

Paten I.M.
Ph.D in Philological sciences
Associate Professor of Language and Intercultural Communication Department
Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University

CONCEPT MONEY IN LINGUISTIC WORLD IMAGE (IN UKRAINIAN, POLISH AND ENGLISH PHRASAL UNITS)

Nowadays linguoculturology is developing within anthropological linguistics, which studies the language in a tight connection with individuals, their thinking and consciousness.

Linguocultural analysis deals with studying phrasal units which come as a “psychosocial/mental reflection” of the national and cultural values. Phrasal units are related to demographic concepts since phraseology exists in the language for many years and represents the culture of the nation.

Such a concept is known to be a cluster of culture in people’s consciousness. The culture exists in people’s consciousness with the help of them. On the other hand, concepts help an ordinary person (not only the person who creates certain cultural values) to become a part of culture and in some cases even influence culture. People tend not only to think through concepts, they (individuals) experience them as well. They are the combination of emotions, likes, dislikes and sometimes even confrontations. Concept is a main cultural cell in a human’s mental world [2, 4–41].

The fragment of the linguistic world image, which represents financial relations in different languages, has national and cultural differences in spite of the fact that financial relations are everywhere.

Y. Stepanov thinks that money is one of the basic cultural concepts, which nowadays, take part in the process of categorization of the world [2].

Within the limits of collective consciousness of analyzing ethnos’s money, is believed to be an important and necessary tool of establishing different kinds of relations in the society. They characterize a social, economic and financial status of people (for example, their richness or poverty, loss of money, income, bankruptcy): *перебиватися з (копійки) на копійку / pozostać bez grosza / to keep body and soul together, as poor as a church mouse; плакали гроші / sink money; грошей кури не клюють / ladny grosz; duży grosz / to rake in the money; копійка в кишеню пливе / pieniądze idą, płyną jak woda; гребти гроші лопатою / hot money, easy money.*

The concept money represents not only a complex system of material and financial relations. It also mentions the system of moral, spiritual and ethical value of the human society. The phrasal units which describe both an emotional and figurative human character/aspect/dimension are the most numerous (squandering (*сине грошми / wyrzucać pieniądze w błoto*); greediness and stinginess (*за копійкою труситься / spać na pieniądzach / penny-father*); care (*ciulać / zbierać pieniądze; grosz do grosza składać / zbierać*)).

O. Holubovska’s thesis suggests that in the British society, money appears to be the power that rules the whole world. It is actualized in Ukraine, now because citizens believe that a bribe can buy justice or truth (*де гроші говорять, там правда мовчить; на гроші немає посту*).

However, in H. Malynovska’s opinion [1, 80], such aspects as family, freedom, honour, friendship, love, which Ukrainians feel are more essential and valued more than wealth (*за гроші честі не купиш; не май сто кін, а май сто друзів; за гроші не купиш ні батька, ні матері*), whereas, some British are also convinced that *money is a root of all evil; money can't buy happiness*.

It goes without saying that a norm that is acceptable in one culture can be treated differently in another one, since the latter has another system of values and morale. In American society money, is an essential component of their culture, their important partner or reward (*with silver weapons you may conquer the world, a man without money is a bow without an arrow*). As a result, Americans do not prefer squandering. Meanwhile, Slavs spend money like water (*викидати гроші на вітер or розкидатися грошми or siać pieniędzmi*). The phraseological unit *багатому й чорт гроші носить* proves that wealth is not a measure of success for Ukrainians. Different kinds of phrasal units represent cultural diversely. V. Telia referred to it repeatedly [3].

The phrasal units involving money do not reflect the archaic world image of Ukrainians. When it comes to money, the mentality of our nation has not changed. The scientists assert that the contradicting value of money is one of the Ukrainian character peculiarities.

Phrasal units of any language have their own national special features. The more remote genetic connection between analyzing languages, the deeper their difference is, and vice versa, the closer languages are the more similar they are in the field of phraseology.

1. Малиновська Г. Концепт «гроші» в українській мовній картині світу / Г. Малиновська // Українська мова. – 2010. – № 4. – С. 75–84.

2. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю. Степанов. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1997. – 824 с.

3. Телия В. Н. Русская фразеология : семантико-прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Телия. – М. : Шк. «Языки русской культуры», 1996. – 284 с.

4. Шкребець М. С. Грошова культура як об'єкт соціологічного аналізу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. соц. наук : спец. 22.00.04 / М. Шкребець. – Харків, 2009. – 20 с.

5. Фразеологічний словник української мови [уклад. В. М. Білоноженко, В. О. Винник та ін.]. – К. : Наукова думка, 1993. – Т. 1 – 2. – 1512 с.

6. A Thesaurus of English Traditional Metaphors / Ed. by P. R. Wilkinson. – L. & N.Y. : Routledge, 1993.

7. Słownik frazeologiczny / oprac. A. Kłosińska. – Warszawa : PWN, 2010. – 655 s.

Плахтій А.О.

к.філол.н., доцент

Щетинникова О.О.

викладач

ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ДЕЯКИХ ВИРАЖЕНЬ ЧАСОВОГО ПРОСТОРУ В ТЕКСТАХ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ

Переклад текстів економічної тематики на сьогодні, в епоху глобалізації міжнародної економіки, є невід'ємною частиною будь-якого міжнародного ділового співробітництва. Грамотний переклад економічних текстів відіграє велику роль і дуже цінується у діловій сфері. Наявність навіть незначної помилки може привести до непоправних наслідків, тому переклад таких текстів вимагає високої точності, акуратності та знання численних нюансів. Складовою частиною багатьох документів у сфері економіки є дати, місяці та інші часові періоди, від їх адекватного перекладу залежить сприйняття документа в цілому. Мета даної роботи – вказати на проблеми при передачі деяких виразів.

Давайте більш детально розглянемо переклад таких часових періодів, як місяці:

1) «У другій половині січня», як правило, слід перекладати “*in the second half*”, тільки якщо ця подія відстоїть далеко (наприклад, на рік) від теперішнього моменту, то його можна замінити на *in late January*, або *in January*.

China's economy this year has shown signs of stabilizing and growing more strongly, and the momentum may continue in the second half. (“Arab News” April 4, 2018)

Will the economy over the rest of the year top the results of the first half? (“The San Diego Union Tribune” June 30, 2017)

2) «...другої половини I кварталу 2015 року». Подібні неадекватні конструкції перекладаються конкретними місяцями або тижнями, наприклад, тут *late February and March*. Якщо у другій половині місяця, то треба писати, як належить: *the second half of*, тому що *late in the month* – викривляє значення речення.