

Источники и литература

1. Лабов У. Отражение социальных процессов в языковых структурах / У. Лабов // Новое в лингвистике. – Вып. 7. – М. : Наука, 1975. – С. 320–336.
2. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Слово, 2000. – 624 с.
3. Шевченко Т. И. Социальная дифференциация английского произношения / Т. И. Шевченко. – М. : Высш. шк., 1990. – 142 с.
4. Coggle P. Do You Speak Estuary? / P. Coggle. – London : Bloomsbury, 1993. – 196 p.
5. Eckert P. Communities of Practice, Style and Personae [Electronic resource] / Penelope Eckert. – Mode of access : <http://www.stanford.edu/~eckert/csofp.html>
6. Sociophonetics // Handbook of Phonetic Sciences (2nd ed.) / P. Foulkes et al. ; W. Hardcastle, J. Laver and F. Gibbon (eds.). – Oxford : Blackwell, 2010. – P. 703–754.
7. Holmes J. An Introduction to Sociolinguistics / Janet Holmes. – Longman : Harlow, 2001. – 406 p.
8. Hughes A. English accents and Dialects / A. Hughes, P. Trudgill. – London : Arnold, 1997. – 142 p.
9. Kerswill P. Social class / Paul Kerswill // The Routledge Companion to Sociolinguistics [=RCS] / C. Llamas, L. Mullany & P. Stockwell, eds. – London : Routledge, 2007. – P. 51–61.
10. Rosewarne D. 'Estuary English' – tomorrow's RP? [Electronic resource] / D. Rosewarne // English Today. – 1994. – January. – Vol. № 10. – Mode of access : <http://www.phon.ucl.ac.uk/home/estuary/rosew.htm>

Федотова Юліана. Аналіз діалектних переваг лондонських студентів. Статтю присвячено проблемі варіативності вимови лондонських студентів. Розглянуто питання ідентифікації та джерела й комунікативні функції соціально структурованої варіативності вимови діалектів англійської мови, що функціонують у регіоні Лондона і під впливом яких формуються вимовні норми соціолекту студентів. Цей соціолект є функціональним додатком до локальних діалектів, і сприйняття акцентів відіграє ідентифікуючу роль у міжособистісних стосунках учасників комунікації. Експериментальна перевірка акцентних переваг студентів слугує ключем до розкриття фоностилістичної варіативності їхнього мовлення.

Ключові слова: лондонські студенти, соціолект, варіативність вимови, акцентні переваги.

Fedotova Yuliana. Analysis of Dialect Preferences of London Students. The article deals with the problem of pronunciation variability of London students. It is argued that pronunciation norms in the students' sociolect result from accent diffusion in dialects of Greater London area. The sociolect pronunciation is claimed to be in functional complementation to local accents. Identification and explanation of the sources of students' accent are attributed to the influence of their dialect preferences. Experimental verification of accent preferences of students helps understand phonostylistic variability of their speech.

Key words: London students, sociolect, variability of pronunciation, accent preference.

Статья поступила в редколлегию
15.03.2013 г.

УДК 810.112.2'373.7

Ірина Фісяк

Специфіка відображення міжособистісних відносин у фразеології

Статтю присвячено дослідженню фразеологічних одиниць німецької мови, об'єднаних спільним значенням «міжособистісні відносини». Розглянуто особливості вербалізації міжособистісних відносин за допомогою фразеологічних виразів, виділено основні моделі комунікації в межах міжособистісних відносин, досліджено оцінні стереотипи у формуванні фразеологічних одиниць цієї групи, проаналізовано головні функції міжособистісної комунікації та вплив комунікативної установки й соціального статусу мовця на вибір фразеологічних одиниць діалогу. Також висвітлено поняття результативності та ситуативності комунікації.

Ключові слова: фразеологічна одиниця, міжособистісні відносини, комунікант, емотивне забарвлення, комунікативна установка, оцінні стереотипи, комунікація.

Постановка наукової проблеми та її значення. Особливості міжособистісної комунікації та її моделювання є вагомим процесом мовленнєвої взаємодії комунікантів, їх впливу один на одного. Необхідність та неминучість міжособистісної комунікації пояснюються умовами людської взаємодії, побуту, тим, що людина розглядається як соціальний об'єкт, який не може існувати без спілкування, оскільки спілкування є однією із перших його потреб.

