

**Київський національний лінгвістичний університет**  
**Кафедра китайської філології**

Кваліфікаційна робота магістра з  
китайської філології  
на тему:

**ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ ГРОШІ В ЛЕКСИЧНИХ І  
ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЯХ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ**

Студентки групи ЗМПкит-57-20  
факультету сходознавства  
заочної форми навчання  
Освітньо-професійної програми  
Галузевий переклад: китайська мова,  
англійська мова  
Спеціальності 035 Філологія  
Спеціалізації 035.067 Східні мови та  
літератури (переклад включно),  
перша – китайська  
**Григоренко Юлії Юріївни**

Науковий керівник: Пілик В.В.  
канд. філол. наук, доц.

*Допущена до захисту*  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 року

*Завідувач кафедри*

\_\_\_\_\_  
(підпис) Любимова Ю.Л.  
(ПІБ)

Національна шкала \_\_\_\_\_  
Кількість балів \_\_\_\_\_  
Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

**Київ – 2021**

## ЗМІСТ

<b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕПТУ «ГРОШІ» .....</b>	<b>7</b>
<b>1.1 Термін «концепт» та аспекти його вивчення .....</b>	<b>7</b>
<b>1.2 Типологія концептів .....</b>	<b>13</b>
<b>1.3 Концепт «гроші» та особливості його аналізу в китайській лінгвокультурі .....</b>	<b>18</b>
<b>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1 .....</b>	<b>23</b>
<b>РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КОНЦЕПТУ «ГРОШІ» .....</b>	<b>25</b>
<b>2.1 Методики аналізу концепту .....</b>	<b>25</b>
<b>2.2 Поняття мовної картини світу та її відображення у пареміях .....</b>	<b>29</b>
<b>2.3 Поняття та способи вербалізації концепту .....</b>	<b>39</b>
<b>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2 .....</b>	<b>45</b>
<b>РОЗДІЛ 3 АНАЛІЗ КОНЦЕПТУ «ГРОШІ» В КИТАЙСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ .....</b>	<b>47</b>
<b>3.1 Інтерпретація слова «гроші» в українських та китайських тлумачних словниках .....</b>	<b>47</b>
<b>3.2 Лексичні репрезентанти концепту «гроші» в китайській мові .....</b>	<b>49</b>
<b>3.3 Класифікація паремій, які відображають концепт «гроші» в китайській мові .....</b>	<b>53</b>
<b>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3 .....</b>	<b>63</b>
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>65</b>
<b>РЕЗЮМЕ .....</b>	<b>69</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>72</b>

## ВСТУП

Процеси інтеграції та глобалізації, що нині відбуваються у сучасному світі привносять свої корективи у життя людей. Вони сприяють більш тісним економічним, культурним та політичним зв'язкам між різними народами. А це в свою чергу підвищує важливість питання міжкультурного спілкування. Так як мовна картина світу кожного народу складається із національних і універсальних концептів, які становлять концептосферу даної лінгвокультури, питання концептів стає більш актуальним.

Більш того, наразі лінгвістична наука змінила свій напрямок до антропометричної парадигми і більше фокусується на взаємопов'язаності мови із мисленням, ментальністю та культурою її представників, тобто більшого визнання набуває термін вивчення «людини у мові» й «мови в людині». А термін когнітивної лінгвістики «концепт» є одним із базових понять в науках про людину, а також одним із основних понять лінгвокультурології. Його можна назвати провідником між двома змінними – людиною та культурою. Аналізуючи ті самі концепти в різних мовах ми зможемо виокремити певні особливості менталітету, а також національний характер різних етносів, які пізніше можливо реконструювати шляхом аналізу засобів вербалізації концепту. Всі репрезентації концептів можна позначити за допомогою мовних знаків – слів, вони і будуть іменем концепту. Ім'я концепту може бути представлене як одним словом, так і словосполученням, і навіть реченням.

Високий інтерес до глибшого розуміння мовних явищ, а також прагнення лінгвістів до подальшого дослідження когнітивної лінгвістики та лінгвокультурології зробили поштовх до початку активних досліджень концепту «гроші». Даний концепт є важливим елементом картини світу, а також посідає важливе місце у системі національних цінностей. Все через те, що гроші були невід'ємною частиною життя людей з давніх часів, і ставлення суспільства до них адаптувалося відповідно до навколишніх змін.

Дослідження концепту «гроші» у Китаї має глибоке коріння, але науковці досліджують його в основному з погляду літератури, соціології та історії. Дослідження з погляду лінгвістики та лінгвокультурології ще не має достатнього теоретичного підґрунтя.

В даній роботі концепт «гроші» буде розглядатися на прикладі лексичних та фразеологічних одиниць китайської мови. Саме китайські фразеологізми, прислів'я та приказки є одним із головних засобів опредметнення даного концепту, вони чітко відображають реальне життя і свідомість китайського народу, адже зберігають у собі знання про традиції та сприйнятті світу. Саме ці паремії мають чітку національну своєрідність. Китайські стародавні фразеологізми ще досі активно використовуються носіями мови, а сучасна мова безперервно поповнюється новими одиницями, тому повністю відображають ментальність та історію країни.

**Актуальність** нашого дослідження зумовлена потребою в аналізі ключових концептів світової культури, а саме концепту «гроші», а також в поглибленні міжкультурного спілкування, успішність якого полягає в розумінні етнічних особливостей певного народу.

**Мета** даного дослідження полягає у виявленні способів та специфіки вербалізації концепту «гроші» в китайській лінгвокультурі, з'ясувати особливості змістового наповнення даного концепту.

Мета передбачає розв'язання наступних завдань :

1. змодельовати концепт «гроші» для подання його як цілісної ментальної одиниці;
2. визначити специфіку мовної об'єктивації концепту «гроші» та його репрезентантів;
3. проаналізувати теоретичну базу поняття «концепт»;
4. окреслити сучасні підходи до дослідження концепту та засобів його вербалізації в лінгвістиці;
5. дослідження понятійної складової концепту «гроші» за допомогою етимологічного аналізу.

**Об'єктом** дослідження є концепт «гроші» в китайській лінгвокультурі

**Предметом** дослідження виступають фразеологізми, прислів'я, приказки, що відображають концепт «гроші».

Використано наступні загальнонаукові та лінгвістичні **методи** наукового дослідження:

- описовий метод для інвентаризації вербалізаторів концепту «гроші»;
- метод аналізу словникових дефініцій для виокремлення лексико-семантичних варіантів лексеми 钱-гроші;
- метод класифікації;
- метод понятійного моделювання;
- компонентного та інтерпретативного аналізів;

**Наукова новизна** визначається поставленою метою та обумовлена тим, що з'ясовано значущість концепту «гроші» у свідомості китайського суспільства, подано репрезентанти концепту «гроші» китайською мовою, систематизовано вербальні засоби об'єктивації даного концепту в китайськомовній картині світу.

**Теоретичне значення** нашої роботи полягає у подальшому розвитку загальних положень когнітивної лінгвістики, та лінгвокогнітивного методу досліджень, у комбінуванні семантичного та лінгвокультурологічного аналізу фразеологізмів для опису мовної та культурної семантики фразеологізмів, проведений аналіз концепту «гроші» у китайській мовній картині світу можна вважати внеском у розробку теоретичних питань з лінгвоконцептології,

**Практичне значення** нашої роботи полягає у можливості подальшого використання отриманих результатів як допоміжних матеріалів для робіт з лінгвокультурології, знайти своє використання при укладанні рекомендацій щодо оптимізації міжкультурного спілкування.

**Апробація результатів** дослідження проводилася в рамках міжнародної студентської науково-практичної відеоконференції “Ad orbem per linguas. До

світу через мови” 13-14 травня 2021 року (Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2021, с. 41-43 ). Тема доповіді “Фразеологізми (чен'юй) як засіб об'єктивації концепту гроші в китайській мовній картині світу”.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів з висновками до кожного з них, висновків до всієї роботи, списку використаних джерел, резюме. Загальний обсяг наукового дослідження становить 70 сторінок. Список використаної літератури містить 70 найменувань праць вітчизняних та зарубіжних науковців. У вступі обґрунтовано вибір теми та її актуальність, визначено мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження, використані методи, висвітлено новизну дослідження, теоретичне та практичне значення отриманих результатів, зазначено їх апробацію. У першому розділі Теоретичні основи дослідження концепту «гроші» розглянуто дефініції поняття «концепт», історію його розвитку, типологію, підходи до вивчення, а також його місце у китайській лінгвокультурі. У другому розділі Особливості репрезентації концепту «гроші» висвітлено методику аналізу концептів, поняття мовної картини світу та її відображення в пареміях, а також поняття та способи вербалізації та об'єктивації концептів. Третій розділ Аналіз концепту «гроші» в китайській лінгвокультурі присвячено дослідженню семантики концепту «гроші» в китайській та українських мовах, виявлено лексичні репрезентанти концепту «гроші» в китайській мові, а також проведена класифікація когнітивних структур паремій, що відображають концепт «гроші».

## РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕПТУ «ГРОШІ»

Сучасна лінгвістика вивчає мову в її найбільш розвиненому вигляді, вона зображує людей та їхню об'єктивну реальність в ідеальній формі. Проблема людини і мови останнім часом потрапила в центр уваги, оскільки повноцінне вивчення будь-якої мови неможливо, якщо її аналізувати в лінгвістичних межах. Будь-яку мову слід досліджувати через її носіїв та суспільство, яке вони утворюють, оскільки використання цієї мови робить людей особливими та підкреслює особливості самої мови. Вивчення природи мовних одиниць — це когнітивна активність, що служить засобом вираження думок. Когнітивна активність включає в себе інформаційну, денотативну та референційну та мовну діяльності. Таким чином, мова – це більше, ніж назви деяких предметів і понять, це особливий настрій, репрезентація людського досвіду, накопиченого роками, і вона не може функціонувати без соціального втручання.

### 1.1 Термін «концепт» та аспекти його вивчення

Лінгвокультурологія – розділ мовознавства, що вивчає взаємозв'язок між мовою та культурними концептами. Її розвиток завдячується німецькому вченому В. фон Гумбольдту. Він звернув увагу на зв'язок між мовленням, мисленням та культурою народу. Об'єктом лінгвокультурології є мова, як відображення культури, а предметом – одиниці мови та дискурсу, які відображають певну культуру. Лінгвокультурний концепт, мова, свідомість та культура взаємопов'язані між собою. Через те, що концепт лежить у свідомості, культура детермінує концепт мова – сфера, у якій концепт набуває предметності. Проте, концепт немає обов'язкового зв'язку зі словом чи іншими мовними засобами вербалізації. Концепт може бути і не бути вербалізований мовними засобами.

Концепт та мовна картина світу є одними із основних понять лінгвокультурології. А люди живуть у світі концептів, які були створені ними задля своїх інтелектуальних, соціальних та духовних потреб. Вперше поняття

«картина світу» з'явилося у філософії та релігії, зараз мовною картиною світу називають систему уявлень людини про існуючу реальність. Дослідження конкретного концепту можливо лише опанувавши базові теоретичні засади та поняття, які пов'язані із системою концептів у культурі та підсвідомості людини. А його фундаментальне дослідження передбачає звернення науковців до різних рівнів мови за допомогою застосування різних дослідницьких методик. Значення «концепту» досліджується в когнітивній науці, метафізиці та філософії розуму. Термін «концепт» сходить до визначення термінів Аристотеля «Класичної теорії понять». Природа лінгвокультурного концепту носить об'єктивний, логічний характер, визначається здатністю до виведення об'єктивності змісту, об'єктивні прояви культури допомагають виявити особливості та специфіку концепту.

Зважаючи на міждисциплінарність розуміння поняття, адже концепт в мовознавстві розглядають з різних парадигм таких як: когнітивна лінгвістика, лінгвокультурологія, психолінгвістика та інші, існує величезна кількість визначень терміну «концепт», які різняться між собою, однак вчені погоджуються, що концепт – це продукт колективної свідомості, відзначений етнокультурними особливостями.

Концепт можна визначити як сенс, який серед свої маркерів має культурний компонент, а представлений набором мовних знаків, що формують певну лексичну та семантичну парадигму. Слово «концепт» запозичене з латинської мови від слова "Conceptus" яке означає "поняття, зачаття", а першим ввів цей термін філософ Ансельм (1033-1109). Взагалі, поняття концепту було запозичено вченими з математичної науки логіки. Вперше його було вжито як поняття мовознавства лише у 1928 році, коли С.А. Аскольдов опублікував свою статтю під назвою "Слово та концепт". С.А. Аскольдов вважав, що концепт це "думка, яка замінює нам у процесі мислення невизначену безліч предметів одного й того ж роду". На його думку, концепт виникає в результаті зіткнення словникового значення слова з особистим досвідом людини (Аскольдов-Алексеев, 1997). Слово «концепт» разом з



похідними від нього увійшло в усі романські та германські мови (французьке поняття — *concevoir*, італійське *concetto* — *concepire*, іспанське *concepto* — *concebir*, португальське *conceito* — *conceber*, англійське *concept* — *conceive*). Дослідженням концептів займалися такі вчені як А. Вежбицька, Н. Д. Воркачев, Г.Г. Слишкін, Ю.С. Степанова, Ю.С. Прохорова, Дж. Лакофф, Ч. Філлмор та інші.

Вивчення поняття «концепт» в сучасному мовознавстві має першорядне значення. Однак будь-яка спроба осягнути природу поняття пов'язана з низкою найрізноманітніших точок зору. Інтенсивні дослідження в галузі когнітивної лінгвістики продемонстрували значну невідповідність у розумінні терміну «концепт». Ці розбіжності викликають двозначність і термінологічну плутанину. Процес концептуального створення та його подальшого формування позначається терміном «концептуалізація», яка може бути виражена поетапно: спершу виділення її основних ознак, їх осмислення та класифікація.

Майже усі досі наявні дослідження концептів розглядаються разом із термінами «поняття» або «значення». Погоджуючись із Ю.С. Степановим та С.А. Аскольдовим ми вважаємо, що «концепт» є більш об'ємний за «поняття» і значно ширший за «значення». Степанов Ю.С також вважає, що терміни «концепт» і «поняття» належать до різних сфер наук, так концепт належить до математичної логіки, коли поняття більше належить до сфери логіки та філософії (Степанов Ю. С., 2004).

Наразі у лінгвокультурології існує кілька напрямків:

- 1) Лінгвокультурологія окремої соціальної групи чи етносу в певний, важливий у культурному значенні період, іншими словами дослідження конкретної лінгвокультурної ситуації;
- 2) Діахронічна лінгвокультурологія, тобто дослідження змін лінгвокультурного стану етносу за певний період часу;
- 3) Порівняльна лінгвокультурологія, що досліджує лінгвокультурні прояви різних, але взаємозалежних етносів;

4) Співставна лінгвокультурологія, що лише починає свій академічний розвиток;

5) Лінгвокультурна лексикографія, що займається складанням лінгвокраїнознавчих словників (Маслова 2001).

Сучасні визначення концепту можна розглядати з точки зору двох підходів: лінгвокультурологічного та лінгвокогнітивного. А в основі розмежування лінгвокогнітивного та лінгвокультурного концептів лежить результат взаємодії значення слова у процесі пізнання світу, у призмі особистого та колективного досвіду. Ці підходи також різняться векторами стосовно індивіду. Таким чином, лінгвокогнітивний концепт – це напрямок від індивідуальної свідомості до культури, а лінгвокультурний концепт – це напрямок від культури до індивідуальної свідомості. Безперечно, спільним для цих підходів є твердження безперечного зв'язку мови, свідомості та соціального середовища. Основна мета даних підходів – це пізнання суті мовної свідомості та розуміння глибинних засад різниці між культурами.

