

несуществующих слов.

Также время просмотра видео можно контролировать. Если 15-секундный ролик респондент просматривал 7 секунд, программа это распознает. Второй вариант контроля – во время просмотра видео нет возможности промотать видео, скрыть или нажать кнопку «Далее».

После просмотра ролика могут дополнительно задаваться вопросы об увиденном и услышанном. Например, в ролике речь идет о полетах на воздушном шаре, и после видео задается вопрос «Выберите все предметы, которые вы видели в просмотренном видео».

Контроль по IP-адресам также может применяться в некоторых случаях. Например, по географии – если опрос проводится в Минске, то отсеиванию подвергнутся анкеты, заполненные по московским IP-адресам.

В современном мире, где все больше людей используют мобильные устройства для различных целей, это представляет огромный потенциал для исследования рынка и анализа поведения потребителей. Однако, использование мобильных устройств в маркетинговых исследованиях имеет и свои ограничения, и риски. Во-первых, есть риск нарушения приватности и безопасности данных, особенно при сборе личной информации о клиентах. Маркетологи должны быть особенно осторожны при сборе и обработке данных, чтобы не нарушать законы и не нарушать доверие клиентов. Во-вторых, не все люди имеют доступ к мобильным устройствам, что может привести к искажению результатов исследований и проблемам с представительностью выборки.

В целом, современные мобильные устройства предоставляют отличные возможности для проведения маркетинговых исследований потребителей. Они позволяют собирать данные в режиме реального времени, анализировать предпочтения и интересы клиентов, а также проводить исследования потребительского поведения. Однако, необходимо учитывать ограничения и риски, связанные с использованием мобильных устройств. Маркетологи должны быть осторожны и ответственны при сборе и обработке данных, чтобы не нарушать приватность и доверие клиентов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Храмова, А. В. Применение инструментов мобильного маркетинга для увеличения продаж / А. В. Храмова, А. Анисимова // Вестник Академии. – 2021. – № 1. – С. 117-126.
2. Как адаптировать опросы для мобильных устройств / Анкетолог: Институт общественного мнения [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://iom.anketolog.ru/2023/07/20/kak-adaptirovat-oprosy-dlya-mobilnyh-ustrojstv> – Дата доступа: 15.12.2023.
3. Корытникова, Н.В. Параметры проверки и контроля качества онлайн опроса с использованием параданных / Н.В. Корытникова // Мониторинг. 2018. – №3 (145) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/parametry-proverki-i-kontrolya-kachestva-onlayn-oprosa-s-ispolzovaniem-paradannyh> – Дата доступа: 15.12.2023.
4. Девятко, И.Ф. Онлайн-исследования и методология социальных наук: новые горизонты, новые (и не очень новые) трудности // Онлайн исследования в России 2.0 [под ред. А.В. Шашкина, И.Ф. Девятко, С. Г. Давыдова]. – М. : Северо-Восток, 2010. – С. 17–30.
5. Малышонок, Н.Г. Влияние дизайна анкеты на качество данных в онлайн-опросах студентов / Н.Г. Малышонок, Е.А. Терентьев // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2014. – № 6.– С. 15-27.
6. Терентьев, Е. А. Влияние визуализации опросного инструментария в онлайн-исследованиях на качество данных / Е.А. Терентьев, А.И. Нефедова, И.А. Груздев // Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. – 2016. – № 5. – С. 1–15.

УДК 304.2, 316.77

ОСОБЕННОСТИ ОБЩЕНИЯ ПРИ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ КОММУНИКАЦИЯХ В БИЗНЕСЕ

Винник О. Г.

Старший преподаватель кафедры «Маркетинг и отраслевая экономика» Учреждения образования «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого» (Гомель, Республика Беларусь)

Аннотация. Рассматриваются особенности, определяющие специфику межкультурного взаимодействия в цифровом пространстве; определены основные факторы, влияющие на выбор эффективной стратегии интернет-коммуникации.

Abstract. The features defining the specifics of intercultural interaction in the digital space are considered; the main factors influencing the choice of an effective Internet communication strategy are determined.

Ключевые слова: межкультурное взаимодействие, коммуникации, Интернет-этикет, уважение, цифровое пространство, барьеры

Keywords: intercultural interaction, communication, Internet etiquette, respect, digital space, barriers

Межкультурное взаимодействие – общение представителей различных самобытных культур, которое становится все более актуальным в современном мире, характеризующемся всесторонней глобализацией процессов. Кросс-культурные коммуникации предполагают столкновение культур, нравственных норм, обычаев и позиций, которые могут достаточно сильно отличаться, чем обуславливают определенные сложности во взаимопонимании субъектов коммуникационного процесса.