Міжособистісні відносини – визначальний фактор у формуванні процесу міжособистісної комунікації. Ці відносини складаються в результаті ділових, особистих, творчих контактів і формальних, і неформальних, офіційних та неофіційних, у результаті здатності людей емоційно та осмислено сприймати один одного з подальшою симпатією чи емпатією. Провідну роль у вербальному вираженні міжособистісних відносин та в їх емотивному наповненні відіграють фразеологічні вирази, що й зумовлює актуальність нашого дослідження.

Мета статті – дослідити особливості відображення міжособистісних відносин у фразеології. Поставлена мета передбачає розв'язання таких **завдань**: виділити основні моделі комунікації в міжособистісних відносинах та визначити роль фразеології у їх вербальному вираженні, дослідити фактори впливу у структурі фразеологічних одиниць (ФО) на позначення міжособистісних відносин, вивчити оцінні стереотипи у їх формуванні.

Виклад основного матеріалу та обґрунтування основних результатів дослідження. Міжособистісні відносини є одним з основних і достатньо нових об'єктів вивчення соціальної психології та лінгвістики. Вперше міжособистісні відносини у вітчизняній літературі стали аналізуватися в 1975 р. Енциклопедія психології визначає їх як «взаємозв'язки між людьми, які об'єктивно проявляються в їхньому характері та способах взаємовпливу людей один на одного в процесі спільної діяльності та спілкування, а також в системі психологічних установок, орієнтації, очікувань, стереотипів та інших диспозицій, через які люди сприймають та оцінюють один одного [3, с. 206]. Основу їх складають різноманітні емоційні стани людей, що взаємодіють, та їхні психологічні особливості. Такі відносини інколи називають експресивними, що підкреслює їх емоційну змістовність» [3, с. 673].

Міжособистісні відносини вважаються однією з найважливіших проблем соціальної психології, цікавої для дослідження на теоретичному й емпіричному рівнях. У цілому дефініція міжособистісних відносин як соціопсихологічного явища дає змогу стверджувати, що вони складають органічну частину мисленнєвої та комунікативної діяльності людини. Найважливішою формою прояву антропоцентричних взаємодій сьогодні вважається саме комунікативний бік. Мовленнєва комунікація розуміється не тільки як процес передачі, повідомлення інформації, а і як міжособистісні відносини, що опосередковані символами [6, с. 365]. Таким чином, основні тенденції, які дають можливість включити поняття міжособистісних відносин у коло проблем лінгвістики та надати йому статус мовної категорії, є своєрідним підходом до розвитку спілкування як взаємодії та впливу лінгвістики на людину, що є свідченням особистісного вкладу в початок комунікативного процесу.

Міжособистісні відносини детально й варіативно представлені в німецькій культурі. Велика кількість фразеологічних виразів німецької мови містить вираження дружби, кохання як цінностей, закликає надавати допомогу один одному та відрізнити справжню дружбу від вдаваної, орієнтує на щирі відносини один з одним, попереджує про небезпеку, яка може загрожувати відносинам. Щодо оцінного осмислення ставлення один до одного в мовній свідомості, то виділяються різноманітні судження про дружбу, судження, у яких, зокрема, йдеться про важливість, позитивність, необхідність дружніх відносин для життя і спілкування людини, наприклад: *alte Freundschaften bewahren, pflegen; etw. aus (reiner) Freundschaft tun; sie war uns in Freundschaft verbunden; ich sage es dir in aller Freundschaft; sie trennten sich in Freundschaft* [5].

Концептуалізація ставлення до ворога порівняно слабо представлена у фразеологічному фонді німецької мови. У цих судженнях в основному виражаються поради бути уважними у відносинах із ворогом, інакше можна нажити собі ворога в образі друга. Німці вважають, що відсутність ворогів не є позитивом для людини і потрібно прислухатися до слів ворога: *der Feind r?ckt heran; eine alte, erbitterte Feindschaft; mit jmdm. in (offener) Feindschaft leben* [5].

У фразеологічному фонді майже не представлені вирази про знайомих, очевидно, що цей тип міжособистісних відносин не дає можливості чітко сформулювати норми поведінки стосовно знайомих. Найвні вирази на цю тему за своєю оцінкою є здебільшого амбівалентними.

Аналіз оцінних стереотипів свідчить про те, що найважливішими якостями учасників стосунків є готовність прийти на допомогу, розуміння, тактовність. Ворог у відповідях інформантів проявля-

ється як антипод друга, він бажає зла, заздрить і лицемірить. Концептуалізація друга та ворога в цьому разі майже повністю збігається. Слід відзначити, що фразеологічні картини світу щодо цього характеризуються вираженням своєрідності, де концептуалізація кожної з окремих країн виділяється не лише своєрідністю, а й і закономірністю вербалізації.