Перший підхід розглядає концепт як культурний феномен. Представники цього підходу розглядають концепти як самоорганізуючі, інтегративні, функціонально-систематичні, багатовимірні, ідеалізовані утворення, засновані на понятійній (псевдо- або допонятійній) основі і які закріплені у значенні знаку, наукового терміну або слова (фрази) повсякденної мови (Ляпин С.Х., 1997). Лінгвокультурний концепт як предмет вивчення лінгвокультурології постає перед дослідниками як культурне, ментальне та лінгвістичне навчання.

Представники другого підходу пропонують розглядати концепт як лінгвокогнітивний феномен. Для них концепт – це інформація про те, що людина знає, пропонує, думає, уявляє про об'єкти нашого світу. Відповідно до лінгвокогнітивного розуміння поняття «концепту» пов'язане із його словесними засобами вираження. Мова не формує поняття, а служить засобом обміну ними та для обговорення в процесі спілкування. Концепти існують у реальній ментальності особистості, тому для спілкування вони мають бути

вербалізовані, тобто виражені мовними засобами. У рамках когнітивної науки виробляються і розглядаються в новому світлі старі концепти. Наприклад, природа реалій (предметів, явищ, подій) викликає у свідомості суспільства різні образи. Деякі з них подаються через образи, інші виражені простими поняттями, треті передаються у вигляді символів.

До представників лінгвокогнітології можна віднести таких представників як: Е.С. Кубрякова, Н.А. Болдирев, І.А. Стернін. До представників лінгвокультурології належать А.Вежбицька, В.І.Карасик, С.Г. Воркачев, Ю.С. Степанов.

За думкою Воркачева, концепт – це лінгвоментальне утворення, окремий предмет колективної свідомості, що має своє вираження в мові та включає в себе образ, поняття та значення. (Воркачев С. Г., 2007)

Кубрякова Е.С. вважає, що концепт належить свідомості людини і є оперативною одиницею пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи та повної картини світу, відображеної в людській психіці. (Кубрякова Е.С., 1997)

С.А. Аскольдова, Е.С.Кубрякова, С.Х.Ляпин, О.П.Скидан сходяться на думці, що концепт – це “багатовимірний розумовий конструкт, що відображає процес пізнання світу, результати людської діяльності, їх досвід і знання про світ, та зберігає інформацію про нього.” (Красавский Н.А., 2001)

Ю.С.Степанов наголошує на тому, що концепт – це більше загальнокультурний ніж лінгвістичний термін. Він вважає “концепт – це ніби згусток культури в людській свідомості. З однієї сторони культура входить в ментальний світ людини під виглядом концепту, а з іншої сторони людина входить в культуру за допомогою концепту і впливає на неї в певних випадках.” (Степанов Ю. С., 2004.)

Таким чином, термін «концепт» є узагальнюючим терміном для кількох наукових напрямків: перш за все для когнітивної психології та когнітивної лінгвістики, що займаються мисленням і пізнанням, зберіганням і перетворенням інформації, а також лінгвокультурології, яка все ще визначає

та уточнює межі теорії, формулює постулати та основні категорії. Можна припустити, що, як і в математиці, поняття «концепт» в когнітивній науці є основною аксіоматичною категорією, яку не можна виявити та інтуїтивно зрозуміти; це гіперонім понять, ідей, рамок, сценаріїв, гештальтів тощо (Лихачев Д.С., 1997). У мовознавстві концепт, на відміну від слова, має складнішу структуру. За змістом концепт поділяється на мовне значення та культурне значення.

Концепт можна розуміти як згусток культури у свідомості людей; це те, у формі чого культура входить у ментальний світ. Крім того, люди через концепти входять в культуру і впливають на неї. Концепти можна не тільки споглядати, а й переживати. Вони є предметом емоцій, симпатій і антипатій, а іноді і протиріччя. Концепт також є дискретною одиницею колективної свідомості, яка зберігається в національній пам'яті носіїв мови у вербально визначеній формі. Як когнітивна одиниця значення, концепт — це абстрактна ідея або ментальний символ, який іноді визначають як «одиницю знання», побудовану з інших одиниць, які діють як характеристики поняття.

Розуміння концепту як операційної одиниці думки є способом і результатом кількісної оцінки та категоризації знань. Це пов'язано з тим, що об'єктом концепту є розумова сутність, формування якої визначається формою абстракції, а модель якої конкретизується концептом, яка не тільки описує об'єкт, а й створює його.

З.Х. Біжева виділяє такі лінгвокультурологічні властивості концепту:

- 1) сталість існування, розвиток семантики слова з розгортанням внутрішньої форми слова до логічного краю у межах певної культури;
- 2) художня образність та збереження постійного зв'язку з похідними за однозначним коренем;
- 3) збереження семантичного синкретизму значень кореня як семантичний інваріант усієї словоподібної моделі;
- 4) убудованість у систему ідеальних компонентів даної культури (Біжева 2004).

Концепт часто порівнюють із поняттям «чорний ящик», який існує у свідомості носіїв певної мови та культури, зміст і наповнення якого є суб'єктивним. Суб'єктивний характер ментального концепту визначається тим фактом, що судити про нього ми можемо тільки за результатами культурно-семіотичного опредметнення.

## 1.2 Типологія концептів

Концепти формуються у свідомості людини з таких джерел:

1. з безпосереднього сенсорного досвіду – сприйняття дійсності органами почуттів;
2. з безпосередніх взаємодій людини з предметами, з її предметної діяльності;
3. з розумових операцій людини з іншими концептами, які вже існують у її свідомості, це в свою чергу може призвести до виникнення нових концептів, які називаються метаконцептами;
4. з мовного спілкування (концепт може бути повідомлений, роз'яснений, запропонований людині в мовній формі, наприклад у процесі навчання або роботи);
5. з самостійного пізнання людиною значень мовних одиниць, засвоєваних у житті (наприклад тлумачення невідомого йому слова у словнику і крізь нього знайомиться з відповідним концептом).

Думки з приводу класифікації концептів досі не сходяться між лінгвістами. Залавіна Т.Ю розділяє концепти на:

- соціально-орієнтовані (сім'я, праця)
- концепти інтелектуальної сфери (розум)
- концепти емоційної сфери (кохання)
- ціннісно-орієнтовані концепти (правда),
- матеріальні концепти (гроші, багатство) та інші.

У змісті цих концептів закладено основні уявлення суспільства про навколишній світ і людину, відображено ціннісні орієнтири та культурні традиції народів. (Залавіна, 2019)

Концепти також розділяють відповідно до їх носіїв, умовно можна виділити:

- індивідуальні
- мікрогрупові
- макрогрупові
- національні
- цивілізаційні
- загальнолюдські

М.В.Пименова виділяє три типи концептів:

1. базові концепти (космічні, соціальні, духовні)
2. концепти-дескриптори (демісіональні, квалітативні, квантативні)
3. концепти-релятиви (концепти оцінки, концепти позиції, концепти привативи) (Пименова М.В. 2013.)

В.А.Маслова виділяє наступні групи типів концептів:

1. світ (час та простір)
2. стихії та природа (вогонь, вода)
3. уявлення про людину (інтелігент, бідняк)
4. моральні концепти (правда, совість)
5. соціальні поняття та відносини (мир, свобода)
6. емоціональні (любов, зло)
7. світ артефактів (дім)
8. концептосфера наукових знань (філософія)
9. концептосфера мистецтва (музика) (Маслова В.А. 2001)

С. Воркачов виділяє:

- концепти-автохтони (абстраговані від значень своїх мовних реалізацій)

- протоконцепти (забезпечують еталон порівняння у зіставленні та перекладі)
- потенційні концепти (ментальні структури, що не мають лексем для вираження) (Воркачев С. Г., 2002)

Українські лінгвісти О. Комар, О. Левченко та Н. Пашкова класифікують концепти за такими ознаками:

- 1) мисленнєві картинки (конкретні зорові образи);
- 2) схеми (менш детальні образи);
- 3) гіпероніми (дуже узагальнені образи);
- 4) фрейми (сукупність асоціацій, які ми зберігаємо у пам'яті);
- 5) інсайти (знання про функціональне призначення предмету);
- 6) сценарії (знання про сюжетний розвиток подій);
- 7) калейдоскопічні концепти (сукупність сценаріїв та фреймів, які пов'язані з почуттями).

С. Г. Воркачев також виділяє концепти вищого рівня (борг, щастя, кохання, совість) та звичайні концепти. Г. Г. Слишкін виділяє первинні та вторинні концепти, метаконцепти (які утворюються в результаті осмислення продуктів попередньої концептуалізації та в яких реалізується рефлексія носія мови, а також пропорційні, сформовані, що формуються, граничні та рудиментарні лінгвокультурні концепти. В. І. Карасик розмежовує параметричні та непараметричні концепти.

На думку Карасика В.І. “концепт – це значна інформація, яка зберігається в індивідуальній або колективній пам'яті, вона має певну цінність, це інформація, яку можна пережити.” Він вважає, що “про концепт має сенс говорити лише тоді, коли дана сфера осмислюється в мовній свідомості і отримує позначення одним словом.” (Карасик В. И., 2001)

У структурі концепту вчені виділяють чотири зони – основну (внутрішню зону, поза зону) і додаткові зони, тобто квазі-зону квазі-позазону. Внутрішні зони, це ознаки концепту, що відображають власний денотат; позазони включають в себе ознаки, похідні від прямого та непрямого значень.

Квазі-зона і квазі-позазона пов'язані формальними асоціаціями, що виникають у результаті гармонії назви концепту з іншими словами, з використанням евфемізмів тощо. (Карасик В. И., Слишкин Г. Г, 2001.)

А.В.Бастриков виділяє 7 підходів до вивчення лінгвокультурних концептів зважаючи на їх типологію. (Бастриков А.В., Бастрикова Е.М., 2012)

1. концепт орієнтований на мову, в якій він репрезентується (представники: І.А.Стернін, С.Г.Воркачев)
2. концепт орієнтується на когнітивну психологію (представники: Н.Д.Арутюнова, А.П.Бабушкин)
3. тип концепту співвідноситься із категоріями етики та естетики (представники: В.І.Карасик, С.Г.Воркачев)
4. концепти реалізуються через дискурс (представники: С.А.Аскольдов, В.І.Карасик)
5. класифікація концептів згідно їхньої динаміки (представники: В.І.Карасик, Л.В.Бабина)
6. концепт розглядається разом із оціночною складовою (представники: С.С.Вауліна, Н.Ф. Алефіренко)
7. типологізація концептів у співвідношенні до їх тематики (представники: Л.Г.Бабенко, Н.А.Красавський)

А.В.Бастриков виділяє декілька ознак лінгвокультурних концептів:

- етнокультурна визначеність
- гетерогенність
- багатоозначовість
- внутрішня розчленованість
- семіотична щільність
- орієнтованість на план зображення

Досліджуючи концепт з позиції лінгвокультурології С.Г.Воркачев виділив три основні компоненти:

1. поняттєвий компонент (відображає дефініційну структуру);



2. образний компонент (фіксує когнітивні метафори в мовній свідомості);
3. значущий компонент (визначається положенням концепту в лексико-граматичній системі певної мови) (Воркачев С. Г. , 2002)

В той самий час В.І.Карасик виділяє три інші складові компоненти концепту:

1. поняттєвий компонент;
2. образний компонент;
3. ціннісний компонент

С.А. Пітіна та Л.В. Попова виділяють три типології концептів:

1. когнітивний підхід
2. лінгвокультурологічний підхід
3. когнітивний граматико-семантичний підхід

На думку С.Г. Воркачова, нині у лінгвістичному розумінні концепту є три основні підходи:

1) у найширшому сенсі до концептів включаються лексеми, значення яких становить зміст національної мовної свідомості і формує «наївну картину світу» носіїв мови. Сукупність таких концептів утворює концептосферу мови, де концентрується культура нації.

2) у більш вузькому розумінні до концептів відносять семантичні утворення, відзначені лінгвокультурною специфікою, які тим чи іншим чином характеризують носіїв певної етнокультури.

3) до концептів відносять лише семантичні утворення, список яких достатньо обмежений і які є ключовими для розуміння національного менталітету як специфічного ставлення до світу його носіїв, такі концепти відносно легко синонімізуються, утворюючи концептосферу, в якій встановлюються семантичні асоціації між метафізичними смислами та явищами предметного світу, відображеними у слові, де сполучаються духовна та матеріальна культура.

### 1.3 Концепт «гроші» та особливості його аналізу в китайській лінгвокультурі

Гроші відіграють важливу роль у житті суспільства, це невід’ємний атрибут сучасної цивілізації. Сьогодні вони використовуються у всіх сферах життєдіяльності, через це науковий інтерес до даного поняття зростає у всіх сферах наук. Гроші це історична категорія, яка належить до товарного виробництва, адже до появи грошей їх місце займав натуральний обмін. Пізніше роль грошей перейшла до металів, спершу до металевих предметів, а далі до монет, а вже після цього до паперових банкнот, перші з яких доречі з’явилися в Китаї. Останнім найсучаснішим етапом є перехід до електронних грошей та карток. Тобто ми можемо відслідкувати зміну одних носіїв грошової інформації на інші, та неперервний попит в їхньому користуванні. Не можна не погодитися з тим, що гроші відіграють важливу роль у суспільних відносинах, політиці та відносинах між людьми, майже у всіх цивілізованих суспільствах гроші є двигуном суспільних відносин. За структурним принципом КД віднесено до складних, оскільки має кілька верств і багаторівневу структуру, а, по культурної маркуванню – до соціокультурним, оскільки він обслуговує суспільні відносини і має культурну значимість.

На фоні актуального в сучасній лінгвістиці антропоцентричного підходу вчених цікавить процес реконструкції концептів на матеріалі різних фрагментів та субсистем лінгвокультур, концептуалізації ставлення до грошей, неоднозначність ставлення до грошей у національному світосприйнятті різних культур, відмінності у способах та засобах вербалізації досліджуваних концептів, також особлива увага приділяється історичному аспекту розвитку концепту.

Концептами можуть стати лише ті явища дійсності, які є актуальними та цінними для певної культури, яка має велику кількість мовних одиниць, які відображаються в цій культурі, та є предметом прислів’їв і приказок, віршів і прози, концепт «гроші» є саме таким. І.А. Майоренко стверджує: “аналіз функцій грошей показує, що вони є згустком величезної соціальної та

психологічної енергії, що одухотворяє діяльність людей та цивілізує побут”. Оскільки на цьому етапі розвитку когнітивної науки література з аналітичної філософії та психолінгвістики дає аналіз найскладніших, яскравих і цікавих концептів, то існує думка, що концепти відображають не всі поняття, а лише найскладніші, життєво важливі для певної культури, концепт «гроші» є яскравим прикладом.

Під час взаємодії із лексемою «гроші» свідомість індивіду відходить до об’єкту реальної дійсності, яка іменується цим словом, в цей самий час в підсвідомості індивіда виникає концепт. Тобто людина отримує певний досвід, результатом, якого є концепт – ментальна структура, яка відображає і фіксує цей певний досвід. Концепт гроші вважають за складову більш складних та багатоструктурних концептів як «багатство» та «влада».

Концепт «гроші» відображає складну систему матеріально-грошових відносин, а також має відношення до системи духовно-моральних цінностей суспільства та індивіда. Зміни у сучасному суспільстві привносять нові проблеми в життя людей, однією із них є проблема інтересу до грошей, яка має прямий зв’язок із поведінкою людини в суспільстві. І. А. Майоренко дійшов висновку, що “аналіз функцій грошей показує, що вони є згустком величезної соціальної та психологічної енергії, що одухотворяє діяльність людей і цивілізуючи побут.” (Майоренко І.А., 2004.)

