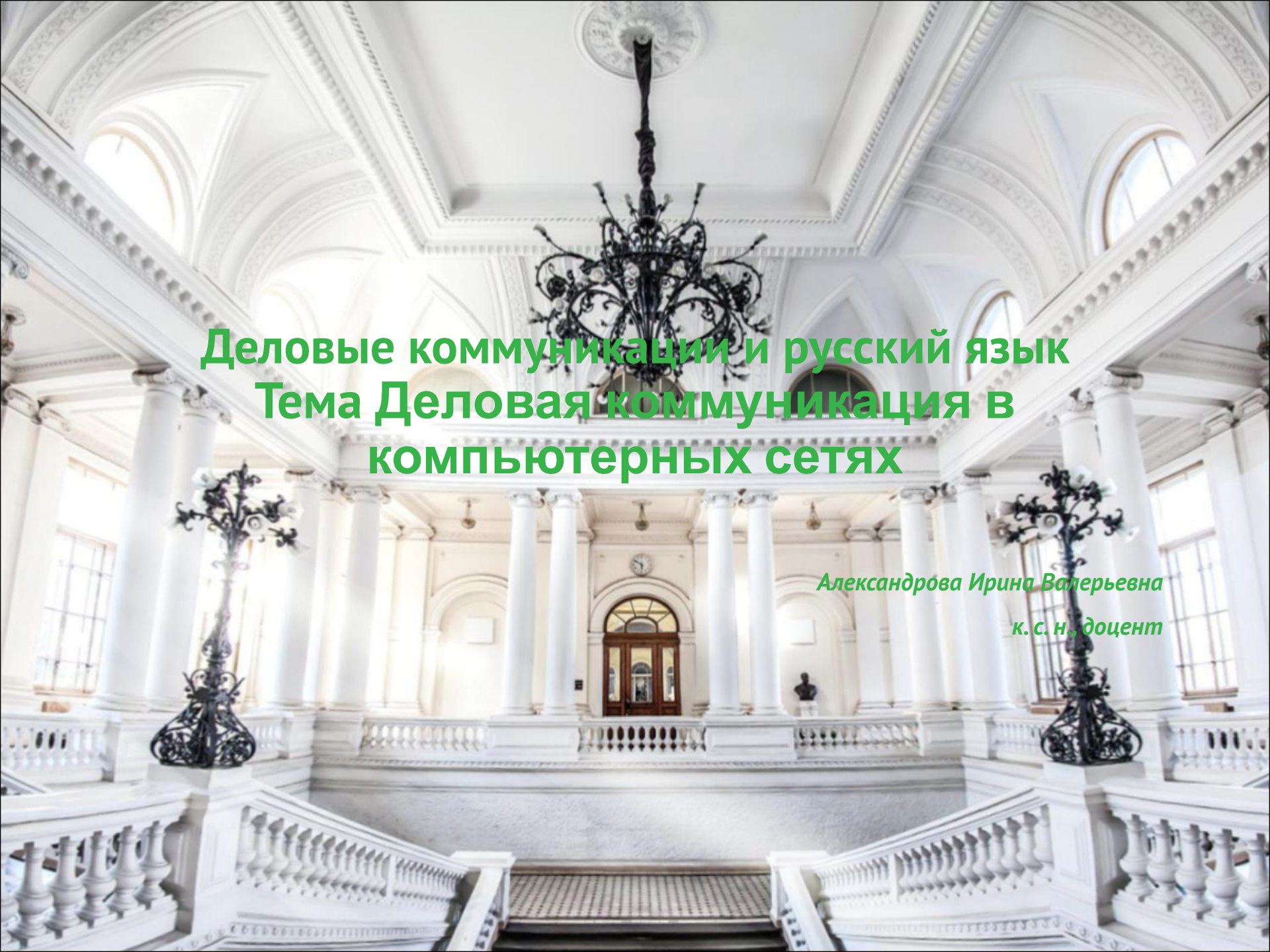


The background image shows a spacious, two-story hall with a high, vaulted ceiling. The architecture is classical, featuring numerous white columns and arched windows. A large, ornate chandelier hangs from the center of the ceiling. In the foreground, there are white balustrades and a staircase. The overall atmosphere is bright and formal.

