

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

**на тему СЕМАНТИКО-КОГНІТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ
ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ЗОВНІШНОСТІ ЛЮДИНИ ЗАСОБАМИ
АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ І ПАРЕМІЙ**

Виконала: студентка 2 курсу,
групи 8.0358-а-з,
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041 Германські мови та
літератури (переклад включно), перша –
англійська
освітньо - професійної програми
Мова і література (англійська)
Ракус Світлана Олександрівна

Керівник д.ф.н., доц. Галуцьких І. А.

Рецензент к.п.н., доц. Надточій Н. О.

Запоріжжя – 2020

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет іноземної філології

Кафедра англійської філології

Освітній рівень магістр

Спеціальність: 035 Філологія

Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно)

Освітньо-професійна програма: Мова і література (англійська)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри Єнікєєва С. М.

« ____ » _____ 2019 року

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА
РАКУС СВИТЛАНІ ОЛЕКСАНДРІВНІ**

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проекту) «Семантико-когнітивні особливості вербалізації зовнішності людини засобами англійських фразеологізмів і паремій»

Керівник кваліфікаційної роботи (проекту) Галуцьких Ірина Анатоліївна,
д.ф.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЗНУ від «22» квітня 2019 року № 596-с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проекту) 10 січня 2019 р.
3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проекту) теоретичні засади теорії фразеології та пареміології в ракурсі когнітивної лінгвістики, словники фразеології і паремій англійської мови
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
1) здійснити огляд теоретичних джерел; 2) розглянути поняття та історію дослідження фразеології та паремій; 3) виявити та систематизувати засоби репрезентації зовнішності людини у мові засобами фразеології і паремій; 4) здійснити їх когнітивно-семантичний аналіз

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Галуцьких І. А., д.ф.н., доц.	05.05.2019	05.05.2019
Розділ 1	Галуцьких І. А., д.ф.н., доц.	15.06.2019	15.06.2019
Розділ 2	Галуцьких І. А., д.ф.н., доц.	05.09.2019	05.09.2019
Висновки	Галуцьких І. А., д.ф.н., доц.	15.10.2019	15.10.2019

6. Дата видачі завдання 05.05.2019 р.**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	травень 2019	виконано
2.	Добір фактичного матеріалу	травень 2019	виконано
3.	Написання вступу	червень 2019	виконано
4.	Написання теоретичного розділу	серпень 2019	виконано
5.	Написання практичного розділу	вересень 2019	виконано
6.	Формулювання висновків	жовтень 2019	виконано
7.	Проходження нормоконтролю	грудень 2019	виконано
8.	Одержання відгуку та рецензії	січень 2020	виконано
9.	Захист	січень 2020	виконано

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)

Магістрант

(підпис)

С. О. Ракус

(ініціали та прізвище)

Керівник роботи

(підпис)

І. А. Галуцьких

(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

(підпис)

М. В. Залужна

(ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота 82 стор., джерела 85.

Об'єкт дослідження – фразеологічні та паремійні одиниці англійської мови на позначення зовнішності людини.

Мета роботи – встановлення структурних, семантичних та когнітивних ознак фразеологічних одиниць, що вербалізують концептосферу **ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ**.

Методи дослідження: порівняльно-описовий, метод концептуального аналізу, лінгвокультурологічний аналіз, семантичний аналіз, компонентний аналіз, метод кількісного аналізу.

У першому розділі магістерської роботи викладені теоретичні основи визначення сутності поняття «фразеологічна одиниця» та «паремія», проблеми їх вивчення, ознаки, класифікації та опис методології дослідження фразеологічних одиниць з акцентом на когнітивному підході. Другий розділ присвячено семантико-когнітивному дослідженню фразеологічних одиниць та паремій на позначення зовнішності людини. Проведено структурно-семантичний та семантико-когнітивний аналізи фразеологічних та паремійних одиниць, що вербалізують концептосферу **ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ**.

У висновках викладено підсумки проведених досліджень, а у загальних висновках викладено теоретичні та практичні результати даного дослідження.

