



УДК 811'938.91

КОГНІТИВНО-ОНОМАСІОЛОГІЧНА РЕКОНСТРУКЦІЯ КОНЦЕПТУ «ГРОШІ» У ФРАЗЕОСЕМІОТИЧНИХ НОМІНАЦІЯХ ЕТНОКУЛЬТУРНИХ СТЕРЕОТИПІВ ПОВЕДІНКИ АНГЛІЙЦІВ І УКРАЇНЦІВ

Шутова М.О., д. філол. н.,
доцент кафедри германської та фіно-угорської філології
Київський національний лінгвістичний університет

Стаття присвячена реконструкції мотиваційних джерел походження етнокультурних стереотипів поведінки англійців і українців шляхом розкриття внутрішньої й зовнішньої форми та образного значення концепту «гроші» як мотиваційної основи фразеологічних стереотипних утворень. Реконструювавши окремі етнокультурні автостереотипи англійців і українців, які зафіксовані в образній семантиці фразеологізмів, зроблено висновок, що фразеологічний фонд англійської й української мов найбільшою мірою відбиває особливості етнічної ментальності англійців і українців, що склалася під впливом екстралінгвальних чинників. Етнокультурні фразеосеміотичні номінації стереотипів поведінки англійців і українців свідчать про амбівалентний характер уявлень про гроші та про поведінку англійців і українців як представників своїх лінгвокультур.

Ключові слова: семіотичність поведінки, етнокультурний стереотип, стереотип поведінки, культурно-символічна реконструкція, ономасіологічна реконструкція, стереотипна фразеоформула.

Статья посвящена реконструкции мотивационных источников происхождения этнокультурных стереотипов поведения англичан и украинцев путем раскрытия внутренней и внешней формы и образного значения концепта «деньги» как мотивационной основы фразеологических стереотипных образований. Реконструировав отдельные этнокультурные автостереотипы англичан и украинцев, которые зафиксированы в образной семантике фразеологизмов, сделан вывод, что фразеологический фонд английского и украинского языков в наибольшей степени отражает особенности этнической ментальности англичан и украинцев, которая развивалась под влиянием экстралингвистических факторов. Этнокультурные фразеосеміотические номинации стереотипов поведения англичан и украинцев свидетельствуют об амбивалентном характере представлений о деньгах и о поведении англичан и украинцев как представителей своих лингвокультур.

Ключевые слова: семиотичность поведения, этнокультурный стереотип, стереотип поведения, культурно-символическая реконструкция, ономасіологическая реконструкция, стереотипная фразеоформула.

Shutova M.O. COGNITIVE AND ONOMASIOLOGICAL RECONSTRUCTION OF THE CONCEPT OF MONEY IN IDIOMATIC AND SEMIOTIC NOMINATIONS OF ETHNIC AND CULTURAL STEREOTYPES OF BEHAVIOUR OF THE ENGLISH AND UKRAINIANS

The article is devoted to the reconstruction of the motivational basis of ethno-cultural behaviour patterns of the English and Ukrainians by the disclosure of internal and external forms and figurative meaning of the concept "money" as a key word of stereotyped idiomatic formulae. Having reconstructed some ethnocultural autostereotypes of the English and Ukrainians, which are fixed in the figurative semantics of phraseology, it was concluded that the English and Ukrainian phraseological thesaurus reflects to the greatest extent the characteristics of the ethnic mentality of the English and Ukrainians, which developed under the influence of extralinguistic factors. Ethnocultural idiomatic nominations of English and Ukrainian behaviour show an ambivalent notions about money and the behaviour of the English and Ukrainians as representatives of their own linguocultures.

Key words: semiotic behavior, ethnic and cultural stereotype, stereotype of behaviour, cultural and symbolic reconstruction, onomasiological reconstruction, stereotyped idiomatic formula.

