

Міністерство освіти і науки України  
Київський національний лінгвістичний університет  
Кафедра германської і фіно-угорської філології

Курсова робота на тему: Компонент «гроші» у фразеологічних одиницях  
англійської та української мов

Студентки групи Па 01-20  
факультету германської філології  
денної форми навчання  
спеціальності 035 Філологія  
Курченко Вікторії Сергіївни

Науковий керівник:  
доцент кафедри германської та  
фіно-угорської філології

Субота Сергій Володимирович

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

## ПЛАН

<b>ВСТУП</b> .....	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ</b> .....	<b>5</b>
1.1 Проблема визначення фразеологічних одиниць.....	5
1.2 Класифікація та функції фразеологічних одиниць.....	9
1.3 Фразеологічна картина світу та відображення у ній культури етносу .....	12
<b>Висновки до першого розділу</b> .....	<b>15</b>
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З КОМПОНЕНТОМ «ГРОШІ» В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ</b> .....	<b>16</b>
2.1 Структура та семантика фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в українській мові .....	15
2.2 Структура та семантика фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в англійській мові.....	22
2.3 Порівняння одержаних результатів .....	27
<b>Висновки до другого розділу</b> .....	<b>32</b>
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	<b>34</b>
<b>РЕЗЮМЕ</b> .....	<b>36</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	<b>37</b>

## ВСТУП

**Актуальність роботи.** Гроші є важливою складовою економіки будь-якої країни та займають величезну роль в житті людей. Фразеологічні одиниці, що містять компонент «гроші», демонструють багатогранність та різноманітність сприйняття грошей в різних культурах та соціальних контекстах. Крім того, вивчення фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» дозволить студентам побачити, як ці словосполучення вживаються в різних сферах життя, таких як бізнес, фінанси, культура та повсякденне життя. Вивчення цієї теми допоможе студентам покращити свої комунікативні навички та розширити свій словниковий запас. Однією з причин актуальності даної теми є необхідність розуміння культурних аспектів та національних відмінностей у використанні фразеологізмів з компонентом «гроші». Кожна мова має свої унікальні фразеологічні одиниці, які відображають особливості національної ментальності та економічної системи. Вивчення таких виразів допомагає збагачувати мовлення та культурний багаж студента, а також встановлювати контакти з носіями мови та представниками інших країн.

**Об'єктом** дослідження є фразеологізми із компонентами, що позначають гроші в сучасній англійській та українській мовах.

**Предметом** дослідження є особливості фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в англійській та українській мовах.

**Метою** даної курсової роботи є вивчення особливостей англомовних та україномовних фразеологізмів з компонентом «гроші».

Для досягнення мети роботи необхідно виконати наступні **завдання**:

- 1) проаналізувати визначення фразеологічної одиниці;
- 2) описати існуючі класифікації фразеологізмів;
- 3) розглянути функції фразеологізмів;
- 4) описати роль фразеологічної картини світу у відображенні культури етносу;

- 5) проаналізувати структуру та семантику фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в українській мові;
- 6) проаналізувати структуру та семантику фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в англійській мові;
- 7) порівняти особливості фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в англійській і українській мовах.

**Матеріалом** дослідження стали 22 фразеологічних одиниці, вибраних методом суцільної вибірки з фразеологічних словників англійської та української мов.

**Теоретичне значення** курсової роботи полягає у спробі власного дослідження особливостей фразеологізмів, які містять компонент «гроші» в сучасних англійській та українській мовах. Результати дослідження допоможуть встановити наявність спільних фразеологічних зворотів, що мають аналоги у обох мовах, а також виявити специфічні фразеологізми, які використовуються тільки в одній з мов. Це розширить наше розуміння особливостей культурного та мовного контексту, пов'язаного з поняттям «гроші».

**Практичне значення** курсової роботи полягає в тому, що її результати можуть служити джерелом інформації для підготовки лекцій, семінарів та курсів з лінгвокультурології, а також стилістики англійської та української мов. Крім того, ця тема допоможе поглибити знання студентів з лексикології, фразеології та культурології, а також покращити їхні навички перекладу та порівняння двох мов. Результати дослідження також можуть бути використані в подальшій розробці даної проблеми.

Логіка дослідження зумовила **структуру** роботи. Курсова робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до них, загальних висновків, резюме українською мовою, а також списку використаних джерел. Загальний обсяг – 39 сторінок.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ

### 1.1 Проблема визначення фразеологічних одиниць

Проблема визначення фразеологізму є однією з важливих і складних у фразеології. Різні автори запропонували різноманітні визначення, але вони мають деякі спільні риси. Усі дослідники погоджуються, що фразеологізм – це особлива мовна одиниця зі своїми характеристиками.

Хоча визначення можуть варіюватися, основні ознаки фразеологізмів включають (Будаховський, 1959: Скрипник, 1973: 7; Удовиченко, 1965: 20; Медведєв, 1982: 30):

- 1) Семантичну цілісність. Фразеологізм має специфічне значення, яке не може бути повністю зрозумілим на основі значень окремих складових слів.
- 2) Стійкість. Фразеологізм зберігається в мовленні без змін у своїй формі та значенні.
- 3) Нерозкладність. Фразеологізм не можна розібрати на окремі складові частини, кожна з яких має самостійне значення.
- 4) Використання. Фразеологізми використовуються як цілісні одиниці мови з певною комунікативною функцією.

Враховуючи різноманітні визначення фразеологізму, можна зробити висновок, що фразеологізм – це специфічна мовна одиниця, яка має свої особливості і використовується в мовленні для передачі конкретного значення та вираження певних мовних звичок чи стереотипів.

У «Сучасній термінологічній енциклопедії» поняття «фразеологізм» визначається як стійкі, зв'язані єдністю змісту словосполучення або висловлення, які постійно використовуються у мовленні. Вони ґрунтуються

на стереотипах етносвідомості, відображають культуру та характеризуються образністю й експресивністю (Селіванова, 2006: 641).

Трактування поняття фразеологізмів в більш розширеному сенсі включає в себе погляди Л. Терлецької, української дослідниці, яка характеризує фразеологізми як стійкі та неподільні вирази, зазвичай з експресивним або забарвленим значенням. Вона підкреслює, що значення фразеологізму не залежить від значень окремих слів, що його складають (Терлецька, 2020: 114).

Р. Глязер також звертає увагу на семантичну стійкість фразеологічних одиниць, яка проявляється в їхньому поступовому характері і системних варіаціях. Він визначає фразеологічну одиницю як лексикалізовану, відтворювану полілексемічну групу слів, яка має відносну синтаксичну та семантичну стабільність (Gläser: 264). Це означає, що фразеологічні одиниці мають певну стійкість у вживанні та не підлягають значним змінам в своїй семантиці та синтаксичній структурі. Вони зберігають своє загальне значення та спосіб використання протягом тривалого часу.

За Н. Опришко, фразеологізми є особливими мовними одиницями, оскільки вони мають сталу структуру і значення, яке не може бути прямо виведене зі значень окремих слів або граматичних правил. Вони формуються на основі конвенцій та культурних норм, що визначають їх вживання і розуміння в мовленні спільноти (Опришко, 2021: 164).

Дане визначення підкреслює фіксованість структури та лексико-семантичного складу фразеологізмів, а також їхню специфіку в мовленнєвій діяльності. Фразеологізми використовуються для передачі певних ідей, образів, емоцій або виразу традиційних мудростей та вірувань. Вони виражають національні, культурні та соціальні особливості народу, а також збагачують мовлення його носіїв експресивними та ефективними засобами виразності.

В англійській мові більш поширеним є термін «ідіома», проте, як правильно зауважує Р. Мун (Moon, 1998: 3-5), «ідіома» є неоднозначним

терміном, який вона використовує лише винятково, щоб посилатися на напівпрозорі та опакovanі метафоричні вирази. Тому вона вважає за краще використовувати термін «фіксовані вирази та ідіоми», який охоплює різні типи фразових лексем, фразеологічних одиниць або багатослівних лексичних одиниць, включаючи ідіоми (Moon, 1998: 2).

