

**КОНЦЕПТ ДЕНЬГИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ СМИ:
ПРЕДКОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ОСНОВА**

О.Ю. Коваленко, канд. филол. наук (Харьков)

Перманентный характер финансовой нестабильности мировых рынков, перспективы «валютных войн», дискуссии о выходе из европейской валютной системы ведущих государств как следствие реализации ложных теоретических установок и идеологии денежной политики заставляют исследователей обращаться к изучению актуального для современного общества вопроса – сущности денег в философии, экономике, а также в ракурсе когнитивной лингвистики.

Современная когнитивистика акцентирует «главенство «трех К» в современной лингвистике: когниции – коммуникации – культуры. Превалирующий в исследованиях И.С. Шевченко, Е.И. Морозовой, Л.Р. Безуглой, Е.В. Бондаренко, И.Е. Фроловой, этот подход синтезирует элементы лингвокультурологической и семантико-когнитивной трактовки лексически выраженных концептов, рассматривая концепт сквозь призму его дискурсивного функционирования» [18, с. 195].

Объектом исследования выступает концепт ДЕНЬГИ, реализованный лексическими средствами языка в современном англоязычном дискурсе СМИ, а предметом – предконцептуальные характеристики (этимологический слой, архетипы, внутренняя форма) концепта и способы их экспликации в языке.

Целью статьи является выявление архетипов, этимологического слоя концепта и внутренней формы концепта ДЕНЬГИ, лежащих в его основе и мотивирующих языковые средства его вербализации.

Материалом исследования служит лексема *money* (*n.*) и ее значения в англоязычных этимологических словарях-тезаурусах, позволяющие проследить этапы их эволюции, а также информационно-аналитические статьи в современных экономических периодических изданиях *The Wall Street*, *The Financial Times*, *The Economist* и др.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью лингвокогнитивного изучения процессов генезиса и функционирования денежных отношений, определения их архетипической природы, лежащей в основе современного мирового кризисного экономического пространства.

Лингвистическое изучение культурных концептов, по мнению В.И. Карасика, должно быть дополнено данными других дисциплин – культурологии, истории, психологии, этнографии [8, с. 7]. Учитывая терминологическую природу имени концепта – термина *money* (*n.*), его изучение предполагает обращение к непосредственной среде его функционирования – экономике.

В обыденном сознании деньги – это предметы в виде монет или бумажных купюр: люди «... обращают внимание лишь на их видимую оболочку, но признают за ней во многом неведомую, хотя и вполне осязаемую силу. Когда же мы начинаем задумываться

над сущностью и происхождением этой силы, над тем, что означает иметь деньги не в обыденном понимании, а в философском плане, как только задаемся вопросом «Что такое деньги?», то сразу же попадаем в лабиринт затруднений и парадоксов» [11, с. 143].

История изучения этого феномена связана с фундаментальными философскими исследованиями, в которых в зависимости от направления: номинализма или реализма (Дж. Стюарт, И. Фишер, М. Фридмен и др.), рационализма или эмпиризма (Г. Кнапп, Дж. Кейнс, Л. фон Мизес и др.), деньги рассматриваются как знаки стоимости либо материальный объект, а отношение к деньгам выстраивается в основном на их понимании как средств обмена.

В рамках социально-исторической концепции изучается социальная функция денег в различных областях ее проявления: в современной демократии, в идеологии либерализма, в развитии технологий, при этом характер, объемы и формы использования денег, уровень доверия к ним и эффективность выполняемых ими функций считаются «основными показателями степени развития общества» [7]. Такой подход позволяет Г. Зиммелю включить хозяйственную жизнь (экономику) в число «причин духовной культуры», понимая эти «хозяйственные формы» как «результат более глубоких оценок и течений, психологических и даже метафизических предпосылок» [там же].

