

УДК 81'37:[811.111+811.161.1]

DOI: 10.37482/2687-1505-V265

*ВАСИЛЕНКО Анатолий Петрович, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры французского языка Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского. Автор 200 научных публикаций\**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8777-5743>

*ЕЛИСЕЕВА Алена Витальевна, аспирант кафедры теории английского языка и переводоведения Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского. Автор 4 научных публикаций\*\**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2625-7288>

## **ОБРАЗНАЯ ДИАДА «ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ» В АФОРИСТИЧЕСКОМ ФОНДЕ ЯЗЫКА КАК ОТРАЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОГО КОДА КУЛЬТУРЫ**

В статье рассматривается тема национально-культурной специфики восприятия мира посредством сравнительного анализа афоризмов с компонентами «время», «деньги» на примере американской, британской и русской афористики. Формулируется мысль о том, что национально-культурная специфика афоризмов в диаде «ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ» предопределяется сложившимися социокультурными условиями, ментальностью и системой ценностей. Основное внимание в работе акцентируется на структурной составляющей метафорического основания «ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ», которая предопределяет комплексное содержание социального и политического аспектов культурного кода. По итогам анализа образной диады «ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ», а также привлечения англоязычного и русского контекстуального окружения устанавливается, что социальный код культуры, закладываемый в образ афоризма, не только транслирует материально-потребительские отношения в обществе, но и способствует мотивации творческого и эстетического потенциала носителя языка. В свою очередь, политический код культуры в искомой образной диаде видится, прежде всего, в юридической, общественной компетенции граждан. Результаты дополняются утверждением о том, что культура в образной афористической диаде метафоризирует, в подавляющем большинстве случаев, русские общечеловеческие ценности во временном континууме и англоязычные материальные ценности, возникающие спорадически. Исследование представляется актуальным с точки зрения рассмотрения национально-культурной специфики и экстралингвистических причин, послуживших основой формирования смыслового содержания афоризмов в аспекте сложившихся социокультурных условий, ментальности и системы ценностей разных наций. Целью данной работы становится оценка денотативного и в особенности коннотативного объема знаний, заключенного в афоризмах с компонентами *время, деньги*, которые послужили материалом исследования. Задачей – установление межкультурного со-

\*Адрес: 241036, г. Брянск, ул. Бежицкая, д. 14; e-mail: a.p.vasilenko@mail.ru

\*\*Адрес: 241036, г. Брянск, ул. Бежицкая, д. 14; e-mail: alinanoor@rambler.ru

**Для цитирования:** Василенко А.П., Елисеева А.В. Образная диада «ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ» в афористическом фонде языка как отражение социально-политического кода культуры // Вестн. Сев. (Арктич.) федер. ун-та. Сер.: Гуманит. и соц. науки. 2023. Т. 23, № 3. С. 66–78. DOI: 10.37482/2687-1505-V265

ответствия искомых компонентов и определение их значимости в рамках рассматриваемых языковых культур. Основными методами, используемыми авторами в статье, являются лингвокультурологическая интерпретация афоризмов, компонентный анализ, анализ сочетаемости языковых знаков как представителей семиотических систем, корреляционный анализ для демонстрации содержания составного кода культуры.

**Ключевые слова:** афористика, русская языковая культура, британская языковая культура, американская языковая культура, афористические компоненты (*время, деньги*).

### Введение

Изучение социокультурных условий, ментальности и систем ценностей разных наций позволяет полноценно использовать язык как средство межкультурной коммуникации [1, с. 127]. Вместе с тем разные народы неодинаково воспринимают образные выражения другого языкового сообщества, что связано с неоднозначным восприятием окружающего мира тем или иным народом и той культурно значимой нагрузкой, которой наделяет общество номинативные структуры [2, с. 68].

Для более детального изучения данного вопроса представляется интересным использовать такой термин, как *афористика*, под которым мы понимаем искусство оформлять приобретенный жизненный опыт в виде метких высказываний.

Афоризмы как предмет изучения афористики могут рассматриваться с разных точек зрения. *Афоризмами* называют краткие, содержательные и законченные по смыслу суждения, принадлежащие конкретному автору и выраженные в образной, легко запоминающейся форме [3, с. 50]. *Афоризм* – изречение, выражающее с предельной лаконичностью в отточенной форме оригинальную мысль [4, с. 52]. *Афоризм* – короткое изречение, основанное на опыте и рассуждении; отрывочное, но полное по себе положение [5, с. 117]. *Афоризмы* – это однофразовые, номинативные, дискурсивно автономные, преимущественно сверхсловные, воспроизводимые, устойчивые единицы, которым могут быть свойственны идиоматичность, оформленность как отдельного текста, а также выразительная (эстетическая) словесная форма, и которые отличаются от всех иных фразовых единиц наличием обобщенно-универсального значения

[6, с. 699]. *Афоризм* – краткое изречение в форме законченного высказывания, в котором выражена обобщенная мысль теоретически (или практически) значимого содержания [7, с. 4]. *Афоризм* отличаются глубиной и емкостью содержания при краткости формы. *Афоризм* является итогом размышлений, заключенным в единственно возможную, точную форму, без примесей случайного и несущественного [8].

Итак, *афоризм* – лаконично высказанная, завершенная образная мысль, содержащая в себе философский подтекст, неоднократно воспроизводимая людьми.

### Постановка проблемы

С древних времен афоризмы постоянно сопутствовали цивилизациям, они обобщали мудрость народа, отображали его интересы и чаяния, являлись своеобразной языковой квинтэссенцией общественного мнения.

Возникновение афоризма обусловлено определенным значимым этапом в развитии духовной культуры и находит свое выражение в личностно-экзистенциальном отношении автора к миру [9].

Афористическая форма дает логическое умозаключение как итог метафорических переживаний автора [9].

Используя социокультурный и лингвокультурологический анализ афоризмов того или иного народа, можно с высокой степенью вероятности определить семантическую нагрузку компонентов, постичь их философский аспект, подразумевающий понятийность, логичность, дискурсивность.