За визначенням, запропонованим М. МакКарті та Ф. О'Делл у книзі «English Idioms in Use» (McCathy, 1994: 6), фразеологізм або ідіома є фіксованим виразом, який має значення, що не є очевидним при перегляді окремих слів. Згідно з визначенням Ч. Хокетта (Hockett, 1958:15), фразеологізм є фразою, чиє значення не є композиційним, тобто значення цілого не може повністю бути виведене зі значень його складових частин.

Отже, можна зробити висновок, що фразеологізми – це вирази, які мають фіксовану структуру та неочевидне значення, яке не можна повністю вивести зі значень окремих слів або їх комбінацій. Фразеологізми є стійкими виразами, що отримали спеціальне значення в рамках мови та культурного контексту, і вони використовуються для передачі конкретних ідей, образів або способу мислення.

Фразеологізми є важливим елементом мови, який відрізняється від звичайних фраз за кількома ознаками. Різні дослідники можуть вказувати на різні диференційні ознаки фразеологізмів, але загалом, до найважливіших ознак відносяться фразеологічне цілісне значення, відтворюваність, постійність компонентного складу та експресивність (Ужченко, 1990: 16). Фразеологічне цілісне значення є результатом процесу становлення фразеологізмів, який зазвичай пов'язаний з історією та культурою народу. Відтворюваність є ознакою, яка вказує на те, що фразеологізм може бути використаний у різних ситуаціях та зберігає своє цілісне значення. Постійність компонентного складу означає, що фразеологізм складається з певних слів, які використовуються завжди в одному й тому ж порядку. Експресивність є ознакою, яка вказує на те, що фразеологізм може викликати певні емоції у співрозмовника. Розуміння диференційних ознак

фразеологізмів допомагає краще зрозуміти їх роль у мові та використовувати їх належним чином.

Г. Бургер визначає фразеологічні одиниці як стійкі словосполучення, що складаються з двох або більше слів і функціонують як єдність в синтаксичному та семантичному аспектах. Він наголошує на наступних ознаках фразеологічних одиниць (Burger):

1) Стабільність. Фразеологічні одиниці мають сталий склад слів та порядок компонентів, який зберігається виключно для даної фразеологічної одиниці.

2) Ідіоматичність. Фразеологічні одиниці мають специфічне, неочікуване значення, яке не можна вивести зі значень окремих компонентів. Їхнє значення є ідіоматичним, а не літеральним.

3) Лексикалізація або відтворюваність. Фразеологічні одиниці відтворюються мовцями як цілісні одиниці мови, які мають стале значення та вживаються без зміни або з незначними змінами.

Ці ознаки підкреслюють унікальність та специфічність фразеологічних одиниць у порівнянні зі звичайними словосполученнями. Вони мають свою структуру, значення та вживання, що робить їх важливими елементами мови.

Виходячи з наукових внесків цих та інших авторів, можна узагальнити, що фразеологічні одиниці, які є об'єктом фразеології, складаються з двох або більше пов'язаних слів, які в сукупності мають єдине значення та відповідають більш-менш закріпленим шаблонам, синтаксичним схемам, які мають певну стійкість та обмежену продуктивну здатність, що при цьому не означає, що її не існує.

Згідно з Ю. Драганом, фразеологізми виконують кілька функцій, серед яких важливими є експресивна функція, оцінна функція та функція посилення висловлюваного (Драган, 2017: 51-52).

Експресивна функція фразеологізмів полягає в їх здатності передавати емоційний стан або виражати почуття мовця. Ці фразеологічні вирази надають мовленню експресивності, допомагають зрозуміти емоційний



відтінок, який мовець хоче виразити. Наприклад, український фразеологізм *бити на сполох* передає почуття тривоги, напруження або поспіху.

Оцінна функція фразеологізмів полягає в їх здатності висловлювати оцінку або ставлення до певної ситуації, явища чи особи. Ці фразеологічні одиниці можуть мати позитивне, негативне або нейтральне значення і використовуються для висловлення особистої думки або судження. Наприклад, англійський фразеологізм *a piece of cake* використовується для опису легкого або невимагаючого завдання, що має позитивне значення.

Функція посилення висловлюваного полягає в тому, що фразеологізми додають сили або виразності до мовлення. Вони надають підсилення або акцентування на певну думку або ідею, роблять мовлення більш запам'ятовуваним та виразним. Наприклад, український фразеологізм *з жабами в горлі* використовується для опису стану сильної нервової напруги або тривоги.

Загалом, фразеологізми відіграють важливу роль у мовленні, допомагаючи передати емоції, виразити оцінку та посилити висловлювання. Вони є важливим засобом комунікації та вираження культурних особливостей нації. Їх вживання додає багатства та кольориту мовленню, роблячи його більш живим та експресивним.

## **1.2 Класифікація та функції фразеологічних одиниць**

Фразеологічні одиниці є важливою складовою мови, яка відображає культурні, історичні та соціальні аспекти нації. Вони відіграють важливу роль у комунікації, надаючи мові експресивності та кольоритності. Класифікація фразеологічних одиниць дозволяє систематизувати їх різноманітність та встановити зв'язки між ними на основі семантичних, синтаксичних та структурних характеристик.

Класифікація фразеологізмів за співвіднесеністю з частинами мови дозволяє розподілити їх на дві великі групи (Прадід, 2001: 159):

1) Фразеологізми з граматично опорним компонентом. Ця група включає фразеологізми, у яких граматична структура легко визначається за допомогою опорного компонента, яким можуть бути іменники або дієслова.

Наприклад: *take part* (брати участь); *давати згоду*. У цих фразеологізмах опорний компонент (участь, згода) відіграє ключову роль у граматичній структурі фразеологізму.

2) Фразеологізми без чітко вираженого граматичного домінанта. Ця група включає фразеологізми, які мають категоріальні ознаки двох або більше частин мови, що ускладнює визначення граматичної структури. Вони можуть мати розпливчасті межі, і важко або навіть неможливо виокремити граматично домінуючий компонент. Співвіднесеність цих фразеологізмів з частинами мови визначається з урахуванням синтаксичної ролі.

Наприклад: *to kick the bucket* (покинути цей світ, померти); *горіти насолодою* (бути дуже задоволеним). У цих фразеологізмах важко виокремити граматично домінуючий компонент, оскільки вони використовуються як єдині структурні одиниці зі своїм унікальним значенням.

Така класифікація допомагає розуміти різні типи фразеологізмів та їх співвідношення з граматичними категоріями.

Класифікація фразеологізмів за семантичним принципом Р. Клаппенбаха включає такі категорії (Klarpenbach, 1968):

1) Фразеологічні єдності. Це фразеологізми, в яких значення цілої фрази не може бути зрозуміле на основі значень окремих слів. Одним з прикладів може бути англійський фразеологізм *kick the bucket* (померти). В українській мові прикладом є фразеологізм *давати дуба* (померти).

2) Фразеологічні сполучення. Це фразеологізми, в яких значення може бути зрозумілим на основі значень окремих слів, але сполучення цих слів має стале, фразеологічне значення. Прикладом є англійський фразеологізм *break the ice* (почати спілкування), а також український

фразеологізм *старий друг краще нових двох* (довіряти знайомим, з якими вже маєш досвід спілкування).

3) Ідіоми або фразеологічні зрощення. Це фразеологізми, в яких значення не може бути виведене зі значень окремих слів або їх сполучень, і вони мають власне, неочікуване значення. Прикладом є англійський фразеологізм *to have a green thumb* (бути здатним до садівництва, мати здібності до рослинництва), а також український фразеологізм *сіло на вусах* (розповідати про те, що хтось бажає дізнатися).

Отже, класифікація Р. Клаппенбаха за семантичним принципом допомагає вивчити та порівняти фразеологізми англійської та української мов, зосереджуючись на їх значенні та особливостях їхньої семантики.