В экономике понятие «деньги» лежит в основе товарно-денежных (рыночных) отношений и рассматривается с точки зрения рационалистической и эволюционной концепций. Согласно первой, деньги – «искусственная социальная условность» [14, с. 69], результат соглашения между людьми, убедившимися в том, что для передвижения стоимостей в обмене товаров необходимы специальные инструменты. Такой субъективно-психологический подход к происхождению денег манифестирует присутствие психологического фактора в генезисе этого понятия. Вместе с тем, эволюционная концепция проводит интересную аналогию в происхождении денег и языка, которые, по мнению К. Менгера, развились по одной причине – облегчить взаимодействие между людьми, и определяет деньги как «язык рынка»: «возникшие под влиянием практики и привычки блага, которые обладают в смысле времени и места наибольшей способностью к сбыту, принимаются в обмен каждым и поэтому могут быть обменены на всякий другой товар» [12].

Современная экономическая наука трактует сущность денег («деньги – это то, что используется как деньги» [21]) из их функций: меры стоимости, средства обращения и их производных – средств накопления и средств платежа.

В лингвистике концепт ДЕНЬГИ / MONEY становится объектом исследования как в семантике, дискурсологии, лингвокультурологии, стилистике, так и в лингвокогнитивистике на материале произведений художественной литературы, периодической печати английского, немецкого, французского, русского языков [1; 5; 6; 11; 15].

Сопоставительное межкультурное когнитивное исследование средств вербализации ДЕНЬГИ / MONEY позволило выявить культурно-специфические компоненты концепта на примере паремий [5; 6], которые «репрезентируют главенствующую роль денег в

жизни общества» и «дифференцируются по признаку оценочной коннотации» [6, с.80], также подчеркивается культурная составляющая денег и денежных отношений: «деньги властвуют, их почитают как божество» [1].

Интерес лингвокультурологов к рассматриваемому концепту обоснован Ю.С. Степановым: «концепт ДЕНЬГИ является одним из базовых концептов культуры, участвующих в категоризации мира сегодня» [16, с. 661] – с одной стороны, подчеркивает значимость этого социально-экономического понятия, а с другой стороны, обуславливает методику его изучения как лингвокультурного концепта, в «трехслойной» структуре которого доминирует ценностная составляющая [16, с. 41–44].

Следуя за определением лингвокультурного концепта В.И. Карасика («коллективное содержательное ментальное образование, фиксирующее своеобразие соответствующей культуры» [8, с. 29]), представляется необходимым выявить предконцептуальную основу – «непосредственную психическую данность, корнями уходящую в культовое мышление и еще не опредмеченную словом» [13, с. 26] концепта ДЕНЬГИ, эволюцию значений лексемы *money* (n.) и внутреннюю форму, заключенного в концепте слова.

По данным этимологических словарей этимологием лексемы *money* (n.) является старофранцузское *monnaie* – «деньги, монета, валюта» от латинского *moneta* «место чеканки денег, чеканка монет». Происхождение этого слова связано с именем римской богини Юноны Монеты (*Moneta*) (Юноны Советчицы – «предостерегающая богиня» от *monere* «советовать, предупреждать») рядом с храмом которой, чеканились монеты [23].

Историческое развитие лексемы *money* шло по пути приобретения новых значений, которые, по данным этимологических словарей [19; 20; 22], появлялись в различные периоды:

1290 (n.) – «средства»:

Non obur Moneye, heo seide, ich ne habbe bote mi-self her /1290/

1330 (n.) – 1865 «монеты»:

Of guod metal hy makep ualse moneye /1340/

And told to hym the tresorie in Jerusalem for to be ful with moneyes /1382/

1330 (n.) – «средство обмена»:

I will giue thee the worth of it in money /1611/

In cases of emergency ... the Spartans were allowed the use of money made from the skins of beasts /1807/

1426 (v.) – «чеканить монеты»:

If your Exportation will not balance your Importation ... away must your Silver go again, whether Monied or not Monied /1727/