Постановка проблеми. Сучасна культурологічна семіотика розглядає (Леві Стросс та ін.) сигніфікативну основу поведінки на основі співвідношень знак – символ – поведінковий стереотип. Дослідники припускають (В. Красних, О. Тищенко та ін.), що стереотипи поведінки мають знаковий, тобто умовний, символічний характер. Ступінь знаковості (семіотичності) різних стереотипів може істотно варіюватися, проте знаковість є їхньою загальною характеристикою. Семіотичність поведінки, здатність дій бути зна-

ками інших, особливо соціальних, відносин дозволяє розглядати їх як етносеміотичні об'єкти. Стереотипи поведінки як соціальні феномени зумовлюють дії людини особливостями етносоціальної організації, соціокультурних механізмів та з урахуванням поведінкової варіативності людини як у синхронії, так і в діахронії, тобто в історичному й етнічному просторах. Крім того, стереотипи поведінки корелюються з реальною етносоціальною стратифікацією (етнічною, фаховою, статевовіковою, конфесійною тощо). Як ідеальні

конструкти (елементи свідомості) стереотипи закорінюються у сфері буденної (побутової) свідомості та складають ядро традиційно-побутової культури (А. Байбурін).

Постановка завдання. Виявити мотивацію стереотипізації морально-ціннісних орієнтирів, що зумовили самоідентифікаційні риси англійців і українців, шляхи й особливості розвитку англійського та українського етносів, можна за допомогою культурно-символічної й ономазіологічної реконструкції стереотипних фразеоформул, що є метою нашого дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Заощадливість є важливою психологічною характеристикою англійців, яка зумовила ще й їхній високий практицизм. Англійці у своєму житті завжди ставлять практичні цілі, до яких наполегливо прагнуть. Тривала активна торгово-промислова діяльність сформувала не лише високий практицизм (в основі якого лежить заощадливість і раціональність), але й відому зневагу до теорії знання. А це й собі сприяло формуванню наочно-дієвого та образного мислення англійців за рахунок абстрактного.

Багато дослідників відзначають, що невловимі категорії англійцю незрозумілі, що він розуміє тільки те, що бачить і відчуває, англійцю бракує уяви, і він не вміє абстрагуватися. Усі наукові дисципліни англійці розглядають у плані їхньої практичної значущості. Істина для них постає лише в конкретно вираженій формі [6].

Якщо високий практицизм, працьовитість і діловитість, безперечно, є позитивними якостями національного характеру англійців, то зневага до теорії, слабка уява й невміння абстрагуватися лише підсилюють їхню схильність до компромісу. Історія свідчить про те, що задля досягнення хоча б часткових, але значущих результатів англійці завжди готовий поступитися принципами абстрактними, слабо уявними в далекій перспективі.

Тривала й наполеглива діяльність у сфері комерції та завоювання інших держав мотивували в національній психології англійців портретні характеристики сухої розважливості та підприємництва, витримку й упевненість у собі. Цьому ж сприяло й насаджуване в недалекому минулому пуританство, принципи якого вимагали самодисципліни та вміння володіти собою.

Одна з головних життєвих цінностей для англійців – матеріальне благополуччя як наслідок їхньої заощадливості. Ні в кого багат-

ство не користується такою пошаною. Яке б не було суспільне становище людини в Англії – учений, адвокат, політичний діяч, священнослужитель, – він насамперед – комерсант. На будь-якому терені його перша турбота – накопичити якомога більше. Припускаємо, що тут можемо говорити й про їхню надмірну ощадливість, яка вже пов'язана зі скупістю й жадібністю, зокрема й до грошей.

Для перевірки цього припущення звернімося до тлумачних словників англійської та української мов, щоб зрозуміти, як семантизується поняття “money” / «гроші» у двох лінгвокультурах.

У словнику Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English [12, с. 987] *money* – це:

1. What you earn by working or selling things, and use to buy things. – Те, що заробляють на роботі або при продажу речей й використовують для купівлі чогось.

2. Coins or paper notes. – Металеві монети або паперові знаки.

3. A person's wealth including their property. – Багатство людини, що включає її власність.

4. Sums of money. – Грошові суми / накопичення.

Згідно з великим тлумачним словником української мови [3, с. 210] гроші – це:

1. Металеві або паперові знаки, що є мірою вартості при купівлі-продажу.

