ИЗДАТЕЛЬСТВО ГРАМОТА

Филологические науки. Вопросы теории и практики
Philology. Theory & Practice

ISSN 2782-4543 (online)
ISSN 1997-2911 (print)

2025. Том 18. Выпуск 7 | 2025. Volume 18. Issue 7
Материалы журнала доступны на сайте (articles and issues available at): philology-journal.ru

RU

Концепт MONEY/ДЕНЬГИ в английских и русских фразеологизмах и паремиях: концептуальный признак «средство коммуникации»

Назарова О. В., Слугина О. В.

Аннотация. Цель исследования – выделить концептуальный признак «средство коммуникации» в семантической структуре концепта MONEY/ДЕНЬГИ в английской и русской лингвокультурах. Концепт MONEY/ДЕНЬГИ является одним из базовых концептов английской и русской лингвокультуры и представляет собой амбивалентную знаковую сущность, включающую различные концептуальные признаки. В статье дается представление о номинативной плотности, ценностной и образной сторонах выбранного концепта, анализируются английские и русские фразеологизмы и паремии о деньгах, в которых представлен концептуальный признак «средство коммуникации». Научная новизна исследования состоит в том, что в нем впервые в конфигурации семантического поля концепта MONEY/ДЕНЬГИ выделен такой когнитивный признак, как «средство коммуникации», определены и описаны его семантические элементы. В результате исследования установлено, что данный концептуальный смысл представлен тремя основными составляющими, характеризующими деньги, во-первых, как «участника социальной коммуникации» (деньги – это знаковая система, играющая большую роль в коммуникации в обществе); во-вторых, как «средство невербальной коммуникации» (деньги являются носителем информации, своего рода сообщением о личности и социальном статусе человека, универсальным языком, понятным каждому); в-третьих, как «критерий истинности своего мнения в вербальной коммуникации» (деньги выступают индикатором, который показывает достоверность высказанного мнения и подтверждает его соответствие действительности). Кроме того, сделан вывод о том, что исследуемый признак концепта MONEY/ДЕНЬГИ репрезентирован как в английской, так и в русской языковой картине мира, однако ярче выражен в английском языке.

EN

The concept of MONEY/ДЕНЬГИ in English and Russian idioms and proverbs: the conceptual feature of "means of communication"

O. V. Nazarova, O. V. Slugina

Abstract. The aim of this research is to identify the conceptual feature of "means of communication" in the semantic structure of the concept MONEY/ДЕНЬГИ in English and Russian linguistic cultures. The concept MONEY/ДЕНЬГИ is one of the basic concepts of English and Russian linguistic culture and is an ambivalent symbolic entity that includes various conceptual features. The article provides an overview of the nominative density, value and figurative aspects of the chosen concept, analyzes English and Russian idioms and proverbs about money, which present the conceptual feature "means of communication". The scientific novelty of the research lies in the fact that for the first time, such a cognitive feature as "means of communication" is highlighted in the configuration of the semantic field of the concept MONEY/ДЕНЬГИ, its semantic elements are defined and described. As a result of the study, it was found that this conceptual meaning is represented by three main components characterizing money, firstly, as a "participant in social communication" (money is a sign system that plays a large role in communication in society); secondly, as a "means of nonverbal communication" (money is a carrier of information, a kind of message about a person's personality and social status, a universal language understood by everyone); thirdly, as a "criterion of truth of one's opinion in verbal communication" (money acts as an indicator that shows the reliability of the expressed opinion and confirms its compliance with reality). In addition, it was concluded that the investigated feature of the concept MONEY/ДЕНЬГИ is represented both in the English and in the Russian linguistic picture of the world, but it is more pronounced in English.