Ключові слова: *фразеологізм, фразеологічна одиниця, паремія, концепт, концептосфера, концептуальний аналіз, зовнішність людини.*

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ.....	4
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ ТА ПАРЕМІЙ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ.....	9
1.1 Фразеологічна одиниця та паремія: дефініційні ознаки.....	9
1.1.1 Фразеологічна одиниця: суть поняття та особливості.....	9
1.1.2 Термін «паремія», її статус та місце у структурі мови.....	13
1.2 Методи вивчення фразеологічних та паремійних одиниць в лінгвістиці	19
1.2.1 Фразеологічні і паремійні одиниці та основні методи їх дослідження.	19
1.2.2 Когнітивний підхід у вивченні фразеологічних одиниць та паремій...	21
1.3 Концепт як ментальне утворення та підходи до його аналізу.....	25
1.3.1. Розуміння терміну «концепт»	25
1.3.2 Концептуальні дослідження фразеологізмів та паремій.....	32
РОЗДІЛ 2 СЕМАНТИКО – КОГНІТИВНІ АСПЕКТИ ФРАЗЕОЛОГІЗАЦІЇ ТА ПАРЕМІОЛОГІЗАЦІЇ ЗОВНІШНОСТІ ЛЮДИНИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ.....	37
2.1 Етапи дослідження концептосфери ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ.....	37
2.2 Концептосфера ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ, її структура та вербалізація	40
2.2.1 Макроконцепт FACE.....	41
2.2.2 Макроконцепт PARTS OF HUMAN BODY.....	52
2.2.3. Концепт FIGURE.....	53
2.2.4. Концепт AGE.....	55
2.2.5 Концепт NIGHT.....	59
2.2.6 Концепт CLOTHES.....	60
2.2.7 Концепт SIMILARITY/DISSIMILARITY.....	63
2.2.8 Концепт GENERAL OUTLOOKS.....	64
2.2.9 Концепти MOVEMENTS, PHYSICAL STATE	66

2.2.10 Концепт MOOD.....	67
2.3 Загальні тенденції у образній концептуалізації зовнішності людини в англійській мові.....	68
ВИСНОВКИ.....	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	75

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ДМ – дефініційна модель

МКС – мовна картина світу

ПО – паремійна одиниця

ПП – паремійне поле

ССК – стійкі словесні комплекси

ФО – фразеологічна одиниця

ФП – фразеологічне поле

ВСТУП

Особливістю сучасного мовознавства є антропоцентричний підхід до вивчення мовних явищ, дослідження мови в тісному зв'язку з людиною, її свідомістю, способами пізнання навколишнього світу. Це, зокрема, проявляється у появі та стрімкому розвитку таких напрямів сучасної лінгвістики як когнітивна лінгвістика, лінгвокультурологія, етнолінгвістика та інші, де у фокусі уваги опиняється людина.

Серед мовних засобів особливу увагу таких напрямів досліджень привертають фразеологічні та паремійні одиниці, які є яскравими прикладами взаємодії мови і культури народу, відіграють особливу роль у формуванні мовної картини світу, оскільки сама природа їхнього значення тісно пов'язана зі знаннями мовця, його життєвим досвідом, культурними та історичними традиціями народу. Фразеологія та паремії є найбільш яскравими, емоційно - забарвленими компонентами мовної системи, що вбирає в себе особливості менталітету певного народу, його мови, реальної дійсності, культури.

За останні десятиріччя жодна галузь лінгвістичної науки не привертала до себе такої уваги мовознавців, як фразеологія. Розвитку фразеології як галузі лінгвістики сприяло здійснене у працях таких мовознавців як М. В. Ломоносова, Ф. І. Буслаєва, О. О. Потебні, І. І. Срезневського, П. Ф. Фортунатова, О. О. Шахматова ґрунтовне дослідження синтаксичної природи словосполучень, а також висвітлення стилістико-семантичних особливостей стійких комплексів слів.

