

личную зону очерчивают руки человека («рукой подать»), а единицей измерения пространства является шаг («решиться на шаг», «в двух шагах от победы») и все что находится на таком расстоянии, которое шагами не измерить является далеким и чужим («у черта на рогах»).

Говоря о категории пространства, нельзя не упомянуть такой культурологический феномен, как «интимное пространство», нарушение которого может спровоцировать негативную реакцию. Так китайцы во время разговора подходят друг к другу ближе, чем американцы. Для них увеличение расстояния означает безразличие в отношениях, официальность, а американцы, наоборот, уменьшение расстояния могут истолковать как нарушение «суверенитета». Поэтому на деловых переговорах американцы считают, что азиаты ведут себя слишком фамильярно, азиаты же признают американцев холодными и излишне официальными.

Все вышесказанное, доказывает актуальность исследуемой проблемы в лингвокультурном аспекте и наглядно показывает необходимость принятия во внимание этой проблемы при осуществлении межкультурной коммуникации, а в идеале, детального изучения всех сторон этой проблемы, в рамках той культуры, с представителями которой будет осуществляться межкультурное общение.

#### КУЛЬТУРНЫЙ ОБРАЗ ЯПОНИИ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Мирошниченко М.Г., Чибисова О.В.

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

У каждого народа есть свои собственные представления об окружающем мире, о людях, о представителях другой культуры. В обществе складываются определенные стереотипы – как относительно самих себя, относительно поведения и традиций в пределах своего культурного пространства, так и относительно представителей другого языкового и культурного пространства. В результате проведенного исследования имиджа Японии, мы установили, что:

1. Используя средства массовой информации, книгоиздание, частные контакты, Япония в значительной степени контролирует процесс создания имиджа в глазах иностранцев. Зачастую, она не пытается опровергнуть наши представления (иногда устаревшие) о ней, а лишь подтверждает их, используя хорошо знакомые нам образы.

2. В сознании большинства людей Япония не только традиционна, но и высокоразвита технологически. Образы самурая и сакуры соседствуют с роботами и машинами в представлениях наших респондентов.

3. Люди формируют свой образ об этой стране через все доступные источники: телевидение, интернет, книги и т.д.

4. На формирование образа Японии также влияет уровень образованности респондентов. Знания, полученные в учебных заведениях, часто становятся стереотипными и влияют на дальнейшее формирование представлений об этой стране и ее народе.

5. С незначительными различиями, образ Японии и японцев одинаков у большинства наших респондентов, и не важно, как далеко они живут от этой страны, стереотипные образы преобладают в нашем мышлении.

6. Те, кто не были в Японии, и не общался с японцами, мало что могут сказать о них. А те, кто были, имеют более полное представление о них и о самой стране.

7. Некоторые образы не являются реальными относительно действительности (самурай, гейши) вопреки выявленному мнению большинства. Это говорит нам о том, что устаревшие образы все еще используются респондентами.

8. Образ типичного японца, полученный нами в ходе исследования, оказался близким к реальности, и это подтвердили сами японцы. Их нации действительно присущи: сдержанность, воспитанность, ум, вежливость, дружелюбность и трудолюбие.

9. Япония прилагает немалые усилия, чтобы сохранить свои традиции, полностью не поддаваясь влиянию модернизации и глобализации. Она смогла заново осознать и оценить свою культуру в соответствии с современной социально-экономической обстановкой и превратилась в одну из мощнейших сверхдержав.

#### СОМАТИЗМЫ В АСПЕКТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Мордвинов А.К., Воробец Л.В.

*Комсомольский-на-Амуре государственный  
технический университет, Комсомольск-на-Амуре,  
e-mail: kamin-skaya\_2010@mail.ru*

Соматическая лексика стала предметом пристального внимания лингвистов в конце XX – начале XXI вв., когда проблемы глобализации, интеграции и обогащения культур потребовали поиска толерантного решения вопросов межкультурной коммуникации, в том числе и вопросов повышения эффективности изучения лексического состава языка, способствующего обогащению страноведческими знаниями, что отвечает целям и задачам коммуникативной лингвистики и практическим целям и задачам активного овладения иностранным языком.

В ходе исследования анализируются фразеологические обороты, в состав которых входит компонент со значением «части тела». Например, to take oneself in hand – взять себя в руки, to break one's heart – разбить сердце, a fool's tongue runs before his wit – язык мой – враг мой, armed to the teeth – вооружён до зубов, to pick up somebody's ears – наострить уши, not to see beyond the end of one's nose – дальше собственного носа не видеть и т.д. Сопоставление фразеологических единиц двух языков лексико-семантического поля «части тела» позволяет нам сделать вывод о том, что существуют полные и неполные структурно-семантические фразеологические эквиваленты в обоих языках. К первым можно отнести такие соматизмы, как to be at hand – быть под рукой; to hold one's tongue – держать язык за зубами; to do something behind somebody's back – делать что-либо за спиной кого-либо, to lose one's head – потерять голову и т.д. Ко второй группе относятся такие соматизмы, как to curl the lip – скривить губы; to catch an eye – броситься в глаза; to take something to heart – принимать близко к сердцу и т.д. Однако особую практическую сложность представляют фразеологизмы, которые выступают «ложными друзьями переводчика». Их отличает общая лексическая и синтаксическая организация и явное различие в семантическом поле всего словосочетания. К ним следует отнести следующие англо-русские пары: with one's nose in the air (смотреть с высоко) – нос по ветру (быть на чеку); to a hair (в точности) – на волосок от (чуть-чуть, едва не) и т.д. Данные фразеологизмы следует изучать отдельно, так как они могут послужить причиной не только межкультурных недоразумений, но и причиной коммуникативных неудач в ходе интеркультурного общения.