Деловые коммуникации и русский язык

Тема Деловая коммуникация в компьютерных сетях

Александрова Ирина Валерьевна

к. с. н., доцент

Электронная коммерция - любые коммерческие сделки, совершаемые с помощью электронных средств связи.

Сфера электронной коммерции:

- ✓электронная торговля;
- ✓электронный обмен данными;
- ✓ обмен сообщениями через Интернет;
- ✓ электронные переводы денежных средств;
- ✓ системы новостей и информационные услуги.

Выгоды от электронной коммерции:

- ✓глобальное сокращение затрат на проведение маркетинга и торговых операций (транзакционных издержек);
- ✓ решение временных проблем и проблем расстояний;
- ✓ повышение прозрачности рынков: покупатели и продавцы практически мгновенно могут получать информацию о ценах на продукцию, условиях поставки, предлагаемых конкурирующими фирмами;
- ✓создание условий для прямых контактных отношений с взаимодействующими сторонами.

Полифоничный характер интернет-общения: сочетание вербальной и невербальной информации (картинка, звуковой фрагмент), характеризующее креолизированный текст, является типичным для некоторых жанров электронной коммуникации.

Особенность электронного дискурса – дистантность и опосредованность!

Язык в интернет-коммуникациях подвергается транс-формации на уровне:

- ✓ лексики;
- ✓ правил построения высказываний;
- ✓ связного текста;
- ✓ жанрово-стилистических норм;
- ✓ соотношения устной и письменной речи;
- ✓ коммуникативных стратегий и тактик.

Сформировался новый стиль – стиль интернет-общения:

- ✓ компьютерный сленг, элементы которого переходят в общеупотребительную лексику и деловой дискурс;
- ✓ возрождение эпистолярного жанра;
- ✓ игровые условия коммуникации в виртуальном пространстве даже в деловой сфере.



Возник СЕТЕВОЙ ЭТИКЕТ!

Для сетевого дискурса будет характерно:

- ✓ стереотипизация поведения, направленная на достижение цели;
- ✓ коммуникативные алгоритмы;
- ✓ фиксированные правила коммуникации;
- ✓ специфические знаки;
- ✓ стремление к одинаковому речевому коду.

Электронные жанры бизнес-общения:

- ✓ письма;
- ✓ переговоры;
- ✓ видео-конференции и дискуссии;
- ✓ общение в блогах и социальных сетях.

Жанры имеют:

- ✓ дискурс статичный (тяготеющий к письменной речи);
- ✓ дискурс (чат) тяготеющий к устной речи;
- ✓ дискурс смешанный.

Чат – дискурс синхронной электронной коммуникации в реальном времени – имеет специфику совмещать устный и письменный дискурс.

В рамках **делового письма** трансформируется эпистолярный жанр: дискретный синтаксис, аббревиация, пренебрежение пунктуацией и частое использование эмотиконов («смайликов»).

Гендерная дифференциация дискурса проявляется на уровне статусно-ролевых отношений коммуникантов.

Для *«мужского стиля»* коммуникации характерен авторитарный дискурс (категоричные директивы, ирония, оскорбления и издевка).

Для *«женского стиля»* коммуникации характерно: (солидарность и поддержке в речи).

Женщины и мужчины по-разному реагируют на статус партнера по коммуникации.

Мужской дискурс, кроме передачи информации, традиционно ориентирован на поддержание статуса,

Женский дискурс – на подчеркивание общности позиций и взглядов.

В письменном деловом общении в Интернете часто используются аббревиатуры:

- ✓ *AFJ (April Fool's Joke)* – первоапрельская шутка;
- ✓ *HAND (Have A Nice Day)* – хорошего дня;
- ✓ *LMK (Let Me Know)* – дайте мне знать;
- ✓ *RTM (Read The Manual)* – прочитайте справочник;
- ✓ *TFTI (Thanks For The Information)* – спасибо за информацию;
- ✓ *WYSIWYG (What You See Is What You Get)* – ты получаешь то, что видишь.