Класифікація Л. Г. Авксентьева базується на структурно-семантичній цілісності фразеологічних одиниць та їх диференційних ознаках. Він розрізняє дві групи фразеологізмів (Авксентьев, 1988: 47-48):

1) Фразеологічні одиниці-ідіоми: Ця група включає фразеологічні зрощення та фразеологічні єдності. Їх відрізняє семантична цілісність, нерозкладність та здатність до співвідношення з окремими словами за значенням. Склад цих фразеологічних одиниць є сталим і стійким.

Наприклад: *raining cats and dogs* (лє як з відра), *взяти вогонь* (бути дуже злісним, непередбачуваним).

2) Фразеологічні сполучення. Ця група охоплює аналітичні сполучення, які в семантичному плані можуть бути розкладними. Компоненти цих фразеологічних одиниць можуть бути самостійними та використовуватися окремо.

Наприклад: *take a decision* (прийняти рішення), *зробити висновок* (сформулювати висновок)

Отже, за класифікацією Л. Г. Авксентьева фразеологічні одиниці-ідіоми характеризуються цілісністю та нерозкладністю, тоді як фразеологічні сполучення можуть бути розкладними та мають самостійні компоненти. Ця

класифікація дозволяє розуміти семантичні особливості різних типів фразеологічних одиниць та їхню роль у мові.

Отже, в даному підрозділі була розглянута важливість фразеологічних одиниць як складової мови, яка відображає культурні, історичні та соціальні аспекти нації. Також було з'ясовано, що фразеологічні одиниці виконують важливу роль у комунікації, надаючи мові експресивності та кольоритності. Класифікація фразеологічних одиниць дозволяє систематизувати їх різноманітність та встановити зв'язки між ними на основі семантичних, синтаксичних та структурних характеристик.

### **1.3 Фразеологічна картина світу та відображення у ній культури етносу**

Фразеологічна картина світу є одним із ключових понять фразеології, що відображає специфіку сприйняття та інтерпретації світу через мовні засоби. Ця концепція передбачає, що кожна національна мова має свою унікальну систему фразеологічних одиниць, які відображають особливості мислення, цінностей, традицій та культурних норм певного етносу.

Гіпотеза мовної відносності, сформульована Сепіром-Уорфом, стверджує, що мова впливає на спосіб сприйняття та розуміння світу, а культурні особливості проявляються через мову (Whorf, 2006). Це означає, що мовні одиниці, зокрема лексика і фразеологізми, можуть відображати культурні цінності, уявлення та менталітет конкретного народу.

У рамках цієї гіпотези, лексико-фразеологічний фрагмент мовної картини світу має особливу вагу при вираженні культурних явищ. Конкретні мовні одиниці можуть бути використані для передачі та вираження культурних символів, традицій, звичаїв та інших аспектів культури етносу.

Наприклад, в англійській мові існує фразеологізм «to break the ice» (почати спілкування), який символізує процес подолання початкової неспритності або незручності у взаєминах між людьми. Цей фразеологізм

відображає культурний образ та цінності, пов'язані з важливістю встановлення контакту та комунікації.

Українська мова також має численні фразеологічні одиниці, які відображають культурні особливості. Наприклад, фразеологізм «мати руку на пульсі» (мати повний контроль, бути в курсі подій) відображає цінність інформації та знань, а також активну участь у житті і подіях.

Фразеологічна картина світу відображається у фразеологізмах шляхом закодування інформації про особливі елементи культури, які є характерними для певної культурної спільноти. Класифікація таких фразеологізмів, запропонована О. Мотриченко, враховує наступні аспекти (Мотриченко, 2017: 194):

1) Специфіка закодованої в їх інформації про особливі елементи культури: Фразеологізми містять в собі вкрай цікаву та цінну інформацію про особливості культурної спадщини, традиції, вірування, звичаї та інші аспекти життя етносу. Вони відображають унікальність культури та її цінності.

Наприклад: *to have a stiff upper lip* (бути стійким та мужнім у важких ситуаціях), *бути на торі з кимсь* (підтримувати добрі взаємини з кимось).

2) Специфічне, національно визначене ставлення до фразеологізмів: Фразеологізми відображають національну ідентичність та ставлення носіїв певної мови до певних понять, явищ та культурних цінностей. Вони є важливим елементом культурного спадку та сприяють формуванню і збереженню національного самосвідомості.

Наприклад: *a piece of cake* (щось дуже легке або просте), *заслонити сонце* (бути дуже впливовою або видатною особою).

3) Соціальна роль та функції фразеологізмів в суспільстві: Фразеологізми виконують соціальну роль, їхня вживаність і розповсюдженість в суспільстві визначається їхніми функціями і значенням. Вони можуть використовуватися для вираження емоцій, комунікації, підкреслення ідентичності, створення атмосфери, передачі традицій та культурних цінностей.

Наприклад: *break a leg* (бажати комусь успіху, зазвичай в театральному контексті), *розписувати дощем* (багато говорити, висловлювати свої думки вільно).

Отже, фразеологічна картина світу відображається у фразеологізмах як засіб передачі особливостей культури та національного ставлення до понять, а також відіграє соціальну роль у суспільстві. Вивчення цих фразеологізмів допомагає краще розуміти культуру та менталітет етносів, що використовують ці вирази.

Фразеологічні одиниці, використовувані в мові певної нації, відображають не тільки мовну картину світу, але й культурні особливості та специфіку цього етносу. Ці фразеологізми, які М. Бондар називає національно маркованими, відображають широкий спектр аспектів культури, таких як економіка, географія, соціальна система, фольклор, література, мистецтво, наука, побут, звичаї та інше (Бондар, 2015: 31).

Наприклад, в англійській мові фразеологізми такі як *to take the bull by the horns* (взяти бика за роги) або *to be on cloud nine* (бути на сьомому небі) відображають культурні особливості та спосіб мислення в англomовному світі. Українські фразеологізми, такі як *голосити у полі* або *дати дуба* (не знати що робити, бути збентеженим), відображають особливості української культури, народних звичаїв та сприйняття світу.

Ці фразеологічні вирази стають не просто мовними одиницями, але й важливими елементами культурної спадщини та ідентичності нації. Вони допомагають розуміти та відчувати особливості менталітету, цінностей та світогляду певного етносу.

Отже, фразеологічні одиниці в мові відображають культурну спадщину та картину світу певної нації, розкриваючи унікальні аспекти її культури, традицій та способу життя.

## Висновки до першого розділу

Зробивши огляд проблеми визначення фразеологічних одиниць, ми прийшли до висновку, що фразеологізми – це вирази, що мають фіксовану структуру та неочевидне значення, яке не можна повністю вивести зі значень окремих слів або їх комбінацій. Фразеологізми є стійкими виразами, що отримали спеціальне значення в рамках мови та культурного контексту, і вони використовуються для передачі конкретних ідей, образів або способу мислення.

Далі, ми розглянули класифікацію та функції фразеологічних одиниць. Для практичної частини нашого дослідження була обрана класифікація фразеологізмів за семантичним принципом Р. Клаппенбаха. Ця класифікація включає такі категорії: фразеологічні єдності, фразеологічні сполучення та ідіоми або фразеологічні зрощення. Вона допомагає систематизувати фразеологічні одиниці, зосереджуючись на їх значенні та особливостях семантики.

Важливим аспектом, який було висвітлено в розділі, є фразеологічна картина світу та відображення у ній культури етносу. Фразеологічна картина світу відображає специфіку сприйняття та інтерпретації світу через мовні засоби і містить в собі цілі системи цінностей, світогляду, історії та традицій народу. Вивчення фразеологічної картини світу допомагає краще розуміти культурні особливості та спосіб мислення певного етносу.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ З КОМПОНЕНТОМ «ГРОШІ» В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

### 2.1 Структура та семантика фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в українській мові

Дослідження структури та семантики фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» дозволяє краще розуміти особливості їх вживання, значення та способи фразеологічної трансформації в мовленні. Аналіз таких фразеологічних одиниць розкриває глибинні культурні, економічні та соціальні аспекти, пов'язані зі сприйняттям грошей в українському суспільстві.

У даному підрозділі будуть розглянуті основні типи фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в українській мові, їх структурні особливості та семантичні відтінки.

