
УДК 811. 161. 2'374.73

Малиновська Галина (м. Львів)

КОНЦЕПТ “ГРОШІ” В УКРАЇНСЬКІЙ МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

У статті розглянуто концептуалізацію поняття “гроші” у паремійному фонді української мови. Виявлено когнітивні ознаки паремійного представлення концепту “ГРОШІ”. Шляхом інтерпретації відповідних когнітивних ознак сформульовано основні твердження про концепт. Представлено структуру паремійного поля концепту “ГРОШІ” в українській лінгвокультурі.

Ключові слова: паремійна зона концепту, когнітивна ознака, твердження, паремійне поле концепту, концептуалізація.

Загальновідомо, що паремійний фонд, або фольклорна фразеологія [4: 242], є інтегральною частиною фразеологічного фонду (в широкому розумінні), особливою частиною мовної картини світу — паремійною картиною світу, у якій знаходить яскраве вираження уявлення народу про себе й довкілля на певному етапі розвитку. Вивчення уявлень про дійсність, зафіксованих у значеннях мовних знаків певного періоду, дозволяє опосередковано зробити висновки про те, яким було мислення народу, зрозуміти національну логіку та певною мірою реконструювати мовну картину світу [9: 54, 113].

Концепт “ГРОШІ” та мовні знаки, що його репрезентують, посідають у мовній картині світу пріоритетні позиції як носії значущих для особистості цінностей. Паремії утворюють особливу зону в структурі концепту, оскільки вони відображають історичне осмислення етносами того чи того концепту, що “витікає із ментально-мовної культури народу” [8]. Оскільки картини світу, а отже, і паремійні картини світу національно-специфічні, й носії різних мов у результаті своєї пізнавальної діяльності сприймають світ крізь призму своєї мови та культури, то виникає необхідність у їхньому дослідженні й зіставленні.

У сучасних мовознавчих працях знайшли відображення лише деякі аспекти вивчення концепту “ГРОШІ» [2; 3; 7; 11]. Водночас процес концептуалізації поняття “гроші” (одного з ключових концептів будь-якого суспільства) не був описаний як мовний, когнітивний та культурний феномен в українській лінгвокультурі.

Отже, **актуальність роботи** визначається загальною спрямованістю сучасних лінгвокогнітивних студій і зумовлюється потребою в аналізі лінгвокультурного концепту “ГРОШІ” на матеріалі паремійного фонду української мови з урахуванням сучасних семантико-когнітивного, лінгвокультурологічного та антропоцентричного підходів, що донині ще не було об’єктом спеціального дослідження як в українському, так і зарубіжному мовознавстві.

Мета дослідження полягає у з’ясуванні концептуалізації поняття “гроші” у паремійному фонді української мови та виявленні когнітивних ознак паремійного представлення концепту “ГРОШІ”, що дасть змогу описати структуру паремійного поля в українській лінгвокультурі та створити наукове уявлення про місце й роль грошей у суспільному житті українців.

Джерелом дослідження паремійного представлення концепту “ГРОШІ” в українській мові слугували паремійні збірки [ПП; СНМ; УПП] (див. Список). Із зазначених джерел шляхом суцільної вибірки відібрано 583 паремії.

Когнітивна лінгвістика, зазначають З.Д. Попова та І.А. Стернін, досліджує ментальні процеси, що відбуваються при сприйнятті, осмисленні й усвідомленні дійсності, а також види і форми їхньої ментальної репрезентації [9: 12]. Семантико-когнітивний напрям дослідження мовних одиниць передбачає з’ясування співвідношення семантики мови з концептосферою (інформаційною базою когнітивної свідомості народу, яка певною мірою визначає менталітет народу, особливості його сприйняття і розуміння дійсності), тобто співвідношення семантичних процесів із когнітивними [9: 18, 60].

Концепт як ментальну одиницю можна описати, аналізуючи засоби його мовної об’єктивації. Отже, номінативне поле концепту — це мовний матеріал, який є об’єктом лінгвокогнітивного дослідження. Предметом дослідження є семантика одиниць номінативного поля концепту, що відображає досліджуваний концепт у мовній свідомості носіїв мови.