Вагомий внесок у розробку проблем фразеології зробили Л. А. Булаховський, Л. С. Паламарчук, Г. М. Удовиченко, П. Й. Горецький, М. М. Сидоренко, Н. А. Москаленко, О. С. Юрченко та інші [цит.за: Гак 1988].

У сучасному мовознавстві дослідження фразеологічних та паремійних одиниць в аспекті когнітивної парадигми пов'язані з особливостями їх значення та відповідностей вербальних одиниць ментальним структурам, що лежать в основі їх утворення.

Когнітивний підхід дає можливість шляхом вивчення семантики ідіоматичних зворотів виділити специфічні риси ментальності народу. При цьому кожний підхід залучає до аналізу такий термін як концепт «див. 1.3.1», який в останні десятиліття переживає період актуалізації та переосмислення [Воркачев 2013, Карасик 2009, Ковшова 2017]. На сучасному розумінні концепту ґрунтуються і дослідження фразеолого–паремійного складу у когнітивному напрямі.

В даній роботі уявлення про ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ розглядається як гештальт або конгломерат концептів на підґрунті того, що зоровий образ людини не складається з окремих параметрів, але характеризується цілісністю і є сукупністю трьох груп ознак - анатомічних, функціональних і соціальних. Концептосфера ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ є перцептивною, специфіка аналізу якої зумовлена суб'єктивністю сприйняття та інтерпретації зовнішності людини, і синкретичною за своєю структурою, складаючись із значної кількості компонентів.

Актуальність роботи визначається спрямованістю сучасної лінгвістики на дослідження мовних феноменів у площині відповідних ментальних процесів, що супроводжують процеси вербалізації.

Об'єктом дослідження обрано засоби фразеологізації та пареміологізації концептосфери ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ.

Предметом дослідження є когнітивно–семантичні особливості фразеологізмів та паремій англійської мови, які описують зовнішність людини.

Мета дослідження – з'ясування змісту і особливостей концептосфери ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ, вербалізованої засобами фразеології та паремій англійської мови.

Відповідно до поставленої мети треба виконати наступні **завдання**:

- 1) дати визначення термінів «фразеологізм» та «паремія»;
- 2) проаналізувати різні підходи до їх вивчення;
- 3) розкрити сутність поняття «концепт»;
- 4) встановити складові концептосфери **ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ**;
- 5) відібрати та систематизувати фразеологічні і паремійні засоби вербалізації уявлень про зовнішність людини.

Методи дослідження. В ході дослідження використовувались методи лінгвістичного спостереження та аналізу, описового і компонентного методів, методу аналізу словникових дефініцій, концептуальний аналіз, метод реконструкції концептуальної метафори.

Матеріалом дослідження стали англомовні фразеологізми і паремії, відібрані із словників сучасної англійської мови (Oxford Dictionary of English Idioms; Англо – русский фразеологический словарь [Кунин 1984] та Англо – український фразеологічний словник [Баранцев 2005]).

Практична значущість дослідження полягає у тому, що її результати можуть бути використані під час проведення семінарських занять з лексикології та практичних занять з англійської мови.

Наукова новизна полягає у комплексному дослідженні концептосфи **ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ**, виявлення семантико – когнітивних особливостей вербалізації зовнішності людини засобами англійських фразеологізмів і паремій.

Структура роботи: дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаної літератури.

У вступі подано загальні відомості про дану наукову працю, починаючи від умотивування теми, мети, завдань, актуальності дослідження, визначення об'єкту, предмету та структурування роботи.

У першому розділі подаються загальні відомості про фразеологію як лінгвістичну дисципліну, особлива увага приділяється визначенню поняття «фразеологізм» та «паремія», розглянуто методи дослідження фразеологізмів

з акцентом на когнітивному підході у їх вивченні. Також висвітлюється значимість поняття «концепт» та методи його дослідження в сучасному мовознавстві.

Другий розділ містить результати когнітивно–семантичного аналізу фразеологічних одиниць і паремій сучасної англійської мови, що вербалізують уявлення про зовнішність людини.

