

4. Haug W. Von der Idealität des arthurischen Festes zur apokalyptischen Orgie in Wittenwilers ‚Ring‘. *Poetik und Hermeneutik*. 1989. № 14. P. 157–179.

5. Lienert E., Wolter D.. Die Rabenschlacht. Tübingen: Max Niemeyer, 2005. 314 p.

6. Sowinski B. Kompositions– und Gattungsfragen zu Heinrich Wittenwilers ‚Ring‘. *Sprachgeschichte als Textsortengeschichte. Festschrift zum 65. Geburtstag von Gotthard Lerchner*. 2000. P. 133–146.

7. Wittenwiller H. Der Ring. Berlin: W. de Gruyter, 2012. 538 p.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-039-1-56>

ЛЕКСИКОГРАФІЧНЕ ВІДОБРАЖЕННЯ КОНЦЕПТУ «КРАСА» В АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМАХ

Ярова Л. О.

кандидат педагогічних наук,

*доцент кафедри перекладу, прикладної та загальної лінгвістики
Центральноукраїнського державного педагогічного університету
імені Володимира Винниченка*

Поліщук Г. В.

кандидат філологічних наук,

*доцент кафедри англійської мови та методики її викладання
Центральноукраїнського державного педагогічного університету
імені Володимира Винниченка
м. Кропивницький, Україна*

Протягом останніх десятиліть в лінгвістиці спостерігається перехід на антропоцентричну парадигму дослідження, де в центрі уваги дослідників перебуває комплекс проблем, пов'язаних із взаємодією людини і мови, що зумовили зростання інтересу до концепта, який пов'язаний із вмістом суб'єктивного ментального світу людини та ментальної свідомості нації в цілому. Отже, вивчення концептів дозволяє виявити національно-культурну специфіку мовної картини світу тієї чи іншої мовної спільноти, описати менталітет носіїв мови за допомогою аналізу мовних засобів, що якнайкраще відображено у фразеологізмах, оскільки в них не лише закарбована вікова народна мудрість, ціннісна картина світу нації, але й в афористичній формі міститься сума активних і пасивних знань

про зовнішній порядок речей і внутрішній світ людини [5, с. 13]. Одним із центральних концептів англійської лінгвокультури є концепт «краса», який разом з добром та істиною визначає найголовніші цінності людства, виступає як загальнолюдська категорія, оскільки є універсальним для більшості мов світу і як поняття культури, тобто, складаючись в рамках англійської культури, наділений і національною специфікою. Дослідження різних аспектів концепту «краса» було предметом аналізу багатьох науковців: Ю.В. Мещерякова (на матеріалі російської та англійської мов) [7]; В.З. Дем'янков (російська, англійська, німецька, французька мови) [3]; Н.В. Летуновська (німецька, російська мови) [6], Л.І. Даниленко (чеська) [2]; О.М. Цапок (українська) [8], Ю.П. Андрушко (російська) [1]; О.В. Дудченко (англійська мова) [4] та ін. Однак, незважаючи на постійний інтерес мовознавців до концепту «краса», недостатня увага приділена вивченню особливостей реалізації даного концепту в англійських фразеологізмах, отже, вирішено проаналізувати мовні засоби вираження концепту «краса» в англійській лінгвокультурі шляхом теоретичного аналізу наукової літератури з теми з метою відбору та систематизації фактичного матеріалу; шляхом суцільного обстеження *The Penguin Dictionary of Proverbs* (1995) [10] та інтерпретації отриманих даних за допомогою *Longman Dictionary of English Language and Culture* (2000) [9]. У межах нашої роботи продуктивним для концептуального аналізу вважаємо звернення до фразеологізмів.

Аналіз експериментального матеріалу (240 фразеологічних одиниць) дозволяє констатувати, що, по-перше, в англійських фразеологізмах, прислів'ях та приказках наголошується на чуттєвому задоволенні від краси: *sight for sore eyes*, на оманливості зовнішності, невідповідності зовнішнього і внутрішнього: *beauty is but skin deep, all that glitters is not gold, appearances are deceptive, fair without, false within, a fair face may hide a foul soul, fine words dress ill deeds, handsome apples are sometimes sour, many a rosy apple is rotten to the core, pretty shoe often pinches the foot, beauty may have fair leaves, yet bitter fruit* тощо, що складає 47% випадків у матеріалі спостереження. У цьому контексті неодноразово знаходимо застереження від поверхневих суджень про об'єкт: *don't judge a book by its cover, don't value a gem by its setting, don't trust so much in an enchanting face*. При співвіднесенні зовнішньої і внутрішньої краси перевага надається красі й багатству внутрішнього світу людини: *there is no beauty like the beauty of the soul, beauty comes from the soul*. Цікаво, що в англійській картині світу краса проголошується не менш важливою цінністю, ніж честь і совість: *good fame is better than a good face, handsome is as handsome does, beauty may open doors, but only virtue enters*

тощо; у прислів'ї *beauty is in the eye of the beholder* викрито суб'єктивність сприйняття краси відповідно до уявлень про прекрасне самого спостерігача.