Номінативне поле концепту неоднорідне, оскільки воно містить як прямі номінації концепту, так і номінації його окремих когнітивних ознак, які розкривають зміст концепту й відношення до нього у різних комунікативних ситуаціях [9: 68]. Віднаходження сем, що утворюють значення різних мовних одиниць, які номінують концепт, дозволяє виявити їх повний набір, що утворює семантичний простір номінативного поля і, отже, відображає когнітивні ознаки досліджуваного концепту.

Когнітивна ознака (або когнітивна диференційна ознака) — це окрема ознака об'єкта, усвідомлена людиною і відображена у структурі відповідного концепту як окремий елемент його змісту [9: 128; 10: 59-62; 5: 112]. Когнітивні ознаки формують досліджуваний концепт як ментально-мовну одиницю.

Концепт «ГРОШІ» в українській мові репрезентують різні номінації як засіб матеріалізації мовної свідомості українців, демонструючи різну концептуалізацію поняття “гроші”, де **концептуалізація** — це процес утворення й формування концептів у свідомості [1], усвідомлення нової інформації, що веде до утворення концепту [6: 93-94].

Особливе місце серед мовних одиниць, що репрезентують процес концептуалізації певної області, займають паремії. Ці стійкі одиниці передають знання етносу про той чи той фрагмент дійсності та його відношення до нього й демонструють мовні способи репрезентації цих знань. Аналіз семантики паремійних одиниць, що концептуалізують поняття “гроші”, а саме: паремій із ключовим словом (лексичним компонентом) *гроші*, паремій, у лексико-семантичній структурі яких є найменування грошових одиниць і/або їхніх номіналів, а також паремій, у яких сема *'гроші'* представлена імпліцитно, — дозволив реконструювати паремійні смисли, закодовані в мовній свідомості українців.

Важливим етапом семантико-когнітивних досліджень є когнітивна інтерпретація цих смислів, тобто зведення паремійних смислів (семантичних ознак), які виявляються шляхом аналізу семантики мовних одиниць, до одного узагальненого смислу та формулювання відповідних **“тверджень про концепт”** — настанов свідомості, що формують у тій чи тій культурі зміст концепту [9: 202; 10: 59–62]. Здебільшого твердження репрезентують типові аксіоми поведінки, які мають переважно морально-дидактичний характер і розкривають сутність паремійних смислів, тобто дають доступ до когнітивної структури мовної свідомості.

Реконструкція паремійної зони концепту як польової структури передбачає опис виявлених когнітивних ознак, що об'єктивують певне когнітивне твердження. Отже, емпіричний матеріал індуктивним шляхом згруповано в 15 тверджень про концепт за схожістю висловлених у пареміях дидактичних сентенцій, які демонструють способи концептуалізації поняття “гроші” в ареалі української культури. Моделювання паремійного представлення концепту проведено за методикою групування паремій за ступенем вираження когнітивних ознак, об'єктивованих у тих чи тих смислах-твердженнях про концепт «ГРОШІ», що дозволило виділити ядро, ближню, дальню та крайню периферії паремійної зони. Чіткої межі між зонами не існує. Ієрархія паремійних ознак будується на підставі статистичного аналізу кількості паремій, які входять у ту чи ту зону паремійного поля концепту (див. рис.).