У висновках подано узагальнені результати проведеної роботи.

Загальна кількість сторінок 84, кількість використаних джерел 855.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ ТА ПАРЕМІЙ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

1.1 Фразеологічна одиниця та паремія: дефініційні ознаки

1.1.1 Фразеологічна одиниця: суть поняття та особливості. За останні десятиріччя жодна галузь лінгвістичної науки не привертала до себе такої уваги мовознавців, як фразеологія. Якщо у середині ХХ сторіччя про неї писали, що вона ще перебуває у стані «прихованого» розвитку, то тепер можна сказати, що фразеологія по праву зайняла місце самостійної лінгвістичної дисципліни.

Розвитку фразеології як галузі лінгвістики сприяло здійснене у працях таких мовознавців як М. В. Ломоносова, Ф. І. Буслаєва, О. О. Потебні, І. І. Срезневського, П. Ф. Фортунатова, О. О. Шахматова ґрунтовне дослідження синтаксичної природи словосполучень, а також висвітлення стилістико-семантичних особливостей стійких комплексів слів.

Об'єктами фразеологічних досліджень стали майже всі національні мови нашої країни та багато західноєвропейських мов. Вагомий внесок у розробку проблем фразеології зробили Л. А. Булаховський, Л. С. Паламарчук, Г. М. Удовиченко, П. Й. Горецький, М. М Сидоренко, Н. А. Москаленко, О. С. Юрченко та інші [цит.за: Гак 1988].

Слід зазначити, що у наш час стають найбільш популярними дослідження з фразеології с точки зору лінгвокультурології, яка виникла на межі ХХ-ХХІ століть та пов'язана з іменами В. фон Гумбольдта, Л. Вейсгербера, Е. Сепира, Б. Уорфа та інших [Гумбольдт 1985, с. 373; Сепир 1993; Уорф 1960].

Цей напрямок базується на ідеї взаємозв'язку мови, як універсального засобу означення світу, та культури, яка втілює у мові свій зміст [Ковшова 2016].

Фразеологія в лінгвокультурологічному аспекті виявляється і в роботах В. М. Телія [Телія 1996].

Згідно з В. М. Телія та М. Л. Ковшової, культура тісно пов'язана з баченням світу людини, яке «фіксується у мові у вигляді <...> звичайної картини світу» [Телія 1996, с 102-103; Ковшова 2016].

Мовними засобами репрезентації картини світу часто виступають фразеологізми, а їх сукупність складає фразеологічну частину світу, яка є частиною мовної картини світу (*тут і далі - МКС*), та згідно Ю. С. Степанова стала одним з головних понять лінгвокультурології [Степанов 2006].

Однак це ще не означає, що всі питання природи фразеологічних одиниць, їх семантики всебічно й остаточно розв'язані. До цього часу, наприклад, існує розбіжність у поглядах мовознавців на предмет фразеології, її обсяг. Ось чому саме від з'ясування такого поняття як зміст фразеологічної одиниці, від характеристики його найважливіших диференційних ознак, тобто тих рис, які дозволяють нам фразеологізм називати фразеологізмом, залежить вивчення фразеології в цілому, а також окремих її аспектів.

У характеристиці стійких словосполучень академік В. В. Виноградов виходить із того, що «більшість людей говорить і пише за допомогою готових формул, кліше. У системі сучасної літературної мови слова, більшою мірою, функціонують не як вільні, раптово зіткнуті і зчеплені окремі компоненти мови, а займають постійні місця в традиційних формулах» [Виноградов 1977].

З цією думкою збігаються і висловлювання М. М. Шанського, Н. М. Амосової та В. М. Телія про те, що основною ознакою фразеологічних одиниць є відтворюваність [Шанский 1996; Амосова 1963; Телія 1996]. Такі

міркування дають можливість усі загальноновживані сполучення слів поділити на два типи: не відтворювані і відтворювані.