Научная статья (original research article) | **https://doi.org/10.30853/phil20250391**

© 2025 Авторы. © 2025 ООО Издательство «Грамота» (© 2025 The Authors. © 2025 Gramota Publishing, LLC). Открытый доступ предоставляется на условиях лицензии CC BY 4.0 (open access article under the CC BY 4.0 license): https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

Введение

В современной лингвистической науке концепт общепринят в качестве лингвистически релевантной единицы знания, фиксированной смысловой единицы, единицы межкультурной коммуникации (Болдырев, 2001; Зусман, 2003; Карасик, 2004). Исследование смыслового объема, семантической структуры, концептуальных признаков, имплицитных смыслов и концептуальных связей различных лингвокультурных концептов продолжает оставаться в фокусе пристального внимания ученых.

Концепт MONEY/ДЕНЬГИ является одним из базовых концептов английской и русской лингвокультуры и представляет собой амбивалентную знаковую сущность, включающую различные концептуальные признаки, рассматриваемые в широком культурологическом понимании: «средство для жизни», «универсальный эквивалент», «средство формирования идентичности человека и общества», «средство коммуникации» и др. (Назарова, 2018). Многие ученые, в частности современный отечественный социолог Н. Н. Зарубина (2011), отмечают, что деньги выполняют множество социальных функций, одной из которых является осуществление коммуникации между членами общества – деньги влияют на формирование и развитие социальных отношений, что, по нашему мнению, должно найти отражение и в лингвокультуре, то есть получить языковую репрезентацию. Таким образом, в данной работе нами впервые в конфигурации семантического поля концепта MONEY/ДЕНЬГИ выделяется такой когнитивный признак, как «средство коммуникации», определяются и описываются его семантические элементы.

Актуальность исследования обусловлена современными тенденциями в области гуманитарного знания, а именно, непреходящим интересом ученых к изучению коммуникативного аспекта функционирования различных языковых, лингвокультурных и социокультурных явлений (Буденкова, Никитин, 2012; Ишанкулова, 2011; Зарубина, 2011), а также применением как когнитивно-лингвистистического, так и лингвокультурологического подхода к описанию концепта MONEY/ДЕНЬГИ.

Согласно В. И. Карасику (2004, с. 19), лингвокультурный концепт имеет трехкомпонентную структуру – понятийную, образную и ценностную составляющие.

Таким образом, для достижения цели исследования необходимо решить ряд задач:

– охарактеризовать понятийную, образную и ценностную составляющие концепта MONEY/ДЕНЬГИ в английском и русском языках;

– рассмотреть языковые способы репрезентации концепта MONEY/ДЕНЬГИ, актуализирующие его концептуальный признак «средство коммуникации», в английской и русской лингвокультурах;

– определить и сравнить семантические элементы, составляющие концептуальный признак «средство коммуникации» концепта MONEY/ДЕНЬГИ, на материале фразеологических и паремиологических единиц о деньгах в английском и русском языках.

Для проведения исследования смыслового наполнения концепта MONEY/ДЕНЬГИ, позволившего выявить новый концептуальный признак в его структуре, в данной статье применялись следующие методы:

1) метод сплошной выборки материала из лексикографических источников для отбора фразеологизмов и пословиц о деньгах, в которых, по нашему мнению, репрезентируется концептуальный признак «средство коммуникации» концепта MONEY/ДЕНЬГИ;

2) семантический анализ выбранных фразеологических единиц и паремий для выявления значений элементов в их структуре;

3) сравнительно-лингвистический анализ, используемый для определения сходств и различий в реализации концептуального признака «средство коммуникации» исследуемого концепта в английском и русском языках.

Материалом для исследования послужили английские и русские фразеологические и паремиологические единицы о деньгах из лексикографических источников.

Теоретическую базу исследования составляют работы ведущих отечественных ученых в области когнитивной лингвистики, лингвоконцептологии (Болдырев, 2001; Карасик, 2004; Попова, Стернин, 2010; Слышкин, 2004), а также исследования современных авторов, посвященные изучению структуры и функционирования концепта MONEY/ДЕНЬГИ в английской и русской лингвокультурах (Агаркова, 2001; Кошарная, 2010; Майоренко, 2005; Медведева, 2009; Палеева, 2010).

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов в преподавании практического курса английского языка, лингвокультурологии, межкультурной коммуникации в вузах в целях углубленного изучения английской лингвокультуры в ее сравнении с русской лингвокультурой.