### Результаты исследования

Как представляется, компоненты *время* и *деньги* являются универсальными маркерами, с помощью которых можно провести анализ

семантики на примере русского, американского и британского народов. Остановимся на диаде «ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ», которая, полагаясь, более соотносится с социальной и политической сферами деятельности. В связи с этим представляется интересным рассмотреть диаду «ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ» в аспекте социального и политического кодов культуры.

**Социальный код культуры  
в диаде «ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ»**

Одним из первых понятие социального кода культуры ввел в научный оборот советский философ, культуролог М.К. Петров [10]. Рассматривая социальный код культуры, автор подразумевает возможность кодирования окружающей информации через единство языка и общественной ситуации.

Также под *социокодом* понимают разного рода знания и способы, используемые для передачи знания. Его можно рассматривать как одну из фундаментальных единиц культуры, являющейся основой эволюции человеческого общества. К числу базовых типологических характеристик *социокода* относятся системообразующая и регулятивная функции, универсальность, способность обрастать новыми смыслами [10].

В некотором смысле его можно сравнить с биокодом, передающим информацию генетическим способом [10]. *Социальный код* культуры представляет собой отражение психологической среды, в который проявляет свою деятельность носитель языка [11, с. 92]. *Социальный код* отражает ценности общества, элементы реального мира и знания об этом мире [12, с. 13]. *Социальный код* представляет локальную цивилизацию этноса, его философию и духовное наполнение [13]. *Социокод* целесообразно рассматривать как систему координат в описании динамики культурного развития. Понимание *социокода* позволяет выявить национально-специфическую особенность, передающуюся из поколения в поколение [14, с. 185].

Рассматривая социальную сторону диады «ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ», можно отметить, что историческое закрепление данной метафоры во многом связано с переходом человеческой

истории от традиционного общества к индустриальному, сформировавшему новый социальный класс – буржуа. Именно в буржуазной среде сформировалась мысль о возможности вести счет *времени* и *деньгам*. Так, *деньги* рассматриваются как мерило добродетели, а мирное приобретение – благоприятный способ умножения капитала. И тогда *деньги* отождествляются с непрерывным повседневным трудом как основой правильных социальных отношений и связей [15].

Метафора *времени* связывается со скоротечным ресурсом и необходимостью индивида действовать как можно быстрее, поскольку трата *времени* эквивалентна трате денег: чтобы заработать, требуется *время* [16]. В последующем диада «ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ» распространилась в культурах других стран, где приобрела дополнительные социальные оттенки с учетом местной национальной специфики.

**Политический код культуры  
в диаде «ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ»**

Термин *политический код культуры* впервые появляется в трудах немецкого философа И. Гердера [17].

Под *политическим кодом культуры* понимается ценностно-нормативная система, которой придерживается общество, существующая в виде общепринятых политических ценностей и идеалов [18, с. 144]. *Политический код культуры* – отражение деятельности (и результатов деятельности) управляющих обществом институтов [19]. *Политический код культуры* – элементы экономической, правовой, моральной, управленческой и религиозной ситуации этноса [19]. *Политический код культуры* отражает юридическую компетентность граждан, поведение общественных деятелей, влияет на формирование и функционирование социально-политических институтов [19].

В контексте политический культуры диада «ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ» представляется весьма актуальной вследствие того, что ее составляющие являются неотъемлемыми компонентами успешной общественно-политической жизни общества и отдельно взятой личности.

Политика – это концентрированное выражение экономики. С этой точки зрения человек понимается как существо, стремящееся к созданию собственного экономического благосостояния либо к учету экономической предусмотрительности [20].

Политика рассматривает *деньги* как труд, принимая в расчет затраченное *время* [21]. *Деньги* – это временное средство сбережения потраченного труда. А *время* – это издержки прибыли [22].

Таким образом, диада «*ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ*» понимается нами как один из элементов политической культуры сообщества, обуславливает формирование лингвокультурного кода в условиях национально-культурной специфики коммуникативного поведения.

#### **Отражение социально-политического кода культуры в диаде «*ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ*»**

По нашему мнению, представляется интересным рассмотреть заявленную диаду в рамках социально-политического кода культуры на примере высказываний Бенджамина Франклина, Уинстона Черчилля и Александра Суворова.

В этой связи рассмотрим пример «*Время – деньги*» (калька из английского *Time is money*)<sup>1</sup>. Автор – Бенджамин Франклин (1706–1790), американский ученый, политик.

Б. Франклин впервые использовал выражение: «*Помни, что время – деньги*»<sup>2</sup>. С течением времени в употреблении афоризма происходит количественная модификация (редукция) компонентов – «*время – деньги*».

Это выражение, как правило, понимается так: ‘потеря времени равносильна потере денег, т. к. за это время можно было бы их заработать’. Следовательно, *время* и *деньги* нужно беречь, расходовать разумно. Также возможно

и другое прочтение афоризма: *время* (как экзистенциальный период) является высшей ценностью, а *деньги* – это материальное средство поддержания экзистенциальности; и чем больше *денег*, тем больше свободного *времени* для самореализации, творчества и т. п., т. е. *деньги* нужны для полноценной жизни.

Развивая мысль о ценности рационального использования *времени* для достижения финансового успеха, Б. Франклин в дальнейшем писал о том, что не следует зря терять *времени*, необходимо быть постоянно занятым чем-то полезным<sup>3</sup>.

Есть мнение, что данная фраза восходит к деятельности древнегреческого философа Теофраста (около 372–287 годов до н. э.), писавшего: «*Время – очень дорогая трата*»<sup>4</sup>. Наряду с этим в словаре [23, с. 1084] отмечается, что выражение впервые зафиксировано в 1572 году.

Фраза «*время – деньги*» означает, что между *временем* и *деньгами* существует прямая зависимость: чем больше *времени* расходуется на бесполезное дело, тем меньшее количество *денег* ожидается в будущем. У человека имеется возможность отложить *деньги*, поделить их ими, но только – не *время*. Можно потерять работу, жилье, отношения, и вскоре после этого получить или восстановить их вновь. Однако со своим *временем* подобного сделать нельзя.