По-друге, нами встановлено, що, з одного боку, існує переконання, що зовнішня форма – це не головне (*looks aren't everything, clothes don't make the men*), з іншого, значної уваги приділено саме зовнішньому вигляду (*fine feathers make fine birds*), по якому судять про людину. Оскільки одяг є прикрасою людини, то за допомогою вдалого вибору і поєднання предметів одягу можна зробити привабливим навіть тих, хто не наділений природною красою: *clothes make the man, no woman is ugly if she is well dressed* тощо (16%). У фразеологізмах, прислів'ях і приказках підкреслюється, що красива зовнішність є перепусткою у світ широких можливостей, краса є способом досягнення бажаних цілей (*good clothes open all doors, to travel on/run one's face*) тощо; зовнішність людини розглядається як товар (3%), якість якого визначається його вартістю: *to look like a million dollars*; асоціація багатих, відомих людей із гарною зовнішністю покладена в основу ідіоми *beautiful people*, а позитивна оцінка зовнішності втілена в наступних образах англійських порівнянь (4%): квітів (*as red as a rose, as fresh as a daisy*); птахів (*as graceful as a swan*); божества (*as an angel*); витворів мистецтва (*pretty as a picture, handsome as paint*); м'якості шовку (*as fine as silk*); блискучої монети (*as fine as fivepence*) тощо. Також варто зауважити, що саме в ідіоматичних виразах *beauty mark* (*spot, parlour, salon, shop, sleep; queen, contest; myth*) актуалізуються ознаки «створення або підсилення краси», «визначення найкрасивіших», «невірні уявлення про красу» тощо.

Особливого значення в англійській картині світу зовнішність набуває для жінки, оскільки врода є не тільки основною прикрасою жінки, її головною «зброєю», а й запорукою успіху в житті (*her face is her fortune, beauty is a wisdom of women, wisdom is the beauty of men, she who is a beauty is half-married*) (18%). Ми зафіксували, що в англійських прислів'ях підкреслюються конкретні риси саме жіночої зовнішності, які найчастіше стають об'єктом позитивної оцінки: обличчя, волосся, тонка талія (*her face is her fortune, a woman's hair is her crowning, narrowness of waist shows narrowness of mind*). Водночас спостерігається і протилежний погляд на зв'язок краси і успіху: часто навіть гарні на вигляд люди бувають нещасливими, що найкраще ілюструє протиставлення *pretty face, poor fate*.

У матеріалі дослідження знаходимо уявлення англійців щодо тривалості краси, прекрасного, наприклад, *beauty is a fading flower, beauty is a blossom, prettiness dies first*, але задоволення, отримане від сприйняття

прекрасного, залишається надовго (*a thing of beauty is a joy forever*). Привертає увагу песимістичне твердження про ефемерність краси і тривалість потворності: *beauty dies and fades away, but ugly holds its own* тощо (7%); підтвердження несумісності краси та розуму: *beauty and brains don't mix, long hair and short wit, beauty and folly are old companions, narrowness of waist shows narrowness of mind* тощо (5%); наявність інтелектуальних здібностей у красивої людини вимагає додаткового уточнення: *not just a pretty face*.

Краса є результатом любові: закоханим властива ідеалізація своїх обранців, бачення їх у прикрашеному вигляді (*beauty lies in lover's eye*), тому їхня оцінка не є об'єктивною: *Jack is no judge of Jill's beauty*, переконання у могутній силі краси, її магнетизмі розуміється двояко: з одного боку краса приваблює увагу та інтерес (*beauty draws with a single hair, beauty draws more than oxen*), з іншого – притягує неприємності (*beauty provokes thieves sooner than gold*).

Отже, у результаті обстеження фразеологічного словника нами встановлено, що концепт «краса» широко представлений в англійських фразеологізмах через свою виняткову значущість для англійської лінгвокультури: наголошується на чуттєвому задоволенні від краси, акцентовано на суб'єктивності сприйняття красивого, оманливості зовнішності, ефемерності краси, її несумісності з розумом (47%), перевага надається красі й багатству внутрішнього світу людини, аніж зовнішньому, приділено увагу зовнішньому вигляду, особливо жіночій зовнішності (18%). У перспективі подальших наукових розвідок планується порівняльний аналіз фразеологізмів з концептом «краса» в українській, російській та німецькій мовах.

Література:

1. Андрушко Ю.П. Проблема красоты в малой прозе писателей-декадентов. Литература в контексте современности. Челябинск, 2005. Ч. 2. С. 154–158.
2. Даниленко Л.І. Мовно-образний простір чеської ментальності: концепт «краса». Мовознавство. 2006. № 2/3. С. 147–152.
3. Демьянков В.З. Значение и употребление лексем класса «красота». Сокровенные смыслы: Слово. Текст. Культура. М.: Языки славян. к-ры, 2004. С. 601–609.
4. Дудченко О.В. Реконструкция концептосферы красота в англосаксонской картине мира: Автореф. дис. канд. фил. наук: 10.02.04: Владивосток, 2007. 22 с.

5. Клинцева Ю.В. Лексико-семантические и когнитивно-деривационные аспекты гиперконцепта «красота» (на мат. англ. и рус. языков): Автореф. дис. канд. фил. наук: 10.02.19: Краснодар, 2007. 22 с.
6. Летуновская Н.В. Лексико-семантическая репрезентация концепта «красота» в немецком и русском языках: Дис. канд. фил. наук: 10.02.20: Тамбов, 2005. 173 с.
7. Мещерякова Ю.В. Концепт «красота» в английской и русской лингвокультурах : Автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.20: Волгоград, 2004. 24 с.
8. Цапок О.М. Мовні засоби репрезентації концепту краса в поезії українських шістдесятників: Автореф. дис. канд. філ. наук: 10.02.01/Одеса: Одес. нац. ун-т ім. І.І. Мечникова. 2004. 20 с.
9. Longman Dictionary of English Language and Culture. 3rd Edition. Pearson ESL, 2000. 1584 p.
10. The Penguin Dictionary of Proverbs. London: Claremont Books, 1995. 352p.