Відношення народу до грошей відображається в мові, а особливо у пареміях. В китайській мові головною із особливостей паремій про гроші є назва самого слова «гроші», або назви грошових знаків. В культурах з фонетичним типом письма зафіксовані значення зберігаються лише в свідомості її носіїв, коли в культурах із ієрогліфічним письмом існує ще один так званий рівень об’єктивації значень, який проявляється саме в написанні самого ієрогліфічного знаку, а це в свою чергу відображається на концептуальному образі. (Сосновская 2016)

Фактори, що впливають на уявлення ханьців про гроші можна розділити на:

1) Природні фактори: давньо-китайська наука і техніка були недостатньо розвинені, здатність протистояти шкоді від природи та культури була слабкою, і їжа фермерів залежала від волі Неба. Як говориться у прислів'ї то кажуть: «Як погода хороша, то і в країні мир». Природне середовище завдало вплив на мислення та поняття китайців. За часів неврожаю в Китаї, і як наслідок голоду, якщо хтось підозрював, що його родичі сховали в хаті трохи рису, він міг увірватися до хати та обшукати там усе. Тому китайці звикли до думки, що все багатство треба ховати. Зараз, звісно, часи змінилися, але поняття залишились. Щоб впоратися зі шкодою від природи і захистити своє життя, китайці сформували консервативний погляд на гроші.

2) Вплив конфуціанства: конфуціанство має глибокий вплив на китайську культуру, особливо після виникнення концепції Дун Чжуншу, який виступав за «викорінення ста шкіл і поваги до конфуціанства», конфуціанство поступово стало основною ідеєю у феодальному суспільстві. «Доброта і справедливість» є ядром конфуціанської ідеологічної системи, і ця ідеологія також глибоко вплинула на концепцію грошей народу Хань. По-перше, конфуціанство більше цінує праведність над прибутком. Це безпосередньо навчає людей акцентувати увагу на справедливості, економії та прибутку. По-друге, за їх упередженнями, коли інтерес суперечить доброзичливості та праведності, людина має пожертвувати інтересом заради праведності. По-третє, конфуціанство також відстоює думку про консервативність і стриманість, на противагу екстравагантності та марнотратності. Це також є одним із важливих факторів, які розвинули концепцію економії грошей китайців.

3) Фактор устрою: вплив рабства та феодалізму на китайську культуру, який тривав більше чотирьох тисяч років важко заперечити, патріархальний родовий лад заснований на кровному спорідненні для підтримки соціальної стабільності. При такому устрої люди природно асоціюють владу з грошима і заздять, що при владі можна насолоджуватися славою і багатством.

Взагалі ставлення китайців до грошей походять ще від стародавніх часів. Найкраще їх описав письменник часів династії Тан Чжан Шуо (张说), який пережив чотири династії і три уряди у своїй роботі 《钱本草》 (“Опис грошей”).

Здається, що добре розпоряджатися грошима – справа не з легких і доведеться докласти чимало зусиль. Однак, пан Чжан Шуо у своїй роботі дав нам сім чарівних порад, якими користувалися китайці в давнину і які стали одним із важливих факторів їх сучасного ставлення до грошей:

1. Концепт Дао: знайте міру грошам;
2. Концепт Де: не ставтеся до грошей як до скарбу;
3. Концепт праведності: людина отримує те, що віддає;
4. Концепт етикету: не будь жадібний до чужого багатства;
5. Концепт гуманності: май бажання бути добрим і щедрим, май серце допомагати бідним;
6. Концепт віри: будь вірним своєму слову і ніколи не порушуй обіцянок;
7. Концепт мудрості: не дозволяй грошам зашкодити собі.

Нещодавно французька дослідницька компанія Ipsos опублікувала результати проведеного в 20 країнах соціального опитування. Темою опитування стало «Ставлення до матеріалізму, багатства та сім'ї». Згідно з опублікованими даними, прагнення до матеріальних цінностей у жителів Китаю було майже вдвічі більше, ніж у представників інших націй. Це можна легко обґрунтувати тим, що китайці починають своє знайомство з грошима ще з дитинства. Ось як наприклад феномен червоного конверту 红包, які отримують як подарунок із самого дитинства, однак треба зважати на те що, в цій традиції проглядається не тільки любов до грошей, а й стародавні традиції, по'язані з тим, що монети захищають від демонів.

Не варто й забувати про культ Бога Багатства, який дуже відомий у всьому Китаї. Бажання розбагатіти є одним із ключових бажань китайського суспільства, а також згідно з концепцією «п'яти проявів щастя» однією із

складових щастя. Це виражено тим, що на новий рік вони вітають один одного фразою “Бажаю тобі розбагатіти” 恭喜发财. Майже в кожному будинку є фігурки божеств, які притягують багатство (财神), яким по традиції потрібно підносити їжу щоб їх задобрити. Богів багатства існує декілька типів і їх розставляють відповідно до місця, будь то жила приміщення, ресторан чи бізнес центр. Цей культ можна прослідкувати на сотні й тисячі років тому, їх яскраву появу ототожнюють з економічними реформами Китаю та переходом до ринкової економіки.

Наукові роботи з дослідження концепту гроші привносять цінний теоретичний і практичний внесок у когнітивну лінгвістику та лінгвокультурологію. Спираючись на екстралінгвістичні знання про гроші, науковці розкривають більш повний зміст даного концепту як фрагменту життєдіяльності етносу з погляду особливостей та неповторності національної ментальності, відображеної в мовних засобах.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

В цьому розділі ми розглянули основні дефініції пов'язані з поняттям «концепту», історію розвитку, а також основні підходи до вивчення.

Концепти як інтерпретатори сенсу постійно уточнюються і модифікуються. Будучи частиною системи, вони знаходяться під впливом інших концептів і модифікуються. Сама можливість тлумачення говорить про те, що багато концептів піддаються змінам, оскільки навколишній світ постійно змінюється, даючи нам можливість пізнавати щось нове.

Концепти мають певну структуру, яка не є чіткою; це є необхідна умова для існування концепту і його входження в концептуальну сферу. Концепт включає в себе всі психічні характеристики явища і забезпечує розуміння дійсності. Упорядкована сукупність концептів у свідомості людини формує її концептуальну сферу, а мова є одним із засобів доступу до свідомості народу, його понятійної сфери, змісту і структури понять як одиниць мислення.

Будучи центральною частиною когнітивної лінгвістики, концепти є змістом з емоційним та культурним маркуванням, ментальною сутністю, що відповідає за формування, обробку, зберігання та передачу знань.

Концепт містить в собі емоційний, експресивний та оцінний компоненти. Концепт має національно-специфічні риси, є основним ядром культури, імовірно, його можна структурувати.

Концепт може бути різного типу та різної складності, має м'яку ймовірнісну структуру, його межі невизначені. Як образ, а не як мовна структура, концепт може дорівнювати суб'єктивному сприйняттю дійсності в певний період часу, проте гіпотетично має ядро, головну та периферійну сфери.

Існують різноманітні класифікації концептів, які розглядають концепти з різних сторін, але тим самим доповнюють результати їх досліджень, адже одні й ті самі концепти (зокрема і «гроші») можна аналізувати, використовуючи різні їх класифікації.

До основних завдань гуманітарної науки належить процес «розщеплення» концептів культурного простору як засобами природної мови і з допомогою різних елементів культури, таких як соціальні та індивідуальні стереотипи поведінки, спосіб життя, стиль мислення, тощо.

У картині світу культурного простору народу можна виявити ядерні і периферійні культурні концепти. Деякі концепти перебувають у ній постійно або протягом тривалого часу, їх називають константами культури.



## РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КОНЦЕПТУ «ГРОШІ»

Одним із нагальних питань пов'язаних із концептами є методика їх опису. Вибір методів, методик та аналізів дослідження мовних одиниць, що втілюють концепт гроші, визначається конкретними завданнями, які ставлять перед собою дослідники. Далі ми розглянемо актуальні методи дослідження концептів.

### 2.1 Методики аналізу концепту

На думку М.В. Піменової, “методика дослідження концептів полягає в інтерпретації значення конструкцій, що об'єктивують ті чи інші особливості концептів, а також у виявленні частотних характеристик та визначенні за цими характеристиками загальних типологічних ознак досліджуваних концептів, у узагальненні особливостей концептів, а також у виділенні концептуальних структур, когнітивних моделей та мовних схем актуалізації досліджуваних концептів у різних мовах” (Пименова, 2004). Серед найпоширеніших методів можна виділити такі:

- метод лексичних чи концептуальних полів
- метод дефініційної інтерпретації
- порівняльний метод
- концептуальний аналіз
- класифікацію мовних одиниць на семантичні групи
- фреймову класифікацію
- експеримент (верифікація опису мовних знаків у національних пареміологічних фондах)
- асоціативний експеримент (уточнення специфіки відображення концепту у повсякденній свідомості етносу)
- діахронічний аналіз
- метод семантичного диференціала.

Дані методи взаємодіють між собою, взаємодоповнюють один одного, що і дозволяє досліджувати концепт, як об'єкт взаємодії мови, мислення та культури.

Описовий, порівняльний і порівняльно-історичний методи застосовуються в лінгвістичних дослідженнях вже протягом тривалого часу, а ось концептуальний аналіз є порівняно новим методом дослідження, і неоднозначно трактується різними дослідниками. Він є одним із найпоширеніших методів опису складових концепт і був запропонований В.І.Карасиком. Ціллю концептуального аналізу є вияв парадигми концептів та опис їх концептосфери, а також виявленні та інтерпретації сенсу лексичних і фразеологічних одиниць, які вербалізують концепт. Крім аналізу лексики цей метод дослідження включає вивчення семантики імені концепту, його словникових дефініцій, синонімів, антонімів, фразеологічних одиниць. Концептуальний аналіз, перш за все, пов'язаний із поняттям концептосфери, яка виступає об'єктом його дослідження. Поняття концептосфери є одним з найважливіших у когнітивній лінгвістиці, і трактується як галузь знань, що складається з концептів як її одиниць.

Серед методів концептуального аналізу концепту можна виділити наступні:

1. визначення ключового слова;
2. аналіз лексичної парадигми ключового слова;
3. аналіз матеріалів фразеологізмів
4. асоціативний експеримент

Разом із концептуальним аналізом часто використовується метод компонентного аналізу, який пояснює розбіжності між лексичними значеннями слів. Даний метод дозволяє визначити які слова носії певної мови включають в поле досліджуваного концепту.

Семантико-когнітивний аналіз концепту відрізняється від компонентного аналізу лексичного значення та психолінгвістичного аналізу слова. Він є найбільш простим та ефективним способом виявити ознаки

концептів та змоделювати їх. Цей метод передбачає, що в процесі лінгвокогнітивного дослідження від змісту значень ми переходимо до змісту концептів у ході особливого етапу опису – когнітивної інтерпретації. Когнітивна інтерпретація – це етап семантико когнітивного аналізу, без якого дослідження залишається в рамках лінгвістичної семантики. Особливості семантико-когнітивного методу представлені нижче:

- 1) при аналізі лексикографічного значення використовуються переважно традиційні лінгвістичні методи, коли виділені значення упорядковуються в семантему від основного значення до похідних переважно за діахронічним принципом;
- 2) при аналізі психолінгвістичного значення використовуються переважно експериментальні методи, коли виділені значення впорядковуються в семантему від ядерного значення до периферійних за принципом психологічної яскравості семантеми;
- 3) при аналізі концепту використовуються як традиційно-лінгвістичні так і експериментальні методи; при моделюванні концепту виділяються когнітивні ознаки, а не окремі значення; структура концепту описується на основі сукупності образу, інформаційного змісту та інтерпретаційного поля; зміст концепту описується як сукупність когнітивних ознак, упорядкованих за принципом поля від ядра до ближньої, дальньої та крайньої периферії.

Серед методів реконструкції мовної свідомості особливе місце займає асоціативний експеримент, оскільки він дозволяє максимально наблизитися до ментального лексикону, вербальної пам'яті, культурних стереотипів певного народу. Експериментальні методи дослідження концептів, зокрема асоціативний експеримент дозволяє отримати інформацію емоційного та оцінного характеру, а також виявити найбільш значущі елементи концепту. Серед найбільш поширених типів експерименту знаходяться вільний, спрямований, рецептивний та експеримент на суб'єктивні дефініції. Асоціативний експеримент широко відомий і активно використовується у психолінгвістиці, психології, соціології. Ефективність використання методики

асоціативного експерименту з метою дослідження лексики доведено рядом авторів. Асоціативний експеримент допомагає виявити зміст концепту в когнітивній свідомості носіїв мови і ранжувати по яскравості ознаки, що утворюють концепт.

Очевидно, що чим більше з перелічених вище методів і прийомів буде використано дослідником, тим більше ознак концепту він виявить і тим ближче до істини буде побудована ним модель концепту. Однак, лінгвісти когнітологи також визнають, що будь-яке уявлення про зміст концепту у свідомості носіїв мови, отримане при аналізі всієї сукупності мовних засобів вираження концепту та текстів, в яких розкривається його зміст, не можна вважати повним, оскільки жоден концепт не відображається в мові повністю внаслідок того, що:

1) концепт – результат індивідуального пізнання, узагальнення, категоризації, а індивідуальне завжди вимагає комплексу засобів для свого повного вираження;

2) концепт являє собою не фіксовано структуровану об'ємну одиницю, яку неможливо цілком виразити;

3) жоден дослідник як і жоден лінгвістичний аналіз не може виявити і зафіксувати, а потім проаналізувати повністю всі засоби мовної репрезентації концепту, завжди щось залишиться неврахованим.

Теорія та опис концептів повинні розділяти зміст і структуру поняття. До складу концепту входять основні структурні компоненти різної когнітивної природи, які формують концепт – чуттєвий образ, інформаційне та інтерпретаційне поля. Структура концепту описується як ряд когнітивних атрибутів, які належать кожному з цих складових концепту. Зміст концепту формується когнітивними атрибутами, які відображають окремі властивості концептуалізованого об'єкта чи явища і описується як сукупність цих атрибутів. Зміст концепції внутрішньо структурований на основі моделі поля – ядра та ближньої, віддаленої та крайньої периферії. Приналежність до певної змістової зони визначається, насамперед, яскравістю атрибутів у свідомості

відповідного концептуального носія. Опис являє собою діапазон атрибутів від ядра до периферії від набагато більш чіткого до менш чіткого.

Концепт має відносно впорядковану внутрішню структуру і являє собою результат пізнавальної діяльності людини та суспільства. Він містить вичерпну енциклопедичну інформацію про відображений об'єкт чи явище, про інтерпретацію такої інформації суспільною свідомістю та про ставлення суспільної свідомості до певного явища чи об'єкта. Концепт може відображати рівень суспільного сприйняття конкретного явища чи об'єкта, але, що належить виключно індивідуальній свідомості, будучи певною квінтесенцією індивідуальних пізнавальних актів, поняття іноді може не включати таку інформацію.

Наразі вчені визначили декілька напрямів вивчення концептів, до них належать: теорія профілювання Бартминського, теорія концептуального аналізу для виявлення гештальтів, теорія вертикальних синтаксичних полів Прохорової, теорія вертикального контексту, тощо.

Всі ці методики дослідження розділяють на два підходи:

1. отосистемний – лексикографічне описання ключових слів та дослідження відношень між експлікаторами в межах контексту
2. відтекстовий – аналіз концепту в художньому тексті

В.А.Маслова пропонує розділяти ядро та периферію концепту, де ядро – словникові значення лексеми, а периферія – суб'єктивний досвід, та інші прагматичні складові лексеми.

Для опису концепту «гроші» в китайській лінгвокультурі ми будемо використовувати поєднання елементів концептуального та компонентного аналізів.

## **2.2 Поняття мовної картини світу та її відображення у пареміях**

Мовна картина світу (далі МКС) – це фундаментальна складова загальної концептуальної моделі світу. До неї можна віднести сукупність уявлень і знань людини про світ, які інтегровані в одне ціле і допомагають

людині в її подальшому сприйнятті та пізнанні світу. Мовною картиною світу можна назвати сукупність концептів, за допомогою яких ми оцінюємо реальність, однак всі ці процеси відбуваються за допомогою мови, тому що індивід пізнає реальність через мову. В цьому і полягає різниця понять «мовна картина світу» і «картина світу».

