

важливими у здійсненні навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах. Вони посилюють інтерес до навчання, розвивають творче, продуктивне мислення, вчать культурі спілкування, поліпшують міжособистісні взаємини, але, водночас, під час використання активних форм і методів навчання підвищуються вимоги до викладача, який сьогодні повинен виступати в ролі організатора пізнавальної діяльності студентів, а не переповідача інформації.

### **Література:**

1. Комар О. Застосування інтерактивних технологій – один із напрямків удосконалення навчального процесу / О. Комар // Школа. – 2006. – № 6. – С. 64-67.
2. Пометун О. Інтерактивні технології навчання: Теорія, досвід: метод. посіб. авт.– уклад.: /О. Пометун, Л. Пироженко. – К.: А.П.Н.; 2002. – 136 с.

## **НАЦІОНАЛЬНО-СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНЦЕПТУ ГРОШІ/MONEY В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКИХ ЛІНГВОКУЛЬТУРАХ НА ПРИКЛАДІ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ ТА ПАРЕМІЙ**

***Кочмар Д. А.***

*кандидат педагогічних наук, доцент,  
завідувач кафедри іноземних мов*

*Міжнародного економіко-гуманітарного університету  
імені академіка Степана Демянчука  
м. Рівне, Україна*

Актуальність теми зумовлена інтересом мовознавців до дослідження концептів та способів їх мовної репрезентації. Мовна картина світу, історично склалася в повсякденній свідомості певного мовного колективу і відображена у мові як сукупність уявлень про світ, певний спосіб концептуалізації дійсності. Картини світу різних мов в деякій мірі універсальні, але їм притаманні й індивідуальні відмінності [1, с. 42].

Для дослідження мовної картини світу певної нації важливим є дослідження фразеологізмів та паремій, оскільки вони найкраще відображають традиції, звичаї, стереотипи, які закріпились у свідомості народу впродовж історичного розвитку. У фразеологізмах, прислів'ях та приказках висловлюється ставлення народу до тих чи інших явищ та

понять. Фразеологізми та паремії наочно демонструють спосіб життя, географічне положення, історію народу, традиції тої чи іншої спільноти, яка об'єднана однією культурою [2, с. 36].

Фразеологізми та паремії, як яскраві, образно-емоційні, експресивні засоби мови, сприяють створенню мовної картини світу. Національно-культурна своєрідність фразеологізмів особливо наочно проявляється при зіставленні мов, що дозволяє виявити схожість і відмінність в образах і символах, що лежать в основі фразеологізмів.

Для виявлення національної своєрідності світобачення народу необхідно зіставлення хоча б двох мов. На прикладі мовного втілення концепту гроші/money в українській та англійських лінгвокультурах ми можемо простежити національно-специфічні особливості, які обумовлені розходженням української та англійської соціальних культур.

У мові закріплюються лише важливі для людини та її життя явища й предмети, причому те, що є важливим для одного народу, може бути неважливим для іншого. Концепт *grovni/money* займає важливе місце в мовній картині світу обох народів. Все, що пов'язане з грошима, актуально для людини. Цілком зрозуміло, що в силу такої актуальності, гроші притягують масу фразеологічних одиниць та паремій. Тема багатства і грошей представлена значною кількістю матеріалу як в українській, так і в англійській мовах завдяки своїй значущості для людського буття.

Основний аспект, який висвітлюють фразеологічні одиниці та паремії в обох мовах – це ставлення до грошей та багатства, яке відображає якості людини. В українській картині світу простежується негативне ставлення народу до заможних людей. У фразеологічних одиницях, прислів'ях та приказках осуджується надмірна жага до багатства: *Загрібати гроші лопатою; Від багача не жди калача; Багатий не дивиться чим убогий живиться.*

Проте, у англійській ментальності матеріальна забезпеченість та володіння великою кількістю грошей завжди відігравали важливу роль. Британці вважають гроші важливими і не вбачають негативу у збільшені капіталу *to get money for old rope, be flush of money, money makes money, money talks, Money answers all things.*

В українській ментальності закріплена важливість важкої праці, внаслідок якої заробляються гроші, а в англійській навпаки – схвалюються гроші, зароблені легким та швидким шляхом: *в кого віл та коса, в того й грошей куса, грейцар легко видати, а не легко здобати, take/spend money hand over fist, money for old rope/ money for jam.*

В обох культурах спостерігається певною мірою універсальна шкала людських морально-етичних цінностей, у якій виявляється перевага духовних цінностей над матеріальними, тобто важливість грошей оцінюється нижче, ніж родина, воля, здоров'я тощо, що свідчить про

спільність світосприйняття носіями української й англійської культур: *за гроші не купиш ні батька, ні матері, ні родини; Never loan money to a friend unless you wish to loose him.*

Для українського та англійського менталітету характерним є твердження, що багатство є запорукою дружніх стосунків з іншими людьми, а як тільки гроші зникають, то і друзі разом з ними: *Як багатий так «здоров був!», а як бідний – «бувай здоров!»; Every one is akin to the rich man.*

Хоча, багатство у англійській культурі відіграє важливу роль, британці, як і українці, розглядають гроші як зло, гріх, те, що може занастити людину: *Совісті менше – грошей більше; Хоч у голові пусто, аби грошей було густо; Money is bottomless sea in which honor, conscience and truth may be drowned; Money is the root of all evil.*

Картина світу є двоєдиним концептуально-мовним феноменом, обидві частини якого взаємозалежні і взаємообумовлені, але мають у той же час яскраво виражену специфіку; концептуальна картина світу існує у вигляді концептів, що утворюють концептосферу народу, мовна картина світу – у вигляді значень мовних знаків, що утворюють сукупний семантичний простір мови.

Отже, мовні картини світу української та англійської культур водночас схожі і мають багато розбіжностей. Усі відмінності між менталітетами базуються на особливостях історичного розвитку нації, її стереотипах, традиціях, економічних та політичних умовах, контактах з іншими народами.

### **Література:**

1. Іграк К. Емоції у мові та мовній картині світу. Актуальні проблеми філології і професійної підготовки фахівців у полікультурному просторі. Міжнародний журнал. Харбін : Харбінський інженерний університет, 2018. – С. 42-43.
2. Лисенко Г. Л., Чепурна З. В. Ідіома як основний носій інформації у німецькомовних заголовках. Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія». Острог: Вид-во НаУОА, 2019. Вип. 8(76), грудень. С. 36–38.