2. Капітал, статок.

Лексема *money* також має латинський корінь *moneta* – місце, де кувалися гроші, монети [11].

Лексема *money* зі значенням «металеві гроші, монета» була запозичена зі старофр. *monnaie* – «гроші, монета»; першоджерелом запозичення стало лат. *moneta* – «місце для чеканки грошей». *Moneta* – титул римської богині Юнони, біля храму якої виготовлялися гроші. Вочевидь, *moneta* походить від лат. *monere* «радити, попереджати» [11] (звідси в англ. мові *monitor* – «наставник, радник, староста», у польській мові *miennica* – «установа державних паперів» [5, с. 305]).

Першоджерелом лексеми *гроші* в українській мові послужило латинське словосполучення *grossus denarius* – важка монета. У зв'язку з вилученням динаріїв з обігу, другий компонент цієї ідіоми відпав, а слово *grossus* через німецьку мову потрапило до польської (*grosz*), а потім – і до української мови [7, с. 265].

У зв'язку з тим, що всі вищевказані значення містять очевидний позитивний смисл в



обох мовах, а отже, демонструють позитивне ставлення людей до грошей, перевіriamo справедливість словникових фіксацій семантики цих лексем і зроблених на основі цього висновків. Для цього реконструюємо культурно-символічні й ономазіологічні смисли / мотиви етнокультурних стереотипних фразеоформул із цим компонентом, які є реліктами народної мудрості.

Російська дослідниця А. Єргунова [4] виводить такі характеристики поняття «money», які в роботі екстрапольовано для зіставлення з українськими фразеоформулами із семантикою грошей:

До таких характеристик можна ще додати здатність грошей вирішувати більшість життєвих проблем. Крім того, в англійців, так само, як і в українців, більше стереотипів, сформованих на основі уявлень про гроші й ставлення до них, які підкреслюють силу, владу, що її дають гроші. Виділяємо стереотипні фразеоформули із загальною семою «гроші всі двері відкривають» (англ.: *All things are obedient to money. If money go before, all ways lie open. Money is a universal language speaking any tongue. Money is power. Gold rules the world, Money makes the world go round. Money runs the world, No lock will hold against the power of gold*; укр.: *За гроші й кобила побіжить. Хто грошей не має, той пішки махає. Як ідеши в суд, то грошей не забудь. У кого гроші, той хорошиий. На гроші немає посту. Коли гроші говорять, тоді правда мовчить*).

Виходячи із зафіксованих диференціацій загальнокатегоріальної семи «гроші всі двері відкривають», маємо сказати, що в окремих англійських формулах актуалізовано додаткову сему «обтяження, ноша» (2, с. 7), яка має негативний зміст, принаймні відтінок негативності.

Українці вважають, що гроші завдають чимало клопоту, наприклад: «*Більше грошей – більше клопоту*»; «*Від грошей усе зло*» – надмірна пристрасть до грошей тягне за собою аморальність, жадібність, черствість. Українська щирість і ставлення до дружби (стосунків із близькими людьми) стереотипізуються як поняття, важливіші за гроші: «*Любов за гроші не купиши*» – почуття до рідних і коханих важливіші, ніж гроші.

Варто прокоментувати культурно-символічну природу стереотипної фразеоформули *Riches serve a wise man but command a fool* – *Розумна людина – господар грошам, а скупий – слуга*, де підкреслюється одна з домінуючих портретних характеристик національного характеру англійців: їхня раціональність, прагматизм, які проявляються скрізь у поведінці цього етносу, зокрема, і в умінні поводитися з грошми, розумно ними користуватися.

Така поведінка зумовлена як релігійно-етичними нормами англійського суспільства, так і специфікою становлення їхніх торгівельно-економічних зв'язків як усередині країни, так і з іншими державами.