Под *субъектами коммуникационного процесса*, в контексте рассматриваемого вопроса, мы понимаем партнеров, конкурентов, собственников бизнеса и прочие заинтересованные стороны, объединенные едиными бизнес - целями. Под *электронными коммуникациями в бизнесе* понимают процесс обмена информацией между субъектами коммуникации с использованием электронных средств связи. Целью деловой коммуникации является достижение поставленных бизнес - целей, таких как обмен и анализ информации, совместная работа, принятие решений и тому подобное.

Необходимым условием осуществления процесса коммуникации является наличие одного или нескольких каналов связи и способов передачи информации. Развитие техники и технологий привело к усилению роли электронных средств коммуникации, обеспечив скорость и высокое качество передачи информации. С развитием технологий электронные коммуникации, в частности использование Интернета, стали не только неотъемлемой частью повседневной жизни людей, но и позволили повысить эффективность ведения бизнеса за счет возможности проведения переговоров и решения многих вопросов между участниками, находящимися в разных точках мира, быстро и с минимизацией затрат на их реализацию. Однако изменение каналов коммуникации неизбежно влечет за собой трансформацию порядка, стиля общения, предполагаемых норм и правил делового общения. Отсутствие личного непосредственного контакта зачастую определяет изменение стиля общения: не только то, что будут говорить или писать собеседники, но и то, в какой форме они будут это делать.

Использование электронных средств общения субъектами коммуникации может быть охарактеризовано особенностями, в некоторой степени определяющими специфику взаимодействия представителей разных культур:

1. *Скорость.*

Практически мгновенная передача информации позволяет повысить эффективность взаимодействия, обоснования и принятия оперативных управленческих решений и управления бизнес-процессами.

2. *Глобальная доступность.*

Одним из преимуществ электронной коммуникации является глобальная доступность. Субъекты могут общаться в реальном времени, преодолевая географические и временные барьеры. Это расширяет возможности участников бизнес- процессов, однако требует от них уважения и понимания культурных различий для успешного взаимодействия.

3. *Множественные каналы.*

Электронные средства коммуникации предоставляют разнообразные каналы для обмена информацией, такие как текст, графика, аудио и видео. Субъекты могут выбирать оптимальный способ передачи информации в зависимости от контекста и цели общения. Однако необходимо учитывать, что разнообразие каналов также может создавать сложности в выборе оптимального способа общения.

4. *Асинхронность и синхронность.*

Электронные средства коммуникации предоставляют возможность взаимодействия как синхронно, в режиме реального времени (например, чаты, видеозвонки), так и асинхронно (например, электронная почта). Это влияет на ожидания времени ответа и может создавать различные уровни недопонимания, особенно если субъекты имеют разные представления о чувстве времени и о срочности необходимой информации, что свойственно представителям некоторых культур.

5. *Формальность и неформальность.*

Степень формальности общения между субъектами определяется способом передачи информации: чаты, социальные сети, электронные письма, видеозвонки и тому подобное. Общение с использованием социальных сетей и чатов допускает определенную неформальность в содержании и формулировке сообщений. Однако, следует учитывать, что чрезмерная неформальность недопустима при деловом общении.

6. *Запись и архивирование.*

Вся коммуникация в электронной среде обычно записывается и может быть архивирована. Это влияет на ответственность за высказывания, так как они могут быть использованы в будущем. Субъекты могут быть более внимательными к своим словам, осознавая, что их высказывания останутся в записи. Помимо этого, это означает возможность поиска нужной информации в архивах.

7. *Добровольность и желательность контактов.*

Любой субъект электронных коммуникаций обладает правом налаживать желаемые контакты или прекращать их в любой момент по собственному желанию.

8. *Возможность корректировки сообщений.*

В отличие от устной речи, в которой происходит прямое общение субъектов в режиме реального времени, опосредованное общение через сообщения допускает возможность обдумывания, исправления или удаления информации.

9. *Цифровая грамотность.*

Эффективное взаимодействие в электронной среде требует от субъектов навыков цифровой грамотности. Способность использовать технологии для эффективной коммуникации и предотвращения недоразумений становится важным фактором успешной электронной коммуникации.

10. *Анонимность.*

В электронной среде субъекты, при желании, могут сохранять анонимность или использовать псевдонимы. Это дает возможность свободного выражения мнений, что особенно важно для людей, испытывающих трудности при непосредственном общении, но при этом может снизить открытость общения и уровень доверия между субъектами коммуникаций.