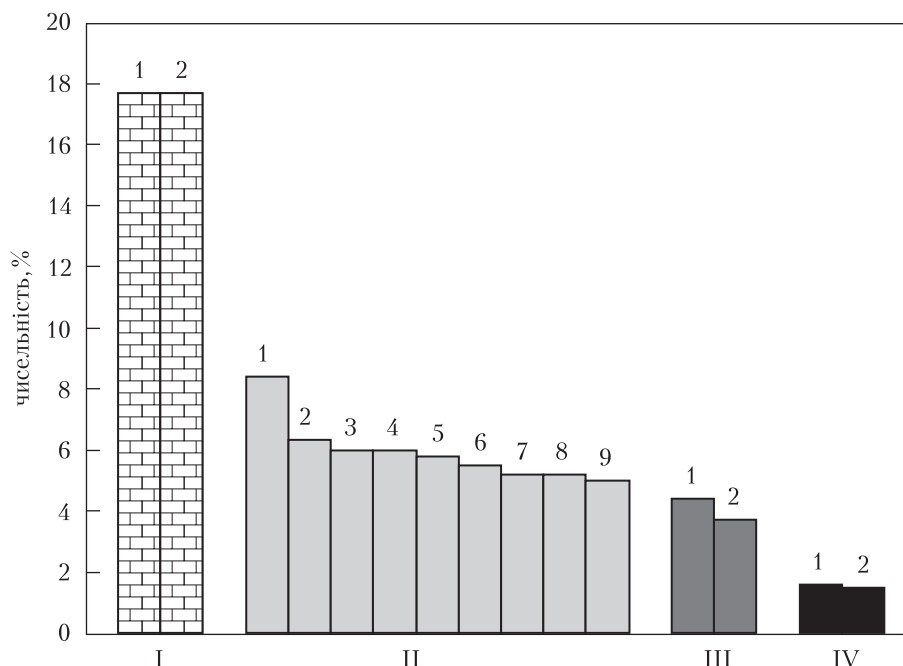


Рис. 1. Конфігурація паремійного поля в українській мові. Умовні позначення: I – ядро; II – ближня периферія; III – дальня периферія; IV – крайня периферія. 1, 2... – твердження у зоні паремійного поля.

I. До ядра українського паремійного поля (35,4 % загальної кількості українських паремій, які репрезентують поняття “гроші”) входять два твердження:

1. **Від самої людини залежить її добробут. Важка, наполеглива праця приносить винагороду** (17,7 %). Це твердження відбиває морально-ціннісні орієнтири українського етносу, що склалися впродовж тисячоліть його становлення і розвитку. Для української нації характерне позитивне ставлення до набутих важкою, чесною працею грошей (“важкі гроші”) та схвалення праці ремісників, оскільки, на думку українців, ремесла “годують”: *Без праці не будуть калачі* (ПП: 276); *В кого віл та коса, в того й грошей киса —...в кого ж немає вола, в того паністарочка гола* (УПП: 454); *Ремесло має золоте дно* (СНМ: 132); *У коваля що стук, то гривня* (СНМ: 134).

2. **Ставлення до грошей викриває людські якості** (17,7 %). Паремії, що ілюструють це когнітивне твердження, висвітлюють не лише особливості поведінки людини, але й психологію, ментальність усього українського етносу. До цієї категорії увійшли й прислів'я та приказки, у яких за допомогою властивості / номіналу грошей описується характер людини, наприклад: *На грош амуниції, на десять амбиції* (УПП: 77). Українські паремії описують такі позитивні людські якості:

• **доброчинність, некорисливість** (4,7 % від загальної кількості паремій цієї групи): *Бог нам дав, и людям вділяймо!*; *Хто дає, той и має* (УПП: 223). Проте існують також одиниці, які засвідчують інший погляд на доброчинність: *Чужих злиднів не наситиш* (УПП: 234);

• **розум, мудрість** (4,7 %). Одні паремії стверджують, що розум — запорука багатства, а інші констатують: розум не приносить матеріального благополуччя: *Мудра господиня, як є повна скриня* (ПП: 130); *Розуму багато, а грошей мало*; *Багато ума, та в кешені катма* (УПП: 108).

Стійкі вислови, що засуджують людські вади характеру, становлять 90,6 % від загальної кількості паремій, які ілюструють це твердження, що можна пояснити їхньою дидактичною сутністю. Для української ментальності характерна відсутність менторського надокучливого повчання, моралізаторства. Аналізовані одиниці з гумором та іронією висміюють такі негативні риси та вади людей, як:

• **марнотратство** (25,6 % від загальної кількості паремій цієї групи): *Гроші пішли до роскоші* (УПП: 479); *Латку на латці сажу, шаг за горілку держу* (УПП: 515); *Вітер гуде у кишенях* (ПП: 63);

• **лінощі** (20,2 %): *У лінивого слід по золотому* (УПП: 480); *У нехая торба лихая* (нехай — байдужий до роботи) (ПП: 301);

• **скупість** (18,4 %): *За копійку аж труситься* (СНМ: 35); *У людей шаг скаче, а в скупого руб плаче* (УПП: 230);

• **жадібність, захланність, корисливість** (14,6 %): *Великий кусок дере роток* (ПП: 316); *Продасть и викупить и гроші почитає* (УПП: 597); *Убогому мало що бракує, а захланному всего* (УПП: 108); *Від користі серце нам'яте* (СНМ: 35);

• **заздрощі** (4,6 %): *В чужих руках завше більший шматок*; *Бабина гривня всім людям дивна* (УПП: 236);

• **зрадництво / підступність** (1,8 %): *Москаль и Лях — оден шеляг* (УПП: 697);

• **брехливість** (1,8 %): *Стільки правди, як в шелягу сребра* (УПП: 319);

• **вередливість** (1,8 %): *Купив би село, та грошей голо/мало.— ...купив би к тому ище и другое, та не платив и за тоє* (УПП: 257);

• **зарозумілість** (1,8 %): *На грош амуниції, на десять амбиції* (УПП: 77); *Гуку-пуку за таляр, а чоботи за шостак* (УПП: 548).