Термін «картина світу» був уперше використаний наприкінці 19 – на початку 20 ст. Одним із перших почав його вживати Г. Герц на позначення фізичної картини світу. Терміном «картина світу» широко користувався також дослідник М. Планк, описуючи фізичну картину світу як «образ світу», що формується наукою та відбиває закони природи. Саме поняття «мовна картина світу» було вперше вжито науковцем Л. Вайсбергом у роботі “Рідна мова та формування духу”, але на думку Л.П. Лобанової цілісна концепція МКС була освітлена ще в працях Вільгельма фон Гумбольдта. Вайсберг підтримує ідею В. фон Гумбольдта про важливість вивчення внутрішньої форми мови, яка створює образи навколишньої дійсності за допомогою людської мови. Так як МКС виражає об'єктивні знання про реальність то, виявивши семантику мовних засобів, що є основними для ключових концептів у свідомості народу, можна реконструювати когнітивні моделі свідомості певного народу.

Існують фізична, мовна, релігійна, поетична та інші картини світу. В мовній системі знаходить своє вираження лише певна кількість уявлень про світ певного мовного соціуму. МКС часто називають наївною картиною світу, але тут значення наївності лише передає сенс досвіду багатьох поколінь, тобто з вираженням побутового сприйняття речей на протиположність їх науковому розумінню. (Апресян Ю.Д., 1995) Можна сказати, що ідея наївної моделі світу полягає в наступному: у кожній природній мові відображається певний спосіб сприйняття світу, що нав'язується як обов'язкова константа всім носіям мови.

Представляючи типології мовних картин світу, вчені вважають, що немає універсальної картини світу, можливе визначення лише національних мовних картин світу. Усередині їх можна виділити видові картини світу:

територіальні (діалекти, говірки), соціальні (мова окремих груп), професійні (мова людей різних професій та занять).

Мовна картина світу виникає через поєднання і взаємодію елементів національного, етнічного, соціального чи індивідуального характеру мислення, знання, психіки, середовища, свідомості, світогляду чи стереотипу, мовної побудови. При цьому думки, знання, свідомість, світогляд є організаторами психіки і утворюють концептуальну сферу, тобто саму мовну картину світу, готуючи її до «загортання» в мовну оболонку. Ця ментальність виконує завдання перетворення універсальної мовної картини світу в національну мовну картину. Мова служить головним фактором уніфікації та диференціації елементів картини на основі світогляду.

Сучасна лінгвістика виокремлює два основні різновиди МКС: наївну картину світу, зумовлену міфологічними, побутовими, повсякденними уявленнями про устрій та закономірності буття, та наукову картину світу, що складається на основі науково-дослідної діяльності людини з освоєння та вивчення дійсності. Також можна виділити два основних напрямки дослідження МКС:

1. перше досліджує окремі концепти мови та стереотипи, які виникають через мовну і культурну свідомість,
2. друге – веде реконструкцію цілісного донаукового погляду на світ, притаманного мові.

Крім того вчені виділяють два підходи до вивчення МКС:

1. інтегральний – МКС це сукупність всього мовного змісту
2. диференціальний - виділення певних особливостей семантики мови та її відгалуження від інших мов.

Вчені розділяють «вузьке» та «широке» трактування мовної картини світу. Де до «вузького» належать лише дослідження, які не виходять за рамки лексикографії і не розглядає лексику як фактор, що формує національний світогляд. А «широке» у свою чергу передбачає вихід за рамки лексикографії

і дотримується думки, що картина світу носія мови складається із вже зафіксованих донаукових понять.

Сучасне дослідження мовної картини світу ведеться у двох основних напрямках. Насамперед аналізуються концепти, притаманні конкретній мові, до них входять стереотипи мовної та культурної свідомості, які є ключовими для певної культури. Фокус відводиться на те, що певні слова важко перекласти іншими мовами, бо їх еквівалент може бути відсутній. Інший напрямок – це специфічні конотації неспецифічних концептів, як наприклад, символіка кольорів у різних культурах.

Картину світу необхідно розглядати насамперед у зв'язку з культурою. Далі слід досліджувати індивідуальну мову автора, оскільки культурний концепт сприймається як інформація, що проявляється в специфіці національної культури. Концептуальний аналіз дозволяє розкрити природу культурного поняття. Його основна мета — виявити символи національної культури та пояснити сутність загальнокультурних понять, що акумулюють знання про мовну картину світу.

С.І. Драчова розглядає національну специфіку концептуальної картини світу і вважає, що в силу універсальності способів пізнання навколишнього світу, зміст понятійного компонента у носіїв різних мов матиме велику схожість, в той час ядерні компоненти різнокультурних концептів більшою мірою збігаються, коли національна специфіка проявляється на периферійних ділянках та в культурологічному компоненті концепту (Драчева С.І., 1997).

Лі Лі під мовною картиною світу розуміє виражену з допомогою різних мовних засобів, системно-упорядковану, соціально значиму модель знаків, що містить інформацію про навколишній світ. Функція мовної картини світу – фіксувати в національній мовній свідомості національний спосіб бачення світу та передавати його від покоління до покоління. (Лі Лі, 2006.)

Серед різноманітності думок про сутність поняття «мовна картина світу» безперечним залишається лише те, що мовне членування світу відрізняється у різних народів. У процесі діяльності у свідомості людини



виникає суб'єктивне відображення існуючого світу. Людина освоює мову так само, як і навколишню дійсність, через це разом з понятійною картиною світу виникає і мовна, яка не суперечить понятійній, але й не тотожна їй.

Питанням високого інтересу для багатьох науковців постає причини різниці у мовних картинах світу. До головних причин цих розбіжностей можна віднести три головних аспекти:

- природу;
- культуру;
- поведінку.

При оцінці картини світу слід розуміти, щ вона геть не відображає світ, а є людською інтерпретацією навколишнього світу та способом її світорозуміння.

Коли мова йде про мовну картину світу, то більше висловлюються лексико-фразеологічні ідеї, а граматики і фонетика ігноруються. Мовна картина світу виражається і зберігається в словах і словосполученнях, але процес формування цього образу опосередковується фонетикою і граматиною. Віднесення слів до частин мови також є формою концептуалізації та категоризації. Хоча концептуалізація та категоризація відбуваються за допомогою мови, категоризація, відбувається лише коли слова класифікуються. У процесі концептуалізації мова активна, а слова служать основою для концептуалізації світу за допомогою граматичних засобів. У процесі понятійного мислення та його словесного вираження роль слів у структурі мовлення та концептів у структурі речень стає більш чіткою. Отже, виходить, що концептуалізація та категоризація суб'єкта мовного образу світобудови ґрунтуються на мисленні та мовленні. Найважливіше в мовній картині світу — це не те, що в ній декларується, а те, що перебуває в підтексті і сприймається всіма носіями мови як щось очевидне, у чому їм навіть не спадає на думку засумніватися.

Паремії як ніщо інше чітко відображають ті галузі людського буття та свідомості, які пов'язані з усвідомленням людиною власної сутності,

закономірностей людського буття, прийняттям законів соціуму та осмисленням його традицій та цінностей. Взагалі, термін «паремія» був запозичений з грецької мови і спочатку відповідав поняттям: притча, прислів'я, приказка.

Під терміном «паремія» більшість дослідників розуміють афоризми народного походження, насамперед прислів'я та приказки, які поряд з афоризмами нефольклорного походження утворюють відносно самостійний пласт мовних виразів, які умовно поєднуються з фразеологією.

Особливість паремій у вираженні важливих для національної культури категорій полягає в їхньому багатому семантичному потенціалі і ряді функціонально-семантичних особливостей, що розкривають властивості паремій як мовних знаків особливої природи. Взяти до прикладу прислів'я, що позначають базові цінності національної культури, за допомогою лаконічності мовних знаків пояснюють сутність одного явища з допомогою зіставлення з іншим. Вивчення паремій як частина лінгвокультурологічного підходу відкриває можливості виявити компоненти значення, зумовлені культурою, вербалізовані в пареміях, відтворити шляхи формування стереотипів мислення, що лежать в основі цінностей того чи іншого етносу.

Фразеологізми, прислів'я та приказки зберігають в собі та передають знання про системи цінностей та традицій, які склалися в певному суспільстві протягом століть. Саме через це ми можемо трактувати їх як засоби вербалізації різноманітних концептів. Саме з їх допомогою ми можемо розкрити зміст певного аспекту краще і більш широко ніж це можливо з лексичної точки зору. Вони репрезентують концепти та відображають образно-емоційну та національно-специфічну характеристики концепту. Інформація надана в пареміях про конкретний концепт може переплітатися з іншими. Зв'язок паремій з національно культурою відслідковується на основі географічних назв, історичних мотивів та звичаїв.

Паремії, на відміну вільної синтаксичної конструкції, не лише роблять висновок щодо стану певних речей, охарактеризованих у контексті, а й

входять у контекст в якості вторинного міні-тексту. При цьому паремії виступають у ролі своєрідної алюзії, як посилення до цілого фонду життєвої мудрості, тобто пареміологічного фонду мови. Крім того, знакова природа паремій дозволяє їм виконувати номінативно-характерну функцію в мові не тільки висловлюючи висновок щодо будь-якої ситуації, а й розкриваючи нові, особливі властивості денотату, які важко висловити в інших контекстах (Казакова, 2008).

Крім паремій саме фразеологізми можуть виступати у вигляді концепту, оскільки: по-перше, мають культурологічну значущість, яка потребує контекстуальної та дискурсивної підтримки, по-друге, характеризуються здатністю опосередковано, образно та експресивно позначати властивості соціально-психічного життя людини, а також давати цим властивостям негативну чи негативну оцінку, по-третє, репрезентують фразеологічні знання, мають ціннісну, культурно-ментальну структуру. Під фразеологічним концептом ми розуміємо дискретні одиниці колективної свідомості, що мають здатність виражати категоріальність мислення в одиницях вторинної номінації, що відрізняються наявністю в структурі різних складових, що репрезентують як фразеологічні знання, так і культурно-ментальні, ціннісні уявлення народу, його образну оцінку.

Висновки та ідеї, що закладено в основі смислової структури паремії, виконують важливі соціокультурні функції, оскільки прислів'я за своєю природою не стільки інформативне, скільки моральне і повчальне.

У пареміологічному полі концепту можуть зустрічатися і суперечити один одному паремії, які об'єктивують той чи інший концепт. Цей факт анітрохи не применшує значущості прислів'їв і приказок у мовній картині світу, а навпаки, дозволяє судити про причини неоднозначності сприйняття концепту. Це можна буде проглянути на прикладах китайських паремій, що будуть представлені у Розділі 3.

Структура фразеологічного концепту є складною. У концепті, вербалізованому за допомогою слова, виділяють різні компоненти, такі як:

- 1) основна (актуальна) ознака;
- 2) додаткова (пасивна, історична) ознака;
- 3) внутрішня (зазвичай не усвідомлювана форма) (Степанов 1997)

Фразеологічний концепт формується:

- на базі первинного досвіду людини, зафіксованого в поєднаннях слів, що номінують будь-яку ситуацію, тобто досвід людини, що виявляється у конкретній ситуації;
- з опосередкованої предметної діяльності людини (через одиниці первинної номінації);
- з образно-мисленнєвих операцій із уже існуючими у свідомості людини когнітивними концептами – словами, словосполученнями шляхом переосмислення їхнього значення у процесі лінгвокреативної діяльності;
- з мовного спілкування та використання їх у будь-якій ситуації у процесі характеристики будь-якого предмета думки, вираження суб'єктивного ставлення щодо нього;
- шляхом свідомого пізнання образу, укладеного в мовних одиницях, освоєння їх культурно-ментальних смислів.

Саме тому в структурі фразеологічного концепту виділяється більше складових, таких як понятійна, значуща, образна, оперативна, культурно-ментальна, а спосіб їх вербалізації – одиниця вторинної номінації (Абишева 2012).

Паремія розглядається як основна одиниця пареміологічної картини світу, яка надає можливість дослідження характерних для даного народу концептів, а також допомагає зрозуміти ментальність народу.

Пареміологічна картина світу відбиває різні сфери життєдіяльності людини і є результатом переосмислення всієї суми уявлень та знань про світ у лінгвокультурній традиції. У структурно-граматичному плані паремії є пропозиції із закінченою думкою та судженням. (Савченко В. А. , 2010.)

Відмінність пареміологічної картини світу від мовної картини світу у тому, що у мовній картині світу проявляється сукупність людських поглядів

на реальність, а в пареміологічній картині світу відбиваються людські оцінки реальності.

Пареміологічна картина світу загалом є аксіологічною моделлю світу. У пареміологічній картині світу переважають два типи оцінок – етичні та раціоналістичні, що пов'язані зі шкалою цінностей, що існує в кожній лінгвокультурі, а також перевагами, зумовленими практичною доцільністю. Оцінка займає особливе місце у пареміологічній картині світу і є основним засобом вираження аксіологічних установок народів у галузі матеріальної та духовної культури. У пареміологічній картині світу вся мовна картина світу певного лінгвокультурного суспільства трансформується в ідеалізовану модель, яка передбачає практичну доцільність певних дій та їх відповідність прийнятій шкалі цінностей. (Кумахова, Д. Б., 2011)

Отже, пареміологічна картина світу є інваріантною частиною мовної картини світу. Пареміологічна картина світу – це глобальний образ, що лежить в основі світогляду як нації в цілому, так і кожної окремої людини, інакше кажучи, це загальноприйняте уявлення про світ у розумінні людини в результаті її духовної діяльності. Пареміологічна картина світу виникає в національній свідомості, історично обумовлена і включає змістовне концептуальне знання про дійсність, а також сукупність ментальних стереотипів.

У сучасних дослідженнях пареміологічної картини світу актуалізуються такі методологічні установки в рамках лінгвокультурологічного напрямку:

а) пареміологічний матеріал визнається як один із важливих способів за допомогою якого організовується, зберігається і репрезентується культурний досвід народів;

б) визнається концептуальна єдність пареміологічного простору мов, що є областю вербалізації найважливіших зрізів національної мовної картини світу;

в) паремії визнаються важливими проявами специфіки менталітету етносів та його ціннісних домінант.

Більшість наукових робіт, які досліджують паремії у лінгвокультурологічному аспекті зазвичай аналізують окремі, чіткі концепти, співвставляє пареміологічні фонди різних мов, виявляє збіжності та розбіжності у сприйнятті одного й того ж концепту.

Ще одним важливим аспектом є побудова номінативного поля концепту. Для того щоб описати структуру концепту, треба дослідити весь мовний корпус, у якому репрезентований концепт. Сукупність мовних засобів, які вербалізують концепт у певний період розвитку суспільства, визначається як номінативне поле концепту. Важлива ознака номінативного поля це те, що воно включає в себе одиниці всіх частин мови. Серед концептів можна виділити три типи:

- перший тип – має обширне та легко виражене номінативне поле
- другий тип – має лімітоване номінативне поле (сюди можна віднести концепти, які не мають синонімічних рядів)
- третій тип – не має системно вираженого номінативного поля, а лише суб'єктивні, оказіональні номінації без назви самого концепту.

Номінативне поле концепту неоднорідне, у ньому виділяються ядро номінативного поля: прямі номінації концепту та периферія номінативного поля (номінації окремих когнітивних ознак концепту).