Для структури оформлення міжособистісної комунікації характерним є більш послідовне використання загальноприйнятих норм комунікації і щодо вибору фразеологічних виразів, і щодо їх оформлення в діалог, який передбачає певну послідовність висловлювань, які можуть бути узагальнювальними, уточнювальними, пояснювальними, можуть дотримуватися або ухилятися заданої теми, будучи в пошуках нової аргументації. Цей стереотип послідовності висловлювань може порушуватися в діалогічному дискурсі, для якого прийнятною є імпровізація, викликана новою або додатковою інформацією.

Спроби змоделювати процес міжособистісної комунікації здійснювалися неодноразово, застосовуючи різні підходи для розуміння та пояснення її сутності та функцій. Для цього розглянемо детальніше так звані моделі її оформлення. У пояснювально-функціональних моделях головна увага звертається на актуалізацію міжособистісної комунікації як процесу. Основними компонентами є механізми, які керують процесами сприйняття та розуміння інформації.

Якщо порівнювати декілька моделей комунікації, які відображають різні аспекти спілкування, можна виділити ключові механізми, що беруть участь в актуалізації міжособистісної комунікації. Так, протягом цілого комунікативного акту мотиви й кінцева ціль ініціатора розмови можуть збігатися, але цього не можна стверджувати про інтерпретацію мотивів комунікації та комунікативну установку учасників. Вони здебільшого залишаються відмінними впродовж усієї розмови. Це все знайшло відображення в ситуативному варіюванні, де актуалізуються такі функції, як встановлення контакту, самопрезентація, переконання, вираження почуттів, вплив на співрозмовника і т. д.

Соціальна значимість деяких приватних функцій міжособистісної комунікації багато в чому визначається соціологічними домінантами – основними категоріями соціальної комунікації. Так, наприклад, категорії соціального статусу та комунікативних ролей актуалізуються у функції соціальної орієнтації – попереднього прогнозування комунікативної поведінки партнера, що надзвичайно важливо для правильної інтерпретації смислової та оцінної інформації. Категорія оцінної інформації реалізується в так званих функціях спонукання, переконання за рахунок варіювання функціонально-стилістичних засобів комунікації. У реальній комунікації соціологічні домінанти взаємодіють один з одним, але ця взаємодія не є стабільною, вона може видозмінюватися залежно від зміни мотиваційних факторів комунікації. Так, наприклад, актуалізація домінанти «комунікативна установка» в регулюючій функції комунікації пов'язана з такими домінантами, як соціальний статус та комунікативні ролі. Складність ідентифікації комунікативної установки полягає в тому, що вона завжди виражена експліцитно. Крім того, комунікативна установка може змінюватися в певній частині дискурсу під впливом зміненого мотиву. Ці коливання в комунікативній установці відразу відображаються в порушенні нормативного функціонування категорій соціального статусу та комунікативних ролей. Порушення соціальних норм комунікації слугує правильним сигналом зміни комунікативної установки мовця [1].

Розглядаючи функції міжособистісного спілкування та їх реалізацію за допомогою лексичного (фразеологічного) вираження, слід виділити конверсійну функцію, яка відіграє важливу роль у стратегіях міжособистісного спілкування. Конверсійна функція пояснюється зміною думки індивіда та його соціальних установок. Ця функція виявлена експериментальним шляхом. Рекламодавці у сфері економіки виявили, що деколи соціологічні прогнози, які поширюються за допомогою засобів масової інформації, не збуваються. Так, деякі індивіди віддали перевагу «перевірити» своє сприйняття інформації на міжособистісному рівні спілкування і в результаті кардинально змінили свою думку та ставлення до рекламованого товару [1]. Те ж стосується міжособистісного спілкування не тільки на діловому, а й на побутовому рівні. Кожен учасник комунікації, намагаючись донести інформацію та передати свою думку адресату, свідомо або інтуїтивно підбирає лексичні одиниці так, щоб будь-яким способом якомога сильніше вплинути на мовця, тобто «прорекламувати» свою позицію і таким чином переконати співрозмовника та «перетягнути» його на свій бік, що й виконує продумана заздалегідь рекламна кампанія, тільки, крім мети, переконати співрозмовника/слухача реклама ще має примусити реципієнта купити той чи інший товар чи скористатися послугами. Поняття

конверсійності міжособистісних відносин полягає в тому, що фразеологічні інтенції адресанта можуть викликати зворотню реакцію і вплинути на мовця непередбачуваним чином та реалізувати так званий метод «від супротивного».