Следует отметить, что единое восприятие и понимание *времени* представителями британского и американского социума сформировалось под влиянием христианского вероисповедания. Универсальное содержание метафоры *времени*, представленное в канонических текстах Священного Писания и Священного Предания, для всей христианской лингвокультуры находит свое национально-культурное выраже-

<sup>1</sup>Founders Online, National Archives, Advice to a Young Tradesman, 1748, 21 July. URL: <https://founders.archives.gov/documents/Franklin/01-03-02-0130> (дата обращения: 31.12.2022).

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup>Франклин Б. Путь к богатству: автобиограф. М.: Эксмо, 2015. 438 с.

<sup>4</sup>Сборник фраз. URL: <https://sbornik-fraz.ru/citaty/vremya-samaya-dorogaya-valyuta-citata.html?ysclid=1chdf33xo5819147923> (дата обращения: 31.12.2022).

ние и получает субъективную, аксиологически маркированную интерпретацию<sup>5</sup>.

Под влиянием экстралингвистических факторов в британо-американском языковом сообществе постепенно происходят изменения в понимании *времени*: содержательная структура метафоры подвергается ментальным трансформациям, затрагивающим фундаментальные основы мировидения. Появляются такие метафорические конструкции: *time is a resource*, *time is a commodity*, *time is money* [24].

Афоризм *time is money* лежит в основе понимания *времени* как, прежде всего, *денег* (одной из разновидностей материальных ресурсов). Компонент *time* в XIX веке начинают использовать для обозначения финансовых операций: *time bill* – ‘вексель, содержащий установленную для его оплаты дату’ [25]; *time deposit* – ‘временной вклад’ [25]; *time draft* – ‘временной чек’ [25] и др. В это же время новое значение приобретает выражение *on time* – ‘в кредит’ [25].

Уподобление компонента *время*, когерентного компоненту *деньги*, в английском языке происходит путем использования следующих единиц лексико-семантического поля ‘money’: *time cents*, *time-budget studies*, *value time*, *time rich*, *time poor*, *exchanged time*, *borrow time*, *time debt* и др. [26, с. 30].

Весьма показательным остается тот факт, что, несмотря на специфику исторического и социального развития Соединенных Штатов Америки и Великобритании, а также их географическую удаленность друг от друга, в эпоху колониализма британо-американское языковое сообщество опиралось на одни и те же постулаты, ориентируясь на свою англосакскую систему ценностей. В связи с этим совсем не случайно, а скорее закономерно появляется формула

«*время – деньги*». Эта же идея звучит в высказывании У. Черчилля: «*Время и деньги большей частью взаимозаменяемы*» (*Time and money are mostly interchangeable*)<sup>6</sup>.

Автор не только подтвердил актуальность постулата, но и усилил его значение, подчеркнув компонентом *взаимозаменяемы* полное соответствие одного понятия другому, ставя окончательный знак равенства между ними.

Использованный компонент *взаимозаменяемый* (*interchangeable*) происходит от латинского *fungibilis*, от глагола *fungi*, означающего ‘выполнять, исполнять’<sup>7</sup>. В латинском языке есть фраза *fungi vice*, означающая ‘служить вместо’. Ее использовали тогда, когда была возможность равноценно заменить кого-либо или что-либо.

Вместе с тем перед компонентом *взаимозаменяемы* (*interchangeable*) автор использовал оценочный компонент *большой частью* (*mostly*) (преимущественно, главным образом) [15, с. 128], обозначив тем самым определенную вариативность формулы «*ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ*», ее вероятностную меру. Здесь У. Черчилль, будучи профессиональным политиком, продемонстрировал одно из присущих ему качеств в суждениях – отсутствие чрезмерной категоричности.

*Деньги* остаются особым общественным продуктом, который является эквивалентом стоимости других товаров и услуг, играющим огромную роль в жизни человека. В свою очередь, *время* – это используемый человеком уникальный ограниченный ресурс, который в отличие от *денег* невозможно заработать. Оно летит очень быстро, его невозможно остановить. При этом *время* – это самая важная часть при зарабатывании тех или иных сумм *денег*.

В любой культуре к *деньгам* относятся с уважением. По крайней мере, к потере *времени*

<sup>5</sup>Библия онлайн. URL: <https://bible.by/> (дата обращения: 31.12.2022).

<sup>6</sup>Цитаты известных личностей. URL: <https://ru.citaty.net/tsitaty/654843-uinston-cherchill-vremia-i-dengi-bol-shei-chastiu-vzaimozameniaemy/?ysclid=lcevmbc22n357381838> (дата обращения: 31.12.2022).

<sup>7</sup>Латинско-русский словарь. URL: <https://la-rus-dict.slovaronline.com/search?s=fungi> (дата обращения: 31.12.2022).

относятся спокойнее, чем к потере *денег*. Этот факт был отмечен в ходе исследований в Пенсильвании [27, с. 128]. Двум группам испытуемых предложили приобрести бытовой прибор, а потом сказать, остались ли покупатели довольны работой прибора. При этом первой группе сообщалось, что на приобретение прибора потрачена сумма в 50 долларов, а второй – что испытуемым необходимо потратить 4 часа своего рабочего времени. После опыта две группы покупателей дали оценку. Для тех, чьи вложения измерялись *деньгами*, разброс оценок оказался значительно шире, чем у тех, кто потратил свое *время*. Иначе говоря, те, кто вложил *деньги*, в большей мере дорожили приобретением и сильнее переживали бы потерю *денег* в случае неудачной покупки. Своим экспериментом ученые обозначили, что *деньги* приходят и уходят, а *время* – только уходит.

В западной культуре понятие труда, как правило, связывается со *временем*, затрачиваемым на его выполнение, при этом *время* подлежит точному количественному измерению. Труд человека обычно оплачивается соответственно затраченному *времени* – по часам, неделям, годам [26, с. 104]. В русской культуре заимствованный афоризм «*время – деньги*» проявляется многообразно: почасовая оплата труда, тарифы за пользование коммунальными услугами, годовые бюджеты, проценты по займам и т. п. В современном обществе потребитель относится ко *времени* как к очень ценной вещи, ограниченному ресурсу, даже как к *деньгам*. В силу этого мы понимаем *время* как что-то такое, что может быть потрачено, израсходовано, вложено разумно или неразумно, сэкономлено с пользой или растрачено напрасно.