Перший тип – це сполучення слів (словосполучення і речення), які ми легко складаємо в процесі мовлення на основі особливого сприйняття і уявлення. Такі сполучення не зберігаються у готовому вигляді. Другий тип становлять вирази (словосполучення і речення), які засвоюються у нашій пам'яті як готові одиниці мови. Такі словосполучення не доводиться щоразу будувати заново. Їх ми лише відтворюємо у тому вигляді, в якому вони закріпилися в мові.

У лінгвістиці відомі понад 20 визначень фразеологічної одиниці, але жодне з них не знайшло загального визнання. Деякі мовознавці справедливо вважають, що визначення фразеологічної одиниці таке ж складне, як і визначення слова. Ця складність полягає насамперед у тому, що і для слова, і для фразеологізму важко встановити спільні риси, які можна було б віднести до кожного з них без винятку.

Особливе місце у мовознавстві займає семантична класифікація В. В. Виноградова. Опрацьована на ґрунті синтаксичних ідей О. О. Шахматова з урахуванням результатів наукових досліджень швейцарського стиліста Баллі, ця класифікація по суті започаткувала основи фразеології як лінгвістичної дисципліни [Виноградов 1977].

Термін «фразеологічна одиниця», введений саме В. В. Виноградовим, мав використовуватися для позначення тих сполук, які не утворюються в процесі мовлення, а відтворюються за традицією. Отже, відтворюваність, на думку В. В. Виноградова, є основною ознакою фразеологізму [Виноградов 1977].

Б. О. Ларін під фразеологічними одиницями розумів такі стійкі словосполуки, які характеризуються втратою первісних реалій і появою нового метафоричного значення [Ларін 1989].

«Фразеологічна одиниця, – зазначає О. М. Бабкін, – це така одиниця мови, якій властива цілісність, що виникає у результаті послаблення лексичного значення у слів її компонентів» [Бабкин 1990, с.189].

С. Г. Гаврін підкреслює: «Фразеологічна одиниця - це відтворювана загальноживана мовна одиниця, цілісна за своїм значенням і складена з двох і більше повнозначних слів» [Гаврин 1974].

«Фразеологічна одиниця, – на думку М. М. Шанського, – це відтворювана в готовому вигляді одиниця мови із двох і більше наголошуваних компонентів слівного характеру, фіксована (тобто постійна) за своїм значенням, складом і структурою» [Шанский 1996, с. 80-81].

В. П. Жуков фразеологізмом називає «стійку, нарізно оформлену відтворювану одиницю мови, наділену цілісним (або рідше, частково цілісним) значенням і здатну сполучатися з іншими словами» [Жуков 2006, с. 408].

На своєрідність характеру фразеологізмів як ідіоматичних словосполук, які за своїм змістом є цілісні і не можуть бути передані іншими мовами без заміни схожого стилістичного забарвлення, вказував Л. А. Булаховський [Булаховський 1978].

Л. І. Ройзензон фразеологізми називав стійкими словесними комплексами (*тут і далі - ССК*): «Усі стійкі словесні комплекси характеризуються тим, що вони існують у мові як готові одиниці, здатні творити мовлення як його будівельний матеріал: тільки ця риса об'єднує всі без винятку одиниці, що входять до фонду ССК мови» [Ройзензон 1964, с. 140].

Дещо інші ознаки фразеологічних одиниць подає В. М. Мокієнко. Він пише: «фразеологізми визначаються трьома постійними для стійких сполук характеристиками: роздільною оформленістю, відносною стійкістю (відтворюваністю в готовому вигляді) і експресивністю» [Мокієнко 1989, с. 2]. Виділяючи ці характеристики як основні ознаки фразеологізму, дослідник відзначає, що перші дві з них є властиві мові, а третя – мовленню, що саме

аналізом взаємодії кожної із зазначених характеристик можна виявити суперечливу суть фразеологічного сполучення і обмежити обсяг фразеології.