Також на характер вербалізації міжособистісних відносин впливають умови проведення спілкування. Це спілкування може бути анонімним – взаємодія між незнайомими людьми (в літаку, оглядовій залі і т. п.); функціонально-рольовим – відносини між членами професійного колективу; особистим або інтимним (у колі друзів, сім'ї) [4, с. 31].

Складність моделювання міжособистісного спілкування пояснюється тим, що міжособистісна комунікація здійснюється в різних формах: у формі бесіди – безпосередньої комунікації віч-на-віч або в присутності інших осіб та опосередкованої (через телефон, комп'ютерний зв'язок); у формі інтерв'ю, дебатів, публічних або судових засідань. Це так звані структуровані форми, кожна з яких має свої особливості, що зумовлені специфічними функціями та комунікативною ситуацією [4, с. 32]. Від форми й структури комунікації залежить наявність та вибір фразеологічних одиниць і виразів для лексичного оформлення діалогу. Так, більш фразеологічно наповненою вважається форма безпосередньої комунікації, неформальної бесіди. Проте з розвитком інформаційних технологій комунікація за участю сучасних засобів зв'язку, її опосередкована форма майже не поступається в емотивній, змістовній, лексичній наповненості міжособистісного діалогу віч-на-віч.

Отже, сутність міжособистісної комунікації може бути визначена як спілкування двох індивідів, у процесі якого вони регулюють мовленнєву поведінку один одного для здійснення взаємодії та впливу відповідно до їх основної цілі та мотивів в умовах спільної діяльності.

Для розуміння соціальної значущості міжособистісної комунікації потрібно розглянути її актуалізацію в соціальних структурах різного типу. Так, реальна безпосередня комунікація у спільноті може здійснюватися в умовах малих груп: сім'я, колектив, друзі і т. д.

Спостереження за мовленнєвою діяльністю в малих групах – формальних та неформальних – показали, що міжособистісна комунікація характеризується низкою особливостей. Найбільш показовим є фактор однорідності та неоднорідності мовлення. Мовленнєва однорідність передбачає соціальну однорідність групи, члени якої перебувають у близьких відносинах. Ця близькість визначається фактором єднання, тривалістю і регулярністю контактів. У таких групах комуніканти використовують слова, мовні зразки та штампи, часто в жартівливому чи іронічному тоні, який зрозумілий лише «вибраним» учасникам діалогу [2].

Оскільки кожен індивід входить у різноманітні малі групи, він володіє так званими комунікативними кодами та вміє ними правильно користуватися відповідно до соціомовленнєвих норм цієї групи. Соціально «чуже» слово, яке не пов'язане з діяльністю членів цієї групи, сприймається як однорідний елемент у мовленні. Це залежить від соціального походження, виховання, сфери діяльності, професії, інтересів. Ті чи інші вирази, репліки в різних малих групах можуть мати різний зміст [1].

Спостереження за мовленнєвою поведінкою індивідів у сім'ї показує, що чимало слів і виразів має свою незвичайну смислову інтерпретацію, що зумовлена сімейними звичаями, нормами, цінностями.

Іншою особливістю міжособистісної комунікації в малих групах є переважання оцінних фразеологічних виразів. Це пояснюється тим, що в малій групі, де учасники об'єднані спільним досвідом та інтересами, не стільки важлива суть проблеми, яка розглядається, скільки її оцінка, наприклад: *gute Miene zum b?sen Spiel machen* – «зробити гарний вираз обличчя при поганій грі»; *bei jmdm. einen Stein im Brett haben* – «мати гарну перутацію справляти враження» [5].

Незалежно від форми, акт комунікації повинен мати певну сталу структуру, яка передбачає наявність адресанта (того, хто відправляє інформацію), адресата, або реципієнта (того, хто отримує інформацію), а також зміст інформації та спосіб (канал), яким вона передається. Важливим у реалізації взаємокомунікації є її результативність та ситуативність. Перший компонент не завжди піддається об'єктивному визначенню, оскільки результативність для кожного учасника комунікації може мати свою оцінку, хоча, незалежно від оцінки, результативність досягається за допомогою відповідного добору лексичних одиниць, фразеологічних виразів, де враховується їх експресивність, стратегічність, емотивне забарвлення.

Слід зазначити, що поряд із соціальними та психологічними факторами велику роль у міжособистісних відносинах відіграє емоційний фактор. Почерговість, яка спостерігається в розвитку міжособистісних відносин, безпосередньо пов'язана із формою та змістом, характером міжособистісної комунікації.