Анализируя афоризм английского языка, необходимо учитывать характерную картину мира. Согласно национальной языковой картине мира англосаксов *время* и *деньги* подпадают под одни и те же смысловые категории. Афоризм *time is*

*money* наглядно показывает ценность обоих понятий для носителей языка [28].

Рассматривая восприятие метафоры *time is money* представителями англосакской лингвокультуры, нельзя не отметить определенные различия британского и американского мышления, лингвокультурологические и национально-ментальные особенности двух культур. Общность и отличия двух лингвокультур необходимо рассматривать, прежде всего, в контексте социокультурных и национально-исторических факторов, оказавших влияние на формирование языкового и понятийного кодов двух народов. Безусловно, несмотря на большое сходство, британская и американская лингвокультуры во многом различны.

В лингвистическом плане американский вариант английского языка не является самостоятельным языком. Однако в мировоззренческом аспекте наблюдаются отличия.

К примеру, британцев описывают как вежливых, сдержанных, холодных, строгих и официальных людей, уклончивых в речи. Они постоянно употребляют слова «извините», «спасибо» и «пожалуйста». Есть выражение *stiff upper lip*, которое описывает не улыбкающих британцев, не склонных демонстрировать свои эмоции [29, с. 297]. Англичане считаются мастерами недоговоренности, они сориентированы на уход от конфликта и отдают предпочтение негативной вежливости и неконвенциональной уклончивости [30, с. 118].

В свою очередь, американцы воспринимаются как прямые, шумные, неформальные в обращении и псевдо-дружелюбные. Им приписывают такие черты, как предприимчивость, энергичность, независимость. Они более прямолинейны, менее уклончивы в общении [29, с. 305].

Выражение *time is money* впервые появилось в американской культуре и затем перешло в британский вариант английского языка. В американской среде акцент делается не на оказании какой-либо услуги, а на времени, затраченном на нее – «*Thank you for your time*»<sup>8</sup>.

<sup>8</sup>Самохина Т.С. Они и мы. Америка, Англия и Россия. Сравнительный анализ культур и коммуникативного поведения. Пособие по межкультурной коммуникации. URL: <https://mylektsii.ru/12-36233.html?ysclid=lf3q09zad2271823678> (дата обращения: 08.03.2022).

Выражение *time is money* получило широкое распространение как в литературных произведениях, так и в лексико-фразеологических корпусах соответствующих языков, что находит свое подтверждение в представленных примерах: «...the metaphorical system “*time is money*” has been adopted only partially in the region of Trinidad...» (К. Кейси, Р. Эджертон) [31, с. 27]; «If language is *money and time is money*, it goes without saying that neither of the two should be wasted» (Э. Коффи) [32, с. 254]; «*Time is Money. The Costs of Volunteering in Britain Today*» (М. Кнапп); «*Time is Money. A Re-Assessment of the Passenger Social Savings from Victorian British Railways*» (Т. Лунинг); «*Time is money, and very good money too, to those who reckon interest by it. Time is money! Yes, and time costs money, said Ralph*» (Ч. Диккенс)<sup>9</sup>; «То ли дело дома! Проснешься не торопясь, посердишься на что-нибудь, поворчишь, опомнишься хорошенько, все обдумаешь, не торопишься. – *А время – деньги*» (Л. Толстой)<sup>10</sup>; «*Время, которое мы имеем, – это деньги, которых мы не имеем*» (И. Ильф, Е. Петров)<sup>11</sup>; «*Время – те же деньги, но деньги лучше*» [33, с. 40] и др.

Наряду с историческими и социальными аспектами интересным представляется толкование понятия времени с точки зрения математики.

Профессор экономики Ян Уокер (Ian Walker) из британского университета Уорвика вывел оригинальную математическую формулу, согласно которой обнаруживается, что *время* на самом деле референтно *деньгам*<sup>12</sup>. На основе своего уравнения профессор подсчитал, что средняя британская минута стоит чуть более 10 пенсов для мужчин и 8 пенсов для женщин.

Исследование показывает, что не существует такого понятия, как бесплатный обед или бесплатный ужин. Когда человек чистит зубы, он использует 20 пенсов потерянного *времени*. Средняя стоимость приготовления ужина, включая цену затраченных *времени* и ингредиентов, составила более 13 фунтов стерлингов, а средняя стоимость заказа еды – 6.05.

Я. Уокер своим исследованием показал, насколько ценным является *время* в отношении любой задачи, которую предстоит выполнить, будь то приготовление пищи, сон или работа. Все это предоставляет носителю языка возможность определиться с решением: стоит ли тратить дополнительные *деньги*, чтобы сэкономить *время*.

Рассмотрев примеры британо-американской языковой культуры, обратимся к русскому опыту в отражении образной диады «ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ». Так, в книге «Наука побеждать» А. Суворов опубликовал одно из своих высказываний: «*Деньги дороги, жизнь человеческая еще дороже, а время дороже всего*»<sup>13</sup>.