Обсуждение и результаты

Понятийная сторона концепта ДЕНЬГИ представлена в русском языке следующими лексемами – *деньжата, деньжонки, деньжищи*, *баки, баксы, бабки (бабашки, бабочки, бабульки, бабуля, бабосики, бабло, бабье), грины, зеленые, капуста, мани, финансы (финаги, финалы, финаш, финажки), капиталы, презренный металл* (Кошарная, 2010; Медведева, 2009, с. 125). В английской лингвокультуре концепт MONEY также обладает, по терминологии В. И. Карасика (2004, с. 141), большой номинативной плотностью – *money* («деньги»); *ready money, cash, hard cash, the ready, readies* («наличные», «звонкая монета»); *finance* («финансы»); *capital* («капитал»); *funds, resources* («денежные средства»); *banknotes* («банкноты»); *currency* («валюта»); *coin, coinage* («монета»); *silver* («серебро»); *copper* («медь»); *legal tender* («законное платежное средство»); *specie* («металлические деньги»); *bread* («средства к существованию»); *brass* («медяки»); *bucks* («доллары, баксы»); *cabbage* («капуста»); *dosh*

(«деньги, бабки»); *filthy lucre* («нажива»); *wherewithal, the necessary, the needful* («необходимые средства»); *shekels, tin* («деньги, богатство»); *dough, gelt, Jack, lolly, loot, mazuma, moolah, spondulicks* (англ. слэнг «деньги») (The Colour Oxford Thesaurus, 2002 , с. 393).

Концепт MONEY/ДЕНЬГИ имеет широкое семантическое поле, обладает большой метафорической диффузностью (термин Г. Г. Слышкина (2004)) в английской и русской лингвокультурах. Многочисленные лингвистические и лингвокультурологические исследования концепта MONEY/ДЕНЬГИ (Андрианова, 2022; Борисенко, Питина, 2023; Васьбиева, 2022; Камышанченко, Нерубенко, 2012; Майоренко, 2005; Медведева, 2009; Назарова, 2018; Пенягина, 2021), в том числе на материале фразеологизмов и паремий, выявляют, анализируют и сравнивают его национально-культурное содержание и различные концептуальные признаки в структуре семантического поля концепта в английском и русском языках, отмечают амбивалентность смыслового наполнения данного концепта.

Так, Е. Б. Пенягина (2021, с. 105) на материале Национального корпуса русского языка определяет атрибутивные связи концепта ДЕНЬГИ в русском языковом сознании, выявляющие такие концептуальные признаки, как «признак качества», «признак принадлежности», «признак количества», «признак – способ получения», «признак целевого использования».

Т. В. Борисенко, С. А. Питина (2023, с. 29-30), рассматривая концепт ДЕНЬГИ/MONEY в структуре разных концептуальных категорий на материале ассоциативных словарей, выделяют по шесть ядерных признаков концепта в русском и английском языковом сознании: в русском языке ДЕНЬГИ имеются в большом количестве (множество); являются злом (зло); то, что расходуют (трата); то, чего не хватает / нет (недостаток); то, у чего есть источник (работа); используются людьми (человек); в английском языке MONEY – то, у чего есть источник (salary «зарплата»); можно честно заработать (job «работа»); приносят социальное и материальное благо (wealth «богатство, достаток»); могут быть в любом виде (gold «золото»); хранятся в банке (bank «банк»); используются людьми (people «люди»). Кроме того, исследователями выявлено большое количество периферийных признаков данного концепта.

