

INTERCULTURAL COMMUNICATIONDOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-348-4-45>**PRIVATE ANNOUNCEMENT IN THE SYSTEM
OF INTERCULTURAL COMMUNICATION****ПРИВАТНЕ ОГолоШЕННЯ
В СИСТЕМІ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ****Bilokonenko L. A.**

*Doctor of Philological Sciences,
Professor at the Department of Ukrainian
Language
Kryvyi Rih State Pedagogical University
Kryvyi Rih, Dnipropetrovsk region, Ukraine*

Білоконенко Л. А.

*доктор філологічних наук,
професор кафедри української мови
Криворізький державний педагогічний
університет
м. Кривий Ріг, Дніпропетровська
область, Україна*

Berezovska-Savchuk N. A.

*Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Department of
Ukrainian Language
Kryvyi Rih State Pedagogical University
Kryvyi Rih, Dnipropetrovsk region, Ukraine*

Березовська-Савчук Н. А.

*кандидат філологічних наук,
старший викладач кафедри
української мови
Криворізький державний педагогічний
університет
м. Кривий Ріг, Дніпропетровська
область, Україна*

Сучасна комунікація передбачає не лише обмін інформацією, але й свідоме сприйняття культури іншої країни. Таке нове розуміння вносить поправки в людське усвідомлення правил життя й картину світу. Перетворення світобачення зумовлює корективи в поведінці особи. Через це у процесі комунікації формуються нові змісти та практики людських дій. Міжнародні контакти поширені в багатьох сферах діяльності. І сучасна людина, реалізуючи свої комунікативні потреби, не лише отримує доступ до значної кількості корисної інформації, але й натрапляє на певні перешкоди для її засвоєння (незнання чи недостатнє володіння мовою, нерозуміння смислів, контекстів і підтекстів) – усе це може спричинити недовіру або й агресію. Проте міжкультурна комунікація має більше позитивного, ніж негативного, адже формує мислення і свідомість людини, демонструє її нові можливості, навчає специфічних виявів мови. Аналіз мови в цьому плані викликає стійкий інтерес та є імпульсом для дослідження [1]. Питання щодо особливостей

мови приватного оголошення в міжнародній інтернет-комунікації є відкритим, тому актуальним.

Мета праці – порівняльна характеристика вимог до мовного оформлення приватних інтернет-оголошень, які розміщують на американському майданчику електронної комерції для купівлі та продажу товарів eBay, що належить компанії eBay Inc [3], та в сегменті українського сервісу міжнародної мережі майданчиків оголошень OLX Group (ТОВ «СМАРКЕТ УКРАЇНА») [6]. Ми з'ясуємо, наскільки український користувач сайту eBay може сприймати культуру купівлі-продажу на цьому майданчику та чи є відмінності з OLX.ua.

Приватне оголошення – це малий некомерційний рекламний жанр, що презентує комунікативну стратегію особи щодо процесу продажу, містить опис типової ситуації, монологічне, коротке та формалізоване. Цей жанр передбачає, що людина знає правила побудови тексту, усвідомлює технологію написання, адже щоб щось продати, товар треба правильно представити. Створення приватного рекламного повідомлення потребує навчання шаблонів опису. Тому в колі уваги науковців механізми вибору сегментів аудиторії для онлайн-реклами [2], елементи персоналізації реклами [4; 5] тощо.

На eBay дотримуються правил доброчесності, пропагують відвертість, чесність, правдивість у поведінці користувачів, щоб зміцнити довіру, забезпечити позитивні враження. Їхні правила є обов'язковими для виконання, а порушення спричиняють блокування акаунтів. Є недвозначні вимоги: надавати точний і узгоджений опис товару, чітко зазначати умови продажу, докладно представляти товар, щоб покупець знав, чого очікувати, коли його отримає; вимагається вказувати стан товару, перераховувати будь-які дефекти. Наголошується, що при продажу вживаних речей фотографії особливо важливі: покупець має право бачити фактичний стан товару. Окремим пунктом прописані правила комунікації, акцентовано на культурі спілкування (*Спілкуйтеся професійно, відповідайте на електронні листи. Реагуйте на будь-які занепокоєння чи проблеми покупців. Вам заборонено використовувати образливу лексику з будь-ким на eBay*) [3].

Водночас надають практичні поради щодо стилю написання повідомлень. Жанр передбачає уміння писати лаконічно, послуговуватися більше словосполученнями, ніж реченнями. Дотримуватися правильної композиції тексту, так щоб була зрозуміла тема, структурована композиція. Закликають застосовувати структуру «перевернутої піраміди», починаючи з широкої релевантної інформації та звужуватися до менш важливої. У ширшій частині перераховувати переваги товару, в описі подати найважливіші компоненти. Це запорука зручності для покупця, який має змогу відразу усвідомити, чи потрібен