До мовних засобів які входять у номінативне поле концепту входять:

- прямі номінації концепту (ключове слово – репрезентант концепту, яке вибирається як ім'я концепту та ім'я номінативного поля і всі їх системні синоніми )

- похідні номінації концепту;
- однокорінні слова, одиниці різних частин мови, які за своїм словотвором пов'язані з основними засобами вербалізації концепту;
- синоніми
- фразеологізми
- паремії

- фразосполучення, які включають в себе ім'я концепту
- метафоричні номінації
- стійкі порівняння з ключовим словом
- словникові тлумачення мовних одиниць, що об'єктивують концепт
- тематичні тексти

До методів побудови номінативного поля можна віднести:

1. Встановлення ключового слова-репрезентанта, що об'єктивує концепт;
2. Встановлення ядра номінативного поля (шляхом синонімічного розширення ключового слова);
3. Встановлення периферії номінативного поля (шляхом підбору видових різновидів денотата концепту чи його окремих ознак);
4. Побудова лексико-фразеологічного поля ключового слова
5. Побудова дериваційного поля ключового слова (проводиться за допомогою словотвірних словників )
6. Побудова пареміологічного поля концепту (шляхом інтерпретації паремій як відображення когнітивних ознак концепту )
7. Пошук метафор та стійких порівнянь з номінантами концепту
8. Аналіз асоціативного поля концепту (проводиться шляхом вільного асоціативного експерименту)

### **2.3 Поняття та способи вербалізації концепту**

Загальновідомим є той факт, що концепт вербалізується словом. Мова існує заради вербалізації концептів. Концепт «гроші» за класифікацією М.В. Пименової можна віднести до категорії соціальних понять та відносин.

Інформаційний зміст концепту складається з мінімальної кількості когнітивних ознак, що визначають найважливіші та відмінні ознаки предмета чи явища. Інтерпретаційне поле включає когнітивні ознаки, які інтерпретують інформаційний зміст концепту. Відмінною рисою інтерпретаційного поля є наявність когнітивних симптомів, що суперечать один одному.

Структура концепту може бути описана лише тоді, коли визначено та описано його зміст, тобто розкрито пізнавальні особливості концепту. У більш широкому сенсі структуру поняття можна представити у вигляді кола. Основне поняття – ядро концепції – знаходиться в центрі структури, а на периферії залишається все, що додається культурою, традиціями та особистим досвідом людей.

Лінгвоконцепт складається з оціночного, образного та концептуального компонентів. Поняттєвий компонент концепту зберігається у словесній формі. Образний компонент є невербальним і його можна описати чи інтерпретувати щонайбільше. Значення слова має соціокультурний компонент. Культурний компонент значення має індексальний характер і відсилає всіх носіїв рідної культури до властивої їй унікальної системи цінностей. Природа лінгвокультурного концепту носить об'єктивний, логічний характер, визначається здатністю до виведення об'єктивності змісту. Об'єктивні прояви культури допомагають виявити особливості та специфіку концепту.

Будучи соціокультурним регулятором у комунікативних проявах, концепт вимагає способів вербалізації у мові, тим самим перетворюючись на визначальний фактор категоризації мовних значень, а також умовою для існування мовної картини світу, а також визначає рівень сприйняття світу. Адже людина може не тільки вражати свої думки за допомогою готових вербальних форм, а й мислить пізнаючи світ з допомогою взаємодій з концептами, прагнучи змінити картину світу, яка вже склалася за допомогою комунікативної діяльності.

У Словнику української мови термін «вербалізація» подається у двох аспектах:

- *книжк.* Реалізація думок, почуттів, емоцій і т. ін. в усній або писемній мові;



- *лінгв.* Перехід слів (словоформ) з інших частин мови до класу дієслів

Однак, вербалізація – це міжгалузевий термін, який використовується як в широкому так і у власне лінгвістичному значеннях. У лінгвокультурології вербалізація – вираження концепту або певних його властивостей мовними засобами.

Вербалізація у широкому сенсі позначає словесний опис певних явищ, почуттів, поведінки тощо. Одним із основних засобів вербалізації концептів називають фразеологізми.

Техніки об'єктивації концепту пов'язані зі створенням умов його правильного мовного тлумачення та є способами експліцитної та концентрованої реалізації концепту конкретною мовною одиницею, яка має з ним номінативний зв'язок поза контекстом. Техніка об'єктивації концепту є способом вербального портретування концепту. Для об'єктивації концепту нам необхідно вжити весь комплекс способів упаковки позамовної інформації, співвіднесеної з концептуальним референтом та позначеним ім'ям концепту. Вербальна об'єктивація концептуального референта є власне вибором адекватного імені концепту. Переважна більшість концептів номінується лексичним шляхом, менша їх частина – синтаксичним та фразеологічним, останні два можна вважати периферійними бо вони об'єктивують набагато меншу кількість концептів. Лексична об'єктивація, як основний та найбільш продуктивний прийом реалізації концепту, полягає в присвоєнні концепту прототипного імені, зазвичай субстантивного. Синтаксична об'єктивація належить до аналітичних прийомів вербальної репрезентації через словосполучення. Вона менш продуктивна у порівнянні з лексичною, однак її можна успішно використовувати а позначення окремих ідей, які не були підкріплені однослівними номінантами. Фразеологічна об'єктивація також належить до аналітичних прийомів вербалізації концептів, вона поділяється на об'єктивацію у двох вимірах: коли фразеологізм відображає певну ознаку

концепту і коли фразеологізм прирівнюється до певного концепту. Всі три вищезазначені підходи об'єктивації концепту мають одну спільну рису – вони є основою регулярної реалізації концепту знаком, що підтримує його в стабільному стані, тобто загальновідомим.

Думки вчених з приводу природи концепту різняться, деякі вважають, що він має невербальну природу, так як являється найзагальнішим сенсом, що не набув мовних форм, а інші вважають, що повна вербалізація концепту можлива, адже вербалізація це перенос змісту думки у словесну форму мови (Селіванова О.О., 2012). Третя група науковців притримується думки, що концепт це частково вербалізований феномен, так як він не обов'язково має мовне вираження, адже існують концепти без фіксованої назви, але з чітко визначеним статусом. (Попова З. Д., И. А. Стернин, 2007)

Д.М. Каліщук наголошує, що описати концепт повністю неможливо, але можливо описати особливості його вербалізації на певному етапі розвитку суспільства чи у певному дискурсі (Каліщук Д.М., 2017). У нашій роботі ми теж притримуємось цієї думки.

Концепт можливо репрезентувати за допомогою лексем, їх часто називають вербалізаторами концептів. Іменникова об'єктивація концепту ж найпоширенішим прийомом реалізації та присвоєння протитипового імені. Концепт повинен вербалізуватися, тобто пов'язати себе з якимось предметним позначенням будь-якої складності, причому складність позначення не має принципового значення.

Концепт як такий не має власної форми, але знаходить її в предметному позначенні. Концепт стає реальністю у предметному позначенні, існує і здійснюється у матеріальній оболонці мови. Можна заявити, що найпоширеніший спосіб вербалізації концепту – це його реалізація у слові. Однак, взаємозв'язок між словом і концептом не однозначний, одне й те саме

слово може бути пов'язане з декількома різними концептами, а один концепт може мати кілька вербальних реалізацій.

Серед методів опису концепту найголовнішим є метод дефініційного тлумачення, однак концепт ширший за його лексичне значення, тому потрібно дослідити усю сукупність мовних засобів, що в цьому випадку стають вербалізаторами концепту заради отримання чітких результатів. А. Вежбицька розділяє вербалізатори концептів на прямі і непрямі. До прямих належать слова, що тематично пов'язані з певним концептом. Непрямі включають в себе сполучуваність та граматичні ознаки лексем та інша інформація, з якої можна вивести ознаки концепту. (Вежбицькая, 1999).

Засобами об'єктивації та вербалізації концептів у разі комунікативної необхідності виступають слова, словесні вирази, розгорнуті речення та описи. Якщо певні поняття комунікативно актуальні і стають предметом регулярного публічного обговорення, вони отримують стандартну мовну одиницю для вербалізації. Якщо ні, то вони залишаються невербалізованими, а при необхідності вербалізуються за допомогою описових засобів. Складність поняття означає двосторонній зв'язок між мовою і свідомістю, оскільки категорії свідомості реалізуються в мовних категоріях і водночас ними визначаються. Щоб зрозуміти характер взаємодії свідомості й мови, концепту і вербальної одиниці, слід визнати, що й взаємодія відбувається у межах інформаційно-культурного простору та відповідного семантичного поля.

Вербалізація концептів відбується розбіжно в різних типах дискурсів, до прикладу в побутовому існують більш чіткі взаємовідношення між лексичними та концептуальними полями, а ось до прикладу в художніх або публічному чи науковому дискурсах ці взаємовідношення набагато складніші, через явище ізосемії, коли один концепт виражається декількома відповідниками на лексичному рівні, до того ж його може бути експліційовано граматичними засобами мови, а одна лексична одиниця буде мати

взаємовідношення з декількома різними концептами, тому процеси вербалізації і співвідношень між мовними одиницями та концептами постійні.

До мовних засобів, які входять в номінативне поле концептів та дозволяють нам його описати належать:

- слово як репрезентатив концепту
- вторинні номінації концепту (тобто його похідні)
- синоніми, антоніми, гіпероніми
- фразеологізми, паремії
- порівняння та метафоричні номінації
- словникові дефініції
- категоріальні значення, які реалізуються в синтаксичних та граматичних категоріях висловлювання.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

У цьому розділі ми розглянули поняття «мовної картини світу» та місця паремій у ній, поняття «вербалізації концепту» та методології дослідження концептів.

Аналіз концептів є дуже важливим для лінгвістичних досліджень, він дозволяє більш глибоко розглянути багато культурних цінностей і сфер культурного світу, а також виділити відмінні компоненти асоціативних рядів, особливості вживання концептів, а також виявити особливості змісту ментальної одиниці, концепту, зумовлені культурно-історичним розвитком певної нації. У дослідженні концептів важливе значення має методика їх аналізу. У сучасній лінгвоконцептології загальноприйнятою є методика концептуального аналізу, а найбільш поширеними підходами концептуального аналізу – відсистемний і відтекстовий. Однак існують ще багато інших методів, сукупне використання яких, допоможе більш широко і чітко дослідити певний концепт.

Під поняттям «мовна картина світу» розуміється єдина система суджень, яка формує наші уявлення про навколишній світ. Це сукупність знань, які формуються в свідомості людини, коли він пізнає світ і зберігаються в мовних знаках.

В цьому розділі ми розглянули природу концепту, деякі лінгвісти вважають, що його природа невербальна, тоді як більшість лінгвістів вважають його повністю вербалізованим. Однак, його може бути не повністю виражено у мові, оскільки, як результат індивідуального пізнання, він потребує комплексу засобів для повного втілення. Зазвичай концепти об'єктивуються в мові лексемами, які називають вербалізаторами концептів, а також ключовими словами-репрезентантами та їх синонімами.

Паремії займають особливе місце серед репрезентаторів ціннісних концептів і представляють ті ділянки національної мовної картини світу, які

відповідають за номінацію і характеристику культурних цінностей. Саме в контексті паремій базові національні цінності переосмислюються відповідно до національно-культурного досвіду, демонструючи різочу ментальну гнучкість та багатозначність в оцінці найбільш значущих для людини цінностей.

## РОЗДІЛ 3 АНАЛІЗ КОНЦЕПТУ «ГРОШІ» В КИТАЙСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ

В цьому розділі ми розглянемо концепт «гроші» за допомогою словників китайської та української мов для виявлення семантичних характеристик даного концепту, так як словникові тлумачення пояснюють значення певного слова, характеристику побудови багатозначного слова, приклади вживання в мові, їх граматичну та стилістичні характеристики. Аналіз словникового відображення і втілення концепту є необхідним через те, що система дефініцій дає можливість пізнати сутність народної свідомості та специфіки картини світу, а інтерпретація словникових значень дозволить виявити узагальнений прототип концепту та його складовий мінімум, що допоможе створити основу для подальшого вивчення концепту за допомогою застосування інших методів. Далі виявимо лексичні репрезентанти даного концепту в китайській мові та класифікуємо їх за когнітивною структурою.

### 3.1 Інтерпретація слова «гроші» в українських та китайських тлумачних словниках

В китайській мові «гроші» позначаються ієрогліфом 钱 . Взагалі слово гроші в китайській мові походить від ієрогліфу 銚 , що є назвою старовинного сільськогосподарського знаряддя, схожого на сьогоденню лопату. Традиційний ієрогліф складається із графем 金 – золото та двох графем 戈 (jiān) 戔, графема 戈 має значення сільськогосподарського знаряддя. Тому що в давнину сільськогосподарські знаряддя були засобом обміну, потім їх замінили на монети, а вже далі перетворили в гроші. Перші згадки про гроші існують в писаннях 《周礼》 та 《国语》 .

В《汉语大词典》 «гроші» тлумачяться так:

1. 钱币
2. 钱财;货币

3. 费用：款子
4. 形状像铜钱一样的东西，如榆叶叫榆钱，小荷叶叫荷钱，苔藓叫地钱，绿钱
5. 指连钱。马饰之一
6. 纸钱
7. 市制重量单位。十分等于一钱，十钱等于一两
8. 姓

В 《现代汉语词典》 подаються наступні значення:

1. 铜钱
2. 货币
3. 费用;款子
4. 钱财
5. 形状像铜钱的东西
6. 姓
7. 重量单位，10分等手1我，10钱等手1两.1市钱合5克

У словнику 《辞海》 зазначені такі значення:

1. (名) 铜钱：一个～|～串儿
2. 货币：金～|银～|～票|～币|～财|～庄|～粮。
3. (名) 款子；费用：车～|买书的～|饭～。
4. (名) 财物：有～有势|敛～。
5. 圆形像铜钱的东西：榆～儿|纸～儿|荷～。
6. (量) 重量单位，十厘等于一钱，十钱等于一两。(同义) 币、款。本～|赌～|值～|挣～。
7. 姓。



В українську мову слово «гроші» запозичене з німецької через польське посередництво зі значенням «капітал, витрати, видатки». У Академічному тлумачному словнику української мови позначається два наступні значення слова «гроші»:

1. Металеві і паперові знаки, що є мірою вартості при купівлі і продажу.
2. Капітал, статок.

### **3.2 Лексичні репрезентанти концепту «гроші» в китайській мові**

Сучасна наука про мову звертається до опису значень мовних одиниць як результату дослідження знань про світ. Всі лінгвістичні науки погоджуються з думкою, що за мовними одиницями виступають певні структури знань, а самі мовні одиниці можна інтерпретувати як результати мисленнєвого процесу.

Для китайської мовної картини характерними є: прагнення до більш чіткої фіксації переходу з одного стану в інший, більш чіткому відображенню ситуації, яка відповідає реальному стану справ, більш антропоцентрично орієнтована уява про існування об'єктів у просторі, особливість транспозиції слів у реченні.

Традиційний китайський менталітет сформований діалектичним мисленням, який знаходить своє відображення у конфуціанстві, буддизмі та даосизмі. Основними особливостями такого менталітету є суперечливість, цілісність та практичність. Загальність протиріч перебуває у центрі уваги традиційного китайського способу мислення.