Изучение фразеологического и паремиологического языкового фонда дает представление об образной и ценностной составляющих концепта. Так, Д. Г. Васьбиева (2022, с. 2558-2559) классифицирует английские пословицы о деньгах на девять семантических групп: власть, влияние, сила; деньги мотивируют; важность денег; экономический актив; зло; отсутствие денег; легкие деньги; деньги – не главное; свойство денег. Д. В. Андрианова (2022, с. 122-125) исследует аксиологическую составляющую концепта ДЕНЬГИ в русских пословицах, выявляя ряд амбивалентных ценностно-смысловых доминант, например: бережливость; порицание скупости; легкое отношение к расходованию денег; высокая ценность своих, заработанных, честных денег; негативное отношение к чужим, присвоенным деньгам; важнейшая составляющая жизни, негативное отношение к их отсутствию; сила, мерило всего; большие деньги – источник забот и тревог; деньги – индикатор истинности дружбы, любви.

Таким образом, семантическая структура концепта MONEY/ДЕНЬГИ однозначно включает в себя множество концептуальных признаков, объективирующихся в различных языковых единицах, в частности в английских и русских фразеологизмах и паремиях. Приведем несколько примеров:

- концептуальный признак «отсутствие денег» – *not to have a bean* («не иметь ни одного боба» – ни гроша); *not a penny to spare* («нет ни пенни») – *денег в обрез, денег кот наплакал, не иметь ни гроша, нет ни копейки* (Кунин, 2001; Федоров, 2008);
- концептуальный признак «иметь много денег» – *be flush with money, have money to burn* – («сорить деньгами»), *be made of money* («быть сделанным из денег»), *roll/wallow in money* («купаться в деньгах»), *have pots of money* («иметь горшки денег») – *денег куры не клюют, загребать деньги лопатой, купаться в золоте* (Кунин, 2001; Федоров, 2008);
- концептуальный признак «насущная необходимость, нечто полезное, положительное» – *daily bread* («насущный хлеб»), *bread and butter* («хлеб с маслом») (Кунин, 2001); *A heavy purse makes a light heart* («Тяжелый кошелек делает сердце легким») (The Oxford Dictionary…, 2008); *Как деньги при бедре, так помогут при беде. Когда кошелек легок – на душе тяжело. Хуже всех бед, когда денег нет* (Даль, 2006);
- концептуальный признак «зло» – *the root of all evil* («корень всех зол»), *filthy lucre* («грязная нажива») – презренный металл (Кунин, 2001; Федоров, 2008). *A great fortune is a great slavery* («Большое состояние – это великое рабство»); *Деньги, что каменья: тяжело на душу ложатся* (Oxford Dictionary…, 2008; Даль, 2006). *Money often unmakes the men who make it* («Деньги часто губят тех, кто их наживает»); *Muck and money go together* («Грязь и деньги ходят рядом») (Oxford Dictionary…, 2008). В данных английских пословицах семантика лексем *slavery «рабство»*, *muck «грязь»*, *unmake* «разрушать, уничтожать» имеет выраженную негативную окраску. В русском языке отрицательно окрашены, например, пословица *Готов за деньги родную мать продать* (Даль, 2006), используемая в разговорной речи поговорка *Деньги портят человека/людей*.

В ходе исследования концепта MONEY/ДЕНЬГИ на материале английских и русских фразеологизмов и паремий нами выявлен ***концептуальный признак «средство коммуникации»***, который включает ***несколько составляющих:***

Во-первых, деньги характеризуются как нечто, обладающее большой властью в обществе. Так, в английском языке существует фразеологизм *almighty dollar* – «всемогущий доллар» (Кунин, 2001). В англоязычной картине мира деньги рассматриваются как нечто привлекательное, как движущая сила: *Money makes the world go* («Деньги заставляют мир вращаться»); *Money is power* («Деньги – сила»); *Money is welcome though it come in a dirty clout* («Деньги не пахнут»); *Money never comes out of season* («Деньги никогда не выходят из моды») (Oxford Dictionary…, 2008); *slush fund* (slush – «жидкая грязь; смазка», fund – «фонд») – деньги, предназначенные

для нечестных целей, особенно в политике (The Longman Dictionary…, 2005, с. 1558) (в русском языке в похожем смысле используется глагол «подмазать»).

