

5. Ускоренное развитие цифровых форматов. Тенденция дигитализации отражается в создании онлайн-версий печатных изданий, переводе СМИ на онлайн-площадки и активном использовании социальных сетей и мобильных приложений в целях налаживания коммуникации с целевыми группами. Однако что белорусские медиа скорее используют методы трансляции информации, нежели вовлеченности. Многим каналам не хватает обратной связи от целевой аудитории.

6. Практически каждая компания использует такие каналы внутренней коммуникации, как Viber, Telegram или Whatsup. Общение в данных социальных сетях имеет более неформальный характер.

7. Популярность у пользователей медиа с большим количеством развлекательного контента.

8. Повышение качества визуального оформления и удобства восприятия.

9. Постепенное формирование и развитие профессионального сообщества создателей корпоративных медиа, появление научных разработок в этой области, а также учебных курсов, программ, семинаров и мастер-классов;

10. Социализация корпоративных медиа заключается в том, что они часто выходят за рамки тематики, связанной с профилем организации, и освещают социальные проблемы.

11. Идеализация деятельности компании в корпоративных медиа и несоблюдение принципа прозрачности.

12. Стихийный характер некоторых изданий и несвоевременное обновление информации.

13. Отсутствие четкого представления о специфике медиасферы в интернет-пространстве и тактиках поведения в Сети.

В. Шуляк

НЕВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ КУЛЬТУРЫ

Под невербальной коммуникацией в науке понимается совокупность неязыковых средств, символов и знаков, использующихся для передачи информации в процессе общения. В основе невербальной коммуникации лежат два источника – биологический и социальный, врожденный и приобретенный в ходе социального опыта человека.

Каждый день мы используем десятки жестов, чтобы более точно выразить свои эмоции и чувства. Многие из них всегда понятны другим: когда мы счастливы, мы улыбаемся, когда грустно – хмуримся, когда нам что-то не нравится – закатываем глаза. Однако, многие жесты у разных народов могут иметь совершенно противоположное значение.

Рассмотрим интерпретацию различных жестов на примере стран Европы и Латинской Америки.

Кинема «кольцо» в России означает ‘ноль, ничего’, во Франции ‘нет денег’, а в Германии ‘все в порядке’. Происхождение этого знака вызывает

много споров, но наиболее надежной версией является лишь одна: буквенная передача начальных звуков фразы *all correct* (OK) ‘все хорошо’. Несмотря на то, что в Европе этот жест заимствован почти повсеместно, в Латинской Америке он не был воспринят из-за исконно негативных коннотаций, связанных у местных жителей с ним. Именно этот факт упустил из виду президент США Ричард Никсон, который на пресс-конференции в Бразилии использовал указанный жест, тем самым оскорбив бразильских слушателей, ведь они сочли себя поруганными.

Если представитель русской культуры сделает резкое движение ребром ладони по горлу, это будет означать, что он сыт под горло, в то время как в Японии человек таким образом захочет сказать, что он уволен.

Топать ногами для немцев значит поприветствовать (в цирке, в классе, в студенческой аудитории), в то время как для русских это знак выражения осуждения.

С помощью свиста американцы выражают одобрение (на стадионе, концертах), русские – осуждение, знак восхищения (при виде красивой дамы), разочарование; для бразильцев свист является способом привлечения внимания на расстоянии.

Таким образом, при общении с представителем другой культуры нужно уметь правильно интерпретировать мимику, жесты, позу, дистанцию, темп речи. Как было указано ранее, люди часто используют невербальное общение для того, чтобы более точно выразить свое настроение, свои чувства и эмоции. Поэтому, для эффективной коммуникации с представителями другой культуры нужно знать и понимать невербальные формы общения, которые присущи данной культуре. Их незнание может сделать коммуникацию невозможной, нарушив доверие и понимание.