Хрестоматійною працею, де глибоко осмислено питання зв'язку між релігійно-етичними

1	Важкодоступність	Money doesn't grow on trees	Сума то сума (гроші), та до неї треба й ума.
2	Скороминучість	Money has wings	Гроші – вода, прийшла й пішла. Гроші приходять кроком, а тікають галопом.
3	Відсутність поваги	A poor man has no friends. Little purse is a heavy curse.	Як грошей нема – то й друзів катма.
4	Наявність благ	All things are obedient to money.	Дай судді гроші – будуть справи хороши. Гроші відмикають усі двері. Гроші в гамані, а помагають у біді. Гроші бережи – вони тебе й врятують. Гроші воюють, гроші торгують, а без грошей – горюють. У кого гроші є, тому руку всяк дає. Як копійка ведеться, то й добре живеться.
5	Акумуляція	Money begets (breeds, comes to) money	
6	Відсутність проблем	Little wealth, little care	
7	Наявність клопоту	A great fortune is a great slavery.	Гроші – турбота (брусок). Більше грошей – більше клопоту. Грошей немає, і клопоту немає. Гроші – що каміння, важко на душу лягають.. Грошей багачко, а щастя – мало. Через золото сльози ллються.

[8, с. 47; 10, с. 568]

принципами та формами економічної діяльності англійців, є робота Макса Вебера «Протестантська етика та дух капіталізму». Здійснений німецьким соціологом та економістом систематичний аналіз суспільства Нового часу продемонстрував становлення сучасного капіталізму шляхом упровадження в життя принципу раціональності, ідеї «покликання» та здатності цілком віддавати себе діяльності в межах своєї професії [2].

З XVI століття в Європі почався підйом буржуазії, чому посприяла протестантська доктрина. На думку М. Вебера, на початкових етапах розвитку капіталізму тенденція максимізувати прибуток стала результатом тенденції до накопичення надлишкових благ. М. Вебер показує також, що капіталізм – це вираження сучасного західного раціоналізму (феномена, тісно пов'язаного з Реформацією).

Зокрема, М. Вебер виявив специфічні для протестантизму світоглядні настанови та національну картину світу, згідно з якими людина є посланцем Бога, її повсякденна праця – це релігійний обов'язок та єдино можливий спосіб служіння Богу. Успіх та рентабельність у раціональній та систематичній праці є свідченням спасіння душі вірянина, а розширення справ та реінвестиції закладають засади мирського служіння Богові [2].

Що стосується Ж. Кальвіна, у своїх теоретичних поглядах він виходив з того, що у світі панує божественне приречення. Доля кожної людини визначена заздалегідь, і ніщо не може її змінити. Ж. Кальвін вважав, що ще у своєму земному житті людина здатна дізнатися про своє приречення. Визначальним показником вважався успіх у мирських справах. Звідси – прагнення домогтися найвищого успіху у своїй професії [1].

У священному плані Реформація заперечує принцип авторитету та ієрархії: протестанти визнавали тільки Євангеліє, і жодна духовна влада не могла стояти вище за нього. Жоден понтифік, жодна церква не може вважатися непогрішною – Христос їх такими не називав – а значить, кожен християнин має право сам, вільно, без огляду на духовних авторитетів, тлумачити Слово Боже. Крім індивідуалізму, протестантська теорія вільного тлумачення пов'язана й з іншим аспектом сучасності – з раціоналізмом. Індивід, що відкинув усякий контроль і всяку традицію, покладається винятково на розум (основу будь-якого судження), що відтепер стає мірилом будь-якої істини.

Під впливом Реформації утверджувалися нові якості людини: любов до праці, скром-

ність, чесність, добродійність, ініціатива, відповідальність, помірність, ощадливість, турбота про репутацію та розвинене почуття обов'язку, які сформували необхідний елемент у культурно-національному стереотипному портреті англійця: «раціонально дієва економна людина». У системі цінностей, покладених в основу формування англійської креативно-реформаторської діяльності, інновацій та активності, раціональність посідає пріоритетне місце. При цьому раціональність як певний тип ставлення до світу не обмежується пізнавальною діяльністю, вона передбачає й раціоналізацію реальної практичної діяльності, раціональну дію щодо реальності, яка оточує людину, з метою її перетворення, панування та водночас маніпуляції.