Таким образом, деньги выступают своеобразным «***участником социальной коммуникации»***, на что непосредственно указывают и лексемы *talk* «говорить», *answer* «отвечать», *recommend* «рекомендовать», *letter* «письмо» в следующих языковых единицах: *money talks* – «деньги говорят сами за себя» (соответствует русской пословице *Деньги все двери открывают*), выражение используется, чтобы сказать, что люди с деньгами обладают властью и могут позволить себе все, что хотят (Longman Dictionary…, 2005, с. 1062); *Money will do more than my lord's letter* («Деньги сделают больше, чем письмо моего господина») (The Oxford Dictionary…, 2008); *Money makes a man free (recommends a man) everywhere* («Деньги делают человека свободным / рекомендуют человека везде»); *Money answers all things* («Деньги отвечают на все вопросы») (Oxford Dictionary…, 2008).

В русском языке существует пословица *Когда деньги говорят, тогда правда молчит* (Даль, 2006), в которой глаголы «говорить» и «молчать» характеризуют деньги непосредственно как коммуниканта, участвующего в социальной коммуникации, играющего в ней важную роль и определяющего ее ход и результат – истинность происходящего. В русскоязычной картине мира деньги также обладают большой властью, силой, влиянием в обществе: *Денежка дорожку прокладывает. Деньги – крылья. Деньга и камень долбит. Кто попу рубль, тот и во святых свой. И барину деньга господин* (Даль, 2006).

Во-вторых, деньги выступают как ***«средство невербальной коммуникации»***, характеризуя внешность человека и идентифицируя его как личность: *look/feel like a million dollars* («выглядеть / чувствовать себя на миллион долларов») – выглядеть очень привлекательным / чувствовать себя очень счастливым и здоровым (Longman Dictionary…, 2005, с. 1043). Деньги могут заменить личность человека, выступить его репрезентантом: тому, у кого есть деньги в кошельке, не нужна голова на плечах*: He that has money in his purse, cannot want a head for his shoulders; Money makes the man* («Деньги делают человека»)*; С деньгами на свете, так и дурак ездит в карете* (Oxford Dictionary…, 2008; Даль, 2006) – в буквальном смысле формируют его личность, его статус в обществе. В современном английском языке существует фразеологизм *I'm not made of money* («я не сделан из денег») – используется, чтобы сказать, что вы не можете позволить себе что-то, когда кто-то просит вас заплатить за это (Longman Dictionary…, 2005, с. 1062).

В русских паремиях и фразеологизмах деньги также выступают эквивалентом многих человеческих качеств, характеризуют человека как личность и определяют его место в обществе: *С деньгами мил, без денег постыл. Гроша нет за душой. За свой грош везде хорош* (Даль, 2006) – человек с деньгами характеризуется чаще всего положительно, бедный человек – отрицательно. Показательной является в данном смысле пословица: *В полном мешке – брат родной, в полумешке – двоюродный, на дне мешка – в сватовстве, а нет в мешке, нет и родни* (Даль, 2006). Отношение к человеку сравнивается со взаимоотношениями людей с разной степенью родства и находится в прямопропорциональной зависимости от количества имеющихся у него денег – как по-разному мы относимся к близким или дальним родственникам и к чужим людям, так и чем меньше денег у человека, тем он менее важен и нужен. Приведем еще примеры русских паремий, в которых наличие или отсутствие денег выступает непосредственной характеристикой человека в обществе, влияет на отношение к нему: *Добр Мартын, коли есть алтын; худ Роман, коли пуст карман. Без денег – бездельник. Без денег – везде худенек. Были денежки – любили Сеню девушки, а не стало денежек – забыли Сеню девушки* (Даль, 2006).

Деньги выступают в обществе как универсальный, всем понятный язык: *Золото не говорит, да много чудес творит. И слова не скажи, только грош покажи / Иному слова не скажи, а только деньги покажи. Коли богатый заговорит, так есть кому послушать.* Кроме того, деньги характеризуют человека опосредованно, не через количество, а через отношение самого человека к ним: *У скупого рубль плачет, а у щедрого и полушка скачет. Кто за копейкой не нагнется – ломаного гроша не стоит. И нашим, и вашим за копейку спляшем / За грош с колокольни соскочит* (Даль, 2006).