II. Ближню периферію (53,4 %) становлять паремії, що підпадають під такі твердження:

1. **Гроші — могутня сила, яка править усім світом** (8,4 %). В українському паремійному фонді особливе місце посідають одиниці, у яких демонструється всемогутність грошей. Так, відомо, що за хабар (“*мастило*”) можна купити і суд, і чиновника, і правду: *Сіттю птиці, сребром людей ловлять* (ПП: 212); *Де гроші говорять, там правда мовчить* (СНМ: 146); *Золотий ключ кожний замок отворить* (СНМ: 66).

2. **Праця не допоможе вийти з бідності** (6,3 %). Паремії, які ілюструють це твердження, заперечують, що від людини, її праці залежить

її добробут (див. ядро): *Від роботи не будеш багатий, а будеш горбатий* (ПП: 276); *Три дні молотили — шеляг заробили* (УПП: 461); *Більше ремесла — більше і злиднів* (ПП: 247).

3. **Не варто позичати гроші** (6 %). В українському паремійному фонді позичання грошей та давання їх у борг оцінюється негативно: *Коли хоч приятеля позбутися, то му позич грошей* (УПП: 423); *Довжник весело бере, а смутно віддає* (УПП: 471); *Позичене не зidane. — ...все треба віддати* (УПП: 472).

4. **Матеріальне благополуччя оманливе; будь задоволений тим, що маєш** (6%). Паремії цієї групи нагадують про плинність, оманливість грошей/багатства: *Часом густо, а часом пусто* (ПП: 355); *Почав на золоті, а кінчив на болоті* (СНМ: 20); *Сьогодні з мішком, а завтра з торбинкою* (ПП: 78); а також паремії, які радять задовольнятися тим, що людина має: *Не той убогий, що мало має, а той, що багацько жадає* (УПП: 110).

До цієї категорії входять і паремії, які засвідчують **оптимізм** українців “немає злого, щоб на добре не вийшло”: *Що буде, то буде, а більш копи лиха не буде. — Більш копи лиха не буде! — ... хай з копу! — ...не буде, а рублем чорт ёго відбуде* (УПП: 252); *Дождусь и я тії години, що будуть по шелягу/по шагу дини* (УПП: 239) та їхній **песимізм** “від долі не втечеш”: *И шаг пропав, и дитина дурна* (УПП: 343) (песимізм з гумором); *Багацтво дочасне, а злидні довичні; Тоді він буде багатий, як пес — рогатий* (УПП: 104, 105).

5. **Гроші не такі могутні, у житті є речі важливіші за гроші** (5,8 %). Це твердження представлено пареміями, які дають уявлення про моральні якості українського народу, його соціальні настанови, духовні цінності. Для української ментальності характерно оцінювати значущість грошей нижче значущості таких речей, як (подається за зменшенням кількості паремій): воля, розум, батько, матір, родина, здоров’я, честь, час, братство, добре ім’я, добре слово, правда, щастя, доля, душа, домовленість: *Золота клітка солов’я не тішить* (ПП: 213); *За гроші не купиш ні батька, ні матері, ні родини* (УПП: 104); *Добре слово краще, ніж готові гроші; Найбільше багатство — здоров’я* (СНМ: 25, 31); *Бережи час, час за гроші не купиш* (ПП: 71); *Добре ім’я — найкраще багатство* (СНМ: 27); *Не май сто кіп, як сто друзів. — ... рублив, але май сто друзів. — Не май и сто рублив, як одного друга; Уговор паче грошей* (УПП: 422, 473); *Розум за гроші не купиш* (СНМ: 13).