В образовании аббревиатур активно используется звучание отдельных букв английского алфавита или цифр:

- ✓ *2L8 (Too Late) – слишком поздно;*
- ✓ *4 (For) - для;*
- ✓ *B4N (Bye For Now) – не прощаюсь или пока-пока;*
- ✓ *W8 (Wait) - ждать.*

В зарубежных работах по электронной коммуникации эти жаргонизмы обозначаются как логограммы.

«Смайлик» – это графема, которая образована сочетанием нескольких знаков традиционного письма (скобок, двоеточий, тире и т.д.).

Задачей, которая оказалась непосильной для естественного языка в его письменной форме, стала **передача эмоций**.

Эмотиконы можно условно разделить на две группы:

Первая (наиболее известные):

- ✓ :-) и его краткий вариант :) - Символизирует улыбающееся лицо;
- ✓ ;-) и его краткий вариант ;) - Символизирует улыбку с подмигиванием.
Означает, что данное сообщение несет определенную долю иронии;
- ✓ :-(и его краткий вариант :(- Символизирует грустное лицо. Означает, что сообщенный факт неприятен автору и воспринимается с грустью или печалью.

Вторая группа (наименее употребляемые):

✓ ;- (и его краткий вариант ;(

Символизирует грустное лицо с подмигивающим глазом. Означает, что сообщенный факт воспринимается с грустью или печалью, но и с долей иронии или сарказма одновременно.

✓ 8-) и его краткий вариант 8)

Символизирует улыбающееся лицо с широко раскрытыми глазами. Как правило, выражает удивление и иронию. Нередко эти две эмоции, совмещенные в одном эмотиконе, могут относиться к разным людям (то есть один удивился, а другому смешно).

✓ :-/ или синонимичный вариант :-

Символизирует лицо с перекошенным ртом или скошенной улыбкой. Может означать разочарование, скептицизм, сарказм.

✓ %-) и его краткий вариант %)

Символизирует лицо с перекошенными глазами и улыбкой. Может означать состояние "обалдения" или другую чрезмерно сильную эмоцию (например, шок или ощущение краха) в основном неприятного типа. Улыбка в этом эмотиконе часто означает сарказм, хотя иногда она просто не несет серьезной семантической нагрузки.

$(^* \wedge \omega \wedge) (o \wedge \nabla \wedge o) \setminus (\cdot \nabla \cdot) /$ - выражение радости;

(/ 3) / (♡-_-♡) (-_-)♡ - выражение любви;

$(*/\nabla\setminus*)$ $(//\bullet/\omega/\bullet//)$ $(//\omega//)$ - выражение смещения.



1. **Социальные сетевые сообщества** существуют для неформального общения своих участников. Люди строят взаимоотношения, налаживают связи или просто развлекаются в процессе такого общения.
2. **Коммерчески-ориентированные сетевые сообщества** приносят прибыль свои владельцам. Успех их существования определяется прибылью. Существуют два типа коммерческих сообществ: «бизнес – бизнесу» и «бизнес – покупателю».
3. **Профессиональные сетевые сообщества** работают для профессионалов, обменивающихся информацией на определенную тему, связанную с их работой. Такие сообщества предоставляют людям возможность получать необходимую информацию для более эффективной работы и достижения профессиональных целей.

Сетевые сообщества:

- помогают участникам развиваться;
- сокращают временные издержки;
- помогают участникам избежать ошибок;
- стандартизируют опыт и отбирают лучшее.

*Отличия сетевых сообществ практики от традиционных сообществ
практики:*

- ✓ *Форма коммуникации.*
- ✓ *Дизайн. Сетевые сообщества обычно проектируются, начиная с создания концепции (т.е. сначала создается концепция, а потом появляются люди), в то время как традиционные появляются из существующих групп.*
- ✓ *Членство. Сетевые сообщества обычно открыты, традиционные обычно закрыты.*
- ✓ *Время, необходимое для развития сообщества. Требуется больше времени, чтобы развить сетевое сообщество практики.*
- ✓ *Технологическая поддержка.*

Для соединения участников и обеспечения процесса коммуникации в профессиональных сетевых сообществах могут применяться следующие технологические средства:

- ✓ **форумы** (позволяют членам сообщества вести асинхронную коммуникацию и формировать подгруппы, связанные с конкретной темой);
- ✓ **чаты** (позволяют немедленно обсудить проблемы, быстро наладить связи в сообществе);
- ✓ **графические чаты**, аудио и видео-конференции (обеспечивают более сильным ощущением вовлеченности в процесс коммуникации);
- ✓ **списки рассылки** (хорошо подходят для доставки всем участникам сообщений, связанных с новостями сообщества, готовящимися мероприятиями в рамках сообщества, какими-то организационными моментами).

