

ность и вовлеченность в данный процесс не только студенческих организаций, но и всего российского общества в целом за редким исключением.

#### Список литературы

1. [http://www.citizens.ru/upload/iblock/923/book\\_inostudy\\_A5\\_2007\\_new.pdf](http://www.citizens.ru/upload/iblock/923/book_inostudy_A5_2007_new.pdf)
2. Краснолуцкая Ю.Е., Чибисова О.В. Эффективность межкультурной коммуникации // Международный журнал экспериментального образования. – М., 2011. – №8. – С. 120.
3. Егурнова А.А. О реализации принципа мобильности российских студентов // Успехи современного естествознания. – М., 2009. – №5. – С. 100-101.

### СТЕРЕОТИПЫ НАЦИОНАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ РУССКИХ И АМЕРИКАНЦЕВ

Бурчак М.Ю., Воробец Л.В.

*Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет, Комсомольск-на-Амуре, e-mail: sashenkane@mail.ru*

Актуальность данной темы обусловлена тем, что процесс глобализации расширяет коммуникативное пространство, что означает, что люди более часто сталкиваются в повседневном общении с представителями других культур. Зачастую в ходе межкультурных взаимодействий могут возникать курьезные, а порой и конфликтные ситуации. Серьезным барьером в межкультурной коммуникации могут быть стереотипы. В ходе нашего исследования мы выявили различия между стереотипами коммуникативного поведения представителей русской и американской культур: 1) в русской культуре извиняются реже в отличие от американцев, которые извиняются часто (так, согласно проведенному анкетированию только 45% русских ответило, что они извиняются часто, в то время, как такой же ответ был дан 86% американцев); 2) русские извиняются при наличии повода для извинения и не считается обязательным извиняться за причинение незначительных неудобств и нарушение личного пространства, а у американцев извинение может быть формальным показателем вежливости; 3) русское извинение чаще всего выражается императивом (95% русских респондентов в качестве самой частой языковой формулы для извинения дали ответ «Извини»), т.е. извинение в русской культуре является скрытой просьбой, а самое частое американское выражение извинения «I'm sorry» (так ответили 92% респондентов) не имеет направленности на адресата и не несет побуждения; 4) американцы используют слова благодарности чаще и более экспрессивно, в отличие от русских (так, например, на вопрос «Часто ли Вы слышите благодарность в свой адрес в Вашей сфере деятельности?» только 45% русских респондентов и 87% американских ответило, что часто); 5) в русской культуре благодарность высказывается при наличии объекта благодарности, в американской культуре это может быть и знаком внимания по отношению к адресату.

Подводя итог, мы можем сказать, что национально-культурные стереотипы коммуникативного поведения русских и американцев существенно различаются, что необходимо учитывать в ходе межкультурного диалога между представителями различных лингвокультур.

### НЕВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ

Доценко Л.А., Егурнова А.А.

*Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет, Комсомольск-на-Амуре, e-mail: sashenkane@mail.ru*

Результаты многочисленных исследований как отечественных, так и зарубежных ученых (А. Пиз,

Э. Холл, Р. Бердвистелл, Г. Вилсон, М.Л. Кнапп, А.А. Леонтьев, В.А. Лабунская, В.П. Морозов, И.Н. Горелов, А.А. Бодалев, Г.Е. Крейдлин и др.) позволяют трактовать понятие «гендерная невербальная коммуникация» как коммуникативное взаимодействие мужчин или женщин без использования слов, то есть без речевых и языковых средств, представленное в прямой или какой-либо знаковой форме [1].

Кроме того факта, что невербальная коммуникация имеет определенные различия в зависимости от половой принадлежности индивида, она также обладает специфическими характеристиками, присущими конкретной нации или народу. Так, например, представители восточной культуры – японцы – сдержанны, воспитаны, умны, вежливы, дружелюбны и трудолюбивы [2]. В Японии принято соблюдать личное пространство индивида, нужно стремиться избегать тактильного контакта особенно между мужчиной и женщиной; считается дурным тоном подмигивать, обниматься и/или целоваться на людях представителям противоположного пола. И, наоборот, в такой стране, как Пуэрто-Рико, в Латинской Америке, проксемика играет чуть ли не последнюю роль. Считается вполне нормальным и даже само собой разумеющимся подмигивать, обниматься и/или целоваться на людях представителям противоположного пола, а вытягивание губ в форме поцелуя вовсе не означает желания кого-либо поцеловать, наоборот, это всего лишь невинный жест, указывающий на расположение предмета или человека; европейцы в такой ситуации используют указательный палец.

В целом, гендерная невербальная коммуникация – это многоплановое явление, изучить которое всесторонне не представляется возможным. Тем не менее, в нашем исследовании мы постараемся обозначить яркие специфические особенности пуэрториканской культуры.

#### Список литературы

1. Кашина Е.Ю., Егурнова А.А. Гендерный аспект невербальной коммуникации в англоязычной рекламе // Успехи современного естествознания. – М., 2012. – №5. – С. 137.
2. Мирошниченко М.Г., Чибисова О.В. Культурный образ Японии в межкультурной коммуникации // Успехи современного естествознания. – М., 2012. – №5. – С. 33.

### КОММУНИКАТИВНАЯ ЛИЧНОСТЬ: УЧАСТНИК ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Кизиль А.А.

*Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет, Комсомольск-на-Амуре, e-mail: sashenkane@mail.ru*

В связи с явлением глобализации в настоящее время выделяется новый тип коммуникативной личности – межкультурная. Данная проблема является предметом научных изысканий ряда отечественных и зарубежных авторов, таких как Дж. Уолш, П. Адлер, В. Гуди-кунст, И.Л. Плужник, Т.В. Елизарова. Межкультурная личность обладает следующими характеристиками: толерантность, высокий уровень образованности, культурности, умение быстро влияться и приспосабливаться к новой культурной среде, обязательное знание английского языка, а также других иностранных языков, объективность и т.д.