6. **Гроші (статки) або їхня відсутність випробовують людські стосунки** (5,5%). Для українського світогляду характерне чітке розмежування суспільства на два класи — багаті і бідні; із багатими всі хочуть “брататися”, а бідного всі уникають: *Брат братом, сват сватом — а гроші не рідня* (УПП: 433); *Збагатів Кіндрат — забув, де його брат* (СНМ: 143); *Побратався, копу видячи* (УПП: 422); *Без хліба і любов гине* (ПП: 309); *Як багатий, так «здоров був!», а як бідний — «бувай здоров!»* (СНМ: 143).

7. **Гроші і вірування: Бог допомагає бідним, а нечиста сила — багатим** (5,2 %). У цих твердженнях крізь призму християнського світобачення осмислюються загальнолюдські істини. Українській нації притаманна віра в те, що добробут людини залежить від Бога. Творець допомагає бідним, а нечиста сила — багатим, але потрібно і самому докласти зусиль для досягнення власного добробуту: *Голенький — ох, а за голеньким — Бог; Багатому и чорт гроші носить* (УПП: 103, 105); *За багачем и сам чорт з калачем* (СНМ: 143); *Дав Бог роток, дасть и кусок; Боже помози, а сам не лежи!* (УПП: 42); *Роби, небоже, то й Бог поможе* (ПП: 285). Засвідчено паремію, яка ілюструє віру українців у те, що для Бога всі єдині: *Що вбогий, що багатий — у Бога все рівно* (УПП: 42); і паремію, яка висловлює прагнення народу до справедливості: *Бог нерівно ділить: жде, щоб сами ділилися* (Там само). Попи сприймаються українським народом як практично відділена від Бога каста, відома своєю захланністю та поборами: *Як вродиця, без бариша не обходиця; и як вмре, то все піп дере* (УПП: 694).

8. **Не всі шляхи збагачення прийнятні: “легкі гроші” — спадок, придане, “брудні гроші” — крадіжка** (5,2 %). Етнокодекс моральних заповідей українського народу засуджує несправедливі шляхи набуття грошей та застерігає від зазіхань на чуже: *Дарований хліб скоро черствіє; Зароблена копійка краще краденого карбованця; Чужий кусочок дере роточок* (ПП: 279, 309, 317); *Нажмте махом — піде прахом* (СНМ: 29); *Легко прийшло — легко пішло* (УПП: 461).

9. **Необхідно економно витратити гроші** (5 %). Паремії, що ілюструють це твердження, вчать бути ощадливим, запасливим, що є характерною рисою психології українського народу, а також берегти гроші “про чорний день / лиху годину”: *Осмак копи стереже; Хто не стоїть о гріш, той и шеляга не варт; Всякі гроші хороші, та бережи їх про чорний день, та про лиху годину* (УПП: 441, 442).

III. Дальня периферія (8,1 %) представлена такими твердженнями:

1. **Безгрошів’я одних людей змушує працювати** (60 % паремій цієї групи), **а інших штовхає на нерозважливі вчинки** (40 % паремій) — 4,4 %: *Як часто не доїси, то й святих продаси; Нестатки гонять з хатки* (СНМ: 59, 64); *Пустий мішок введе в грішок; Проголодаєшся — хліба дістати догадаєшся* (ПП: 145, 305).

2. **Наявність грошей — запорука добробуту, щастя** (3,7 %). Паремії, що входять до цього твердження, розглядають гроші як джерело, що забезпечує соціальний захист, добробут і благополуччя людини: *З золотом, як з вогнем, і тепло з ним, і небезпечно* (СНМ: 143); *Достаток чинить статок; Де густо, там не пусто; Тоді чоловік весело співає, як п’ятериком поганяє* (УПП: 101, 103).

IV. До крайньої периферії українського паремійного поля (3,1 %) належать два твердження:

1. **Гроші — лиха, руйнівна сила** (1,6 %). Це твердження розкриває негативне ставлення українців до грошей (як до їх значної кількості,

так і до безгрошів'я): *Срібло-золото тягне чоловіка в болото* (СНМ: 143); *Без грошей чоловік не хороший; И чорт багато грошей має, а в болоті сидить; Що з тих кубків, як повні сліз!; Гроші то и роблять біду на світі* (УПП: 102, 104). Як бачимо, здебільшого наш народ сприймає гроші як лиху, руйнівну силу, яка може занепасти людину.