До характеристик традиційного китайського менталітету та мислення можна віднести:

- Зосередженість на упорядкованості (концепт «єдності Неба і Людини», який сприймає все людське суспільство як взаємодію із зовнішнім природним світом)

- Прагнення до реалістичного способу мислення (теорії мистецтва управління людьми даосизму і стратегії управління панівного класу конфуціанства)
- Еклектичний образ мислення (прагнення до гармонізації філософських уявлень)
- Діалектичний образ мислення (прагнення до світової гармонії, визнання можливості перетворення протилежних сторін один в одну)

### **Лексичні репрезентанти концепту «гроші» в китайській мові**

#### 1. назви грошових одиниць:

- 人民币 rénmínbì – юань, національна валюта КНР
- 铜板 tóngbǎn – мідяк
- 大洋 dàiyáng – китайський срібний долар
- 硬币 yìngbì – монета
- 纸币 zhǐbì – паперова банкнота
- 元 yuán – юань, базова грошова одиниця КНР
- 角 jiǎo – цзяо, одна десята юаню
- 分 fēn – фень, одна сота юаню
- 文 wén – вень, копійка, дрібна монета
- 现金 xiànjīn – готівка
- 钞票 chāopiào – банкноти

#### 2. лексеми, що мають значення «дій з грошами»:

- 销售 xiāoshòu – збувати
- 购买 gòumǎi – купувати
- 出售 chūshòu – продавати
- 节约 jiéyuē – економити
- 支付 zhīfù – оплачувати

- 贸易 màoyì – торгувати
- 赞助 zànzhù – спонсорувати

3. лексеми, що виражають значення гроші у переносному значенні або усній мові:

- 块 kuài – розмовна версія юаню базової грошової одиниці КНР
- 毛 máo – одна десята юаню
- 票子 piàozǐ – паперові гроші
- 大钱 dàqián – велика монета
- 钢镚 gāng bèng – монети
- 条子 tiáozǐ – золотий злиток
- Q – використовується на позначення слова 钱 qián

4. лексеми які символізують гроші:

- 黄金 huángjīn - золото
- 白金 bái jīn - срібло
- 珍珠 zhēnzhū - перли
- 宝物 bǎowù - скарби
- 摇钱树 yáoqiánshù – грошове дерево
- 聚宝盆 jùbǎopén – таз з невичерпними коштовностями
- 红包 hóngbāo – червоний конверт

5. Семантична деривація:

- 五斗米 wǔdǒu mǐ
- 禄 lù
- 俸 fèng
- 孔方兄 kǒngfāngxiōng

6. Професійна лексика:

- 金融 jīnróng
- 财产 cáichǎn

- 外币 wàibì

Прикметники, які вживаються разом із словом гроші 钱 в китайській мові:

- 1) “大” “小” – для вираження кількісної характеристики  
приклади: 大钱、小钱、零钱
- 2) Додавання оціночних або емоційних модифікаторів на позначення оцінки грошей  
приклади: 脏钱、黑钱、喜钱、冤钱、冥钱
- 3) Прикметники на позначення приналежності грошей  
приклади: 私钱、公钱
- 4) позначення металів та матеріалів валют  
приклади: 金钱、银钱、铜钱、铁钱、玉钱、纸钱
- 5) додавання лексеми перед слово 钱 як позначення їх використання  
приклади: 工钱、佣钱、食钱、车钱、租钱、税钱、压岁钱

Репрезентант 金 – «золото» має дуже глибоку історію в китайській мові і ми вважаємо його одним із найголовніших репрезентантів після імені концепту «гроші».

Культура китайської металевої валюти справила глибокий вплив на репрезентант концепту гроші «цзінь» у китайських ідіомах. Репрезентант концепту гроші «цзінь» тісно пов'язаний з китайською культурою металевих валют. Його цільовий домен частково визначається тим фактом, що «цзінь» формувався в монети і функціонував як валюта в деякі історичні періоди Стародавнього Китаю. Природно, чим більше у людини грошей, тим вона багатша. Таким чином, існує тісний зв'язок між «цзінь» і багатством. Цей вид культурного досвіду був адаптований до деяких китайських ідіом, включаючи ідіоми : 堆金叠玉, 金玉满堂, 铜山金穴.

### 3.3 Класифікація паремій, які відображають концепт «гроші» в китайській мові

У китайській мові фразеологія теж розуміється у широкому сенсі, предметом фразеології є фразеологічні одиниці, тобто стійкі, відтворювані у готовому вигляді, поєднання слів, що використовуються у мові як цілісні за своїм значенням і стійкі у своєму складі і структурі утворення. До типів фразеологізмів належать: Чен'юй (成语), Яньюй (谚语), Сехоу'юй (歇后语), Гуань'юй (惯用语). Важливо відмітити складність дослідження паремій адже вживаються вони у розмовному дискурсі. Однак, наближеність паремій до побутової картини світу дозволяє більш детально дослідити особливості лінгвокультури китайського народу. Такі мовні одиниці протягом багатьох століть передавалися із уст в уста. Це свідчить про їх аксіологічне значення для широкого кола мовців, і є важливим для дослідження вербалізації концепту.

Паремії, що містять поняття «гроші» буквально, можна пояснити як своєрідний фольклор про гроші, які мають владу над розумом людей. Іншими словами, це своєрідний фольклор, який має силу впливати на те, щоб щось відбулося, розвивалося і закінчилося. Крім того, грошові паремії вказують на щось метафоричним способом. Особливо це стосується прислів'їв про силу грошей. Безсумнівно, гроші були і залишаються важливою силою для світу і окремих людей, для підтримки свого регулярного функціонування та існування. Тому люди були так зацікавлені у генеруванні всіляких паремій про гроші, щоб узагальнити свій життєвий досвід і пізнання до сили грошей.

Відбір фразеологізмів та паремій з концептом «гроші» ґрунтується на аналізі лексичних репрезентантів даного концепту. В паремії включено лексеми, які входять до складу лексико-семантичного поля концепту «гроші». Ми проаналізували 100 паремій, в яких відображено різне значення грошей.

Дослідження лінгвокультурологічних особливостей концепту «гроші» в китайській мові та аналіз великої кількості прислів'їв та фразеологізмів

дозволяє нам виділити на їх основі кілька семантичних груп. У китайському фразеологічному фонді найчисельнішою групою є паремії, які надають оцінку грошам. Ми виділили 4 типи оціночних груп, серед них:

1. Позитивна оцінка – гроші всемогутні, з їх допомогою можна вирішити всі проблеми.
  - 钱可通神 - qián kě tōng shén – за гроші можна і з божеством зноситися;
  - 船无水不行，事无钱不成 chuán wú shuǐ bùxíng, shì wú qián bùchéng – так як човен не може плисти без води, так само без грошей нічого не зробиш;
  - 道路难行钱作马，城池不克酒为兵 dào lù nán xíng qián zuò mǎ, chéng chí bù kè jiǔ wéi bīng – зіткнувшись з проблемами, гроші завжди доможуть;
  - 千金不死，百金不刑 qiānjīn bùsǐ, bǎijīn bù xíng – хто скоїв злочин може уникнути кари за гроші;
  - 有钱能使鬼推磨 yǒu qián néng shǐ guǐ tuī mó – гроші навіть чорта змусять працювати;
  - 有钱诺事办 yǒu qián nuò shì bàn – з грошами усі справи йдуть успішно;
  - 财连于命 cái lián yú mìng- гроші пов’язані із життям;
  - 断钱如断血 duàn qián rú duàn xuè – нестача грошей така ж болюча як нестача крові;
  - 好汉无钱到处难 hǎohàn wú qián dào chù nán – якщо у парубка немає грошей, йому важко повсюди;
  - 处家人情，非钱不行 chù jiā rén qíng, fēi qián bùxíng – влаштувати сімейне життя, налагодити людські відносини не можливо без грошей;

- 金钱不是万能的，但没钱是万万不能 jīnqián bùshì wànnéng de, dàn méi qián shì wàn wàn bùnéng – гроші не всемогутні, але без них нікуди;
- 钱是爷，钱是娘，一天没钱急得慌 qián shì yé, qián shì niáng, yītiān méi qián jí dé huāng – гроші це батюшка, гроші це матінка, день без грошей – паніка;
- 财是富之苗，钱是人之胆 cái shì fù zhī miáo, qián shì rén zhī dǎn – багатство це володіння майном, а сміливість – володіння грошима;
- 钱多人胆大 qián duō rén dǎn dà – хто багатий, той і сміливий;
- 人是英雄钱是胆 rén shì yīngxióng qián shì dǎn – у кого є гроші, той і має героїчну мужність;
- 衙门口朝南开，有理无钱别进来 yámén kǒu cháo nánkāi, yǒulǐ wú qián bié jìnlái – тільки за допомогою грошей можна виграти у суді;
- 铜钱无脚走四方 tóngqián wú jiǎo zǒu sìfāng – хоча грошей немає ніг, але вони скрізь ходять;
- 钱能通天，势能压人 qián néng tōngtiān, shìnéng yā rén – за допомогою грошей можна чинити потенційний тиск на людей, як Будда;
- 有钱路路通 yǒu qián lù lù tōng – з грошами тобі всі дороги відкриті;
- 瞎子见钱眼也开，和尚见钱经也卖 xiāzi jiàn qiányǎn yě kāi, héshàng jiàn qián jīng yě mài – у присутності грошей навіть у сліпого очі розкриваються, а монах продає навіть священні книги;
- 钱是活宝，用哪哪好 qián shì huóbǎo, yòng nǎ nǎ hǎo – гроші це живий скарб, стануть у нагоді будь-де;
- 有钱随处乐 yǒu qián suíchù lè – з грошима весело будь-де;
- 有钱万事足 yǒu qián wànshì zú – є гроші є щастя;
- 钱到手饭到口 qián dào shǒu fàn dào kǒu – є гроші є їжа;

- 有钱万事皆是, 无钱寸步难行 yǒu qián wànshì jiē shì, wú qián cùn bù nán xíng – з грошима всі справи вирішуються, без грошей навіть кроку ступити важко;
  - 有钱人过年, 穷苦人过年不年 yǒu qián rén guò nián, qióng kǔ rén guò nián bù nián – багаті люди святкують новий рік, а бідні доживають року;
  - 有钱男子汉, 无钱汉子难 yǒu qián nán zǐ hàn, wú qián hàn zi nán – з грошами благородний герой, без грошей ходяча біда;
  - 有钱杀人不偿命, 无钱淘气要坐牢 yǒu qián shā rén bù cháng mìng, wú qián táo qì yào zuò láo – з грошима і за вбивство нічого не буде, без грошей і за неслухняність сядеш;
  - 有钱则生, 无钱则死 yǒu qián zé shēng, wú qián zé sǐ – маєш гроші — житимеш, не маєш — помреш;
  - 财去人情去 cái qù rén qíng qù – нема грошей нема кохання;
2. Негативна оцінка – гроші за собою несуть лише нещастя та проблеми.
- 挥金如土 huī jīn rú tǔ – кидатися грошима як брудом;
  - 穷怕亲戚富怕贼 qióng pà qīn qī fù pà zéi – бідний родичів боїться, а багатий крадія;
  - 欲多伤神, 财多累身 yù duō shāng shén, cái duō lèi shēn – хтось від спраги страждає, а хтось від грошей;
  - 财大有险, 树大招风 cái dà yǒu xiǎn, shù dà zhāo fēng – чим більше грошей, тим більше ризиків;
  - 钱多了烧心 qián duō le shāo xīn – більше грошей більше клопотів;
  - 钱是万恶之源 qián shì wàn'è zhī yuán – гроші причина всіх бід;
  - 人为财死, 鸟为食亡 rén wéi cái sǐ, niǎo wéi shí wáng - птахи можуть вбити один одного для вгамування голоду, а люди можуть вбивати один одного через гроші;



- 白酒红人面，黄金黑人心 báijiǔ hóng rén miàn, huángjīn hēi rénxīn - у людини, що п'є, червоне обличчя, а у того, хто має багато золота, - чорне зле серце;
- 爱钱如命 Ài qián rú mìng – дорожити грошами як життям;
- 公人见钱，犹如苍蝇见血 gōng rén jiàn qián, yóurú cāngyíng jiàn xiě – бачать чиновники гроші, як мухи кров;

### 3. Амбівалентна оцінка – взаємодія одночасно двох антагоністичних значень

- 财富要靠双手创造 cáifù yào kào shuāngshǒu chuàngzào - багатство потрібно створити руками;
- 金钱买不到真理 jīnqián mǎi bù dào zhēnlǐ – правду не купити за гроші;
- 有钱常想无钱日，莫到无钱想有钱 yǒu qián cháng xiǎng wú qián rì, mò dào wú qián xiǎng yǒu qián - бідні хочуть мати багато грошей, а багаті не сплять: думають, як зберегти гроші;
- 衙门钱，一蓬烟；生意钱，六十年；种田钱，万万年 yámén qián, yī péng yān; shēngyì qián, liùshí nián; zhòngtián qián, wàn wàn nián - Заробити гроші уряду можна за десять хвилин, бізнесменів за шість років, селянинові протягом тисяч років;
- 财主有良心，河水向上流 cáizhǔ yǒu liángxīn, héshuǐ xiàngshàng liú - якщо багата людина добра, то вона може повернути течію річки у зворотний бік;
- 邻居好，赛金宝 línjū hǎo, sài jīnbǎo – хороші сусіди краще за гроші;
- 钱过北斗 qiánguò běidǒu – грошей більше ніж зірок на Великій Ведмедиці;
- 一文钱逼死英雄汉 yī wén qián bī sǐ yīngxióng hàn - дрібна монета може призвести до смерті героя Китаю;

- 摇钱树，人人有，就是自己两只手 yáoqiánshù, rén rén yǒu, jiùshì zìjǐ liǎng zhī shǒu – у кожного є своє грошове дерево, а сама свої руки;
  - 败子回头金不换 bài zǐ huítóu jīnbùhuàn – розкаяння блудного сина і на вагу золота не промінєш;
  - 一家和气直千金 yījiā héqì zhí qiānjīn – сімейна гармонія вартує тисячі золота;
  - 钱财如粪土，仁义值千金 qiáncái rú fèntǔ, rényì zhí qiānjīn – справедливість дорожча за золото;
  - 黄金未为贵，安乐值钱多 huángjīn wèi wéi guì, ānlè zhíqián duō – спокій дорожче грошей;
  - 千金易求，信誉难得 qiānjīn yì qiú, xìnyù nándé – легше розбагатіти ніж отримати довіру інших;
  - 智慧的头脑胜似闪光的金子 zhìhuì de tóunǎo shèngsì shǎnguāng de jīnzi – мудрість краще золота;
  - 一寸光阴一寸金，寸金难买买寸光阴 yīcùn guāngyīn yīcùn jīn, cùn jīn nán mǎi mǎi cùn guāngyīn – час за гроші не купиш;
  - 千金易得，知音难求 qiānjīn yì dé, zhīyīn nán qiú – легше збагатитися ніж знайти одного близького друга;
  - 黄金有价人无价 huángjīn yǒu jià rén wú jià – золото має ціну, а люди безцінні;
  - 钱是用的，水是流的 – на збережені гроші нічого не купиш;
  - 有钱常想无钱日，摸到无钱想有钱 Yǒu qián cháng xiǎng wú qián rì, mō dào wú qián xiǎng yǒu qián – як є гроші думаєш про безгрошшя, як немає грошей мрієш про багатство.
4. Нейтральна оцінка – гроші приходять та йдуть, вони не визначають багатство.

- 多财善贾 duō cái shàn gǔ – при великому багатстві і торгувати легше;
- 财去身安乐 cái qù shēn ānlè – втратив гроші, але отримав спокій;
- 钱财是倘来之物 qiáncái shì tǎng lái zhī wù – гроші це несподіваність;
- 钱财如流水，流去还流回 qiáncái rú liúshuǐ, liú qù hái liú huí – багатство – вода, воно приходить та йде;
- 见贫休笑富休夸，谁是长贫久富家 jiàn pín xiū xiào fù xiū kuā, shéi shì zhǎng pín jiǔ fù jiā – не смійтесь над бідняками, не хизуйтеся багатством, тому що бідняк не завжди буде бідним, а багач – не завжди багатим;
- 当面银子对面钱 dāngmiàn yínzi duìmiàn qián – гроші мають бути підраховані точно у присутності обох сторін;
- 亲是亲，财是财 qīn shì qīn, cái shì cái – рідня ріднею, а власність власністю;
- 一钱不落虚空地 yī qián bù luò xū kòng dì - ретельний підрахунок та точний облік.
- 金钱圆溜溜，一有就滚走 – гроші ніколи не залишаються в руках
- 富不过三代 – заможні сини рідко стають багатими
- 财主离穷人，寸步也难行 – гроші можуть прийти нізвідки

Існує безліч ознак, за якими можна класифікувати фразеологізми, науковці займаються цим для того, щоб звести їх у певну систему, що тим самим, допоможе з легкістю осягнути всю масу фразеологічних одиниць китайської мови. В нашій роботі ми класифікували когнітивні структури паремій, які відображають концепт «гроші» наступним чином:

1. гроші всемогутні, з їх допомогою можна вирішити всі проблеми:

- 有权能生钱，钱大能买权 Yǒu quán néngshēng qián, qián dà néng mǎi quán – є влада є гроші, є гроші є влада;

- 钱能通天，势能压人 qián néng tōngtiān, shìnéng yā rén – сила грошей і до неба доведе;
- 有钱一条龙，无钱一条虫 Yǒu qián yītiáo lóng, wú qián yītiáo chóng – з грошима ти дракон, без грошей ти жучок;
- 为人有钱心事轻，为人无钱处处难 wéirén yǒu qián xīnshì qīng, wéirén wú qián chùchù nán – у людей з грошима на душі легко, у людей без грошей важко;
- 没钱之人就像无箭之弓 méi qián zhī rén jiù xiàng wú jiàn zhī gōng – людина без грошей як лук без стріл;
- 金子可以坠死人 jīn zǐ kěyǐ zhuì sǐrén – золото і мертвих з могили підніме.