Для улучшения коммуникабельности необходимо следующее:

- ✓ **представление информации** – информация должна быть представлена таким образом, чтобы было удобно ее искать и с ней работать;
- ✓ **навигация** – пользовательский интерфейс должен быть спроектирован так, чтобы участники сообщества могли легко передвигаться по виртуальному пространству и передавать данные;
- ✓ **доступ** – не каждый участник сообщества может обладать достаточным уровнем технологий, чтобы пользоваться виртуальным пространством сообщества, и этому нужно уделить внимание при технологическом проектировании сообщества;
- ✓ **неопределенность ролей участников** профессионального сетевого сообщества делает процесс коммуникации сообщества неорганизованным, неуправляемым, стихийным, отклоняющимся от своих целей, что, безусловно, сильно снижает эффективность взаимодействия.

Четкое распределение ролей среди участников сообщества приносит следующие выгоды:

- восприятие сообщества становится более серьезным;*
- появляется связь между прошлым сообщества и его будущим;*
- облегчается процесс коммуникации участников.*

основные роли, которые могут брать на себя участники сообщества:

- лидеры (управляют процессом коммуникации в сообществе, направляют его в нужное русло, создают правила и нормы взаимодействия);*
- основные участники (основные участники являются экспертами в предмете практики и активно участвуют в ежедневной деятельности сообщества, они помогают*

Основные роли, которые могут брать на себя участники сообщества:

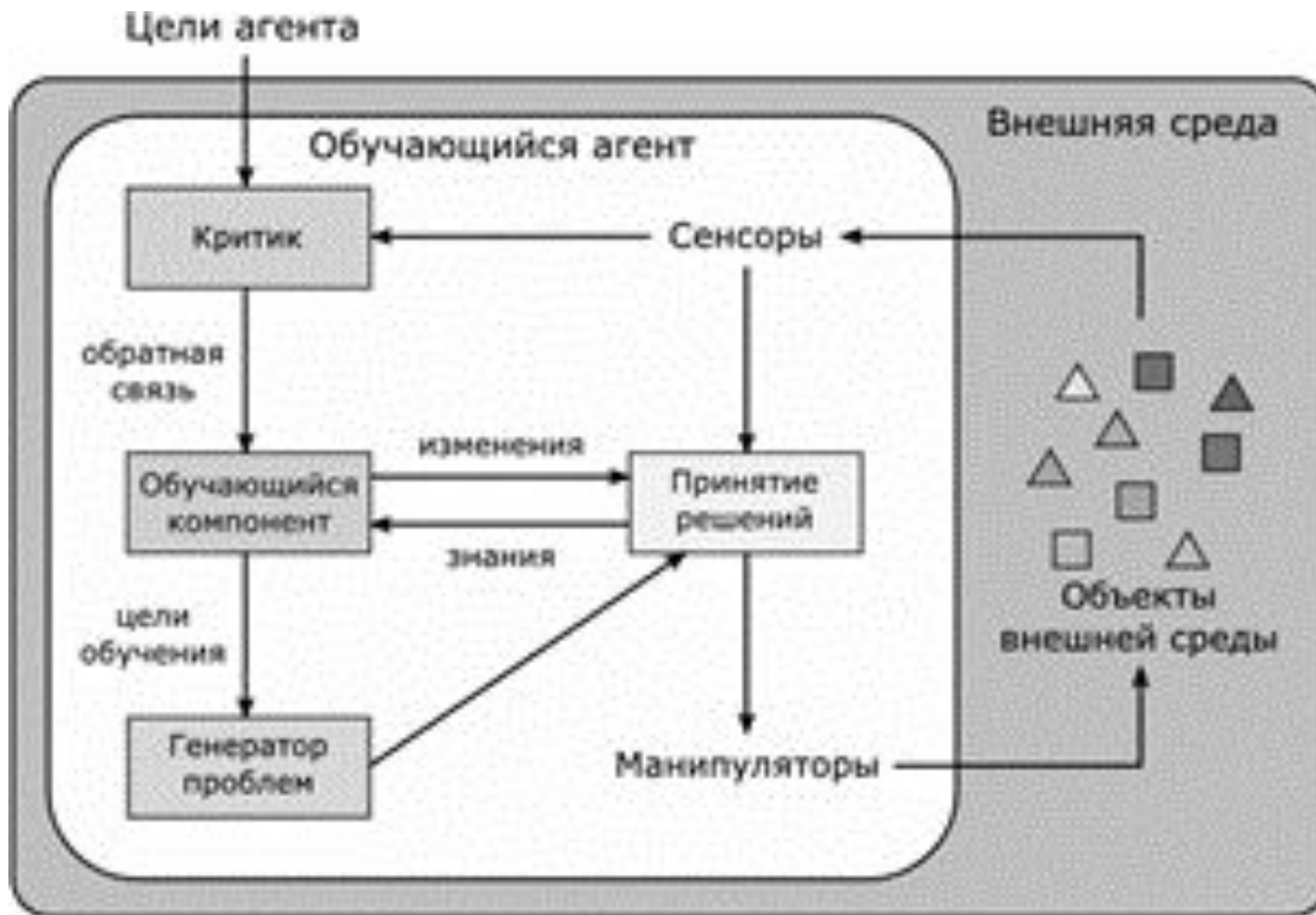
- ✓ **лидеры** (управляют процессом коммуникации в сообществе, направляют его в нужное русло, создают правила и нормы взаимодействия);
- ✓ **основные участники** (основные участники являются экспертами в предмете практики и активно участвуют в ежедневной деятельности сообщества, они помогают фиксировать, систематизировать, передавать информацию в профессиональном сетевом сообществе, а также облегчают обмен ею);
- ✓ **участники**, оказывающие поддержку (они осуществляют всестороннюю поддержку деятельности сообщества);
- ✓ **обычные участники** (таких участников большинство; они могут проявлять какую-то активность или просто потреблять информацию);
- ✓ **отсутствие оффлайн-коммуникации** между участниками сообщества, поддерживающей онлайн-коммуникацию.