2. **Задурно нічого не буває, за все треба платити (1,5 %)**. Паремії цієї групи показують таку рису національного характеру українців, як практичність, матеріальний розрахунок: *Минулася барма, що давали дарма; Ми без грошей нікому не граєм; Де не дав гроша, так не пхай носа; Спасибі в кишеню не кладуть* (УПП: 229, 467).

За результатом когнітивної інтерпретації паремійних смислів ми виділили 15 тверджень. У паремійному фонді української мови поняття “гроші” концептуалізується різними шляхами, подекуди складними опозиціями та взаємосуперечливими твердженнями. З одного боку, гроші — могутня сила, вони мають величезний вплив у суспільному житті, за них можна все купити, навіть людські стосунки; з другого — існує багато речей, які неможливо купити за гроші і які оцінюються як справжній скарб — воля, дружба, родина, здоров'я, кохання, честь тощо. В одних пареміях гроші розглядаються як інструмент для досягнення матеріального благополуччя, добробуту, а люди, які володіють грошима, вважаються розумними, дбайливими господарями. В інших пареміях гроші оцінюються, як лиха, руйнівна сила; багатії здебільшого здобувають гроші гріховним шляхом (культурологічно цінний компонент “гріховності” грошей, притаманний українській ментальності), вони ледарі, експлуатують бідних, підступні, лицемірні й зажерливі; тоді як бідні — працьовиті, мудрі та вміють перехитрувати багатія.

В українських прислів'ях і приказках стверджується, що існують різні шляхи отримання грошей: праведний — тяжка, чесна праця — “важкі гроші” (але існують і паремії, які говорять про те, що не завжди завдяки чесній праці людина досягає матеріального благополуччя, що подекуди штовхає її на нерозважливі вчинки) і неправедні шляхи — сподівання на спадок, придане — “легкі гроші” та крадіжка, хабар тощо — “брудні гроші”. Одні паремії схвалюють благодійність, інші стверджують, що “чужих злиднів не наситиш” та радять заощаджувати гроші.

Отже, можна зробити висновок, що в українських пареміях простежується характерна для української народної творчості (наївної картини світу) традиція проводити чіткий поділ: чорне / біле — позитив / негатив, тобто система ціннісних координат чітко розмежована +/- . Водночас помітне зміщення вектора + → - і навпаки - → + залежно від того, як здійснюється оцінка суспільного феномену грошей: матеріальна (прагматична) оцінка чи оцінка моральна. Так, матеріальний підхід дозволяє оцінити знаком “+”: а) будь-яке джерело походження грошей: “важкі”, “легкі”, “брудні” гроші; б) багатіїв, які володіють грошима / статками, отриманими

неправедним шляхом; в) те, що за гроші можна купити все: правосуддя, правду, кохання, дружбу та ін.

Проте, згідно з опрацьованим паремійним матеріалом, можна зробити висновок, що народна ментальність і психологія, яка склалася під впливом історичних, соціально-культурних, релігійних та ін. чинників, тяжіє до моральної оцінки як джерела надходження грошей, так і людей, які володіють великими грошима чи не мають грошей. Так, зі знаком “+” в українських пареміях оцінюються: а) гроші, набуті чесною, наполегливою працею (“важкі гроші”); б) працююча, але бідна людина, якій важка праця не допомагає вийти з бідності; в) благодійність; г) мудрість; д) ощадливість тощо. Зі знаком “-”: а) гроші, які “впали з неба”, наприклад придане, спадок (“легкі гроші”); б) гроші, які дісталися неправедним шляхом, наприклад крадіжка, обман (“брудні гроші”); в) марнотратство; г) скупість; д) жадібність; е) корисливість тощо. Народна психологія чітко розрізняє багатство матеріальне — гроші, статки — і багатство моральне, тобто духовні цінності етносу — родина, воля, честь, кохання та інші, які здебільшого оцінюються вище за матеріальне багатство.

Людина оволодіває моделями поведінки завдяки досвіду, характерному для того контексту, у якому вона живе. Значна частина українських паремій походить із народної творчості, тому останні зберігають свій неповторний колорит, відображають багатовіковий досвід стосунків між людьми, що містить моральні орієнтири. Для українців високі моральні якості людини мають величезне значення, тому вони, показуючи її ставлення до грошей або переносючи властивості грошей (їхнього номіналу) на людські якості (антропоцентрична характеристика), учать не бути марнотратним, лінивим, скупим, корисливим тощо.