2. гроші не всемогутні, є речі, які непідвласні перед грошима:

- 金钱可以买到小人之志，但买不到君子之心 Jīnqián kěyǐ mǎi dào xiǎo rén zhī xīn, dàn mǎi bù dào jūn zǐ zhī zhì – за гроші купиш серце простолюду, але не благородного мужу;
- 财富在死亡面前也不是救星，无能为力 - • cáifù zài sǐ máng miànqián yě bùshì jiùxīng, wúnéngwéilì – перед смертю гроші не допоможуть.

3. гроші важливі, але є речі важливіші за них:

- 以财交者，财尽而交绝 Yǐ cái jiāo zhě, cái jìn ér jiāo jué – є гроші є друзі, немає грошей – немає друзів;
- 万两黄金容易得，知心一个世难求 wàn liǎng huángjīn róngyì dé, zhīxīn yīgè shì nán qiú – купу золота знайти легше ніж хорошого друга;
- 金窝银窝不如咱的狗窝 jīn wō yín wō bùrú zán de gǒu wō – наш дім не купити за жодне золото та срібло світу;
- 财富不是朋友，但朋友却是财富 cáifù bùshì péngyǒu, dàn péngyǒu què shì cáifù – багатство не в друзях, але друзі це багатство.

Незважаючи на те, що гроші відіграють величезну роль у житті людей, люди все ще знаходять те, що їм не підвласно. Гроші не можуть перевершити неминучі закони створення, розвитку і загибелі, не можуть перевершити природні закони народження, старості, хвороби і смерті. У той же час гроші не можуть замінити якостей доброзичливості, праведності, віри, синівської побожності та багатьох цінностей, таких як сім'я, дружба та любов, яких так прагнуть люди. Перед обличчям законів природи та людських емоцій золото та гроші просто затьмарюється. Серед цієї когнітивної структури можна виділити ще декілька, а саме:

- Спокій і благополуччя важливіші за гроші: 有钱难买一身安 Yǒu qián nán mǎi yīshēn ān – за гроші не купиш гармонію ; 有钱难买五更觉 yǒu qián nán mǎi wǔ gēng jué за гроші не купиш почуття часу; 有钱难买生死路 Yǒu qián nán mǎi shēngsǐ lù - за гроші не купиш життя; 黄金未为贵, 安乐值钱多 Huángjīn wèi wéi guì, ānlè zhíqián duō – гармонія дорожча за гроші;
  - Родинні звязки важливіші за гроші: 有钱难买子孙贤 Yǒu qián nán mǎi zǐsūn xián – за гроші не купиш онуків; 有钱难买亲骨肉 yǒu qián nán mǎi qīn gǔròu – за гроші не купиш родичів.
  - Дружба важливіша за гроші: 钱财买不到真情; 有钱难买灵前吊 Qiáncái mǎi bù dào zhēnqíng – справжні почуття за гроші не купиш; yǒu qián nán mǎi líng qián diào – за гроші ніхто тебе поминати не буде.
  - Обіцянки дорожчі за гроші: 得黄金百斤, 不如得季布一诺 dé huángjīn bǎi jīn, bùrú dé jì bù yī nuò – скипка обцянок краща за сто кілограм золота;
4. пропаганда економії грошей:
- 钢要加在刀刃上, 钱要花在正路上 Gāng yào jiā zài dāorèn shàng, qián yào huā zài zhèng lùshàng – гроші треба витратити за необхідністю;

- 一文钱攥出水来 yīwén qián zuàn chūshuǐ lái – копійка гривню береже;
- 金钱不长在树上 jīnqián bù cháng zài shù shàng – гроші на деревах не ростуть.

5. гроші змушують людей ставати жадібними та нещасними :

- 金钱造不出好汉 jīnqián zào bù chū hǎohàn – гроші до хорошого не доведуть;
- 财迷心窍 cáimí xīnqiào – осліплений жагою до багатства
- 人心难满，欲壑难填 rénxīn nán mǎn, yùhè nán tián – людське серце ненаситне до жадібності
- 吃了猪肝想猪心，得了白银想黄金 chīle zhū gān xiǎng zhū xīn, déliǎo bái yín xiǎng huángjīn – зїв печінку думаєш про серце, отримав срібло думаєш про золото;
- 有了千钱想万钱，当了皇帝想成仙 yǒule qiān qián xiǎng wàn qián, dāngle huángdì xiǎng chéng xiān – отримав тисячу думаєш про десять тисяч, ставши імператором думаєш як стати божеством;
- 咬人的狗，牙发红，贪财的人眼发红 yǎo rén de gǒu, yá fà hóng, tāncái de rén yǎn fà hóng – в кусючої собаки зуби червоні, в жадібної людини очі червоні;

6. наголошення на доброзичливості і справедливості як на найвищому стандарті моралі:

- 君子喻于义，小人喻于利 - Jūnzǐ yù yú yì, xiǎo rén yù yú lì – для благородного мужа справедливість на першому місці, а для неука – гроші;
- 黄金不为贵，仁义值千金 (huángjīn bù wéi guì, rényì zhí qiānjīn) – золото не має цінності, а доброзичливість і справедливість дорогі.

### ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Значення концепту передає певні когнітивні ознаки і компоненти, що його утворюють. Однак, це лише частина змістового концепту. Зради експлікації всього концепту нам потрібні численні лексичні одиниці, а саме – значення багатьох слів. Тому для того, щоб охарактеризувати поняття значущої складової фразеологічного концепту, необхідно розглянути співвідношення значення, сенсу та концепту в аспекті когнітивної семантики, що ми і зробили у даному розділі.

Так як словникові тлумачення пояснюють значення певного слова, характеристику побудови багатозначного слова, приклади вживання в мові, їх граматичну та стилістичні характеристики в цьому розділі ми привели тлумачні значення слова «гроші» в українській та китайській мові.

У даному розділі ми намагалися змодельовати концепт «гроші» для того, щоб описати його як цілісну ментальну одиницю. Дослідження китайських паремій, які номінують ознаки грошей за допомогою методів когнітивної інтерпретації допомогло нам виявити характерні особливості фразеологізмів, які об'єктивують концепт «гроші» в китайській лінгвокультурі.

Проаналізувавши відібрані паремії ми прослідкували певні закономірності у їх вживанні та змістове наповнення цього концепту, і можемо зробити наступні висновки.

1. У китайській метафоричній системі гроші відіграють велику роль у структурованих прислів'ях. Деякі китайські прислів'я не мають символ «钱», однак ми можемо легко прослідкувати його приховане значення у таких прислів'ях.
2. Ми проаналізували і виявили, що китайські прислів'я про гроші зазвичай складаються з двох частин, і ставляться в порядку антитези, тобто китайські прислів'я більш комплексні та критичні.

3. Вищенаведені паремії відрізняються написанням паралельних речень і римуванням останнього слова речення.
4. У проаналізованих паремія дуже поширене використання метафори в порівнянні між бажанням грошей та іншими суб'єктивними речами та їх особливостями, можна зробити висновок, що це класична форма китайських прислів'їв.
5. Після аналізу вищезазначених паремій про гроші, можна дійти висновку, що соціальні причини, бажання та вплив негативних факторів стали найбільшим натхненням для людей для створення прислів'їв про гроші.
6. В китайській мові центр когнітивної структури «гроші» становлять паремії, що прославляють всемогутню силу грошей.



## ВИСНОВКИ

В нашій роботі ми розглянули питання концептів як таких, їх вербалізації, а також репрезентації концепту «гроші» у китайській лінгвокультурі. У першому теоретичному розділі ми розглянули дефініції поняття «концепт», історію його розвитку, типологію, підходи до вивчення, а також його місце у китайській лінгвокультурі. У другому розділі висвітлили методикку аналізу концептів, поняття мовної картини світу та її відображення в пареміях, а також поняття та способи вербалізації й об'єктивації концептів. Третій розділ присвячено дослідженню семантики концепту «гроші» в китайській та українських мовах, виявлено лексичні репрезентанти концепту «гроші» в китайській мові, а також проведена класифікація когнітивних структур паремій, що відображають концепт «гроші».

Мова та культура залежать один від одного, глибоко взаємодіють, однак лишаються автономними. Культура репрезентується в тексті, тобто вона включена в мову. Лінгвокультурологія це наука яка вивчає залежність між мовою та культурними концептами, вона вивчає національно-культурну специфіку мовного спілкування, відображає національну унікальність, яка відображається в мові. Концепт та мовна картина світу є одними із основних понять лінгвокультурології. Однак досі вчені не дійшли до єдиного визначення ні мовної картини світу, ні концепту.

Термін «мовна картина світу» спирається більше на філософію, однак її асоціюють із сукупністю усіх знань суспільства, які знаходять своє відображення у мовній формі. Поняття «концепту» розглядається із вектору багатьох різних парадигм та є міжгалузевим поняттям. Дослідники сходяться на тому, що це одиниця лінгвокультурології, яка має складну структуру і надає характеристики певній культурі, а процеси категоризації та концептуалізації формують «картину світу». Лінгвокультурний концепт заснований на особистому досвіді індивіда, отже, він динамічний, залежить від тих соціальних та культурно-історичних умов, в яких розвивається особистість, є

одним із основних засобів формування, зберігання та передачі мовної інформації. Було уточнено поняття концептуальна картина світу і мовної. Концептуальна картина світу ширша за мовну, через те що, в ній відображено як вербальні, так і невербальні образи, в той час, коли у мовній картині світу відображаються лише вербальні ознаки.

Так історично склалося, що гроші мали домінуючий статус у світі, оскільки вони були великим та важливим ресурсом для регулювання суспільства, жорсткою силою для економічного розвитку кожної країни та необхідною життєвою метою для кожної людини. Гроші штовхали колесо історії з тих пір, як люди навчилися використовувати вогонь. Усі злети та падіння династій, розгортання війн, зміни цивілізацій все це відбувалося на основі влади грошей. Гроші могли впливати на всі види подій, стани та процеси. Метафорично кажучи, гроші — це свого роду могутня сила.

Концепти можуть бути вербалізовані в мову різними засобами, в залежності від їх комунікативної ситуації. Щодо мовних засобів концепт може бути вербалізовано лексичними, словотвірними, морфологічними, синтаксичними та стилістичними засобами. Щодо специфіки вираження в китайській мові вербалізація концепту «гроші» в більшості випадків проводиться лексичними та словотвірними засобами. Щодо засобів вираження концепту найпоширенішим способом вербалізації концепту є його реалізація у слові. Однак, одне й те саме може бути пов'язане з різними концептами, а один концепт може мати кілька вербальних реалізацій.

Класифікація та методологія дослідження концептів надзвичайно обширні, що дозволяє провести більш детальне дослідження. Для опису концепту «гроші» в китайській лінгвокультурі ми будемо використовувати поєднання елементів концептуального та компонентного аналізів.

Відношення народу до грошей відображається в мові, а особливо у пареміях. В китайській мові головною із особливостей паремій про гроші є назва самого слова «гроші», або назви грошових знаків. В культурах з фонетичним типом письма зафіксовані значення зберігаються лише в свідомості її носіїв, коли в культурах із ієрогліфічним письмом існує ще один так званий рівень об'єктивації значень, який проявляється саме в написанні самого ієрогліфічного знаку, а це в свою чергу відображається на концептуальному образі, що ми і розглянули у практичному розділі.

У практичному розділі ми розглянули семантичні характеристики концепту гроші в китайській та українській мовах, виявили, що їх значення доволі подібні, в китайській мові це металеві та паперові знаки або міра вимірювання. Далі ми виявили лексичні репрезентанти концепту «гроші» в китайській мові, умовно ми їх розділили на підгрупи: назви грошових одиниць; лексеми, що мають значення «дій з грошима»; лексеми, що виражають значення гроші у переносному сенсі або в усній формі мовлення; лексеми, які символізують гроші; семантичні деривативи, професійні слова, які пов'язані із концептом «гроші». Після цього ми виділили семантико-когнітивні групи, які надають оцінку ставленню китайців до грошей. Серед них: позитивна оцінка, негативна оцінка, амбівалентна оцінка, нейтральна оцінка. До когнітивних структур паремій, які відображають концепт «гроші» в китайській мові ми віднесли такі типології: гроші всемогутні, з їх допомогою можна вирішити все; гроші не всемогутні, є речі, які не підвласні грошам; гроші важливі, але є і важливіші за них речі (серед них виділено кілька підгруп: спокій і благополуччя важливіші за гроші; родинні зв'язки важливіші за гроші; дружба важливіша за гроші; обіцянки дорожчі за гроші); пропаганда економії грошей, гроші змушують тсавати людей нещасними і жадібними; наголошення на доброзичливості і справедливості як найвищому стандарті моралі, вищому за гроші.

Проведене дослідження чіткіше окреслило місце лінгвокультурного концепту гроші у мовній картині світу китайців, що підтверджується значною кількістю фразеологізмів та паремій на позначення концепту.

Наше дослідження провело аналіз лише однієї із складових концепту «гроші», воно не вичерпує всіх аспектів його дослідження. В подальшому його можна буде вдосконалити додавши метод експерименту.