Отже, історична унікальність протестантської етики, яка постала духовною передумовою капіталістичного підприємництва, полягає в тому, що вона створила специфічні ціннісні орієнтації на безкінечне інвестування, розвиток виробництва та постійне нарощування капіталу, етично легітимізувала багатство та матеріальний прибуток.

Стереотипи образної й асоціативної свідомості англійців підтверджують думку про те, що «треба наполегливо працювати, щоб заробити гроші»: *Money doesn't grow on trees; If you don't speculate, you can't accumulate; If you won't work, you shan't eat*; «треба бути заощадливим, щоб мати гроші»: *A penny saved is the penny earned*; «людина з грошима – завжди шанована»: *Money makes a man*.

У англійців розповсюджене шанобливе ставлення до людини саме з матеріальним достатком і негативне – до злиднів: *Poor man has no friends* – Бідна людина не має друзів; *When poverty comes in at the door, love flies out of the window*. – Коли бідність підходить до дверей, любов вилітає у вікно.

На головному місці в житті стоїть комерція, справа: *Business is business; Business before pleasure*. – Спочатку справа.

Етимологічно лексема *business* походить від давньоанглійського *bisig* – зайнятість, справа, діло, професія [9]. Але при цій неприборканій пристрасті до збагачення англійці зовсім не скупий (*Money is a good servant, but a bad master* – Гроші – чудовий слуга, але поганий хазяїн; потрібно володіти собою і не піддаватися владі грошей), навіть схильний до марнотратства: любить жити з великим комфортом і на широку ногу: *Money burns a hole in the pocket* – Гроші пропалюють кишеню.



Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи спостереження за культурно-символічними й мотиваційними факторами стереотипізації уявлень англійців і українців про гроші, можемо зробити висновки, що ці уявлення марковані релігійно-етичними принципами, національними традиціями й соціальними факторами. В англійській культурі мотиваторами таких стереотипів є власна справа / бізнес (праця), влада, сила, матеріальне благополуччя; в українській культурі – духовно-фізіологічні блага: друзі, здоров'я, праця заради праці та праця як протиставлення лінії для того, щоб також мати добробут тощо. Тим не менше, незважаючи на ці відмінності, чимало стереотипних уявлень обох етносів про гроші й працю є спільними: швидке зникнення грошей, клопіт через гроші, влада, яку дають гроші тощо.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бучило Н. Философия / Н. Бучило, О. Чумаков. – [4-е изд.]. – СПб. : «Питер», 2004. – 433 с.
2. Вебер М. Избранные произведения; [пер.с нем.] / М. Вебер. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / [уклад. і голов. ред. В. Бусел]. – К.; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2005. – 1728 с.
4. Ергунова А. Отношение русских и англичан к деньгам в пословицах / А. Ергунова, К. Русяева // Гуманитарные научные исследования, 2014. – № 9. – С. 48–56.
5. Митрополит Іларіон (проф., д-р Іван Огієнко). Етимологічно-семантичний словник української мови : в 4 т. / Митрополит Іларіон. – Канада : Вінніпег (Накладом тов-ва «Волинь»), 1995.
6. Крысько В. Этническая психология / В. Крысько. – М. : «Академия», 2008. – 320 с.
7. Яковлева А. Сучасний тлумачний словник української мови / А. Яковлева, Т. Афонська; [під ред. С. Ломакович]. – Х. : ТОРСІНГ ПЛЮС, 2007. – 672 с.
8. Українські приказки, прислів'я і таке інше : [зб. Опанаса Марковича й ін.] / [упоряд. М. Номис]. – К. : Либідь, 2003. – 352 с.
9. Chambers Dictionary of Idioms. – Chambers, 1996. – 416 p.
10. Farlex Dictionary of Idioms. – Farlex, 2015. – 1540 p.
11. Harper D. Online Etymology Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.etymonline.com/>.
12. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / [ed. by A. Hornby]. – Oxford University Press, 2005. – 1780 p.