Отже, наведені та інші існуючі в мовознавстві визначення фразеологічних одиниць свідчать про те, що ученими виділяються різні їх ознаки, серед яких, зокрема, можна назвати:

1) семантична цілісність або семантична неподільність (В. В. Виноградов, В. Л. Архангельський, В. П. Жуков, М. М. Шанський, Л. А. Булаховський);

2) метафоричність (Б. О. Ларін, О. В. Кунін, В. П. Жуков, О. М. Бабкін);

3) нарізнооформленість (В. П. Жуков, М. М. Шанський, С. Г. Гаврін);

4) відтворюваність (В. В. Виноградов, В. Л. Архангельський, М. М. Шанський, С. Г. Гаврін, В. П. Жуков);

5) наявність не менше двох повнозначних слів (С. Г. Гаврін, М. М. Шанський);

6) неперекладність іншими мовами (Л. А. Булаховський).

ФО мови можуть вивчатися у різних аспектах, але вихідними, визначальними завжди будуть ті, які сприятимуть розкриттю основних ознак, що робить фразеологізм фразеологізмом, що виділяє його в окрему одиницю мови.

1.1.2 Термін «паремія», її статус та місце в структурі мови. Оскільки відтворюваність властива не лише стійким словосполученням але й цілим реченням (прислів'ям, приказкам, афоризмам), то виникла розбіжність у поглядах мовознавців як на предмет фразеології, так і на її обсяг [Авксентьєв 1988].

Деякі науковці вважають, що до складу фразеологізмів належать терміни [Виноградов 1971], крилаті вирази, цитати, кліше та інше, що викликає великі сумніви у багатьох інших лінгвістів [Кунін 1996].

Суперечливим є також питання про включення у склад фразеології прислів'їв та приказок. Деякі науковці (В. В. Виноградов, О. В. Кунін та

інші) вважають їх одиницями, що належать фразеологічному фонду. Багато науковців не включають їх у склад ФО [Амосова 1963], [Жуков 1978], [Молотков 1977], а співвідносять їх до розділу пареміології [Телия 1996].

Вважаючи паремії фразеологічними одиницями, прибічники фразеологічно орієнтованого підходу наголошують, що прислів'я та приказки слід відносити до фразеологічного фонду мови, оскільки вони характеризуються такими ознаками фразеологічних одиниць, як семантична цілісність, сталість граматичної структури, образність, відтворюваність.

Паремії часто називають народними афоризмами, хоча між цими одиницями є певні відмінності. Паремія є продуктом уснопоетичної творчості народу, у той час як афоризм має літературне походження. Час появи паремій здебільшого не визнаний, авторський афоризм збігається з датою появи літературного джерела. Прислів'я чи приказка є розмовною одиницею, в афоризмах спостерігається, так звана, «книжна мова». На відміну від приказок, афоризми не носять повчальний характер. Необхідно зазначити, що будь-яке прислів'я чи приказка є первісно витвором однієї людини, який згодом може стати надбанням багатьох.

Кожен вислів, перш ніж стати прислів'ям чи приказкою, повинен втратити свого індивідуального автора та стати широкоживаним завдяки своєму постійному використанні у мовленні багатьох людей. У зв'язку з цим ці одиниці є важливим мовним матеріалом для розуміння особливостей світобачення та світосприйняття певної нації або народу. Вони несуть на собі відбиток історичного досвіду спілкування представників певної лінгвокультури і пізнання ними навколишньої дійсності.

Прислів'я виконують певну регулятивну функцію, встановлюють правила та моделі поведінки, та незважаючи на те, що вони не є непохитними та неухильними, відображають соціально визнані норми та звичаї людських колективів та людства у цілому. Зорієнтовані своїм змістом здебільшого на людину, прислів'я вказують на її риси характеру, вчинки, взаємовідносини у родині, колективі, суспільстві.

І. О. Волошкіна вважає прислів'я короткими фольклорними текстами, що відрізняються сталістю словникового складу та граматичної структури. У контексті вони повністю зберігають свою граматично та семантично незалежну єдність [Волошкіна 2011].

