

Гулевец Наталья Александровна
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»,
доцент кафедры «Теория и практика перевода», к.ф.н., доцент

**Лингвокультурные особенности внешних интегрированных
коммуникаций компании в национальном контексте**

Эффективное взаимодействие заинтересованных сторон строится на их функциональном сотрудничестве и как цель выделяет развитие отношений посредством последовательного и целевого коммуникативного поведения, что является сутью интегрированных коммуникаций.

В настоящем исследовании особый интерес представляет внешняя интеграция, то есть коммуникация компании с важными для нее группами – клиентами, акционерами и т. д. Отдельная группа – потенциальные сотрудники компании, информация для которых изложена в особом разделе корпоративного вебсайта – «Работа (карьера) в компании». Межкультурный подход к изучению проблематики внешней коммуникативной интеграции позволяет раскрыть многогранность и специфичность способов передачи сообщения в определенном национальном сообществе.

Материал исследования – тексты, опубликованные в указанном разделе корпоративных вебсайтов крупных компаний Великобритании, США, Испании и Мексики. Для проведения анализа языкового материала были поставлены следующие задачи:

- определить влияет ли национальная культура на формирование сообщения, адресованного внешней аудитории;
- выяснить на чем основывается сходство некоторых явлений внешней коммуникативной интеграции – на близости по территориальному признаку или на общности культурного наследия, в том числе языка;
- выделить отличительные черты национального процесса внешней интегрированной коммуникации, с одной стороны, а также степень влияния

глобализационных процессов мировой экономики на внешнюю интегрированную коммуникацию, с другой.

В результате исследования было выявлено, что главные принципы внешней интегрированной коммуникации опираются на культурный код нации, некоторое сходство процесса наблюдается на основе общности культурного и языкового наследия. Сообщение строится с учетом ключевых национальных ценностей: Великобритания – индивидуальная значимость, самореализация, личные достижения; США – индивидуализм, инициативность, достижение успеха; Испания – работа в команде, признание коллектива, равенство возможностей; Мексика – компания-семья, гордость за принадлежность компании. Общее предложение работодателя соискателю вне зависимости от национальной принадлежности – рост и личностное и профессиональное развитие.