

## **6. Романські, германські та інші мови**

**Черська Ж.Б.**

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри іноземних мов для гуманітарних факультетів

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

*м. Чернівці, Україна*

### **ЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ У НІМЕЦЬКІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ**

Мова як засіб вираження суспільних процесів у різні епохи розвитку слугувала задля збереження і передачі ментальних особливостей, формування яких відбувалося на основі моральних цінностей в суспільстві. На усталення цих моральних цінностей мали вагомий вплив як особистісні якості членів суспільства, так і глобальні суспільні процеси. Економічний розвиток та політична ситуація у Німеччині початку ХХ століття спричинили виникнення нових світоглядних характеристик у розумінні «АЛЬТРУЇЗМУ» та «ЕГОЇЗМУ», а також появу нових засобів вербалізації цих концептів як прояву соціальної поведінки членів суспільства.

Розглядаючи концепт як одиницю узагальненого мовно-ментального ресурсу з етнонаціональними чи культурно-зумовленими уявленнями людини про дійсність [2, с. 178], проаналізуємо особливості вербалізації взаємопротиставлених концептів «ЕГОЇЗМ» -«АЛЬТРУЇЗМ» як вияву соціальної поведінки у німецькому суспільстві на поч. ХХ століття, які не привертали увагу науковців. Матеріалом для аналізу стали публіцистичні статті газети «Berliner Tageblatt» [3], [4], [5], [6], [7], [8] обсягом суцільної вибірки 30 тис. слововживань. Об'єкт дослідження – компоненти вербалізації концептів, які належать до різних частин мови: іменників та прикметників, оскільки саме завдяки різночастинномовним засобам [1] відбувається оптимальне відображення ментальних особливостей та світоглядних переконань.

Варто зазначити, що світоглядні переконання членів німецького суспільства початку ХХ століття зумовлені низкою трагічних політичних процесів. Вагомий вплив на формування альтруїстичної поведінки чинили події I світової війни та її наслідки. Жахиття військових дій підсиленні закликами німецьких командирів до самопожертви, а повоєнні злидні відзначені протиставленням:

*selbstlose Handlungen – egoistische Wünsche* (жертвних дій окремих верств населення *еґоїстичним бажанням* збагатитися в період розрухи).

Словосполучення *egoistische Wünsche* становить 42 % усіх випадків слововживань прикметника *egoistisch* із іменниками у досліджуваній період. 23 % складає сполучуваність *egoistisch + Bestrebungen*, що виражає спектр еґоїстичної поведінки торгівців у гонитві за збагаченням. Значно менше слововживань зафіксовано для пар *egoistisch + Interesse* (13 %), *egoistisch + Gedanken* (10 %), *egoistisch + Motive* (8 %), і виявлено тільки незначну кількість прикладів, які прямо негативно засуджують особистість – *egoistisch + Mensch* (4 %). Така особливість пов'язана із загальним описом «ЕґОЇЗМУ» як явища у суспільстві, а не із персоніфікованою оцінкою, властивою подальшим періодам становлення концепту. Щодо іменників на позначення «ЕґОЇЗМУ», то переважають *Egoismus* та *Selbstsucht*. Поодинокі випадки використання іменника *Eigennutz* вказують на користь як рушійну силу еґоїзму, поширену в оцінці діяльності лихварів та перекупок у голодні післявоєнні роки.

Компоненти вербалізації концепту «АЛЬТРУЇЗМ» значно менше представлені у межах досліджуваної вибірки і становлять тільки 1/3 від засобів вербалізації «ЕґОЇЗМУ», що пояснюється як пізнішим етапом становлення самого концепту «АЛЬТРУЇЗМ», так і особливостями суспільних настроїв. У німецькому суспільстві після поразки у I світовій війні не було вже місця для самопожертви, а існувало тільки пригнічення і бажання вижити за будь-яку ціну.

З-поміж прикметникових позначень найбільша частка припадає на словосполучення *selbstlose Handlungen* (47 %), *selbstlose Tätigkeit* (35 %), *selbstlose Hingabe* (11 %), *aufopfernde Arbeit* (7 %).

Серед іменників зустрічаються декілька прикладів слововживань *Opferbereitschaft*, *Aufopferung*, *Großzügigkeit*, *Altruismus* як узагальнені характеристики бажаної альтруїстичної поведінки.

З огляду на проведений аналіз, можна стверджувати, що на матеріалі досліджуваної вибірки зафіксовано не тільки особистісні підгрунтя егоїстичної оцінки, а й вплив суспільних процесів на формування концептів «ЕГОЇЗМ»-«АЛЬТРУЇЗМ», що відображено засобами вербалізації. Компоненти вербалізації концепту «ЕГОЇЗМ» суттєво переважають у проаналізованій період. Такий результат показує домінування негативних настроїв та негативної соціальної поведінки у повоєнному німецькому суспільстві поч. ХХ століття.

У перспективі доцільно, на наш погляд, здійснити зіставний аналіз особливостей вираження соціальної поведінки засобами вербалізації концептів «ЕГОЇЗМ»-«АЛЬТРУЇЗМ» початку та середини ХХ століття задля визначення впливу ключових суспільних факторів на формування концептів.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Огуй О.Д., Мельник Р.М. Становлення концептосистеми «СТАРАННІСТЬ, ПРАЦЬОВИТІСТЬ»: новий аспект дослідження // Актуальні проблеми германської філології : матеріали III. Міжнар. наук. конф. (10 –12 квітня 2008 р.) – Чернівці: Книги – XXI, 2008. – С. 198–201.
2. Черська Ж.Б. Вербалізація концепту «ЕГОЇЗМ» у художній літературі першої половини ХХ ст. // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна» : збірник наук. праць. – Острог: Вид-во Націон. ун-ту «Острозька академія», 2014. – Вип. 42. – С. 178–181.
3. Berliner Tageblatt (Morgen-Ausgabe). – Februar, 1906. – Режим доступу: <http://www.dwds.de>
4. Berliner Tageblatt (Morgen-Ausgabe). – März, 1907. – Режим доступу: <http://www.dwds.de>
5. Berliner Tageblatt (Morgen-Ausgabe). – März, 1909. – Режим доступу: <http://www.dwds.de>
6. Berliner Tageblatt (Morgen-Ausgabe). – März, 1918. – Режим доступу: <http://www.dwds.de>
7. Berliner Tageblatt (Morgen-Ausgabe). – April, 1919. – Режим доступу: <http://www.dwds.de>
8. Berliner Tageblatt (Morgen-Ausgabe). – März, 1921. – Режим доступу: <http://www.dwds.de>