Специфічність цих мовних одиниць простежується в таких характеристиках:

1) прислів'я відбиває правдиві явища (*no man is born wise or learned* – мудрим ніхто не народився);

2) прислів'я – скарбниця мудрості народу (*old people speake truth* – люди похилого віку говорять істину);

3) прислів'ю характерні художня яскравість, організованість, влучність, майже обов'язково вони містять гумор, несподіване порівняння, ритмічний початок (*wealth begins with a wife* – аби бути багатим треба бути жонатим);

4) стислість, лаконічність прислів'я (*might is right* – де сила, там і закон);

5) прислів'я зазвичай складаються з двох частин: загального судження і застосування, тлумачення, повчання (*a man is known by the company he keeps* – скажи мені, хто твій друг і я скажу, хто ти) [Волошкіна 2011, с. 216].

Особливістю прислів'їв є їх образність, адже слова в них вживаються здебільшого в непрямому, переносному значенні, а також містять елемент порівняння. Саме образно-емоційне відображення навколишнього середовища знайшло свою реалізацію в структурних та семантичних рисах прислів'їв.

Основою багатьох із них постає певний образ, який створюється за допомогою різних тропів: епітетів, порівнянь, алегорій, метафор, персоніфікацій, гіпербол, літот, метонімії, синекдох, протиставлень, уособлень. За структурними ознаками прислів'я традиційно відносяться дослідниками до текстів малих форм фольклору, які також називають малими жанрами афористичного фольклору [Антрушина 1999; Южченко 1988].

Типовою ознакою прислів'їв є й те, що їхня синтаксична структура побудована за моделями простого або складного речення. Двоскладні речення-прислів'я утворюють найбільшу групу паремійних одиниць [Волошкина 2011].

Прислів'я актуалізуються як розповідні чи спонукальні типи висловлювань у стверджувальній або заперечній формі. Саме тому прислів'я в основному є розповідними, зокрема: *careless shepherds make many a feast for the wolf* – «у недбалого пастуха вовки завжди ситі».

Незначною кількістю представлені також спонукальні та питальні прислів'я, наприклад: *choose a book as you choose a friend* – «вибирай книжку, як вибираєш друга»; *what can you get (have) of the cat but her skin?* – «з поганої вівці хоч вовни жмут».

Прислів'я та приказки відрізняються одне від одного не тільки за структурою та семантикою, але й за комунікативним призначенням.

Прислів'я є поетично оформленими афоризмами, засобами виразу завершеної думки, наприклад: *a good name is better than riches* – «добре ім'я краще багатства», *none but the brave deserve the fair* – «чия відвага, того й перемога; сміливого чорти бояться»; *diligence is the mother of good luck (success)* – «терпінням і працею всього добудеш».

Вони завжди мають дидактичну настанову. В якості дидактичних одиниць прислів'я виступають засобами попередження, узагальнення народного досвіду, висміювання, надання порад, навчання мудрості [Коцюба 2010].

Приказки є компонентами судження, мовленнєвими зворотами, висловами, ходовими виразами із буквальним значенням, представленими здебільшого номінативними конструкціями. Приказки наближаються до ідіом та не мають яскраво вираженого дидактичного навантаження, зокрема: *the world is a small place* – «світ тісний»; *that's another pair of shoes* – «це зовсім інша справа»; *more power to your elbow* – «бажаю вдачі»; *does your mother know you are out?* – «в тебе молоко на губах не обсохло».

На основі частиномовних характеристиках І. В. Корунець розрізняв субстантивні, адverbіальні та дієслівні фразеологічні одиниці англійської мови [Корунець 2003, с. 48-50].