Однако и сам человек характеризует деньги, придает им смысл, определяет их место в системе ценностей, например: *Без хозяина деньги – черепки* (Даль, 2006). Во фразеологическом и паремиологическом фонде обеих лингвокультур отмечается и преобладание моральных ценностей над силой и влиянием денег: *Money is a good servant but a bad master* («Деньги – хороший слуга, но плохой хозяин»). *Wealth is nothing without health* («Деньги – ничто без здоровья»). *A good name is better than riches* («Хорошее имя – лучше, чем богатство») (Oxford Dictionary…, 2008). *Денег ни гроша, да слава хороша. Уговор/Почет дороже денег. Не имей сто рублей, а имей сто друзей* (Даль, 2006).

В-третьих, деньги выступают в качестве ***«критерия истинности своего мнения в вербальной коммуникации»***:

В современном английском языке существует несколько устойчивых выражений с *лексемой "money",* в которых репрезентируется данный семантический элемент признака «средство коммуникации» концепта MONEY/ДЕНЬГИ. *For my money* («за мои деньги») – по моему убеждению – применяется при выражении собственного мнения, чтобы подчеркнуть, что вы полагаете именно так, вашу точку зрения (Longman Dictionary…, 2005, с. 1062). *Put your money where your mouth is* («поставь свои деньги на то, о чем говоришь») – подкрепить свои слова делом – показать своими действиями, что вы действительно верите в то, что говорите (Longman Dictionary…, 2005, с. 1062). *Be (right) on the money* («в яблочко», «прямо в цель») – быть полностью правильным или правым (Longman Dictionary…, 2005, с. 1062). В данных фразеологизмах деньги трактуются как нечто важное, непреходящее, имеющее большую ценность в глазах отдельного человека и всего общества, их упоминание подкрепляет мнение участников коммуникации, выступает гарантом правдивости, правильности мнения говорящего. В англоязычной картине мира деньги являются своего рода эталоном, с которым соотносится не только личность человека, его место в материальном социуме, но и такая духовная категория, как «истина».

В русском языке мы не нашли эквивалентов вышеуказанным фразеологизмам. В русской лингвокультуре существует фразеологизм *«принимать за чистые деньги / за чистую монету»* – принимать за истину, правду, воспринимать всерьез, однако так говорят про то, что не всегда будет являться на самом деле истинным, а, наоборот, зачастую оказывается сомнительным; используется поговорка *«За что купил – за то и продаю»,* выражающая неуверенность говорящего при передаче услышанного от других, чужого мнения о чем-либо (Федоров, 2008). В русскоязычной картине мира, в отличие от англоязычной, деньги не выступают в качестве эталона и эквивалента истины, правда/истина – это то, что в конечном счете нельзя измерить деньгами.

Несомненно, деньги – это знаковая система, играющая большую роль в социальной коммуникации в английской и русской лингвокультуре; они являются носителем информации, своего рода сообщением о месте и статусе человека в обществе, их язык понятен абсолютно всем; в английской лингвокультуре деньги могут выступать одним из критериев, по которым оценивается истинность действительности. С лингвистических позиций концепт MONEY/ДЕНЬГИ в английском и русском языках имеет в своей структуре концептуальный признак «средство коммуникации», актуализирующийся в ряде фразеологических и паремиологических единиц, включающий в себя несколько семантических элементов – «участник социальной коммуникации»; «средство невербальной коммуникации»; «критерий истинности своего мнения в вербальной коммуникации» (данный семантический элемент исследуемого концепта присутствует только в английском языке).