При анализе структуры обращает на себя внимание трехкомпонентное построение оборота и использование наречия *дорого* в составной сравнительной степени ‘еще дороже’ и превосходной степени ‘дороже всего’. По сути, это не что иное, как оценочное суждение, где проводится сопоставление двух компонентов ‘*деньги – время*’ через третий компонент ‘*жизнь человеческая*’. Из анализа триады следует вывод о том, что в системе ценностей автор отводит *деньгам* самый низкий уровень, после чего следует ‘*жизнь человеческая*’, а замыкает эту цепочку, занимая наивысший уровень, – *время*. Таким образом, Суворов расставил приоритеты, обозначив, что важнейшим компонентом в пред-

<sup>9</sup>*Dickens Ch. Nicholas Nickleby. Dover Publications, 2018. 784 p.*

<sup>10</sup>*Толстой Л.Н. Анна Каренина. СПб.: Азбука-Аттикус, 2015. 864 с.*

<sup>11</sup>*Ильф И., Петров Е. Двенадцать стульев. СПб.: Азбука-Аттикус, 2014. 384 с.*

<sup>12</sup>*deSantis M. Understanding of Time and Money: Econometric Professor Ian Walker versus Political Historian Kevin Phillips. URL: [http://ensign.ftlcomm.com/desantisArticles/2002\\_600/desantis650/timemoney.html](http://ensign.ftlcomm.com/desantisArticles/2002_600/desantis650/timemoney.html) (дата обращения: 30.12.2022).*

<sup>13</sup>*Суворов А.В. Наука побеждать. М.: Эксмо, 2011. 480 с.*

ставленной триаде является *время*, далее следует '*жизнь человеческая*', а еще менее значимым он называет компонент *деньги*.

Автор хотел подчеркнуть своим высказыванием, прежде всего, личное отношение ко *времени* как наиболее заметной ценности в жизни. Наряду с этим он позиционирует *деньги* как наименее важный компонент, отводя ему по значимости третье место. Помимо традиционной формулы *время – деньги* полководец вводит третий оценочный компонент – *жизнь человеческая*.

Весьма символично, что автор разрушает устоявшуюся веками меркантильную англосакскую бизнес-формулу «*ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ*» путем расчленения двух компонентов именованным словосочетанием *жизнь человеческая*. При этом он вовсе не отрицает значимость *денег*, а лишь предлагает иную систему ценностей, где *деньги* занимают последнее место после *времени* и *жизни человеческой*. Таким образом, Суворов расширил формулу «*ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ*», привнеся в нее особо значимую для русской культуры коннотацию '*жизнь человеческая*'. Именно это отражает принципиальное отличие русского социокультурного пространства от западного, включающее разные ментальность и систему ценностей. Внесенный компонент ясно обозначил отношение автора к иерархии ценностей, где выше всего ценится *время* и *жизнь человеческая*, а *деньгам* отводится последнее место в данной триаде.

В связи с этим будет интересным обратиться к русской литературе.

Проповедник-богослов Игнатий (Брянчанинов) (1807–1867) в своих сочинениях придает метафоре *время* особое значение: за *время* земной жизни человек решает вечную участь<sup>14</sup>. Автор делает особый акцент на том, что нет ничего более ценного в мире, чем *время*.

Наглядно демонстрирует свое отношение к англосакской культуре А.П. Чехов, отмечая, что англичане весьма дорого ценят *время*: «*Время – деньги*» является их девизом. Это проявляется

во всех сферах общественной жизни: социальной, политической, экономической, духовной<sup>15</sup>.

М.И. Михельсон приводит такое толкование диады «*ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ*»: «Для корреспондента *время* – те же *деньги*», подчеркивая этим эквивалентность двух метафор для представителей англо-американского языкового сообщества [34, с. 43].

Культуролог Г.Д. Гачев в своих работах показывает материальную заинтересованность, прагматизм, жажду наживы, столь характерные для британо-американского общества, где во главе угла находятся *деньги*, которые приравнены к такому понятию как *время* [35, с. 130, 521, 650].

К.А. Богданов отмечает, что *время* и *деньги* обладают глубинным родством. Автор делает вывод о том, что в христианской аксиологии *деньгам* дается в целом негативная оценка, при этом *времени* отводится наиважнейшее значение [36, с. 41].

#### Заключение

Таким образом, *афоризм* – представляет собой краткую, завершенную образную мысль философского характера; содержит элементы, представляющие ментальность разных лингвокультур; показывает историческое развитие языка, иллюстрируют значимые общественные процессы.

В этой связи образная диада «*ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ*» позволяет говорить о социально-политическом коде культуры, отраженном в образном основании посредством искомым компонентов.

*Социальный код культуры* в диаде «*ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ*» – это, прежде всего, отражение господствующих в обществе установок, ценностей, понятий, лежащих в основе выстраивания социальных отношений и связей. В британо-американском языковом сообществе закрепляется мнение о том, что метафоры *время* и *деньги* эквивалентны друг другу, а трата *времени* равноценна трате *денег*. В русской социокультуре в метафору *время* вкладывается более глубокий философский смысл, превали-

<sup>14</sup>Симфония по творениям святителя Игнатия (Брянчанинова). М.: Даръ, 2008. 776 с.

<sup>15</sup>Чехов А.П. Полное собрание сочинений и писем: в 30 т. Т. 3: 1884–1885. М.: Наука, 1975. 622 с.



рующий над материально-потребительским отношением к жизни, в котором *деньги* рассматриваются с точки зрения вспомогательного, второстепенного элемента, используемого для обеспечения реализации творческих и эстетических потребностей каждого члена общества.

Политический код культуры в образной диаде «ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ» – это, прежде всего, отражение общественных норм, правил, принципов, обычаев и юридической компетентности рядовых граждан, общественных и государственных деятелей, оказывающих влияние на формирование и функционирование социально-политических институтов. Образная диада «ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ» задействуется в общественно-политической жизни британо-американского языкового сообщества в качестве элемента, формирующего политическую культуру социума, где одной из основополагающих ценностей является индивидуализм, где во главу угла поставлены собственный интерес и успех. В русской политической культуре, которая формируется на основе соборности, коллективизма, всечеловечности и долготерпения, диада «ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ» рассматривается как неотъемлемый элемент западной политической культуры, ориентированной на либерально-демократические ценности и нормы.