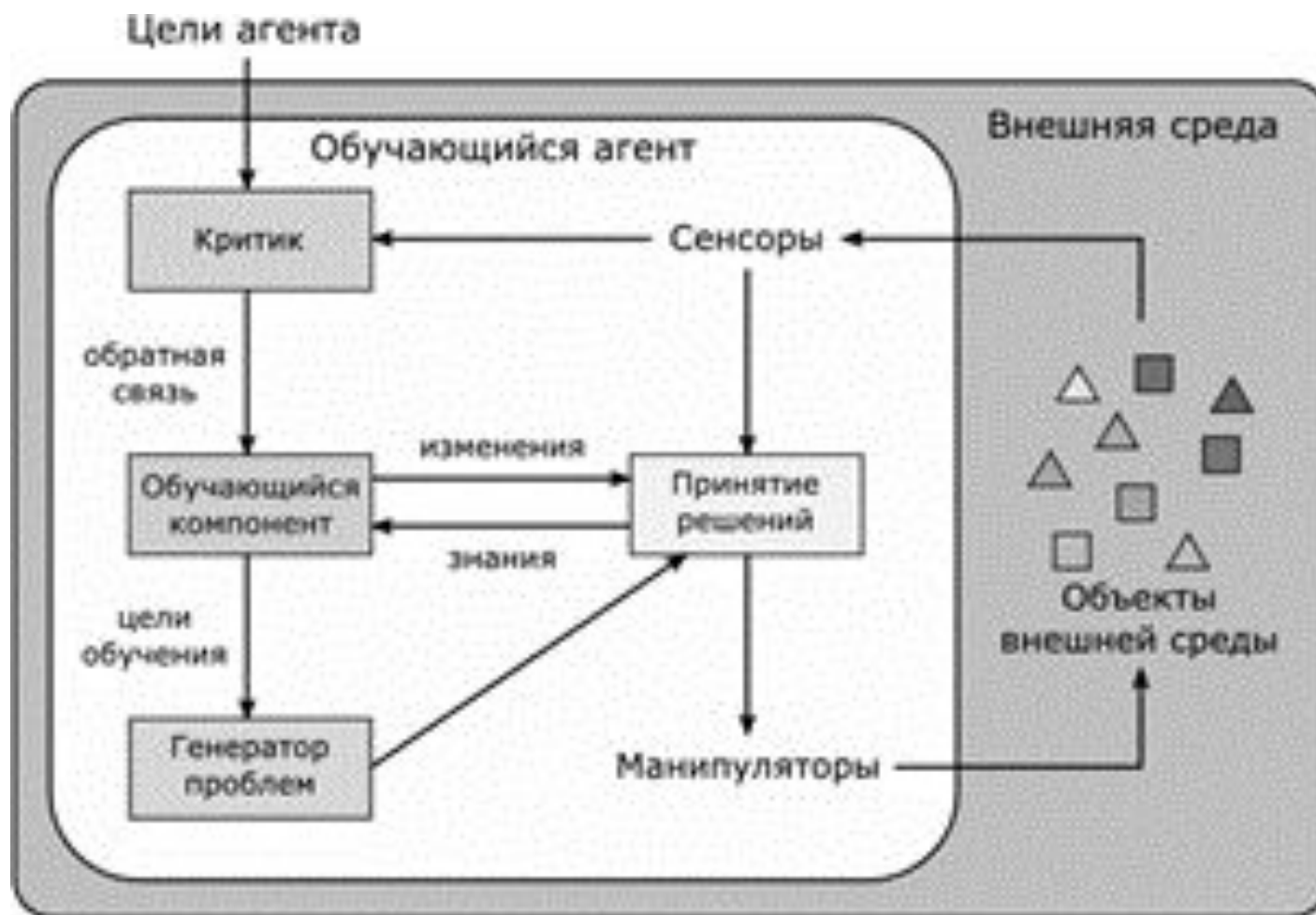
Стили и жанры электронных переговоров:

- ✓ *полуавтоматические или полностью автоматические переговоры;*
- ✓ *«бизнес – бизнес» или «бизнес – потребитель» переговоры;*
- ✓ *переговоры между покупателем и продавцом (в меньшей степени – политические переговоры, переговоры по выработке расписаний, или других типов).*

В рамках коммуникации интеллектуальные агенты характеризуются следующими параметрами:

- Каждому агенту присуще автономное поведение, которое означает наличие у агента внутреннего динамизма, независимого от воздействия окружающей среды. Также имеется индуцированный динамизм, который является реакцией агента на влияние окружающей среды.*
- Каждый агент имеет индивидуальную, концептуальную модель мира. Нередко агент строит свою модель мира на основе информации, получаемой им из внешней среды.*





Обучающиеся агенты должны обладать следующими способностями:

- ✓ обучаться и развиваться в процессе взаимодействия с окружающей средой;
- ✓ приспосабливаться в режиме реального времени;
- ✓ быстро обучаться на основе большого объёма данных;
- ✓ пошагово приспосабливать новые способы решения проблем;
- ✓ обладать базой примеров с возможностью её пополнения;
- ✓ иметь параметры для моделирования быстрой и долгой памяти, возраста и т. д.;
- ✓ анализировать успеха.

Роботы по закупкам, просматривая сетевые ресурсы (чаще всего Интернет), собирают информацию о товарах и услугах.

Amazon.com предложит вам список товаров, которые могут быть вам интересны, основываясь на том, что вы покупали в прошлом.