Заключение

Таким образом, мы приходим к следующим выводам. Концепт MONEY/ДЕНЬГИ занимает важное место как в английской, так и в русской лингвокультуре, поскольку обладает большой номинативной плотностью и метафорической диффузностью – широким семантическим полем, и в английском, и в русском языке его смысловое наполнение объективируется большим количеством языковых единиц (лексем, фразеологизмов, паремий) и структурируется множеством концептуальных признаков. Анализ различных языковых единиц дает представление о понятийной стороне, об амбивалентных образной и ценностной составляющих исследуемого концепта: MONEY/ДЕНЬГИ – это средство к существованию (*bread and butter / деньжата*) и богатство (*capital / деньжищи*); нечто обладающее большой властью (*almighty dollar / деньги все двери открывают*) и источник забот и тревоги (*the root of all evil / деньги, что каменья: тяжело на душу ложатся*) и т. д. В семантической структуре концепта MONEY/ДЕНЬГИ в английском и русском языках присутствуют такие концептуальные признаки, как «множество/избыток/богатство», «недостаток/отсутствие/трата», «насущная необходимость / заработок», «зло», «сила/власть» и другие.

Исследование английских и русских фразеологических и паремиологических единиц, в которых репрезентируется концепт MONEY/ДЕНЬГИ, показал, что одним из компонентов его смысловой структуры является концептуальный признак «средство коммуникации». Можно утверждать, что данный признак выделен в структуре концепта MONEY/ДЕНЬГИ, включает в себя несколько семантических элементов, кроме того, в конфигурации концептуального признака «средство коммуникации» исследуемого концепта в английском и русском языках наблюдаются определенные различия. Так, этот концептуальный признак ярче выражен в английском языке, что подтверждается большим количеством релевантного языкового материала по сравнению с русским языком. Однако и в английской, и в русской лингвокультуре деньги – это активный участник вербальной и невербальной коммуникации (*money talks / и слова не скажи, только грош покажи*), мощная действующая сила (*money is power / денюжка дорожку прокладывает*), важнейшая часть жизни (*money makes the world go / без денег – везде худенек*).

Итак, концептуальный признак «средство коммуникации» концепта MONEY/ДЕНЬГИ представлен тремя основными составляющими: 1) деньги как «участник социальной коммуникации» – MONEY/ДЕНЬГИ могут *talk (говорить)*, *answer (отвечать)*, *recommend (рекомендовать), make a man free (освобождать)*; 2) деньги как «средство невербальной коммуникации» – деньги действуют, они влияют на человека, формируя личность, определяют его социальный статус, отношение к нему в обществе: *Money makes the man*; *Золото не говорит, да много чудес творит; С деньгами мил – без денег постыл*; 3) деньги как «критерий истинности своего мнения в вербальной коммуникации» – в устойчивые выражениях *for my money, be on the money, put your money where your mouth is* деньги подкрепляют мнение человека, их упоминание подтверждает правоту говорящего, деньги являются своеобразным эталоном в англоязычной картине мира. Наибольшее количество языковых единиц, которые репрезентируют признак «средство коммуникации» концепта MONEY/ДЕНЬГИ, относится ко второй составляющей, меньшее количество фразеологизмов и паремий включают первую составляющую, третья составляющая представлена лишь несколькими фразеологическими единицами только в английской лингвокультуре. Таким образом, смысловое наполнение концептуального признака «средство коммуникации» концепта MONEY/ДЕНЬГИ несколько различается в английском и русском языках: в английском – присутствуют все три составляющие, в русском – два семантических элемента.

Перспективой дальнейшего исследования заявленной проблематики может стать рассмотрение языковой репрезентации данного концептуального признака во взаимосвязи с такими когнитивными смыслами концепта MONEY/ДЕНЬГИ, как «универсальный эквивалент», «средство формирования идентичности человека» в английской, русской и других лингвокультурах.

Материалы исследования | Research materials

1. Даль В. И. Пословицы русского народа: современная версия. М.: Престиж книга, Рипол классик, 2006.
2. Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь. Изд-е 3-е, стер. М.: Русский язык, 2001.

3. Федоров А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка. М.: Астрель, АСТ, 2008.
4. The Colour Oxford Thesaurus. Second edition. Oxford: Oxford University Press, 2002.
5. The Longman Dictionary of Contemporary English. Fourth edition. Harlow: Pearson Education Limited, 2005.
6. The Oxford Dictionary of Proverbs. Fifth edition. Oxford: Oxford University Press, 2008.