Так, на материале английского и русского языков анализ афоризма «*время – деньги*» позволил

выявить различия в социально-политическом коде культур. Материал показывает, что социокультурные условия, ментальность и система ценностей британо-американского языкового сообщества основной акцент делают на равнозначности этих понятий. Для западной культуры считается естественным отождествлять *время* с *деньгами* и наоборот. Англосакский подход демонстрирует предметность, прагматизм, направленность на материальные ценности. Принципиальное отличие от западной мировоззренческой концепции показывает русская национально-культурная идея, в которой четко прослеживается приоритетность вечного (*время*) над временным (*деньги*), человека (*жизнь человеческая*) над материальным (*деньги*). Эта данность проистекает из многовековой истории русского народа, воспитанного на высокодуховных христианских ценностях, высоких нормах нравственной культуры, что нашло подтверждение в трудах выдающихся отечественных философов.

Анализируемая образная диада «ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ», ее значимость в рамках разбираемых языковых культур рассматриваются в аспекте межкультурного взаимодействия, а также построения иного рода взаимоотношений, предполагающих ориентацию на использование метафорической формулы «*время – деньги*» в аспекте ее экстраполяции на социально-политическую парадигму.

### Список литературы

1. Крюковская А.В. Межкультурная коммуникация в современной научной парадигме // Филол. аспект. 2017. № 6 (26). С. 127–131.
2. Слепцова Л.А. Скороговорка как источник лингвокультурологической информации (на материале английского и русского языков) // Амелина Л.В., Бабкина И.Н., Василенко А.П., Горностаева И.Н., Залипаева Ж.П., Изотова Н.В., Кирьянов В.А., Клименко М.В., Красоткина И.Н., Митина О.А., Николаенко Е.М., Слепцова Л.А., Чернявская Л.А., Шевелева И.А., Шлык Е.В., Ямищикова Н.Ю. Иностранные языки: лингвопрагматические и лингводидактические исследования: моног. / под общ. ред. А.П. Василенко. Брянск: Нов. проект, 2022. С. 68–78.
3. Федоренко Н.Т., Сокольская Л.И. Афористика. М.: Наука, 1990. 415 с.
4. Словарь русского языка: в 4 т., Т. I.: А–Й. / под ред. А.П. Евгеньевой. М.: Рус. яз., 1985. 696 с.
5. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. Том I: А–З. СПб.: изд. книгопродавца-типографа М.О. Вольфа, 1880. [4], LXXXIV, 723 с.
6. Иванов Е.Е. Афоризм как объект лингвистики: основные признаки // Вестн. РУДН. Сер.: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2020. Т. 11. С. 659–706. DOI: [10.22363/2313-2299-2020-11-4-659-706](https://doi.org/10.22363/2313-2299-2020-11-4-659-706)

7. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Яз. рус. культуры, 1996. 288 с.
8. Мокиенко В.М. Загадки русской фразеологии. М.: Высш. шк., 1990. 159 с.
9. Ковшиова М.Л. Лингвокультурологический метод во фразеологии: коды культуры. М.: ЛИБРОКОМ, 2012. 453 с.
10. Петров М.К. Язык, знак, культура. М.: Наука, 1991. 328 с.
11. Александр Дж.К. Обещание культурной социологии: технологический дискурс и сакральная и профанная информационные машины // Контексты современности. II: хрестоматия / сост. и ред. С.А. Ерофеев. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2001. С. 91–98.
12. Кравченко С.А. Культуральная социология Дж. Александра (генезис, понятия, возможности инструментария) // Социол. исслед. 2010. № 5. С. 13–22.
13. Старостин А.М. Нематериальное наследие России в контексте концепции культурного кода цивилизации // Журн. Ин-та наследия. 2017. № 1(8). С. 1–8.
14. Изотова Н.Н. Культурный код как объект исследования социально-гуманитарных наук // Культура и цивилизация. 2020. Т. 10, № 3А. С. 185–191.
15. Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь русского языка. М.: Дом Славян. кн., 2008. 959 с.
16. Hamermesh D.S. Spending Time: The Most Valuable Resource. N.Y.: Oxford University Press, 2019. 232 p.
17. Гердер И.Г. Идеи к философии истории человечества. М.: Наука, 1977. 703 с.
18. Рыжкова А.Г. Политическая культура: сущность и структура // Молодой ученый. 2017. № 41(175). С. 144–146.
19. Almond G.A., Verba S. The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations. Princeton: Princeton University Press, 1963. 562 p.
20. Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. М.: Наука, 1994. 442 с.
21. Маркс К. Т. 2. Кн. 2. Процесс обращения капитала. Москва: Политиздат, 1984. 650 с.
22. Кейнс Д.М. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Юрайт, 2020. 342 с.
23. Atmer C. The American Heritage Dictionary of Idioms. Boston: Houghton Mifflin, 1997. 1191 p.
24. Коннова М.Н. Метафорическая концептуализация времени в английском языке: аксиологический аспект // Евраз. гуманитар. журн. 2019. № 2. С. 16–28.
25. Новый большой англо-русский словарь / под ред. Ю.Д. Апресяна и Э.М. Медниковой. М: Рус. яз., 1993–1994 гг. URL: <https://eng-rus.slovaronline.com/> (дата обращения: 31.12.2022).
26. Лакофф Д., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: Эдиториал УРСС, 2004. 256 с.
27. Степанов С.С. Новые психологические подсказки на каждый день. М.: Эксмо, 2009. 478 с.
28. Незговорова С.Г. Ядро языкового сознания русских и англичан: содержание и структура: дис. ... канд. филол. наук. М., 2004. 223 с.
29. Ощепкова В.В. Язык и культура Великобритании, США, Канады, Австралии, Новой Зеландии. М.: Глосса-пресс; СПб.: Каро, 2006. 336 с.
30. Politeness in Europe / ed. by L. Hickey, M. Stewart. Blue Ridge Summit: Multilingual Matters, 2005. 334 p.
31. A Companion to Psychological Anthropology Modernity and Psychocultural Change / ed. by Casey C., Edgerton R.B. Blackwell Pub., 2008. 560 p.
32. Koffi E. Paradigm Shift in Language Planning and Policy: Game-Theoretic Solutions. Berlin: De Gruyter Mouton, 2012. 328 p.
33. Постсоветские афоризмы / сост. Н.Л. Векшин. Пушкино: Фотон-век, 2009. 144 с.
34. Михельсонъ М.И. Ходячія и мѣткія слова. Сборникъ русскихъ и иностранныхъ цитатъ, пословиць, поговорокъ, пословичныхъ выраженій и отдѣльныхъ словъ (иносказаній). Санкт-Петербург: Императорская Академія наукъ, 1896. 598 с.
35. Гачев Г.Д. Национальные образы мира. Америка в сравнении с Россией и славянством. М.: Раритет, 1997. 680 с.
36. Богданов К.А. Деньги в фольклоре. СПб.: Белл, 1995. 124 с.