йому товар. Тому у верхній частині має бути ключове повідомлення або рішення (у цьому разі варто вдаватися до шрифтових виділень). Потім пропонувати інформацією, яка підтверджує пропозицію (характеристика продукту, його функції, що важливі, але другорядні). Продавець має використовувати ключові слова для коректного пошуку (12-16 слів). Не уникати опису правил повернення (на eBay, на відміну від OLX, можливість повернення навіть вживаного товару бажана) або гарантії. Ця інформація не завжди впливає на покупця, але заохочує його до дій. Усі ці відомості за шаблонами eBay не повинні бути розлогими, щоб не набриднути клієнтові. Щоб оголошення було легким, абзаци мають бути короткими (до 3-х речень) та розділятися, речення – різними за структурою, не складні, без довгих рядів синонімів, без абрєвіатур; не вживати «пусті» слова (*гарний, елегантний, красивий*), використовуйте до 80 символів (попередній ліміт – до 55 символів); писати грамотно, кожне речення починати з великої букви (не писати все великими літерами), не використовувати дрібний шрифт.

eBay застерігає від недобросовісної реклами, коли рекламують один бренд у порівнянні з іншим, схожим (*Кросівки Converse набагато кращі, ніж кросівки Nike*); чи говорять зі зневагою про конкурентів або називають когось, чий товар продавцю здається поганим. Не можна приховувати інформацію. Безперечно, не надавши відомості про стан чи дефекти продукту, можна сподіватися на швидкий продаж, але тоді товар буде повернений, продавець отримає негативний відгук, eBay накладе на нього санкції. Надійність продавця на eBay цінують понад усе.

Звернімося до правил оформлення оголошень на платформі OLX. Ми бачимо, що певні правила та рекомендації є. Зокрема, наявний «Центр підтримки клієнтів», «OLX блог» та «OLX для бізнесу», де можна ознайомитися з порадами, як описати товар, щоб його захотіли купити (для приватних клієнтів та професійних користувачів). У загальних правилах публікації є розділи «Заголовок» та «Опис». Перший надає вказівки щодо стислості, інформативності і привабливості заголовка, що лаконічно повинен вказати назву товару, послуги (16 символів); без великих букв, небуквених символів, багатьох знаків оклику й запитання (Правильно: *Продам красиву сукню*. Неправильно: <<@**ПРОДАМ КРАСИВУ СУКНЮ!!!!**@>>), без уточнювальних тегів, що не стосуються продукту (Правильно: *Продам телефон Xiaomi Redmi 8*. Неправильно: *Продам телефон Xiaomi Redmi 8, не Samsung, не iPhone*); без зазначення сумісних товарів *не/як/аналог* (Правильно: *Телефон Sony M4 Aquadual*. Неправильно: *Телефон Sony M4 Aquadual, майже як Iphone 7,8, Samsung S7,8*) [6], тобто, як і на eBay, застерігають від шрифтових виділень, недобросовісної реклами із залученням назв інших брендів, закликають до мовної економії.

У другому розділі наголошують, що опис має відповідати заголовку, містити інформацію про особливості та характеристики товару, бути правдивим, унікальним, із ключовими словами. OLX рекомендує «уникати інформації будь-якою мовою, крім державної та російської (в окремих випадках можлива англійська)», тобто OLX не проти російської мови в українському сегменті. Бажано писати без орфографічних помилок (хоча бачимо безграмотні тексти: *продам авто в справному стані, І власник, купувався в салоні. Технічно повністю обслужена. На авто є сліди корозії але нічого критичного, дир немає* [6]). Це всі поради для пересічного клієнта OLX. Інші розділи містять правила використання платформи (ціна, параметри рубрик, місцеперебування, доставка). Для бізнесу передбачена сторінка з більш ґрунтовними вказівками, зокрема, щодо тексту. Фіксуємо пропозицію розбивати опис на блоки, абзаци. За правилом піраміди подавати інформацію послідовно: загальна, характеристики, переваги, розмірна сітка/кольори, оплата, умови доставки, акції тощо.

Висновки. Міжкультурна комунікація повинна мати практичне застосування. Аналіз політики й вимог до приватних оголошень на майданчику eBay вможливує допомогу тим, хто хоче не лише продавати-купувати, але й обмінюватися культурною продукцією, дотримуватися принципів доброчесності й відповідальності. Умови публікації повідомлень на eBay чіткіші, ніж на OLX, закликають до дружніх контактів клієнтів. Ми також маємо вчитися показувати себе та ділитися історією свого життя навіть в приватному оголошенні.

Література:

1. Гутиряк О. І. Міжкультурна комунікація: до визначення поняття. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених ДДПУ*. Дрогобич, 2022. Вип. 47, т. 2. С. 205–208.
2. Ahmadi I., Nabout N. A., Skiera B., Maleki E., Fladenhofer J. Overwhelming targeting options: Selecting audience segments for online advertising. *International Journal of Research in Marketing*. August 2023. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167811623000502>
3. eBay. URL: <https://www.ebay.de> Huang H., Liu T. Subjective or objective: How the style of text in computational advertising influences consumer behaviors? *Fundamental Research*. 2022. Vol.2, Is. 1. P. 144–153.
4. Keyzer F. De, Dens N., Pelsmacker P. Let's get personal: Which elements elicit perceived personalization in social media advertising? *Electronic Commerce Research and Applications*. September–October 2022, Vol. 55. 1011832022.
5. OLX. URL: <https://www.olx.ua/uk/>