*Гроші до грошей, а розум до розуму.*

Фразеологічна одиниця *Гроші до грошей, а розум до розуму* є фразеологічним сполученням української мови. Ця фраза використовується для висловлення ідеї, що гроші можуть збільшуватися шляхом умілого вкладання і розумного управління, а також для акцентування на важливості розумових здібностей та мудрості в досягненні фінансової успішності.

Структура цієї фразеологічної одиниці включає два компоненти: «гроші до грошей» та «розум до розуму». Кожен компонент має своє власне значення, але їх комбінація виражає ідею про те, що досягнення фінансового успіху потребує не лише накопичення грошей, але й розумного підходу до їх управління.

Образ, що виражається цією фразеологічною одиницею, полягає у розумінні важливості вміння раціонально використовувати грошові ресурси та розумно інвестувати їх. Відображаючи ставлення українців до грошей, ця



фразеологічна одиниця підкреслює необхідність розумного підходу та фінансової освіти для досягнення успіху в грошовій сфері.

Отже, фразеологічне сполучення *Гроші до грошей, а розум до розуму* виражає ідею про збільшення грошових ресурсів шляхом розумного управління ними, а також акцентує на важливості розумових здібностей у досягненні фінансової успішності.

*Грошей на куцах не росте.*

Фразеологічна одиниця *Грошей на куцах не росте* належить до категорії фразеологічних сполучень. Словосполучення «грошей на куцах» має сталу форму, яка не підлягає зміні або перестановці слів. Ця фраза не має прямого літературного значення проте є неочікуваною з точки зору семантики.

Цей вираз створює образ відсутності безкоштовної, легкої здобичі грошей і підкреслює необхідність працювати чи займатися бізнесом для отримання доходу.

Загалом, фразеологічна одиниця *Грошей на куцах не росте* характеризує ставлення українців до грошей як до чогось, що потребує зусиль і наполегливості для отримання. Вона підкреслює цінність праці, дисципліни та здатність до економії.

*За гроші можна купити все, крім щастя.*

Фразеологічна одиниця *За гроші можна купити все, крім щастя* належить до типу фразеологічної єдності. Структура цієї фразеологічної одиниці складається зі сполучення слів «за гроші», «купити», «все» та «крім щастя». Однак, важливо звернути увагу на її семантику та виразність. Ця фразеологічна одиниця виражає ідею, що гроші не можуть купити щастя, яке є надзвичайно цінним для людей. Таким чином, ця фразеологічна одиниця характеризує ставлення українців до грошей як до матеріального блага, яке, хоч і важливе, але не замінить щастя та задоволення від життя.

*Гроші роблять гордими, а злотий зуб — хвалимим.*

Фразеологічна одиниця *Гроші роблять гордими, а злотий зуб — хвалимим* належить до типу фразеологічної єдності.

Структура цієї фразеологічної єдності включає два компоненти: «гроші роблять гордими» і «злотий зуб — хвалимим». Обидва компоненти мають фіксовану форму і не можуть бути розірвані або замінені іншими словами без втрати значення.

Семантика цієї фразеологічної одиниці виражає дві різні ідеї. Перший компонент «гроші роблять гордими» вказує на те, що наявність грошей може підвищувати самовпевненість та гордість людини. Він відображає ставлення до грошей як до чинника, що може впливати на психологічний стан та поведінку особи.

Другий компонент «злотий зуб — хвалимим» має більш образну семантику. Він виражає ідею, що розкішні речі або прикраси, такі як золоті зуби, є об'єктом позитивної оцінки та хвали. Це може вказувати на прагнення до статусу, розкоші або виразити підтримку й захоплення такими елементами.

Структура та семантика цієї фразеологічної одиниці відображають ставлення українців до грошей. Вони відображають той факт, що наявність грошей може впливати на психологічний стан і ставлення людини до себе, а також на оцінку розкішних елементів. Водночас, ця фразеологічна єдність не є простою констатацією факту, а виражає певні суспільні уявлення та цінності.

### *На гроші не встати*

Фразеологічна одиниця *На гроші не встати* належить до типу фразеологічної єдності. Давайте проаналізуємо її структуру та семантику, а також розглянемо образ, який вона виражає та як вона характеризує ставлення українців до грошей.

Структура фразеологічної одиниці *На гроші не встати* складається з двох компонентів: прийменника «на», дієслова «встати» та іменника «гроші», які утворюють єдине ціле, незалежно від додаткових слів чи контексту. Ця

фразеологічна одиниця має фіксовану структуру, її неможливо переставити або замінити іншими словами, не втрачаючи значення.

Семантика даної фразеологічної одиниці пов'язана з відсутністю достатньої кількості грошей для задоволення певних потреб або життєвих ситуацій. Вона виражає ідею про фінансові обмеження, брак можливостей або недостатність грошових ресурсів, що заважають досягненню певної цілі або забезпеченню необхідних засобів.

Образ, який виражається у фразеологічній одиниці, характеризує ставлення українців до грошей, як обмеженості в їхньому матеріальному стані та недостатку фінансових можливостей. Ця фраза підкреслює скромність, економічну обачливість та ретельне господарювання, що є характерними рисами української культури.

#### *Гроші пливуть рікою*

Фразеологічна одиниця *Гроші пливуть рікою* належить до типу фразеологічних єдностей.

Структура цієї фразеологічної єдності складається з компонентів: «гроші» і «пливуть рікою». Обидва компоненти мають стійкий характер і не можуть бути замінені іншими словами.

Семантика цієї фразеологічної одиниці виражає ідею про велику кількість грошей, що надходять або витрачаються безперервно і великими потоками. Образ даного фразеологізму метафорично описує ситуацію, коли гроші великою кількістю та безупинно надходять або витрачаються. Цей фразеологізм характеризує ставлення до грошей як до цінного ресурсу, який може бути дуже обізнаним або навіть надлишковим.

Українці ставляться до грошей як до цінності, яку слід оцінювати та дбати про неї. Зазначена фразеологічна одиниця може відображати українське уявлення про розмаїття і рухливість грошей, а також підкреслювати важливість економічного благополуччя та успіху.

#### *Викинути гроші на вітер*

Фразеологічна одиниця *Викинути гроші на вітер* належить до типу фразеологічні єдності.

Структура цієї фразеологічної одиниці складається з дієслова «викинути» і іменника «гроші», які утворюють фіксовану фразу. Однак, дослівний переклад цієї фрази не відображає її семантику. Вираз *викинути гроші на вітер* вживається для позначення безрозсудного, марнотратного витрачання грошей без якогось корисного результату або без розумної мети.

Ця фразеологічна одиниця виражає негативне ставлення до неефективного використання грошей. Вона підкреслює важливість розумного господарювання та цінності кожної витраченої суми. Образ даного фразеологізму характеризує недбале, безтурботне ставлення до матеріальних ресурсів та показує негативні наслідки такого способу поводження з грошима.

Ця фразеологічна одиниця є популярною українською ідіомою, яка використовується для підсилення висловленого осуду або критики щодо розсуду та економічної розумності витрат грошей.

*Гроші не беруться землею*

Фразеологічна одиниця *Гроші не беруться землею* належить до типу фразеологічних єдностей. Особливістю її структури є фіксована форма, де кожне слово має своє значення, але значення фразеологічної єдності в цілому не може бути зрозумілим на основі лексичного значення окремих слів.

Семантика фразеологічної одиниці виражає українську народну мудрість і ставлення до грошей. Вона означає, що гроші не можуть бути отримані або зароблені легко або без зусиль, і вони не є безмежним ресурсом. Ця фразеологічна єдність підкреслює необхідність праці, наполегливості та витрат зусиль для заробітку грошей. Таке ставлення до грошей відображає ціннісні установки українців, де підкреслюється важливість праці та цінність матеріальних ресурсів.

*Заробляти гроші кров'ю й потом*

Фразеологічна одиниця *Заробляти гроші кров'ю й потом* належить до типу фразеологічні єдності.