11. *Отсутствие или ограничение визуального контакта и невербальных элементов коммуникаций.*

В электронной среде субъекты общаются опосредованно, с использованием электронной почты, мессенджеров, и лишены возможности передавать или усиливать доведение информации до собеседника с помощью невербальных средств. Отсутствие физического взаимодействия может влиять на формирование взаимосвязей и понимание внутреннего состояния собеседников. Электронная коммуникация требует от субъектов умения чувствовать эмоциональный настрой собеседника на основе текста, что иногда может привести к недопониманию. Этому недостатка лишено общение с использованием видеосообщений. Однако, даже в подобных случаях, собеседники сдерживают эмоции, в соответствии с неформальными правилами общения.

12. *Многозадачность.*

Субъекты электронной коммуникации часто занимаются несколькими задачами одновременно. Это может влиять на уровень внимания, который они могут уделять коммуникации. Способность эффективно переключаться между задачами становится важным аспектом успешной коммуникации в цифровом пространстве.

13. *Риск утечки информации.*

С развитием технологий улучшаются не только способы передачи информации, но и способы ее хищения, что может представлять серьезную опасность для бизнеса, особенно в странах или регионах, характеризующихся высоким риском хакерских атак и низкой степенью защиты данных и бизнеса, слабым контролем и ответственностью за подобные преступления.

Межличностное кросс-культурное взаимодействие посредством электронных средств коммуникации в условиях отсутствия возможности использования большей части невербальных средств обуславливает изменение восприятия собеседниками друг друга. В этом случае очень сильное влияние на формирование мнения о субъекте коммуникации, как правило, оказывают механизмы стереотипизации представителей определенных культур.

Для успешного общения субъекты коммуникационного процесса должны уметь правильно организовать обмен сообщениями с учетом не только правил общения, принятых в деловой среде, но также и с учетом этических норм и правил электронных технологий и корпоративной культуры. Кросс-культурный контекст усложняет общение, требуя адаптации коммуникационных стратегий и

соблюдения интернет-этикета для эффективного взаимодействия. Субъекты коммуникаций должны принимать во внимание особенности различных культур: степень формальности общения, особенности построения диалога, восприятие информации, чувство времени и другие факторы. По нашему мнению, на выбор эффективной стратегии цифровых коммуникаций в кросс - культурном контексте могут оказывать влияние следующие основные факторы (таблица).

Таблица – Учет факторов при построении стратегии межкультурных цифровых коммуникаций в бизнесе

Фактор	Характеристика фактора	Учет фактора при взаимодействии
Культурные особенности	Различия в культурных ценностях, обычаях и языке могут существенно влиять на восприятие информации и стиль общения	Стратегия коммуникации должна учитывать культурные нормы и предпочтения собеседников
Социальный статус субъектов	Использование электронных средств коммуникации не позволяет четко определить статус субъектов коммуникационного процесса без дополнительной информации о них	Стратегия коммуникации должна обеспечивать взаимное уважение, учет культурных норм и предполагаемый статус собеседника
Степень интеграции	Уровень взаимодействия представителей конкретной культуры с другими общностями	Исторически обусловленная интеграция или обособленность конкретной общности может облегчить или усложнить понимание представителей других культур
Языковой барьер	Использование языка с учётом лингвистических особенностей, норм и правил, недопустимость использования сленга	Переводчики и многоязычные платформы могут помочь преодолеть языковые преграды и уточнить особенности используемой терминологии
Техническая оснащенность	Уровень технической подготовки пользователей в разных странах может варьироваться	Стратегии коммуникации должны быть адаптированы к техническим возможностям всех сторон коммуникационного процесса
Контекст взаимодействия	Некоторые платформы могут быть более распространены в определенных регионах	Стратегия коммуникации должна обеспечивать оптимальный способ взаимодействия с учетом контекста использования
Временные зоны	Разница в часовых поясах важна при выборе времени для взаимодействия	Стратегия коммуникации должна учитывать графики и ритмы дня субъектов
Цифровой этикет	Правила поведения в сети, обеспечивающие уважительность и эффективность коммуникации	Эффективная коммуникация должна строиться в соответствии с определенными нормами и правилами, чтобы избежать недоразумений и конфликтов

На последнем факторе следует остановиться более подробно, с учетом усиления значимости цифрового общения в современном мире, а также с учетом тенденции все большего упрощения норм грамотной речи и общения между собеседниками. Интернет-этикет, известный также как «Сетикет» или «Netiquette», представляет собой набор правил и рекомендаций по поведению и коммуникациям в Интернете. Разумеется, эти правила не являются юридически подкрепленными и обязательными, но их соблюдение позволяет правильно строить отношения с партнерами по бизнесу, общаться продуктивно для достижения поставленных целей. При этом следует отметить, что при опосредованном общении в электронной среде собеседники лишены возможности незамедлительно устранить возникшие недопонимания, что требует тщательной подготовки и соблюдения норм общения с учетом культурных особенностей партнеров по бизнесу.

