір қалдыратын фейк блогтары.

АҚШ-та блогерлер мен әлеуметтік желілердің басқа да қолданушылары әлдебір өнімдерге шолу жасаған кезде өз пікірлері үшін ақы алғандығы жөніндегі ақпаратты ашып айтуы шарт.

Егер таратуға жоспарлаған қандай да бір хабарламаңыздың заңға сәйкестігі турасында күмән туындаса, компанияңыздың құқық бөлімімен кеңесу қажет. Аздаған сақтық шаралары үлкен құқықтық проблеманың алдын алуға және компанияңыздың нарықтағы абыройын сақтап қалуға мүмкіндік береді.

Іскерлік этикет

Іскерлік этикет дегеніміз – іскерлік қарым-қатынастар барысында ұстанатын әдеп жоралғы. Дәрістеріміздің барысында байқаған да боларсыз, тиімді командалық жұмыс, нәтижелі кездесу, тиімді тыңдаушылық және бейвербал тілдесу тақырыптарына тән ең басты фактор – өзара сыйластық және басқаларға деген ілтипат. Әріптестерімен қарым-қатынаста дәрекі немесе компанияға үнемі ыңғайсыздық туғызатын адаммен ешкім жұмыс істегісі келмесі анық.

Жұмыс орнындағы кісілермен қарым-қатынаста әдепсіздік көрсету тіпті қызметкерлердің моральдық рухын құлазытып, өнімділікті төмендетуі де мүмкін. Этикетті сақтамау салдарынан клиенттер, инвесторлар және компания үшін маңызды басқа да аудиториялар да теріс айналуы ықтимал. Бұл өз кезегінде сіздің карьералық әлеуетіңізге зиян.

Этикет бойынша ұзақ тізімдерді есте сақтау мүмкін емес. Бірақ әр адамға құрметпен қарап, өзгелердің сіз туралы жағымды пікір қалыптастыруы өзіңізге ғана байланысты екенін, жайлы



қарым-қатынас сіздің және компанияңыздың көркеюіне ықпалын тигізетінін есте ұстасаңыз, ұтылмайсыз.

Этикет бойынша эксперт Синди Пост Шеннинг атап өткендей, «сыйластық, ізеттілік және шынайылық принциптері әмбебап және мәңгі».

Жұмыс орнындағы этикет ұғымы мінез-құлықтың, әдеттердің түрлі формалары мен бей-вербал коммуникациялардың аспектілерін қамтиды. Этикет қатты талап етпесе де, сіздің сыртқы көрінісіңіз басшыларыңызға, әріптестеріңізге және клиенттеріңізге күшті сигнал жібереді. Бұл жайында өткен дәрісімізде айтқан болатынбыз.

Әріптестеріңіздің киіну стиліне назар аударыңыз және гардеробыңызды офисте қалыптасқан стильге лайықтаңыз. Нақты жұмыс орындарында қалыптасқан киім кию үлгісі ерекшеленуі мүмкін. Қаржы саласындағы қатаң дресс-код, айталық, жоғары технологиялар саласында жоқ. Сату саласындағы және компания басшылығы қатаң ресми стильді ұстанады, есесіне қарапайым өндіріс адамдары ешқандай стиль ұстанбайды. Ең тиімдісі – басқалардың не киетінін бақылаңыз, қажет болса кеңес сұрауға қысылмаңыз.

Қандай стильді таңдасам болады деген сұраққа жауап таппасаңыз, өзіңізге ыңғайлы, қарапайым киініңіз. Сәнді киім киюдің емес, қолыңыздан көп нәрсе келетін мықты маман екеніңізді көрсетіңіз.

Жеке бас ұқыптылығы киім таңдау мәселесіндей маңызды. Ең бастысы – тазалық, ал иісі мұрын жаратын гигиеналық қоспаларды қолданбаған жөн, сабын-иіссулардың, шампунь мен қырындудан кейін жағатын гельдердің иісі өткір болмауы тиіс. Қатты иістер адамдардың жынына тигенімен қоса, аллергия тудыруы мүмкін.