Источники | References

1. Агаркова Н. Э. Концепт «деньги» как фрагмент английской языковой картины мира (на материале американского варианта английского языка): дисс. … к. филол. н. Иркутск, 2001.
2. Андрианова Д. В. Аксиологическая составляющая концепта деньги в русских пословицах // Вестник Волгоградского Государственного университета. Серия 2. 2022. Т. 21. № 1. https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2022.1.10
3. Болдырев Н. Н. Концепт и значение слова // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: межвузовский сборник научных трудов. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001.
4. Борисенко Т. В., Питина С. А. Концепт ДЕНЬГИ/MONEY в структурах разных концептуальных категорий (на материале ассоциативных словарей) // Вопросы психолингвистики. 2023. № 3 (57). https://doi.org/10.30982/2077-5911-2023-57-3-23-35
5. Буденкова В. Е., Никитин А. П. Коммуникативная функция денег в культуре // Вестник Томского государственного университета. 2012. № 355.
6. Васьбиева Д. Г. Анализ английских пословиц, вербализующих концепт MONEY в современной языковой картине мира // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. Т. 15. Вып. 8. https://doi.org/10.30853/phil20220460
7. Зарубина Н. Н. Деньги как социокультурный феномен. М.: Анкил, 2011.
8. Зусман В. Г. Концепт в системе гуманитарного знания // Вопросы литературы. 2003. № 2.
9. Ишанкулова Д. Г. Коммуникативные ценности в лексико-фразеологической системе английского языка: автореф. дисс. … к. филол. н. М., 2011.
10. Камышанченко Е. А., Нерубенко Н. В. Сопоставительный анализ пословиц и поговорок английского и немецкого языков, репрезентирующих концепт «деньги» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2012. № 1.
11. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004.
12. Кошарная С. А. Концепт «деньги» в русском языковом сознании // Slowo. Tekst. Czas X: Jednostka frazeologiczna w tradycyjnych i nowych paradygmatach naukowych, Szczecin, Greifswaid, 6-10 listopada 2009 r. / pod red. M. Aleksiejenki, H. Waltera. Szczecin; Greifswaid, 2010.
13. Майоренко И. А. Концептуализация понятия «деньги» в лексической системе и фонде устойчивых единиц русского, английского и французского языков: дисс. … к. филол. н. Краснодар, 2005.
14. Медведева Т. С. К вопросу о сопоставлении лингвокультурных концептов // Вестник Удмуртского университета. История и филология. 2009. № 5-1.
15. Назарова О. В. Концепт «деньги» в пространстве современной культуры: опыт междисциплинарного исследования: дисс. … к. культ. Саранск, 2018.
16. Палеева Е. В. Способы вербализации концепта деньги средствами английского и русского языков: автореф. дисс. … к. филол. н. Курск, 2010.
17. Пенягина Е. Б. Вариативность концепта «Деньги»: лингвистическое и когнитивное исследование // Социо- и психолингвистические исследования. 2021. Вып. 9.
18. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М.: АСТ: Восток – Запад, 2010.
19. Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты: дисс. … д. филол. н. Волгоград, 2004.

Информация об авторах | Author information

RU

Назарова Олеся Владимировна[1], к. культ.
Слугина Ольга Валерьевна[2], к. филол. н.
[1, 2] Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева

EN

Olesia Vladimirovna Nazarova[1], PhD
Olga Valer'evna Slugina[2], PhD
[1, 2] Ogarev Mordovia State University

[1] *nazarovaov82@rambler.ru,* [2] *slolval@mail.ru*

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 26.11.2024; опубликовано online (published online): 21.07.2025.

Ключевые слова (keywords): концепт MONEY/ДЕНЬГИ; средство коммуникации; концептуальный признак; семантические элементы; английские и русские паремии и фразеологизмы; concept MONEY/ДЕНЬГИ; means of communication; conceptual feature; semantic elements; English and Russian proverbs and idioms.