Структура цієї фразеологічної одиниці складається з дієслова «заробляти» та ідіоматичного виразу «кров'ю й потом». Фраза має фіксовану форму, де обидва компоненти є неподільними, а заміна будь-якої частини може призвести до втрати ідіоматичного значення.

Семантика фразеологічної одиниці виражає ідею того, що отримання грошей вимагає великих зусиль, праці, жертв, психологічних або фізичних навантажень. Вираз «кров'ю й потом» використовується в переносному значенні, щоб підкреслити труднощі та напруженість, пов'язані з процесом заробітку.

Ця фразеологічна одиниця характеризує ставлення українців до грошей як щось, що досягається через наполегливу працю, великі зусилля, пожертву, а не швидким і легким способом. Вона виражає цінність праці та настійливості в досягненні фінансових цілей.

#### *Копійка у кишені тримає*

Фразеологічна одиниця *Копійка у кишені тримає* належить до типу фразеологічних сполучень.

Структура цієї фразеологічної одиниці складається зі слів «копійка» та «кишені», а також прийменника «у». Фіксована комбінація цих слів створює стійку фразу, в якій кожне слово має своє особливе значення. Фразеологічне сполучення *Копійка у кишені тримає* має переносне значення, що не пов'язане безпосередньо з літеральним значенням окремих слів.

Семантика цієї фразеологічної одиниці виражає ідею бережливості, економічності та скромності. Образною метафорою «копійка у кишені тримає» передається ідея, що людина має звичку зберігати гроші, бути економним та ретельно керувати своїми фінансами. Ця фразеологічна одиниця характеризує ставлення українців до грошей як до цінності, яку варто берегти і ефективно використовувати.

#### *Скласти копійочку*

Фразеологічна одиниця *Скласти копійочку* відноситься до типу фразеологічних сполучень.

Структура цієї фразеологічної одиниці складається з дієслова «скласти» і іменника «копійочка». Обидва компоненти мають фіксовану форму та нерозривне сполучення, що дає фразеологічній одиниці стійкість у вираженні поняття.

Семантика фразеологічної одиниці *Скласти копійочку* виражає ідею накопичення грошей, збереження коштів частинами або поступово. Цей вираз використовується для вираження економічної особливості, обережності та вміння ефективно керувати своїми фінансами. Він може характеризувати ставлення українців до грошей як основи фінансової безпеки та розсудливого використання ресурсів.

Отже, аналіз структури та семантики фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в українській мові показав, що такі фразеологічні одиниці можуть належати до трьох типів: фразеологічні єдності, фразеологічні сполучення, ідіоми або фразеологічні зрощення.

Семантика цих фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в українській мові різноманітна. Вони виражають різні аспекти ставлення українців до грошей такі як бережливість, економія, важливість матеріальних ресурсів.

## **2.2 Структура та семантика фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в англійській мові**

Дослідження структури та семантики фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в англійській мові дозволяє розкрити глибину і складність мови, а також розуміння культурних цінностей і способу мислення, пов'язаних з грошовою сферою.

*Penny-pincher*

Фразеологічна одиниця *Penny-pincher* в англійській мові є ідіомою або фразеологічним зрощенням.

Структура цієї фразеологічної одиниці складається з двох компонентів: «penny» і «pincher». «Penny» вказує на невелику грошову одиницю, а «pincher» означає людину, яка стискає або скріплює щось. Однак, в контексті фразеологічної одиниці «Penny-pincher» ці слова набувають спеціального значення.

Семантика фразеологічної одиниці «Penny-pincher» виражає характеристику ставлення англійців до грошей. Вона описує людину, яка дуже обережно та економно ставиться до витрат та намагається заощадити кожен пенс. Образ даного фразеологізму виражає зв'язок з жадібністю, обережністю та вмінням берегти гроші.

Таким чином, фразеологічна одиниця *Penny-pincher* є ідіомою, що характеризує особливе ставлення англійців до грошей, підкреслюючи їх економне та обережне ставлення до фінансів.

#### *Money talks.*

Фразеологічна одиниця *Money talks* в англійській мові відноситься до типу фразеологічних сполучень.

Структура цієї фразеологічної одиниці проста і складається з двох слів: «money» і «talks». Однак, вона має власне, неочікуване значення, яке не виводиться зі значень окремих слів.

Семантика фразеологічної одиниці *Money talks* виражає ідею, що гроші мають сильний вплив і можуть мати рішуче значення в багатьох ситуаціях. Вона підкреслює важливість фінансових ресурсів, їх вплив на прийняття рішень та здатність вирішувати проблеми.

Ця фразеологічна одиниця характеризує ставлення англійців до грошей, показуючи, що вони вважають гроші потужним інструментом, який може вирішити багато питань і забезпечити вплив у різних сферах життя. Вона також виражає прагматичну сторону відношення до грошей, підкреслюючи їхню значущість і роль в суспільстві.

*Money makes the world go round.*

Фразеологічна одиниця *Money makes the world go round* є ідіомою або фразеологічним сполученням в англійській мові.

Структура цієї фразеологічної одиниці включає основний компонент «money» та додаткові компоненти «makes the world go round». Фраза має фіксовану структуру, де додаткові компоненти нерозривно пов'язані з основним компонентом.

Семантика цієї фразеологічної одиниці виражає ідею, що гроші мають велике значення в суспільстві та впливають на всі аспекти життя. Вона підкреслює важливість грошей у сучасному світі і наголошує, що багатство та фінансовий успіх є основою багатьох процесів та відносин.

Ця фразеологічна одиниця характеризує ставлення англійців до грошей, підкреслюючи їхню вагу та вплив на різні аспекти життя і може використовуватись для вираження різних аспектів фінансової культури, таких як матеріальна успішність, мотивація, економічні відносини та інше.

*Time is money.*

Фразеологічна одиниця *Time is money* належить до типу фразеологічних сполучень.

Структура цієї фразеологічної одиниці проста і складається з двох компонентів: «time» і «money». Семантика фразеологізму виражається в образному значенні, де час сприймається як цінний ресурс, аналогічний грошам. Цей образ відображає прагнення до ефективності, продуктивності і економії часу. Фразеологізм *Time is money* підкреслює важливість економного використання часу і наголошує на тому, що час є обмеженим ресурсом, як і гроші. Цей вислів характеризує ставлення англійців до грошей як до часових одиниць, які потрібно ефективно використовувати.

*Money can't buy happiness* та *Money can't solve all problems.*

Фразеологічні одиниці *Money can't buy happiness* та *Money can't solve all problems* є фразеологічними сполученнями.



Структура цих фразеологічних одиниць є простою і складається зі слів, які утворюють фразу з негативним оборотом «can't buy», «can't solve».

Семантика цих фразеологічних одиниць виражає образ, що за гроші не можна придбати щастя, або вирішити всі проблеми. Вони підкреслюють ідею, що матеріальні речі і багатство не є визначальними факторами для досягнення справжнього щастя. Ці фразеологізми характеризують ставлення англійців до грошей, вказуючи на важливість нематеріальних цінностей та особистого задоволення.

*Money doesn't grow on trees.*

Фразеологічна одиниця *Money doesn't grow on trees* є фразеологічним сполученням.

Структура цієї фразеологічної одиниці включає кілька складових: «money», «doesn't», «grow», «on», «trees». Вона має фіксовану послідовність слів і нерозривне сполучення, що має очікуване значення.

Семантика цієї фразеологічної одиниці виражає ідею, що гроші не зростають на деревах. Цей вислів використовується для підкреслення того, що гроші не є легкодоступними або безмежними, і потрібно пильно керувати своїми фінансовими ресурсами. Він характеризує ставлення англійців до грошей як щось, що треба заробляти, бережно витратити та ефективно управляти.

Таким чином, фразеологічна одиниця *Money doesn't grow on trees* використовується для вираження образного значення, яке підкреслює важливість економічної відповідальності та раціонального ставлення до грошей.