## PE3IOME

当今世界正在发生的一体化和全球化进程正在改变人们的生活。它们促进了不同民族之间更密切的经济、文化和政治联系。这反过来又增加了跨文化交流的重要性。由于每个民族的世界语言图景由构成这种语言文化的概念圈的民族和普遍概念组成，因此概念问题变得更加相关。概念分析是当今语言学研究的重要内容，但目前为止尚未有一个普遍接受的研究程式。

对深入理解语言现象的高度兴趣，以及语言学家进一步研究认知语言学 and 语言文化学的愿望，推动了对“金钱”概念的积极研究的开始。这一概念是世界图景的重要组成部分，在国家价值体系中也占有重要地位。都是因为金钱自古以来就是人们生活中不可或缺的一部分，社会对金钱的态度也随着环境的变化而适应。金钱概念在各个民族中都占据重要的位置，在不同民族的谚语中也得到体现。谚语所反映出的金钱世界图景，是语言世界图景的一个重要组成部分。不同语言中的金钱谚语折射出不同民族对金钱的认识及反映。金钱概念属于基础概念。按照其在语言中的表现手法，金钱概念属于普通命名。按照语言样本的方式金钱概念属于词汇概念。按照认知原则，金钱概念属于定义，概念。按照社会群体交流需求，金钱概念具有团体性。按照抽象程度，金钱概念是具体概念。按照金钱概念的结构，它属于复台结构（多层）。按照争议状态，金钱概念具有日常性，暗器文化显著性，金钱概念具有社会文化性。金钱作为商品交换的产物，在人类社会中扮演这重要的角色。人们对金钱的渴望和热情从古至今未曾减少。生活的联系越来越密切，反映人们金钱观念的熟语也随之大量出现，熟语与金钱结合产生了金钱文化熟语，它们蕴涵了丰富的文化要素，体现了人们的思维方式、价值观念和文化心理，形象地反映了中国民间的金钱观。在中华民族特有的社会背景、思维方式、处事原则、伦理道德、人生哲学等民族文化心理的基础上，形成了中国人独特的金钱观。任何一种语言总会体现这一特定民族的物质文化和精神文化创造活动的特点。人类语言的发展有赖于人类物质文化和精神文化的发

展。熟语又是语言符号中一类比较特殊的符号,它们负载的文化内容最丰富,所折射的人文世界最精彩,所表达的处世道理最深刻,所表达的事态人心最直接

观念是语言文化学的单位,与文化紧密相连。关键观念的分析是研究民族语言世界图景的有效方法之一。本文以汉语词汇和词组单位为例,探讨“钱”的概念。中国的短语、谚语和谚语是实现这一概念的主要手段之一,它们清楚地反映了中国人的真实生活和意识,因为它们保留了传统知识和世界观。正是这种词汇具有明确的民族特性。中国古代用语仍为母语者积极使用,现代语言不断补充新单位,充分反映了国家的心态和历史。中国成语是中国语言的精髓,是植根于中国文化的宝藏,也是中国思维的概括,蕴含着无数的隐喻表达。

我们研究的相关性是由于需要分析世界文化的关键概念,即“金钱”的概念,以及深化跨文化交流,其成功在于了解一个民族的民族特征。

本研究的目的是确定汉语语言学中“钱”概念的表述方式和特点,找出这一概念的内容特点。研究对象为汉语语言学中的“钱”概念。研究的主题是反映“金钱”概念的用语、谚语、谚语。

科学新颖性是由目标决定的,由于“钱”这个概念在中国社会心目中的意义,阐明了“钱”这个概念在汉语中的代表,系统化了将这个概念客观化的口头手段、中国世界的概念。

本研究的目的是确定汉语语言学中“钱”概念的表述方式和特点,找出这一概念的内容特点。

目标涉及解决以下任务:

1. 将“钱”的概念建模为一个整体的心理单位;
2. 确定“金钱”概念及其代表的语言客观化的具体情况;

- 3.分析“概念”概念的理论基础;
4. 概述语言学中语言表达概念和方法的现代研究方法;
5. 使用词源分析研究“金钱”概念的概念成分。

我们工作的理论意义在于进一步发展认知语言学的总则和语言认知研究方法，结合用语的语义和语言文化分析来描述用语的语言和文化语义，分析“钱”的概念。中国语言，语言概念问题，

我们工作的实际意义在于可以进一步将所获得的结果用作语言文化学工作的辅助材料，以找到其用于总结优化跨文化交流的建议。

本文由引言、三个部分和每个部分的结论、整个工作的结论、所用资源列表、摘要组成。

在分析了选定的谚语之后，我们在它们的使用和这个概念的内容上遵循了一定的模式，我们可以得出以下结论。

1. 在中国的隐喻系统中，金钱在结构化谚语中扮演着重要的角色。有些中国谚语没有“钱”这个符号，但我们可以很容易地在这些谚语中追溯其隐藏的含义。

2. 我们分析发现，中国有关金钱的谚语通常由两部分组成，并按反序排列，即中国谚语更复杂，更批判。

3. 上述语法在写平行句和押韵句末词上有所不同。

- 4.在分析的谚语是一个非常常见的比喻用法，用于比较对金钱的渴望和其他主观事物及其特征，我们可以得出结论，这是中国谚语的经典形式。

- 5、分析以上关于金钱的谬论，我们可以得出结论，社会原因、欲望和负面因素的影响成为人们创造金钱谚语的最大灵感。

- 6.在汉语中，“钱”的认知结构的中心是谚语，美化了钱的万能。

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Алефиренко, Н. Ф. Спорные проблемы семантики / Н. Ф. Алефиренко. – М.: Гнозис, 2005. – 326 с.

Апресян, Ю.Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания // Вопросы языкознания. 1995. № 1. С. 37-68.

Артемова, А.Ф. Значение фразеологических единиц и их прагматический потенциал [Текст]: дис.докт. филол. наук / А.Ф. Артемова. Пятигорск, 1991. -308 с.

Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988. 341 с.

Аскольдов-Алексеев, С.А. Концепт и слово [Текст]: антология / С.А. Аскольдов-Алексеев // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология / Под общ.ред. проф. В. П. Нерознака. – М.: Academia, 1997. – 320 с. – Библиогр. с.267-279.

Афанасьева, О.В. Концепт «время» в современной трактовке (на материале английского, испанского и русского языков) [Текст]: Аспекты изучения//Вестник Чувашского университета. – № 3. –2007, Чебоксары. –18с.

Бабушкин, А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка / А. П. Бабушкин. – Воронеж: ВГУ, 1996. – 104 с.

Бабушкин, А.П. Концепты разных типов в лексике и фразеологии, и методика их выявления Текст. // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: сб. науч. тр. / под ред. И.А. Стернина. – Воронеж: ВГУ, 2001. –С. 52-57.

Бастриков А.В., Бастрикова Е.М. Лингвокультурные концепты как основа языкового менталитета// Филология и культура. 2012. №3(29). С. 15–19.)

Белова, А. Д. Языковые картины мира в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы / А. Д. Белова // Культура народов Причерноморья. – 2002. – № 29. – С. 17–23.



Бижева, З. Х. Антропоцентризм культури - антропоцентризм мови / Русская и сопоставительная филология: состояние и перспективы. Казань, 2004. - С. 207.

Ван Дань. ЛСГ «Деньги и денежные суммы» в современном русском языке Текст: автореф. дис. канд. филол. наук. – М.: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, 1996. – 22 с.

Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. М.: Языки русской культуры, 1999. 778 с

Воркачев, С. Г. Лингвокультурный концепт: типология и области бытования / С. Г. Воркачев, Л. Э. Кузнецова, Г. В. Кусов, Д. Ю. Полиниченко, М. А. Хизова. – Волгоград: ВолГУ, 2007. – 400 с

Воркачев С. Г. Методологические основания лингвоконцептологии. Теоретическая и прикладная лингвистика: межвуз. сб. научн. трудов. Воронеж, 2002. Вып. 3. С. 79-95.)

Воробйова О. П. Концептологія в Україні: здобутки, проблеми, прорахунки / О. П. Воробйова // Вісник КНЛУ. Серія «Філологія». – К.: КНЛУ, 2011. – Т. 14, № 2. – С. 53–64.

Всеволоова М. В. Поля, категории и концепты в грамматической системе языка / М. В. Всеволоова // Вопросы языкознания. – М., 2009. – № 3. – С. 76–99.

Габбасова А.Р., Фаткуллина Ф.Г. ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА: ОСНОВНЫЕ ПРИЗНАКИ, ТИПОЛОГИЯ И ФУНКЦИИ // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 4.

Голубовська І. О. Етнічні особливості мовних картин світу / І. О. Голубовська. – К.: Логос, 2004. – 284 с.

Голубовська І. О. Паремії як відбиття ціннісних пріоритетів етнічної спільності (на матеріалі української, російської, англійської та китайської мов) / Ирина Александрівна Голубовська // Мовознавство. – 2004. – № 2–3. – С. 66–74.

Демьянков В.З. Термин «концепт» как элемент терминологической культуры // Язык как материал смысла: Сборник статей в честь академика Н. Ю. Шведовой / Отв. ред. М. В. Ляпон. – М.: Издательский центр «Азбуковник», 2007 (РАН: Институт русского языка им. В. В. Виноградова). – С. 606–622.

Драчева С.И. Экспериментальное исследование вербального содержания этнической концептуальной системы // Текст: структура и функционирование. Вып. 2. Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 1997. С. 60-64.

Есмурзаева, Ж. Б. Понятия «языковая картина мира» и «концептуальная картина мира» в современных исследованиях [Текст] // Альманах современной науки и образования. – 2008. – № 2-3. – С. 56-58.

Залавина Татьяна Ю., Дерина Наталья В., Полякова Лилия С., Южакова Юлия В. Концепт деньги в контексте национальных лингвокультур // Вестник КемГУ. 2019. №1 (77). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontsept-dengi-v-kontekste-natsionalnyh-lingvokultur> (дата обращения: 13.11.2021).

Корнилов, О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов [Текст]: учебное пособие для вузов / О.А. Корнилов. – 2-е издание, испр. и доп. – М.: ЧеРо, 2003. – 349 с. – Библиогр. с.78-141.

Казакова Т.А. Немецкая паремиология и паремиограмметрический анализ словаря // Вестник ВГУ. Серия Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2008. № 1. С. 39-40.

Казакова О.М. Национальный менталитет в языковой картине мира (на примере сопоставления русскоязычной и англоязычной картин мира). Барнаул: Изд-во Алт. Ун-та, 2013. 148 с.

Каліщук Д.М. Концептуальні стилі англomовних політиків (на матеріалі політичного дискурсу президентів Дж. Буша мол. Б. Обама): дис. ... канд.філолог. наук: 10.02.04 / Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2017. 245 с

Карасик В. И. О категориях лингвокультурологии // Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности. Волгоград, 2001. С.3-16

Карасик В. И., Слышкин Г. Г. Лингвокультурный концепт как единица исследования // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: Сб. науч. тр. / Под ред. И. А. Стернина. - Воронеж: ВГУ, 2001. с. 75 - 80.

Качмар О. Ю. Концепт як об'єкт дослідження когнітивної лінгвістики і лінгвокультурології: до постановки проблеми / Качмар О.Ю. Проблеми романо-германської філології / відп. ред. М. М. Полюжин; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ЗакДУ – Ужгород: Ліра, 2010. – С. 32–38.

Ковшова М.Л. Проблема семантической неопределенности фразеологизмов в лингвокультурологическом освещении // Вестник ЦМО МГУ, 2009. №2. Лингвокультурология. С. 95-101.

Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах. Монография. Волгоград, 2001.С.40-59

Крацило С. О. Профілізація концепту MARRIAGE в англійській мові: дис. ...канд. філ. наук: 10.02.04 / ЛНУ ім. І. Франка. Львів, 2016. 260 с.

Кубрякова Е.С. Языковое сознание и языковая картина мира Текст. / Е.С. Кубрякова // Филология и культура. Материалы международной конференции. Часть 1. – Тамбов, 1999. – С. 6-13.

Кубрякова Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов. Под общ. ред. Е. С. Кубряковой. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1997. – 245 с.

Кубрякова, Е.С. О современном понимании термина «концепт» в лингвистике и культурологии//Реальность, язык, сознание. – вып. 2. Тамбов: Изд-во ТГУ, 2002. – С. 5-15.

Кумахова, Д. Б. Оценочная категоризация действительности в пословичной картине мира (на материале кабардино-черкесского и русского языков): Автореферат дис. ... канд. филол. наук. – Нальчик, 2011. – 27 с.

Ли Ли Фразеология в русской языковой картине мира на примере концепта «дом» с позиции носителя китайского языка и культуры [Электронный ресурс]: автореф. дис... к.ф.н. /Ли Ли. – М.: 2006. – 26 с.)

Ли Хуйцзы 浅析金钱观在汉语中的结构 (Анализ структуры репрезентантов концепта ДЕНЬГИ в китайском языке) [Электронный ресурс] / Ли Хуйцзы // 《新教育时代总第 26 期 第 87 页 2014 年 9 月 (Новое педагогическое время. – 2014. – № 26. – С. 87). – Режим доступа: <http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical/xjysddzzz-e201426080>.

Ли Хуйцзы. Традиционные и актуальные репрезентанты концепта ДЕНЬГИ в китайском языке [Текст] / Ли Хуйцзы // Теория и методика международного образования: традиции и новации в обучении студентов стран азиатско-тихоокеанского региона: сборник научных трудов. – Иркутск: Изд-во ИрГТУ, 2014. – С. 45-47.

Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка // Русская словесность. –М.: Academia, 1997. - С. 280-288

Ляпин С.Х. Концептология: к становлению подхода // Концепты. Вып 1. – Архангельск, 1997. - С. 32-45.

Майоренко И.А. Концепт «деньги» в языковой картине мира (на материале русской и английской фразеологии). Язык. Дискурс. Ростов-на-Дону, 2004. С. 115–120.)

Палева Е.В. Способы вербализации концепта деньги средствами английского и русского языков. Автореф. дис. ...канд. филол. наук, 2010. – 19 с.

Палеева Е.В. Способы вербализации концепта деньги средствами английского и русского языков: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Е.В. Палеева. - Курск, 2010. - 159 с.

Пименова М.В. Типы концептов и этапы концептуального исследования// Вестник КемГУ. 2013. №2. . 127–131. )

Пименова, М.В. Колесов В.В. Ментальность и изменяющийся мир: коллективная монография: к 75-летию проф. В.В. 47Колесова [Текст] / отв. ред. М.В. Пименова. – Севастополь: Рибэст, 2009. – 504 с.

Попова З. Д., И. А. Стернин. Когнитивная лингвистика. Москва: АСТ: Восток-Запад, 2007. 314 с.)

Савченко В. А. Концептосфера «Человек телесный» в русской и немецкой паремиологической картине мира: Автореф. дис. ... канд. филол. наук, 2010

Санжеева Л.В. Концепция модели мира в культуре (образ мира картина мира модель мира: соотношение понятий): учеб. пособие. СПб. ИП Никифорова, 2010. 48 с.

Селіванова О. О. Світ свідомості в мові. Мир сознания в языке. Черкаси: Ю.Чабаненко, 2012. 488 с

Серебренников Б.А., Кубрякова Е.С., Постовалова В.И. и др. Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. М.: Наука, 1988. 215 с.

Скаб М. Методика концептуального аналізу: проблеми та вирішення / М. Скаб // Науковий збірник ХДУ. Сер. Лінгвістика: зб. наук. праць. – Вип. 4. – Херсон: Видавництво ХДУ, 2006. – С. 273–278.

Слухай Н. В. Когнітологія та концептологія в лінгвістичному висвітленні: навчальний посібник / Наталія Слухай, Олена Снитко, Тетяна Вільчинська. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – 367 с.

Слышкин, Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты. / Г.Г. Слышкин. – Волгоград: Перемена, 2004. – 260 с.

Сосновская Н.И. Иероглиф как объект и предмет познания в концептуальной картине мира // Перевод и сопоставительная лингвистика. 2016. №12. С.87-91.

Степанов Ю.С. Концепты. Тонкая пленка цивилизации. – М.: Языки славянской культуры, 2007. – 248 с.

Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры /Ю.С. Степанов 3-е изд. - М.: Академический проект, 2004. –С. 42

Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. М.: Школа «Языки русской культуры», 1997.

Стернин И.А. К разработке психолингвистического толково словаря // Вопросы психолингвистики. 2010. №2(12). С. 57-64.

Тань Ао Шуан Китайская картина мира: язык, культура, ментальность [Текст]: монография / Тань Ао Шуан. - М.: Языки славянской культуры, 2004. – 240 с. – Библиогр. с. 48-49.

Тарасов Е. Ф. Актуальные проблемы анализа языкового сознания // Языковое сознание и образ мира. М., 2000. С. 26.

Ушакова Т.Н. Языковое сознание и принципы его исследования // Языковое сознание и образ мира. М., 2000. С. 13-23.

Чжу Жуйшуан. Особенности китайской картины мира // Вопросы психолингвистики. М.: ИЯз РАН, 2015. №1. С. 233-238.

金小平. 《金钱文化熟语初探》, 《语言与文学研究》, 2003 第 2 期。

## СПИСОК ДЖЕРЕЛ ДОВІДКОВОГО ХАРАКТЕРУ

Китайський словник Zdic 汉典 [Електронний ресурс]. 2020. URL: <http://www.zdic.net/>

Китайський тлумачний словник Сінхуацідянь [Електронний ресурс]. 2020. URL: <http://xh.5156edu.com/htm13/2070.html>

Словник 汉语大辞典 [Електронний ресурс]. 2020. URL: <http://www.hydc.com/cv/chengyu/cy00285.htm>

温端政. 中国谚语大辞典. 上海: 上海辞书出版, 2011.

文学网 汉语词典 [Електронний ресурс]. 2020. URL: <https://cd.hwxnet.com/>

现代汉语辞海.北京：中国书籍出版社，2011.08.