Однако самой мало изученной сферой деятельности коммуникативных личностей являются транснациональные проекты. Участники таких проектов находятся довольно продолжительное время в иной культурной среде, в окружении иностранных коллег.

Несомненно, те люди, которые очень долго живут и работают в другом государстве, приобретают типичные черты, характерные для данного типа коммуникативной личности. Можно предположить, что участник транснационального проекта – полноценно сформиро-

вавшаяся межкультурная личность, в совершенстве владеющая международным английским языком, поскольку этот язык – неотъемлемая часть успешной коммуникации с представителями иностранного государства, которые, в свою очередь, должны также в совершенстве им владеть. Получение результата от профессиональной деятельности является основной задачей такой личности, а деловые отношения ставятся выше межличностных. Такие работники ценят в коллеггах, прежде всего, их компетентность, профессионализм, а налаживание дружеских, приятельских связей – второстепенно, этому не придается большого значения.

Таким образом, в современном обществе мы сталкиваемся с появлением нового типа коммуникативной личности: участник транснационального проекта. Именно на его изучение и будет направлено наше дальнейшее исследование.

#### ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ РЕЧИ В СТРЕССОВЫХ СИТУАЦИЯХ

Лопатина О.И.

*Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет, Комсомольск-на-Амуре,  
e-mail: sashenkane@mail.ru*

Спонтанная речь находится в центре внимания лингвистических и психолингвистических исследований, успешно которых зависит от разработки методов.

В современной научной литературе нет описаний анализа речи в стрессовой ситуации. Сложность анализа неподготовленной речи состоит в том, что при спонтанном порождении речи ее организация на уровне единиц звучащей речи, синтаксиса и лексики отличается от других видов устной и письменной речи, описанной методами лингвистического анализа, что требует разработки иных методов.

При стрессе у людей изменяется не только характер физиологической и психологической активности, но и показатели активности общения. Это отражается на взаимодействии индивида с социальной средой: с окружающими людьми, с группой, с коллективом, с членами производственной организации, в которую он включен, и т. д.

Основным фактором влияния эмоциональной сферы на структурные особенности речи являются не качественные характеристики конкретной эмоции или группы эмоций, а характер их воздействия на речемыслительные процессы – деструктивный (деформирующий) или конструктивный (благоприятный). Особенности речи в состоянии эмоционального напряжения обусловлены специфическими механизмами протекания речемыслительных процессов. Являясь особым видом речи, речь в экстремальной ситуации представляет собой функциональную разновидность разговорной речи

В экстремальных ситуациях часто случается так, что ориентация на смысловую сторону сообщения при определении состояния говорящего затруднена, так как именно она в первую очередь страдает из-за разнообразных технических помех, возникающих в таких ситуациях.

Исследования показали, что для речи в состоянии эмоционального напряжения характерны специфические особенности.

В частности, происходит снижение разнообразия лексикона, стереотипизация речи, упрощение синтаксиса, увеличение количества ошибок, размывание цельности речи, использование инвективной лексики, в целом дестабилизация языкового сознания.

#### СРАВНЕНИЕ РУССКИХ, ФРАНЦУЗСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ ЭКРАНИЗАЦИЙ РОМАНА А. ДЮМА «ТРИ МУШКЕТЕРА»

Мирошниченко М.Г.

*Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет, Комсомольск-на-Амуре,  
e-mail: sashenkane@mail.ru*

Из всех произведений Александра Дюма-отца «Три мушкетера» может похвастаться наибольшим числом экранизаций – более сотни, и самая первая датируется 1898 годом. Сюжет этой книги настолько увлекателен, что желание запечатлеть его на киноплёнке естественно, кроме этого культура и дух времени привносили в каждую экранизацию свои особенности.

В ранних и поздних французских экранизациях прослеживается явная близость к прототипу, наличие всех ключевых моментов книги. На наш взгляд это вполне объяснимо, ведь для французов творчество Дюма-отца – национальная гордость, менять сюжет просто не имеет смысла, хотя в экранизации 2005 года многие линии, особенно любовная, получают более глубокое развитие и новые оттенки значений.

Каждая новая американская экранизация отличается от последующей настолько кардинально, что может показаться, будто общее у них лишь название. Различия касаются буквально всего – от подбора актеров до употребляемой лексики. Хотя большинство ключевых моментов все же присутствует, к 2011 году сюжет произведения полностью переосмысливается.

Русские экранизации отличаются особенной тщательностью проработки. Будь то мультфильм, мюзикл или фильм – очевидно желание приблизиться к оригиналу, воспроизвести чужую культуру, прослеживается стереотипность мышления.

Из всего вышесказанного следует, что каждая культура воспринимает произведение по-своему и анализ этого восприятия позволит нам выявить культурные особенности.

#### ГРАФИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

Нечаева К.О., Егурнова А.А.

*Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет, Комсомольск-на-Амуре,  
e-mail: sashenkane@mail.ru*

Практическим языковым материалом для нашего исследования послужили рекламные тексты из журналов *Architectural Digest* december 2007 и *Aviation Week* may 26, 2008.

Реклама серебряного набора для саке представлена на светло-зеленом фоне, акцентируя внимание на содержании. Текст расположен под изображением предлагаемого изделия, что способствует полноценному зрительному восприятию товара. Пассивные конструкции *is stamped, are available* придают тексту строгость, официальность и лаконичность.



Реклама лавок, выполненных из сосны, отделена от других сообщений рамками, что выигрышно вы-