*Money is the root of all evil.*

*Money is the root of all evil* відображає складність та амбівалентність ставлення до грошей в культурному контексті. Фразеологічна одиниця має структуру ідіоми або фразеологічного зрощення, де словосполучення «the root of all evil» набуває власного, неочікуваного значення.

З семантичної точки зору, фразеологічна одиниця виражає ідею, що гроші є «коренем усього зла». Вона відображає негативне ставлення до грошей, вбачаючи в них джерело нещастя, злочинності та недоліків людського суспільства. Цей вислів може служити нагадуванням про те, що поспіх за матеріальними цінностями може призвести до неприємних наслідків та морального занепаду.

Фразеологічна одиниця *Money is the root of all evil* також має культурне значення, яке відображає вплив християнських та релігійних цінностей на сприйняття грошей. Вона може свідчити про підтримку скромності, безкорисливості та моральної цінності в контексті матеріальних благ.

*A penny for your thoughts.*

Фразеологічна одиниця *A penny for your thoughts* належить до типу фразеологічних сполучень.

Структура цієї фразеологічної одиниці є простою і складається з «a penny» та «for your thoughts». Це вираз, в якому метафорично пропонується заплатити один пені за думки або інформацію від співрозмовника.

Образною метафорою «a penny for your thoughts» англійці виражають свою зацікавленість в думках інших людей та виявляють готовність «заплатити» увагою чи обміном інформацією.

Таким чином, фразеологічна одиниця *A penny for your thoughts* характеризує ставлення англійців до грошей, в якому вони використовують метафору грошей як вартості, щоб виразити свою зацікавленість та готовність до комунікації та обміну інформацією з іншими людьми.

*Money to burn.*

Фразеологічна одиниця *Money to burn* є ідіомою або фразеологічним зрощенням. Її структура включає слово «money» і фразеологічний вираз «to burn».

Семантика цієї фразеологічної одиниці виражає багатство або розкіш. Вона підкреслює ідею, що у когось є надлишок грошей, які він може

витрачати бездумно. Фразеологічна одиниця *Money to burn* також може вказувати на безтурботність та необережне ставлення до грошей.

Цей фразеологізм характеризує ставлення англійців до грошей як до ресурсу, який вони можуть марно витратити або використовувати без обмежень. Він виражає ідею про розкіш, розмах та нешкідливість бездумного ставлення до грошей.

*Money-minded.*

Фразеологічна одиниця *Money-minded* в англійській мові відноситься до типу фразеологічних сполучень. Її структура складається зі слова «money» та прикметника «minded».

Семантика цієї фразеологічної одиниці виражає образ людини, яка має сильний інтерес до грошей і фінансових справ. Вона характеризує ставлення англійців до грошей як центральної та значущої складової їхнього життя. Людина, яку можна описати як *money-minded*, ставить акцент на фінансовому успіху, багатстві та матеріальному благополуччі. Вона часто приймає рішення, керуючись фінансовими вигодами та перевагами.

Аналіз показав, що англійські фразеологічні одиниці з компонентом «гроші» можуть належати до різних типів, включаючи фразеологічні сполучення.

Семантика цих фразеологічних одиниць різноманітна і виражає різні аспекти ставлення до грошей в англійській мові. Вони можуть підкреслювати цінність грошей як засобу обміну та ресурсу, виражати негативне ставлення до грошей через корупцію або жадібність, а також описувати індивідуальну психологію людей, пов'язану зі ставленням до фінансів.

### **2.3 Порівняння одержаних результатів**

У зіставленні структури та семантики фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в українській та англійській мовах виявлено такі особливості:

Українські фразеологізми з компонентом «гроші» включають фразеологічні єдності (64%) та фразеологічні сполучення (36%). Вони можуть мати різну структуру, але в основі лежить словосполучення зі словом «гроші». Ці фразеологізми передають різноманітні семантичні значення, які характеризують ставлення українців до грошей (див. Рис. 2.1).

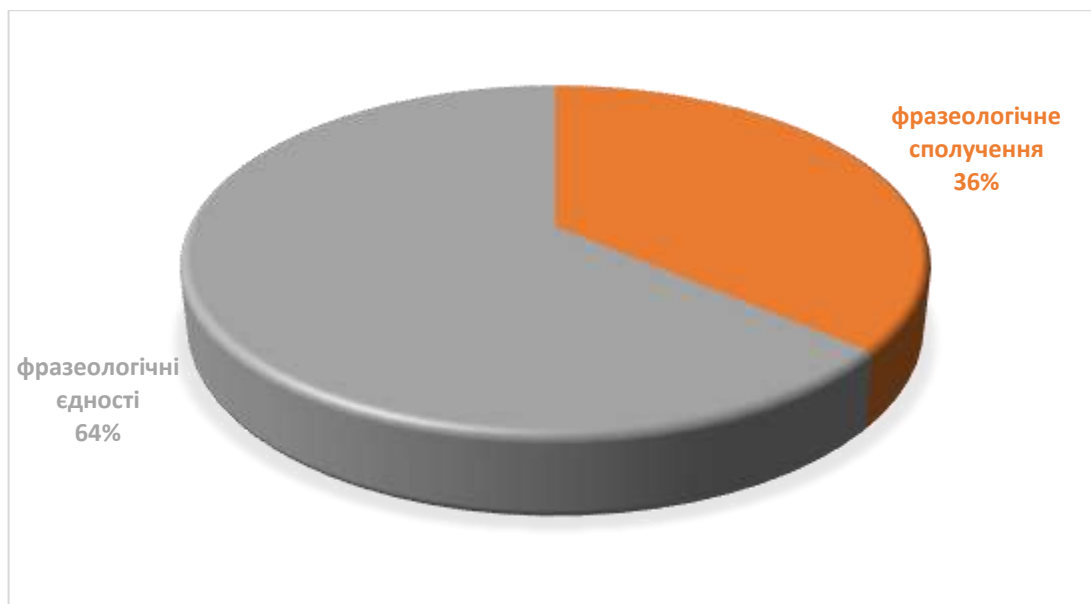


Рисунок 2.1 Типи україномовних фразеологізмів

Англійські фразеологізми з компонентом «гроші» включають фразеологічні сполучення (73%) та зрощення (27%). Вони частіше мають стандартну структуру, де слово «гроші» поєднується з іншими словами для утворення фразеологічної одиниці. Ці фразеологізми також виражають різні семантичні значення, які відображають відношення англійців до грошей (див. Рис. 2.2).

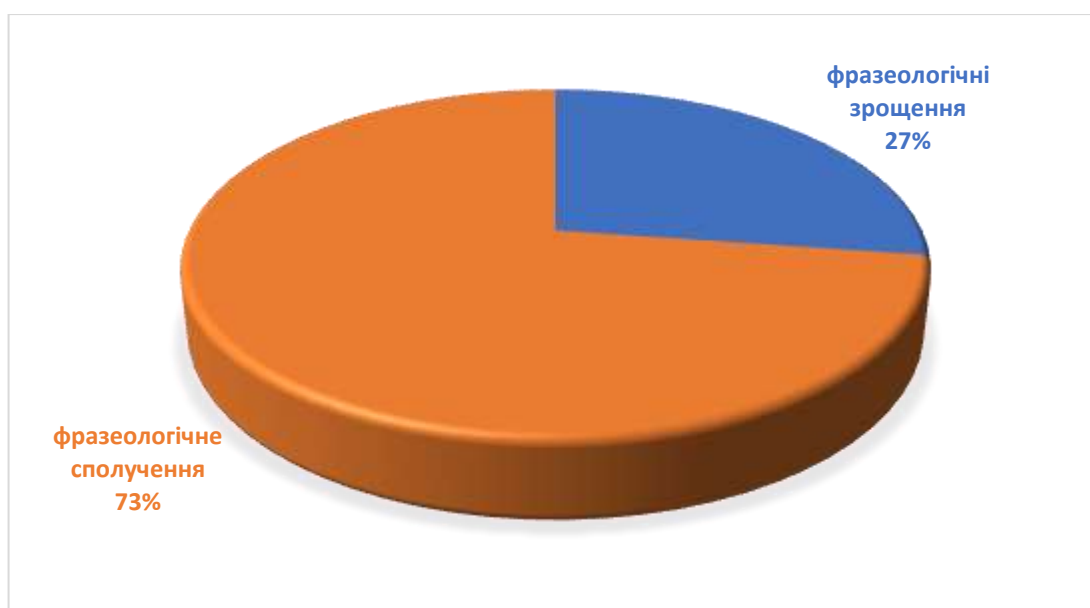


Рисунок 2.2 Типи англомовних фразеологізмів

Слід зазначити, що в англійській мові більше розповсюджені фразеологічні сполучення та ідіоми з компонентом «гроші», ніж українські фразеологічні єдності. Це може свідчити про більш широке вживання та різносторонність виразів, пов'язаних з грошима, у англійській мові.