Мессенджер, электронды пошта және әлеуметтік желілерде тілдесу әдетке әбден сіңгеніне қарамастан, телефон арқылы дауыспен тілдесу өз маңызын жойған жоқ. Телефонмен тілдесу кезінде визуал бейненің жоқтығынан, сенімділігіңіз бен кәсібилігіңізді көрсету үшін дауысыңыздың екпініне назар аударыңыз. Жұмыс барысында телефонмен тілдесу кезінде сақталуы тиіс бірнеше кеңесті қаперіңізге түйіп алыңыз:

Дауысыңыз қалай естілетінін біліп алыңыз. Бірсарынды сөйлемеңіз, дауыс екпінін ауыстырып отыру арқылы сұхбатқа қызығушылығыңызды білдіріңіз.

Телефон соққан кезде сыпайылық танытыңыз. Өзіңізді, компанияңыздың атын таныстырыңыз. Қоңырау мақсатын ескертіп, ыңғайлы уақытта хабарластыңыз ба – нақтылап алыңыз. Мысалы: «Сәлеметсіз бе! Менің есімім – Марат, мен сізге Аква компаниясынан офиске су жеткізу жөнінде хабарласып тұрмын. Уақытыңызды бөлмедім бе?». Жан-жағыңызда артық шудың болмауын қадағалаңыз, өйткені сіз телефонның арғы бетіндегі кісіні, ал ол сізді жақсы естуі шарт. Маңызды немесе күрделі әңгіме болса, алдын ала дайындалып, тіпті қағазға айтатыныңызды түсіріп алып барып телефон шалыңыз.

Қоңырауға жауап беру кезінде жағымды, кәсіби қарым-қатынас орнатуға ыңғайланыңыз. Тез әрі жымия жауап беріңіз. Жымиғаныңыз көрінбейді, бірақ тұтқаның арғы жағындағы адам жылы шырайыңызды дауысыңыздан бірден ұғады. Есіміңізді және компанияңызды атап, хабарласып тұрған кісінің қажеттіліктерін «Не көмек көрсетейін?» деген сұрақпен анықтап алыңыз. Кей компанияларда телефонмен тілдесу жөніндегі нұсқаулықтар бар. Мұны скрипт деп атайды, онда қоңырауға қалай жауап беру керектігі егжей-тегжейлі жазылған. Мысалы: «Сәлеметсіз бе! Менің атым Марат, Аква компаниясының сату жөніндегі менеджерімін. Қандай көмегім керек?». Егер сіз хабарласушының есімін білсеңіз, айтуға болады. Егер қоңырауға сол сәтте жауап бере алмайтын болсаңыз, хабарласушыны әріптесіңізге қосып, мәселесін айтуына мүмкіндік жасаңыз.

Сөйлесіп болған соң сұхбатыңызды сыпайылықпен және нақты нәтижемен аяқтаңыз. Тілдесуді достық ізетпен, позитив мәнерде тәмамдаған абзал. Сөйлесу кезінде айтылған барлық маңызды ақпаратты, мысалы, кездесу датасы мен уақытын нақтылап алуды ұмытпаңыз.

Абоненттерге көмекті тиімді ету үшін дауыс поштасы мүмкіндіктерін пайдаланыңыз. Үнемі қолдану үшін қысқа әрі кәсіби дауыс хабарламасын ыңғайлаңыз. Телефонға жақындай алмайтын немесе бірер уақыт жауап бере алмайтын болсаңыз, уақытша сәлемдеме жазып қойыңыз, онда хабарласқан абоненттерге қоңырауларына қашан жауап беретініңізді ескертіңіз. Егер қалдырылған хабарламаларды тыңдамайтын болсаңыз, дауыс поштасын өшіріп тастаған жөн. Өйткені адамдардың сәлемдемелері бірнеше күн бойы жауапсыз қалатын болса, ыңғайсыз жағдайларға әкеп соқтыруы да ғажап емес.



Дауыс поштасына хабарлама тастаған кезде абай болыңыз. Кей жағдайда мұндай сәлемдемелерді тыңдау қиын болуы мүмкін, сондықтан айтқыңыз келген шаруа қаншалықты маңызды екенін бағамдаңыз. Бәлкім, хабарламаны басқалай жолмен қалдырған дұрыс болар, мысалы, месенджер немесе электронды пошта арқылы. Егер ақыры дауыс хабарламасын тастауды ұйғарсаңыз, оныңызды неғұрлым қысқа етіңіз. Есіміңізді, телефоныңыздың номерін, хабарласу мақсатын және қай уақытта хабарласу керектігін ескертсеңіз жеткілікті.