## References

1. Kryukovskaya A.V. Mezhekul'turnaya kommunikatsiya v sovremennoy nauchnoy paradigme [Intercultural Communication in the Modern Scientific Paradigm]. *Filologicheskiy aspekt*, 2017, no. 6, pp. 127–131.
2. Sleptsova L.A. Skorogovorka kak istochnik lingvokul'turologicheskoy informatsii (na materiale angliyskogo i russkogo yazykov) [Tongue Twister as a Source of Linguoculturological Data (Based on the English and Russian Languages)]. Amelina L.V., Babkina I.N., Vasilenko A.P., Gornostaeva I.N., Zalipaeva Zh.P., Izotova N.V., Kir'yanov V.A., Klimenko M.V., Krasotkina I.N., Mitina O.A., Nikolaenko E.M., Sleptsova L.A., Chernyavskaya L.A., Sheveleva I.A., Shlyk E.V., Yamshchikova N.Yu. *Inostrannyye yazyki: lingvopragmaticheskie i lingvodidakticheskie issledovaniya* [Foreign Languages: Linguopragmatic and Linguodidactic Research]. Bryansk, 2022, pp. 68–78.
3. Fedorenko N.T., Sokol'skaya L.I. *Aforistika* [Aphoristics]. Moscow, 1990. 415 p.
4. Evgen'eva A.P. (ed.). *Slovar' russkogo yazyka* [Dictionary of the Russian Language]. Vol. 1: A–Y. Moscow, 1985. 696 p.
5. Dal' V.I. *Tolkovyy slovar' zhivogo velikorusskogo yazyka* [Explanatory Dictionary of the Living Great Russian Language]. Vol. 1: A–Z. St. Petersburg, 1880. 723 p.
6. Ivanov E.E. Aphorism as an Object of Linguistics: The Main Properties. *Vestnik RUDN. Ser.: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika*, 2020, vol. 11, pp. 659–706 (in Russ.). DOI: [10.22363/2313-2299-2020-11-4-659-706](https://doi.org/10.22363/2313-2299-2020-11-4-659-706)
7. Teliya V.N. *Russkaya frazeologiya. Semanticheskiy, pragmaticheskiy i lingvokul'turologicheskiy aspekty* [Russian Phraseology. Semantic, Pragmatic and Linguocultural Aspects]. Moscow, 1996. 288 p.
8. Mokienko V.M. *Zagadki russkoy frazeologii* [Mysteries of Russian Set Phrases]. Moscow, 1990. 159 p.
9. Kovshova M.L. *Lingvokul'turologicheskiy metod vo frazeologii: kody kul'tury* [Method of Linguistic Culture in Phraseology: Cultural Codes]. Moscow, 2012. 453 p.
10. Petrov M.K. *Yazyk, znak, kul'tura* [Language, Sign, Culture]. Moscow, 1991. 328 p.
11. Alexander J.C. Obeshchanie kul'turnoy sotsiologii: tekhnologicheskiy diskurs i sakral'naya i profannaya informatsionnye mashiny [The Promise of Cultural Sociology: Technological Discourse and Sacred and Profane Information Machines]. Erofeev S.A. (ed.). *Konteksty sovremennosti – II: khrestomatiya* [Contexts of Modernity – II: A Reader]. Kazan, 2001, pp. 91–98.
12. Kravchenko S.A. Kul'tural'naya sotsiologiya Dzh. Aleksandera (genesis, ponyatiya, vozmozhnosti instrumentariya) [J. Alexander's Cultural Sociology (Genesis, Notions, and Instrumental Capabilities)]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2010, no. 5, pp. 13–22.
13. Starostin A.M. Nematerial'noe nasledie Rossii v kontekste kontseptsii kul'turnogo koda tsivilizatsii [Intangible Heritage of Russia in the Context of the Concept of Cultural Code of Civilization]. *Zhurnal Instituta naslediya*, 2017, no. 1, pp. 1–8.
14. Izotova N.N. Kul'turnyy kod kak ob'ekt issledovaniya sotsial'no-gumanitarnykh nauk [The Cultural Code as a Research Object of Social Sciences and the Humanities]. *Kul'tura i tsivilizatsiya*, 2020, vol. 10, no. 3A, pp. 185–191.
15. Ushakov D.N. *Bol'shoy tolkovyy slovar' russkogo yazyka* [Large Explanatory Dictionary of the Russian Language]. Moscow, 2008. 959 p.
16. Hamermesh D.S. *Spending Time: The Most Valuable Resource*. New York, 2019. 220 p.
17. Herder J.G. *Idei k filosofii istorii chelovechestva* [Ideas on the Philosophy of the History of Mankind]. Moscow, 1977. 703 p.
18. Ryzhkova A.G. Politicheskaya kul'tura: sushchnost' i struktura [Political Culture: Essence and Structure]. *Molodoy uchenyy*, 2017, no. 41, pp. 144–146.
19. Almond G.A., Verba S. *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Princeton, 1963. 562 p.
20. Sombart W. *Der Bourgeois*. Munich, 1913. 540 p. (Russ. ed.: Zombart V. *Burzhua: Etyudy po istorii dukhovnogo razvitiya sovremennogo ekonomicheskogo cheloveka*. Moscow, 1994. 442 p.).
21. Marx K. *Protsess obrashcheniya kapitala* [The Process of Circulation of Capital]. Vol. 2. Book 2. Moscow, 1984. 650 p.
22. Keynes J.M. *The General Theory of Employment, Interest and Money*. London, 1936. 403 p. (Russ. ed.: Keyns D.M. *Obshchaya teoriya zanyatosti, protsenta i deneg*. Moscow, 2020. 342 p.).
23. Ammer C. *The American Heritage Dictionary of Idioms*. Boston, 1997. 1191 p.