Продовжуючи зіставлення семантики фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в українській та англійській мовах, слід зазначити, що українські фразеологізми підкреслюють раціональне використання грошей та економність, наголошуючи на значенні грошей як засобу досягнення мети. Такі фразеологізми, як *Гроші до грошей, а розум до розуму* та *Копійка у кишені тримає*, виражають ідею того, що гроші мають бути розумно використаними і що навіть невеликі суми можуть накопичуватися (див. Рис. 2.3).

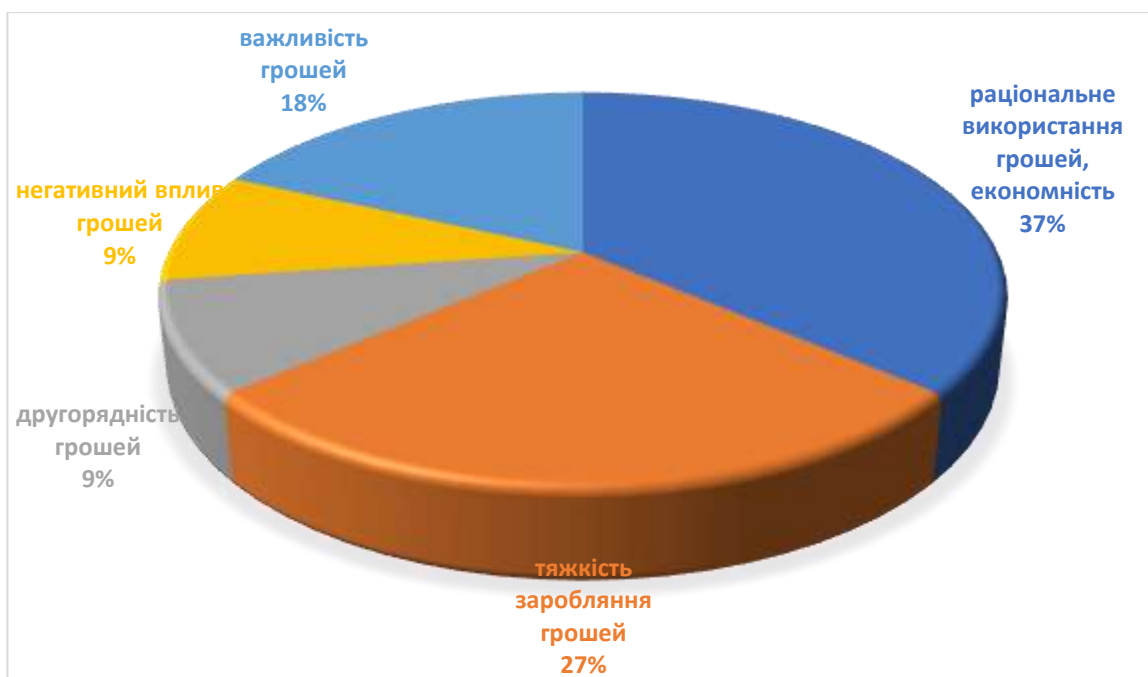


Рисунок 2.3 Образи в україномовних фразеологізмах

У англійських фразеологічних одиницях також зустрічається акцент на раціональному використанні грошей та їх важливості. *Money talks* виражає ідею, що гроші мають значний вплив у суспільстві. Зауважимо, що в англійських фразеологізмах більше акценту зроблено на важливості грошей, а не на їх важкості зароблення чи негативному впливі. Присутні також фразеологізми, які вказують на другорядність грошей у досягненні щастя (див. Рис. 2.4).



## Рисунок 2.4 Образи в англомовних фразеологізмах

Щодо емоційно-оцінного забарвлення, можна сказати, що фразеологізми з негативним значенням в українській мові становлять лише 9%, як і в англійській. Тоді як 91% мають позитивне значення.

Так, семантика образів в українських та англійських фразеологізмах з компонентом «гроші» виявляє схожість у вираженні раціонального використання грошей та їх важливості, проте виявляється й різниця у сприйнятті важливості грошей в обох лінгвокультурах.

Схожість можна помітити в структурі та значенні фразеологізмів-аналогів *Грошей на кущах не росте* та *Money doesn't grow on trees*, які виражають ідею обмеженості ресурсів та *За гроші можна купити все, крім щастя*, *Money can't buy happiness* та *Money can't solve all problems*, що виражають другорядність грошей в житті людини.

Однак, варто відзначити, що деякі специфічні назви грошей, такі як «копійка» української лінгвокультури та «пенні» англійської лінгвокультури, додають особливого колориту цим фразеологізмам. *Копійка у кишені тримає* наголошує на незначних сумах грошей, які можуть бути накопичені і мають значення. У свою чергу, англійський вираз *A penny for your thoughts* використовує специфічну назву грошей «пенні» для вираження запиту про думки або бажання зрозуміти думку іншої особи. в обох групах фразеологізмів такі назви зустрічаються по 2 рази.

Загалом, фразеологічні одиниці з компонентом «гроші» в українській та англійській мовах виражають схожі семантичні концепти, такі як раціональне використання грошей, їх важливість і обмеженість, а також тяжкість заробляння грошей. Однак, специфічні назви грошей та використання образів у фразеологізмах додають культурної специфіки та унікальності кожній мові.

## Висновки до другого розділу

Зіставний аналіз фразеологізмів з компонентом «гроші» в англійській та українській мовах виявив деякі схожості та відмінності. Схожість можна помітити у структурі та значенні деяких фразеологізмів, які виражають ідею обмеженості ресурсів (наприклад, *Грошей на куцах не росте* і *Money doesn't grow on trees*) або другорядність грошей (наприклад, *За гроші можна купити все, крім щастя* і *Money can't buy happiness* або *Money can't solve all problems*). Ці схожості можуть бути зумовлені загальними культурними та соціальними факторами, які впливають на сприйняття та значення грошей. Специфіка фразеологізмів англійської мови полягає в акцентуванні важливості грошей та їх впливу на суспільство. Деякі фразеологізми підкреслюють, що гроші мають значну силу і можуть мати рішучий вплив на різні аспекти життя (наприклад, «*Money talks*»). Загалом, англійські фразеологізми більше зосереджені на важливості грошей та їх ролі в досягненні успіху. Фразеологізми української мови, натомість, відрізняються акцентом на раціональному використанні грошей, економності та ідею тяжкості заробляння грошей. Деякі фразеологізми української мови підкреслюють, що гроші потребують розумного та економного використання (наприклад, *Гроші до грошей, а розум до розуму*). Крім того, вони виражають свідомість про труднощі та наполегливість, необхідні для заробітку грошей (наприклад, *Грошей на куцах не росте*). Такі фразеологізми підкреслюють цінність праці та скрупульозність у фінансових питаннях.

Отже, результати зіставного аналізу фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в англійській та українській мовах свідчать про існування спільних особливостей і різниць між ними. Обидві мови мають фразеологізми, які виражають обмеженість ресурсів та другорядність грошей. Однак, англійські фразеологізми більше акцентують на важливості грошей та їх впливу на суспільство, тоді як українські фразеологізми зосереджені на раціональному використанні грошей та труднощах їх заробітку.