Стандарты делового общения в первую очередь предполагают соблюдение общепринятых норм: вежливое обращение к собеседнику, использование имени, приветствие, краткость разговора и

тому подобное. Помимо общепринятых норм, на наш взгляд, ключевыми аспектами цифрового этикета в деловой среде являются:

- *Взаимное уважение*: корректное отношение к особенностям культуры, обычаям и традициям других участников, избегание шуток или комментариев, которые могут быть оскорбительными в данном контексте, недопущение агрессии и негатива;

- *Ясность и точность*: Использование четкого языка, структуры и точной формулировки сообщений во избежание недопонимания;

- *Использование принятого языка*: онлайн-платформы могут подразумевать использование одного языка для всех участников;

- *Корректность размещаемой информации*: размещаемая информация должна быть достоверной, подтвержденной, безопасной, не очернять участников;

- *Проблемы правового регулирования и защиты персональных данных*: соблюдение авторских прав, конфиденциальности участников;

- *Соблюдение правил грамматики и орфографии*: Соблюдение правил языка общения облегчает чтение и понимание сообщений, способствует установлению лучшего контакта между субъектами коммуникации;

- *Соблюдение правил платформы*: Каждая онлайн-платформа имеет свои правила поведения, и их следует соблюдать для поддержания безопасности и порядка;

- *Ограничение времени для ответа*: Обратная связь не всегда может быть обеспечена мгновенно, однако на рабочие сообщения следует отвечать в течение текущего рабочего дня, а при невозможности, предупредить собеседника о том, что для ответа требуется больше времени;

- *Корректность электронных писем*: деловые письма должны отправляться с официального корпоративного адреса с указанием темы сообщения. Текст должен быть, лаконичным, четко структурированным;

- *Ограничение голосовых сообщений*. Злоупотребление голосовыми сообщениями затрудняет общение, перегружает собеседника. Их использование допустимо только в случаях, когда они действительно необходимы.

Подводя итоги, хотелось бы отметить, что понимание особенностей и развитие соответствующих навыков электронных коммуникаций позволяют субъектам эффективно взаимодействовать в цифровой среде, преодолевая возможные трудности кросс - культурного взаимодействия и успешно достигая поставленных целей. Эффективность электронных межкультурных бизнес - коммуникаций во многом зависит от учета факторов, влияющих на выбор стратегии, а соблюдение цифрового этикета становится своего рода мостом, сближающим представителей разных культур и обеспечивающим продуктивное взаимодействие, лояльность партнеров, усиление имиджа компании.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гулевич, О. А. Психология коммуникации / О. А. Гулевич. — Москва: М: НОУ ВПО Московский психолого-социальный институт, 2008. — 384 с.

2. Кутюгин, Д. И. Интернет как коммуникативное пространство информационного общества: автореф. диссертации на соиск. научн. степени канд. соц. наук: 22.00.04 / Д. И. Кутюгин; МГУ им. Ломоносова — М., 2009. — 21 с.

3. 15 Advantages & Disadvantages of Digital Communication + Examples. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://clearinfo.in/blog/advantages-and-disadvantages-of-digital-communication/> Дата доступа: 29.11.2023

4. Madhow, Upamanyu Fundamentals of Digital Communication. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://docviewer.yandex.by/view/> Дата доступа: 29.11.2023

5. Joinson, A. N. Understanding the Psychology of Internet Behaviour: Virtual Worlds, Real Lives. Электронный ресурс. Режим доступа: https://openlibrary.org/books/OL22527301M/UNDERSTANDING_THE_PSYCHOLOGY_OF_INTERNET_BEHAVIOUR_VIRTUAL_WORLDS_REAL_LIVES. Дата доступа: 04.12.2023.

6. Корпоративная переписка: 5 правил. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://convertmonster.ru/blog/marketing-blog/korporativnaya-perepiska-5-zolotyh-pravil-etiketa-v-korporativnoj-pochte/> Дата доступа: 02.12.2023.