Важливою рисою для здійснення міжособистісного спілкування є його багатоканальність. Саме багатоканальність передачі та сприйняття інформації під час міжособистісної взаємодії дає змогу використовувати декілька каналів для її реалізації: співрозмовника можна не лише чути та бачити, а й відчувати його запах, настрій, торкнутися до нього або ж, навпаки, можна зберігати дистанцію. Додаткова інформація, передана через вищезгадані канали, є важливою для формування подальшого враження про співрозмовника, а тим самим є реалізацією їх взаємовідносин, а надалі – вербального вираження ставлення один до одного [4].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Міжособистісна комунікація здійснюється в різних формах, які мають свою специфіку, що визначається ситуацією часового або просторового характеру, кількістю учасників розмови, їх соціорольовим статусом та комунікативною установкою. Та незалежно від форми акт комунікації повинен мати певну сталу структуру, яка передбачає наявність адресанта (того, хто відправляє інформацію), адресата, або реципієнта (того, хто отримує інформацію), а також зміст інформації та спосіб (канал), яким вона передається. Вербалізація міжособистісних відносин у ФО є складним ментальним утворенням у єдності його понятійного, ціннісного та образного компонентів, що зумовлено соціальними, культурними, історичними, гендерними, психологічними факторами. Мовне вираження ФО для позначення міжособистісних відносин залежить від ступеня знайомства, довіри, а також від тривалості відносин. Важливими є також вихованість, освіченість, моральність учасників розмови.

Однією із перспектив подальших досліджень є вивчення особливостей вживання фразеологічних одиниць для продуктивного здійснення вербалізації міжособистісних відносин.

Джерела та література

1. Конечкая В. П. Социология коммуникации. Сущность и функции межличностной коммуникации [Электронный ресурс] / В. П. Конечкая. – Режим доступа : http://society.polbu.ru/konetskaya_commsociology/ch31_v.html
2. Крысин Л. П. О речевом поведении человека в малых социальных общностях (постановка вопроса) / Л. П. Крысин // Язык и личность / отв. ред. Д. Н. Шмелёв. – М. : [б. и.], 1989. – С. 475–485.
3. Петровский А. В. Психологический словарь / А. В. Петровский, М. Г. Ярошевский. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Изд-во полит. л-ры, 1990. – 494 с.
4. Узилиевский Г. Я. Взаимодействие естественных и искусственных языков в современных лингвистических процессорах / Г. Я. Узилиевский. – М. : [б. и.], 1996. – С. 26–34.
5. Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache: in 6 Bänden / Hrsg. u. bearb. v. Dudenred. unter Leitung v. G. Drosdowski. – Mannheim ; Wien ; Zürich: Dudenverlag, 1976. – 1981. – 2992 S.
6. Kleine Enzyklopädie der deutschen Sprache. – Leipzig : Bibliographisches Institut, 1983. – 724 S.

Фишак Ирина. Специфика выражения межличностных отношений в фразеологии. Статья посвящена исследованию фразеологических единиц немецкого языка, объединённых общим значением «межличностные отношения». В частности рассматриваются особенности вербализации межличностных отношений с помощью фразеологических выражений, выделены основные модели коммуникации в пределах межличностных отношений, исследованы оценочные стереотипы в формировании фразеологических единиц данной группы, проанализированы ведущие функции межличностной коммуникации и влияние коммуникативной установки, социального статуса говорящего на выбор фразеологических единиц диалога. Также рассмотрено понятие результативности и ситуативности коммуникации.

Ключевые слова: фразеологическая единица, межличностные отношения, коммуникант, эмотивная окраска, коммуникативная установка, оценочные стереотипы, коммуникация.

Fisyak Iryna. Peculiarities of Representation of the Interpersonal Relations in Phraseology. The article is devoted to the research of German phraseological units combined by the common meaning «interpersonal relations». The particularities of the interpersonal relations' verbalization by means of the phraseological units are considered, the main communication models within interpersonal relations are marked out, evaluative stereotypes influencing the phraseological units' structure are investigated, the leading features of interpersonal communication, as well as the impact of communicative attitude and speaker's social status on the choice of the phraseological units for the dialogue are analyzed in the article. The concept of effectiveness and situational communication is considered.

Key words: phraseological unit, interpersonal relations, communicant, emotiveness, communicative attitude, evaluative stereotypes, communication.

Стаття надійшла до редколегії
20.03.2013 р.