24. Konnova M.N. Metaforicheskaya kontseptualizatsiya vremeni v angliyskom yazyke: aksiologicheskiy aspekt [Metaphoric Conceptualization of Time in the English Language: A Value-Oriented Study]. *Evrasiyskiy gumanitarnyy zhurnal*, 2019, no. 2, pp. 16–28.
25. Apresyan Yu.D., Mednikova E.M. (eds.). *New Large English-Russian Dictionary*. Moscow, 1993–1994. Available at: <https://eng-rus.slovaronline.com/> (accessed: 31 December 2022).
26. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago, 1980. 242 p. (Russ. ed.: Lakoff Dzh., Dzhonson M. *Metafora, kotorymi my zhivem*. Moscow, 2004. 256 p.).
27. Stepanov S.S. *Novye psikhologicheskie podskazki na kazhdyy den'* [New Psychological Tips for Every Day]. Moscow, 2009. 478 p.
28. Nezgovorova S.G. *Yadro yazykovogo soznaniya russkikh i anglichan: sodержanie i struktura* [The Core of the Linguistic Consciousness of Russians and the English: Content and Structure: Diss.]. Moscow, 2004. 223 p.
29. Oshchepkova V.V. *Yazyk i kul'tura Velikobritanii, SShA, Kanady, Avstralii, Novoy Zelandii* [Language and Culture of Great Britain, USA, Canada, Australia and New Zealand]. Moscow, 2006. 336 p.
30. Hickey L., Stewart M. (eds.). *Politeness in Europe*. Blue Ridge Summit, 2005. 334 p.
31. Casey C., Edgerton R.B. (eds.). *A Companion to Psychological Anthropology Modernity and Psychocultural Change*. Blackwell Pub., 2008. 560 p.
32. Koffi E. *Paradigm Shift in Language Planning and Policy: Game-Theoretic Solutions*. Berlin, 2012. 328 p.
33. Vekshin N.L. (comp.). *Postsovetskie aforizmy* [Post-Soviet Aphorisms]. Pushchino, 2009. 144 p.
34. Mikhel'son M.I. *Khodyachiya i metkiya slova. Sbornik russkikh i inostrannykh tsitat, poslovits, pogovorok, poslovichnykh vyrazheniy i otdel'nykh slov (inoskazaniy)* [Winged and Apt Words. Collected Russian and Foreign Quotations, Proverbs, Sayings, Proverbial Expressions and Individual Words (Allegories)]. St. Petersburg, 1896. 598 p.
35. Gachev G.D. *Natsional'nye obrazy mira. Amerika v sravnenii s Rossiey i slavyanstvom* [National Pictures of the World. America Compared with Russia and the Slavs]. Moscow, 1997. 680 p.
36. Bogdanov K.A. *Den'gi v fol'klore* [Money in Folklore]. St. Petersburg, 1995. 124 p.

DOI: 10.37482/2687-1505-V265

**Anatoliy P. Vasilenko**

Bryansk State Academician I.G. Petrovski University;  
ul. Bezhitskaya 14, Bryansk, 241036, Russian Federation;  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8777-5743> e-mail: a.p.vasilenko@mail.ru

**Alena V. Eliseeva**

Bryansk State Academician I.G. Petrovski University;  
ul. Bezhitskaya 14, Bryansk, 241036, Russian Federation;  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2625-7288> e-mail: alinanoor@rambler.ru

## FIGURATIVE DYAD *TIME – MONEY* IN THE APHORISMS OF A LANGUAGE AS A REFLECTION OF THE SOCIO-POLITICAL CODE OF CULTURE

This article discusses the national and cultural features of the perception of the world through a comparative analysis of aphorisms with the components *time* and *money*, using American, British and Russian aphorisms as examples. The authors hypothesize that the national and cultural features of aphorisms in the *TIME – MONEY* dyad are determined by the prevailing socio-cultural conditions, mentality and value system. The authors focus on the structural component of the metaphorical foundation *TIME IS MONEY*, which determines the composite content of the social and political aspects of the cultural code. Based on the analysis of the figurative *TIME – MONEY* dyad, as well as on the English-language and Russian contextual environments, it is established that the social code of culture in aphorisms not only conveys the material and consumer relations in society, but also motivates the

creative and aesthetic potential of native speakers. The political code of culture in the figurative dyad under study is seen primarily in the people's legal and public competence. The results are supplemented by the claim that culture in the aphoristic dyad metaphorizes, in most cases, Russian universal values in the time continuum and English-language material values that arise sporadically. This study is relevant as it considers the national and cultural features and extralinguistic factors that served as the basis for the semantic content of aphorisms in terms of the prevailing sociocultural conditions, mentality and value systems of different nations. The purpose of this article was to evaluate the denotative and, in particular, connotative knowledge contained in aphorisms with the components *time* and *money*, which served as the material for this research. The task was to determine the intercultural equivalents of the components under study and their significance within the considered linguistic cultures. The main methods used by the authors include linguoculturological interpretation of aphorisms, component analysis, analysis of the compatibility of linguistic signs as representatives of semiotic systems, and correlation analysis aimed to demonstrate the content of the composite cultural code.

**Keywords:** *aphorisms, Russian linguistic culture, British linguistic culture, American linguistic culture, aphoristic components (time, money).*

Поступила 30.01.2023  
Принята 05.06.2023  
Опубликована 22.06.2023

Received 30 January 2023  
Accepted 5 June 2023  
Published 22 June 2023

---

**For citation:** Vasilenko A.P., Eliseeva A.V. Figurative Dyad *TIME – MONEY* in the Aphorisms of a Language as a Reflection of the Socio-Political Code of Culture. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser.: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, 2023, vol. 23, no. 3, pp. 66–78. DOI: 10.37482/2687-1505-V265