Ці різниці можуть бути зумовлені культурними та соціальними особливостями кожної мови, їхніми цінностями та сприйняттям грошей в суспільстві. Аналіз фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в англійській та українській мовах відкриває цікаві аспекти мовної культури та ставлення до грошей у кожній з цих мов.

Також варто відзначити структурні особливості фразеологізмів з компонентом «гроші» в англійській та українській мовах. Українські фразеологізми включають переважно фразеологічні єдності (64%), які є стійкими зворотами із специфічною семантикою, а також фразеологічні сполучення (36%), які складаються з двох або більше слів, сполучених певним способом. Зокрема, українські фразеологізми з компонентом «гроші» можуть мати форму прислів'їв, приказок або просто фіксованих фраз.

У свою чергу, англійські фразеологізми з компонентом «гроші» складаються переважно з фразеологічних сполучень (73%), що включають стійкі комбінації слів, які мають специфічне значення. Також можуть зустрічатись фразеологічні зрощення (27%), які є більш комплексними структурами, що поєднують два або більше компоненти в одну одиницю.

Ці структурні відмінності можуть бути зумовлені мовно-культурними та лінгвістичними особливостями кожної мови, їхніми типологічними рисами та механізмами формування фразеологізмів.

Ці структурні відмінності можуть бути зумовлені мовно-культурними та лінгвістичними особливостями кожної мови, їхніми типологічними рисами та механізмами формування фразеологізмів. Аналіз структурних характеристик фразеологізмів з компонентом «гроші» допомагає розкрити різноманітність і специфіку фразеологічних одиниць в кожній з досліджуваних мов.

## ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

Фразеологічні одиниці з компонентом «гроші» є важливою складовою лексико-семантичного складу англійської та української мов. Вони відображають відношення та ставлення до грошей у кожній культурі.

Зіставний аналіз фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» показав як схожість, так і відмінності між англійською та українською мовами. Виявлено деякі спільні моделі, такі як ідея обмеженості ресурсів та другорядність грошей у житті людини. Однак, специфіка фразеологізмів англійської мови полягає в акцентуванні важливості грошей та їх впливу на суспільство, тоді як фразеологізми української мови акцентуються на раціональному використанні грошей та економності.

Виявлено різні структурні особливості фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в кожній мові. Українські фразеологізми включають більше фразеологічних єдностей, тоді як англійські фразеологізми складаються переважно з фразеологічних сполучень. Це може бути зумовлено мовно-культурними та лінгвістичними особливостями кожної мови.

Вивчення фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» дозволило розкрити особливості культурного й мовного сприйняття грошей в англійській та українській мовах. Гроші є універсальним поняттям, але спосіб їх сприйняття та вираження у фразеологічних одиницях може відрізнятися.

Англійські фразеологізми з компонентом «гроші» більше фокусуються на важливості грошей та їхньому впливі на різні аспекти життя. Вони висвітлюють роль грошей у досягненні успіху, соціальному статусі та владі. Це відображає американську культуру, де велика цінність приділяється матеріальному достатку та його досягненню.

Фразеологізми української мови з компонентом «гроші» більше акцентуються на раціональному використанні грошей, економії та тяжкості їх заробітку. Вони відображають важливість розумного та обдуманого ставлення до грошових ресурсів.

Ці різниці у сприйнятті та вираженні грошей у фразеологічних одиницях відображають культурні та ціннісні аспекти кожної мови. Вивчення фразеологізмів з компонентом «гроші» допомагає краще розуміти культурні відмінності та мовні особливості, пов'язані з фінансовою сферою, а також розширює наші знання про фразеологію обох мов.

## РЕЗЮМЕ

У даній курсовій роботі досліджувалися структурно-семантичні особливості фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в англійській та українській мовах. Робота складалася з двох розділів.

У першому розділі було проведено теоретично-методологічний аналіз фразеологічних одиниць. Розглянуто проблему визначення фразеологічних одиниць, їх класифікацію та функції, а також з'ясовано зв'язок між фразеологічною картиною світу та відображенням культури етносу.

У другому розділі проведено аналіз особливостей фразеологічних одиниць з компонентом «гроші» в англійській та українській мовах. Вивчено їх структуру та семантику. Здійснено порівняння результатів дослідження, виявлено схожості та відмінності між двома мовами, зокрема в ідеях обмеженості ресурсів та важливості грошей.

Дослідження показало, що фразеологічні одиниці з компонентом «гроші» є важливою складовою лексико-семантичного складу обох мов. Вони відображають культурні особливості та ставлення до грошей. Результати аналізу також розкрили різні структурні особливості між двома мовами, зокрема використання фразеологічних єдностей українською та фразеологічних сполучень англійською.

Ця робота сприяє кращому розумінню культурних відмінностей та мовних особливостей, пов'язаних зі сприйняттям грошей, а також розширює наші знання про фразеологічні одиниці.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авксентьев, Л. Г. (1988). *Сучасна українська мова. Фразеологія*. Вища школа.
2. Бондар, М. В. (2015). Класифікація національно маркованих одиниць. *Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ. Серія Філологія, Педагогіка, Психологія*, 30, 31–36.
3. Булаховський, Л. А. (1959). *Нариси з загального мовознавства*. Радянська школа.
4. Драган, Ю. М. (2017). Стилiстичні функції фразеологічних одиниць в історичній прозі А. Кашенка. *Науковий часопис НПУ ім.М.П.Драгоманова*, (9), 49–57.
5. Медведєв, Ф. М. (1982). *Українська фразеологія: Чому ми так говоримо?*
6. Мотріченко, О. (2017). Культурно-маркована лексика сучасної мови гінді (типологічний аспект). *Індія: давнина і сучасність*, 2, 193–199.
7. Прадід, Ю. Ф. (2001). Значення фразеологізму та його тлумачення в словнику (на матеріалі іменникових фразеологізмів). 157–161.
8. Селіванова, О. О. (2006). *Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія*. Довкілля.
9. Скрипник, Л. Г. (1973). *Фразеологія української мови*. Наукова думка.
10. Терлецька, Л. П. (2020). Внутрішні закономірності та основні ознаки фразеологічних одиниць в англійській мові. *Молодий вчений*, 3(79), 111–115.
11. Удовиченко, Г. М. (1965). Предмет фразеології та семантичні типи фразеологізмів. *Українська мова і література в школі*, 2, 20–24.
12. Ужченко, В. Д., & Авксентьев, Л. Г. (1990). *Українська фразеологія*. Видавництво Харківського державного університету «Основа».

13. Burger, H. (n.d.). *Handbuch der Phraseologie*. Retrieved from [https://books.google.com.ua/books?redir\\_esc=y&hl=ru&id=cZRKdDxrXgC&q=Phraseologie#v=onepage&q=Phraseologie&f=false](https://books.google.com.ua/books?redir_esc=y&hl=ru&id=cZRKdDxrXgC&q=Phraseologie#v=onepage&q=Phraseologie&f=false)
14. Gläser, R. (n.d.). *The Grading of Idiomaticity as a Presupposition for a Taxonomy of Idioms*. Retrieved from <https://www.degruyter.com/viewbooktoc/product/72244>.
15. Hockett, C. F. (1958). *A Course in Modern Linguistics*. Macmillan.
16. Klappenbach, R. (1968). *Probleme der Phraseologie*. *Wissenschaftliche Zeitschrift der Karl-Marx-Universität Leipzig*, (17).
17. McCarthy, M., & O'Dell, F. (1994). *English Vocabulary in Use*. Cambridge University Press.
18. Moon, R. (1998). *Fixed expressions and idioms in English: A Corpus-based Approach*. Clarendon Press.
19. Opryshko, N. O., & Bezkorovaina, L. S. (2021). Phraseological units with component words denoting noble titles in the English language. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*, 32(71), 163–168.
20. Whorf, B. L. (2006). *Language, Thought and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf*. Wiley.

## **СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ ТА ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

21. Білоноженко, В. М. (1993). *Фразеологічний словник української мови*. Наукова думка.
22. The Idioms. (n.d.). *The Idioms – Largest Idiom Dictionary* | Global Site. Retrieved May 5, 2023, from <https://www.theidioms.com/>.