Отже, концепт «ГРОШІ» в українському паремійному фонді формує ціннісну картину світу, оскільки оцінює дії, певні якості людей та прояви особистості за морально-етичними та естетичними нормами, усталеними в народі. Загалом поняття “гроші” в українській ментальності оцінюється позитивно і доволі практично.

Перспектива подальших семантико-когнітивних досліджень полягає в дослідженні паремійного представлення концепту «ГРОШІ (MONEY)» в англійській мові та зіставлення польових структур паремійної зони концепту в українській і англійській лінгвокультурах, що дозволить реконструювати когнітивну свідомість двох етносів на певному етапі розвитку.

СПИСОК СКОРОЧЕНЬ ДЖЕРЕЛ МОВНОГО МАТЕРІАЛУ

ПШ — Прислів'я та приказки: Природа. Господарська діяльність людини / АН УРСР. Інститут мистецтвознавства, фольклору та етнографії ім. М.Т. Рильського; Упоряд. М. М. Пазяк; Відп. ред. С.В. Мишанич. — К.: Наук. думка, 1989. — 480 с. — (Українська народна творчість).

СНМ — Скарбниця народної мудрості / Упоряд. Т. М. Панасенко. — Харків: Фоліо, 2009. — 286 с. — (Перлини української культури).

УІІІ –Українські приказки, прислів'я і таке інше. Збірники О.В. Марковича та інших; Уклад М. Номис; Упорядкування, примітки та вступна стаття М.М. Пазяка – К.: Либідь, 1993. – 768 с.

1. *Болдырев Н. Н.* Концептуальное пространство когнитивной лингвистики / Николай Николаевич Болдырев // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 18–36.
2. *Голубовська І. О.* Етноспецифічні константи мовної свідомості: Автореф. дис... д-ра філол. наук: 10.02.15 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2004. – 38 с.
3. *Городецька О. В.* Національно-марковані концепти в британській мовній картині світу ХХ століття: Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 2003. – 21 с.
4. *Жайворонок Н.В.* Українська етнолінгвістика: Нариси: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. – К.: Довіра, 2007. – 262 с.
5. *Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс / Владимир Ильич Карасик. – М., 2004. – 290 с.
6. Краткий словарь когнитивных терминов / Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. – М.: Изд-во МГУ, 1996. – 248 с.
7. *Майоренко И. А.* Концептуализация понятия «деньги» в лексической системе и фонде устойчивых единиц русского, английского и французского языков: Дис. ...канд. филол. наук: 10.02.19. – Краснодар, 2005. – 258 с.
8. *Палутина О.Г.* К проблеме изучения архитектоники концепта (на примере концепта земля в русской концептосфере) / О. Г. Палутина // III Международные Бодуэновские чтения: И.А.Бодуэн де Куртенэ и современные проблемы теоретического и прикладного языкознания (Казань, 23–25 мая 2006 г.): Труды и материалы: В 2 тт. / Казан. гос. ун-т; под общ. ред. К.Р. Галиуллина, Г.А. Николаева. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2006. – Т. 2. – С. 16–18.
9. *Попова З. Д., Стернин И. А.* Когнитивная лингвистика. – М.: АСТ: Восток – Запад, 2007. – 314, [6] с.
10. *Стернин И.А.* Методика исследования структуры концепта / И.А.Стернин // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: Научное издание. – Воронеж, 2001. – 182 с.
11. *Штешина Е. Г.* Концепты богатство и бедность в молодежном языковом сознании русских и англичан: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – Саратов, 2008. – 267 с.

Halyna Malynov's'ka (Lviv)

**FIELD STRUCTURE OF THE PAROEMIA ZONE OF THE CONCEPT “MONEY”
IN THE UKRAINIAN LINGUACULTURE IN THE WORLD MAP**

The ways of the concept MONEY verbalization in the paroemia fund of Ukrainian language have been considered in the article. The cognitive attributes of paroemia representations of the concept MONEY have been revealed. By means of cognitive interpretation of the proper cognitive attributes, the main ideas – statements on the concept have been formulated. The structure of paroemia fields of the concept MONEY in the Ukrainian linguaculture has been presented

Key words: paroemia zone of the concept, cognitive interpretation, cognitive attribute, statement, structure of paroemia field of the concept, ethically valuable conceptualization.