1528–1625 (v.) – «дарить деньги» / «подкупать»:

Then come in the ambassadours of Fraunce and money a fewe prelate ... to betraye both the kynge and the royalmе to /1530/

1553 (n.) – «монеты и банкноты»:

The money which they vse, is made of a certayne paper ... with ye kings yenges ymage printed theron /1553/

1611 (v.) – «продавать» (*to money a cargo*):

Twice fiue and twentie flockes of sheepe [etc.]; ... And these soone-monied wares We draue into Neileus towne /1611/

1687 (n.) – «товар»:

The value of money must be judged, like everything else, from its rate at market /1797/

1697 (v.) – «оплачивать» / «снабжать деньгами»:

He was a poore man but, Sir Middleton ... moneyed the businesse /1697/

1828 (n.) – «богатство»:

Wealth and Money ... are in common language, considered in every respect synonymous /1776/

Money can neither open new avenues to pleasure, nor block up the passages of anguish /1828/

1833 (v.) – «установить стоимость»:

The high prices at which they moneyed out their tenders /1893/

1887 (n.) – «оплата за труд»

I pay tax on my money, my taxed income is paid to the nanny and then I pay tax for the nanny on top [23]

Перечисленные выше семантические трансформации лексемы *money* (n.) мотивированы общим признаком – внутренней формой «средство обмена», которая также лежит в основе образования современных значений лексемы *money* (n.): «средство обмена в форме монет или банкнот», «сумма денег», «оплата труда / зарплата» [там же].

Выделенный этимологический слой входит в содержательный минимум концепта ДЕНЬГИ и лежит в основе формирования средств актуализации концепта в англоязычной картине мира, определяет его понятийную и образную составляющие.

Конструируя в сознании экономическую реальность, человек пользуется наиболее близкими ему понятиями, обращаясь к коллективному бессознательному – архетипам, в которых, по К. Юнгу, выражается та часть бессознательного, которая не является

результатом личного опыта, а унаследована человеком от предков: «коллективное бессознательное», «суть опыта органического бытия вообще» [18, с. 487].

Систематизируя взгляды К. Юнга и других ученых на сущность архетипа, Л.И. Белехова выделяет психологические и культурные архетипы, на основании различных областей их бытования: сознание и культура соответственно. При этом подчеркивается, что «психологический архетип – это лишь форма коллективного бессознательного, эмоциональный след, оставленный в генетической памяти человечества благодаря его эмоциональному опыту, зато культурный архетип – результат культурно-исторического опыта, закрепленного в коллективном сознании человечества через мотивы и сюжеты, образы и символы, запечатленные в мифах и фольклоре разных языковых сообществ» [2, с. 9].

Предпосылки исследований психологического аспекта феномена деньги можно найти в классических подходах психологии (психоаналитическая теория денег З. Фрейда, теории развития Ж. Пиаже) и экономики (теория потребления Дж. Кейнса, теории рыночного ценообразования А. Маршалла). В то время как экономические теории исходят из объективных параметров понятия «деньги», психологи, напротив, считают, что «любые суммы денег, представленные в той или иной форме, являются объектом психологической оценки, и она оказывает сильное влияние на функционирование данной конкретной суммы» [4, с. 56]. Так, в рыночной экономике деньги «выступают в качестве общего условного стимула, обеспечивающего получение множества безусловных стимулов – товаров и услуг, которые можно за них купить», и в конечном итоге – «средством нормирования экономического поведения» [8]. В зависимости от особенностей обращения с деньгами выделяют «денежные» типы личности: «Скряга», «Транжир», «Торгаш», «Игрок», «Денежный мешок» [4, с. 62].

Из обобщенного Л.И. Белеховой списка психологических архетипов, можно выделить базовые архетипы ВОДА и ТЕНЬ как «лингвокогнитивные механизмы формирования» [2, с. 11] концепта ДЕНЬГИ.