Әлеуметтік жағдайларда этикет сақтау ережелері

Бір күні сізден компанияны көпшілік алдында таныстыруды өтінуі мүмкін – бизнес ланч немесе салалық конференцияда. Сырт бейнеңіз және ыңғайыңыз оқиғаға сәйкестігіне көз жеткізіңіз. Егер онда басқа ел өкілдері болса, олардың әдет-ғұрыптарымен қаншалықты таныс екеніңізді нақтылап алыңыз. Солтүстік Америкалықтар үшін танысу кезінде қолды қатты қысып сәлемдесу тән болса, жапондармен тек ізетпен бас иіп амандасқан орынды. Дегенмен қол алысу керек болса, енжар күй танытудан аулақ болыңыз, көп мәдениеттер үшін бұл аса жағымсыз қылық. Мүмкіндігінше, қол алысып амандасу үшін орныңыздан тұрғаныңыз жөн.

Өзіңізді таныстыру кезінде есіміңізді атаған соң, компаниядағы лауазымыңыз бен қай саладағы мәселелерге жауапты екеніңізді айтып өтіңіз. Адамдарды бір-біріне таныстырғанда есімдерін анық айтыңыз, кәсіби қызығушылықтары сияқты қосымша мәліметтер қоссаңыз дұрыс болады. Бұл олардың өзара жеңіл тіл табысып кетуіне мүмкіндік береді.

Іскерлік кездесулер жиі жағдайда ас ішу кезінде өтеді, сондықтан үстел басындағы әдеп жоралғыларды жақсылап біліп алғаныңыз дұрыс. Аса күрделі білім мен ептілікті қажет етпейтін тағамдарды таңдаңыз. Ішімдіктен мүмкіндігінше бас тартыңыз. Үстелден тәрелкелерді алып кетпейінше іскерлік құжаттарды алып шықпаңыз. Іскери әңгіме тек осы сәтте басталады.

Есіңізде болсын: іскерлік кездесуіңіз ресторанда өтіп жатса да, бұл – бизнесті талқылау орны. Саясат, дін сияқты адамның эмоциясын қоздыратын тақырыптарды қозғамаған абзал. Жұмысыңызға шағым айтып, жеке басына қатысты сұрақтар қоюдан аулақ болыңыз. Әлбетте, бейпіл сөздер мен анайы әзіл айтуға болмайды. Жалпы, әзіл айтуда абай болыңыз – біріне ұнағаны екіншісіне ұнай қоймауы мүмкін.

Дәрісті қорыта келе, сіздермен іскерлік этикеттің аса маңызды аспектісі – онлайндағы әдеп жөнінде сөз қозғасақ.

Компанияңызға және өз карьераңызға зияны тиюі мүмкін қателіктерге бой алдырмау үшін, интернеттегі кәсіби әдеп негіздерін тыңғылықты меңгеріп алуыңыз қажет. Компанияңызды цифрлық медианы пайдалану арқылы таныстыратын болсаңыз, жалпы кеңестерді сақтап жүргеніңіз жөн:

Жеке басына тиісу және балағаттаудан аулақ болыңыз. Онлайн тілдесудің аноним сипатына қарамастан, көп жағдайда бұл әрекетіңіз блогтарда, әлеуметтік желілерде және басқа да цифрлық медиада шын текетіреске әкелуі мүмкін.

Бастапқы тақырыптан ауытқымаңыз. Егер сіз хат алмасу, форумдағы немесе блогтағы пікір алмасу барысындағы тақырыпты өзгерткіңіз келсе, жаңа хабарлама легін бастаңыз.

Пікірді факт ретінде келтірмеңіз, әр фактіңізді нақты дәйекпен дәлелдеңіз. Жалпы, бұл кеңесті барлық кезде ескеру қажет, бірақ интернетте оның маңыздылығы арта түседі. Өйткені желідегі адамдар жеке пікірін ақиқат етуге құмар келеді. Орфография мен пунктуация ережелерін сақтаңыз. Немқұрайлы, қысқартуларға толы хабарламаларды сыныптастарыңызға жіберген ыңғайлы, бірақ кәсіби ортада бұл өзгелердің сіз туралы жағымсыз пікір қалыптастыруына әкелуі ықтимал.

Антивирус қорғанысын пайдаланыңыз, оны уақытымен жаңартып отыруды ұмытпаңыз. Вирус жұққан файлды басқаларға жіберген кезде, оларға қауіп төндіресіз.

Электронды поштаңызға және басқа да аккаунттарыңызға күрделі құпиясөздер орнатыңыз. Сіздің тіркеуіңіз бұзылса, контакттеріңіз бен фоллоуерлеріңізге спам жіберілуі мүмкін.