Пользовательские агенты – это ИА, которые действуют в ваших интересах, от вашего имени и в течение некоторого времени выполняют следующие задания:

- ✓ проверяют вашу почту, сортируют по важности (используя заданные вами критерии) и оповещают вас, когда поступает важное письмо, например, письмо о поступлении в университет;*
- ✓ играют в компьютерной игре как ваш оппонент или патрулируют области в игре для помощи вам;*
- ✓ собирают новости;*
- ✓ ищут информацию по выбранному предмету;*
- ✓ самостоятельно заполняют web-формы, сохраняя информацию для последующего использования;*
- ✓ просматривают веб-страницы, ища и подсвечивая ключевую информацию;*
- ✓ «дискутируют» с вами на различные темы.*

Такие агенты действуют в **хранилище данных**, собирая информацию. Хранилище данных объединяет в себе информацию из разных источников. **Сбор информации** – это процесс поиска данных для последующего использования, например, для увеличения продаж или привлечения покупателей.

Технологии мобильной связи применяются для помощи компаниям интегрировать коммуникационные системы в бизнес-процессы.

К ним можно отнести:

- работу с календарями, данными и электронной почтой в любой точке сети;*
- мобильность – перенаправление вызова на выбранное устройство;*
- совместная работа – в ней используются все типы мультимедиа: голосовая связь, Web и видеоконференции.*

В настоящее время все большую популярность приобретает такая услуга, как **электронное консультирование**. Консультирование в сети интернет затрагивает множество сфер – это может быть страхование, психология, медицина и т.д.

Деловая коммуникация в блогах

Внутрикорпоративный блог используется для внутренних коммуникаций компании.

Формальный корпоративный блог – это чаще всего инструмент доведения информации до целевой аудитории под углом зрения, выгодным фактическому владельцу.

Блоги-инсайдеры используются в периоды кризисов, когда возникает потребность в улучшении общественного мнения и притоке новой, позитивной информации.

Фан-блог направлен на потребителей продуктов или услуг какой-либо компании

Для наибольшего успеха блогеру необходимо понимать основные цели блога. Ими могут быть:

- ✓ Информирование целевых аудиторий о компании.
- ✓ Пропаганда ценностей компании.
- ✓ Новости и аналитика об отрасли/регионе.
- ✓ Развлечение для читателей.
- ✓ Продвижение топ-менеджмента в качестве экспертов.

Для раскрутки корпоративных блогов используются следующие методы:

- ✓ участие в сообществах;
- ✓ упоминание адреса блога в виде подписи;
- ✓ комментирование записей в других блогах;
- ✓ регистрация в каталогах

Расср | М доп | Ком | доп | Вза | stan | ФЕД | Отч | Расср | Сам | Пла | Мер | Док | Мар | Расср | Расср | +

← → ↻ mylifeorganized.net/index-ru.shtml ☆ И ↑

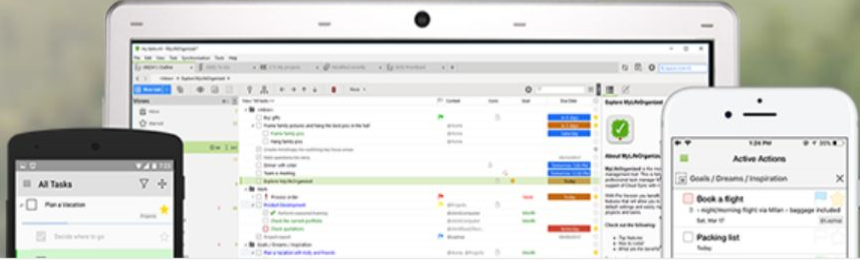
 **MyLifeOrganized**

ПРОДУКТЫ ПОДДЕРЖКА ЦЕНЫ БЛОГ КОНТАКТЫ EN **RU** 中文

MyLifeOrganized: самый гибкий планировщик задач

Работает как нужно именно Вам

ДЛЯ WINDOWS ДЛЯ IOS ДЛЯ ANDROID



Follow @MyLifeOrg Like 3.1K Форум Подписаться на MyLifeOrg @mlo_ru

Windows taskbar: Start, Task View, Edge, File Explorer, Mail, Yandex, Word, Chrome, Firefox, Excel, PDF Reader, Teams, PowerPoint

System tray: Network, Volume, 15:27, 26.10.2020, Notifications (1)