Архетип ТЕНЬ эксплицирован в семантике концепта признаками «искушение», «зло», «объект презрения», «нечто недостойное» [1]. Данным архетипом могут являться наши внутренние желания, которые противоречат каким-либо общественным стандартам, устоям – негативные тенденции, которые человек хочет отвергнуть, включая животные инстинкты. Стремление к накоплению, жадность – это те характеристики ТЕНИ, которые реализуются человеком как субъектом экономической деятельности и обусловлены свойством денег выступать в качестве воплощения общественного богатства, желанием производителей застраховать себя от случайностей рынка и обеспечить потребление в будущем.

Амбивалентный характер архетипа ТЕНИ выражается в функции денег как средства накопления (стремление к наживе – негативная сторона: *black money, easy money, blood money, counterfeit money, false money, hush money, silly money, mad money, money laundering, be flush with money, stink of money*) и как средства сохранения покупательной способности и переноса ее в будущее – позитивная сторона ТЕНИ: *white money, funds, old*

money и др.): «являются инструментом, но легко превращаются в самоцель, низводя подлинные ценности до уровня средств» [7]. Например:

Canada's largest bank <...> is exiting from once-promising businesses in Latin after being swept up in the net of global money-laundering probes /WSJ, Feb 2 2015/

India has huge problems <...> keeping money offshore as well as undercutting sales and revenue figures with the rampant black money vs. white money dichotomy /Forbes, Jul 13 2015/

Сакральный, скрытый смысл архетипа формирует метафтонимическую модель ДЕНЬГИ есть ЗЛО на основе метонимии ЧЕРНЫЙ ЦВЕТ (как символ зла) вместо ДЕНЬГИ, дает возможность «непосредственно ощутить значение и власть символического начала, участвующего в смысловом строении социального мира» [3, с. 32]. Например:

Black money pours through many loopholes, but one is so gaping as to make the others redundant ... /ECNM, May 4 2014/

Архетип ВОДА реализует в концепте ДЕНЬГИ признаки непрерывного изменения материального мира, плодородия (богатства): «все богатства превращаются в воду, как у того ученика чародея, который тонет в им самим вызванных водах» [8, с. 345]. «Текущая вода» олицетворяет жизнь; циркуляция воды ассоциируется с жизненными силами, дает новую жизнь подобно тому, как деньги служат условием возобновления и расширения процесса производства в экономике в соответствии с семантическим признаком «жизненная необходимость / источник питания» [1]. Архетипическая природа денег выражается номинациями-гипонимами лексемы *money* (n.): *liquidity, cash flow, cash waterfall, tide of devaluation* и др., мотивируя метафорические модели ДЕНЬГИ есть ЖИДКОСТЬ (в том числе негативно оценочные корреляты НАВОДНЕНИЕ, ЦУНАМИ):

Money flows are calculated as the dollar value of composite uptick trades minus the dollar value of downtick trades /WSJ, Nov 9 2015/

... banks are stockpiling high-quality, liquid assets to comply with new bank liquidity risk-management rules ... /WSJ, Oct 20 2015/

В английском культурном пространстве значимость концепта определяется его функцией выступать мерилем нравственности и морали, что позволяет реализовывать одновременно позитивную и негативную коннотации: деньги воспринимаются как плохое и хорошее: с одной стороны порицается культ денег, с другой – их отсутствие.

Таким образом, концепт ДЕНЬГИ – лингвокультурный концепт, оценочная составляющая которого имеет амбивалентный характер, обусловленный семантикой лексемы *money* (n.) и предконцептуальной основой (архетипами ТЕНЬ и ВОДА, внутренней формой «средство обмена» с нейтральной оценкой).

Перспективно рассмотрение других архетипов концепта ДЕНЬГИ и установление коррелятивного диапазона когнитивных метафор, метонимичных и метафтонимичных средств актуализации концепта.