Беймезгіл уақытта хабарласып тұрсаңыз, чаттасу ыңғайлы ма екендігін нақтылаңыз. Адам «онлайн» деп көрінгенімен, оның сізбен тілдесуге ыңғайы мен зауқы бар деген сөз емес.



Нені қалай жазып отырғаныңызды, эмоцияңызды қадағалаңыз. Болмашы ағаттық үлкен қолайсыздық тудырып, ұзақ уақыт ізіңізден қалмай қоюы да мүмкін.

Мойныңызға көп міндет жүктемеңіз. Көп шаруаны бір мезетте орындап, уақыт үнемдеп отырмын деп ойлауыңыз мүмкін, бірақ бір мәселеден екіншісіне ауыса бергендіктен қателесіп, абайсызда құпия құжатты қажетті адамға емес, бөтен біреуге жіберіп қою қаупі бар.

Приват жөнінде ұмытыңыз. Сіз жазған кез келген дүние көпшіліктің назарына түсуі ықтимал.

Немқұрайлы, тиянақсыз хабарлама жазып, өзгелердің уақытын құртпаңыз. Бұл – құрметсіздік.

Виртуал кеңістіктегі уақыт пен шекараны сыйлаңыз. Әріптесіңіздің фейсбуктегі жеке парақшасын оның келісімінсіз жұмыс алаңына айналдырмаңыз. Қоластыңыздағы қызметкер болса да, оның жұмыс мәселесін түннің бір уақытында шешуге пейілді деп түсінбегеніңіз жөн.

Онлайнда комментарий жазуда абай болыңыз. Мысалы, көптеген блогтар мен сайттарда сіздің фейсбуктегі аккаунтыңыз арқылы пікір қалдыруға болады. Бұл жағдайда бөтен сайттардағы бейтаныстар сіздің аты-жөніңізді, компанияңыздың атауын, лауазымыңызды көре алады. Жеке пікіріңіз компанияңыздың ресми позициясына айналып кету қаупі бар. Нәтижесінде, бұл қолайсыз жағдайға соқтыруы мүмкін.

Мобайл құрылғыларды қолданудың да өз этикеті қалыптасқан. Мұндағы ережелер қауіпсіздік әрі түсінікті:

Рингтон әуенін таңдағанда мұқият болыңыз. Сізге ұнайтын ән басқалардың жиіркенішін туғызуы мүмкін. Әсіресе, әнде былапыт сөз, түсініксіз жабайы дыбыстар болса тіпті нашар.

Көпшілік орындарында немесе офисте айғайлап сөйлеспеңіз. Ал телефонмен қарым-қатынасты талқылау тіпті орынсыз.

Жұмыс орнында жеке бас мәселелерін телефонмен талқыламаңыз. Жеке мәселеңізді өзгелердің көзінше айтпаңыз.

Адамдардың рұқсатынсыз оларды мобильді телефон камерасына түсіруге болмайды. Ал оларды интернетте жариялауға тіпті тыйым салынады.

Көзбе-көз әңгімелесу, кездесу немесе ұжымдық шара кезінде қайта-қайта телефоныңызға үңілу – әдепсіздік. Телефоныңызды үнсіздік режиміне қойыңыз. Ал кездесу барысын телефонға жазатын болсаңыз – алдын ала ескертуді ұмытпаңыз.

Егер жиналыс кезінде міндетті түрде жауап беруіңізге тиіс маңызды қоңырау күтсеңіз, алдын ала ескертіңіз. Қоңырау шалынған кезде жаныңыздағы адамдардан кешірім өтініп, бөлмеден шығып қана жауап беріңіз.

Жұмыс күндері таңертеңгі сағат сегізден ерте және кешкі оннан кейін үй телефонына немесе мобильді телефонға қоңырау шалу тұрпайы қылық болып саналады.

Біреуге қоңырау шалғанда бес гудок жіберу жеткілікті. Одан ұзағырақ ұстасаңыз – жабысқақтығыңызды көрсетесіз.

Жұмыс үстеліңізден аулақ кететін болсаңыз, телефоныңызды алып кетіңіз немесе өзгелердің жүйкесіне тимеу үшін дыбыссыз режимге қойыңыз. Сіз жоқта әлдекім сізді мазасыздана іздесе, телефоныңыздың әуені әріптестеріңіздің жұмыс істеуіне кедергі келтіреді.