Поділяючи її фразеологізми на класи, підкласи, розряди, О. В. Кунін запропонував їх структурно-семантичну класифікацію:

- а) номінативні (наприклад, *swan-song* – «лебедина пісня»);
- б) номінативно-комунікативні (наприклад, *to keep one's wicket up* – «відстоювати свої інтереси»);
- в) вигуківі та модальні (наприклад, *Good luck!* – «В добрий час!»);
- г) комунікативні фразеологічні одиниці (наприклад, *if you run after two hares, you will catch neither* – «за двома зайцями поженешся, жодного не впіймаєш») [Кунін 1964, с. 243-246].

Стосовно статусу та місця паремій у структурі мови серед учених тех досі немає одностайності.

В. В. Виноградов та І. В. Арнольд схиляються до думки, що паремії вводяться в мовленнєвий оббіг готовими, а їхнє значення є переносним [Виноградов 1986; Арнольд 1973].

Н. М. Амосова вважає, що доти, поки фразеологічні одиниці не стануть частинами інших речень, було б помилкою включати їх у систему мови, оскільки вони є окремими одиницями спілкування [Амосова 1963].

У своєму дослідженні М. М. Пазяк зазначає, що «термін «паремія» здебільшого вживається для визначення родового поняття жанру поряд з термінами «прислів'я», «приказка», «побажання», «каламбур», «вітання», «валеризм», «загадка» та ін., хоча не рідко обидва терміни змішуються і вживаються як синоніми» [Пазяк 1984].

В. М. Телія вважає паремії «потужним джерелом інтерпретації, тому що вони є за традицією передаваною від покоління до покоління мовою століттями сформованої культури, яка в сентенсійній формі відображає всі категорії й установки життєвої філософії народу – носія мови» [Телія 1996].

Авторка слушно зауважує, що мова: «не лише відтворює дійсність у наївній картині світу і відображає ставлення до її фрагментів з позицій цінносної картини світу, а й транслює від покоління до покоління культурно-каціональні установки і традиції народу» [Телия 1996].

Немає одностайної думки стосовно і самого поняття «паремія». У великому тлумачному словнику сучасної української мови мови читаємо: «до класу паремій належать прислів'я і приказки (вони становлять основну масу – до трьох чвертей усього паремійного фонду), примовки, загадки, прикмети, «ділові» вислови, повір'я, «віщі» сни, ворожби, задачі, головоломки, скоромовки, пустомовки, замовляння, небилиці, нісенітниці, одномоментні анекдоти, казкові формули тощо» [Великий тлумачний словник сучасної української мови 2005].

Своє виражене слово в цьому контексті висловив А. Жуков: «пареміологічний матеріал завдяки своєму обширу, значній яскравості і об'єктивній складності притостоїть спробам дослідників перевірити алгеброю гармонію та впорядкувати його у вигляді чітких типологій, відносно несуперечливих класифікацій і зовнішньо естетичних схем. І це зрозуміло, оскільки паремія, як і будь-який інший знак, живе повноцінним життям тільки в тексті або мовленнєвій ситуації. Сказане повною мірою стосується прислів'їв і приказок, що є традиційним, хоча і дещо примхливим, об'єктом типологічних устремлінь учених» [Жуков 2011].

Як невід'ємний компонент духовної культури прислів'я і приказки вражають близькістю життєвих поглядів, точності, влучності, проникливості та мудрості виразів.

Паремії – це мовне явище, яке віддзеркалює усі когнітивні процеси в системі мови. Вони мають зв'язок із досвідом та пізнавальною активністю особистості та виконують повчальну функцію.

1.2 Методи вивчення фразеологічних та паремійних одиниць в лінгвістиці

1.2.1 Фразеологічні і паремійні одиниці та основні методи їх дослідження. Фразеологізм – це поняття, яке набагато важче пояснити, ніж слово. Особливості фразеологізмів потребують особливих методів вивчення. Метод вивчення фразеологічних одиниць (*тут і далі - ФО*) вперше запропонувала Н. М. Амосова. Вона розробила контекстологічний метод вивчення фразеологізмів [Амосова 1963].

Основні його принципи повинні лягти в основу будь-якого методу вивчення фразеології: вивчення фразеологічних одиниць в умовах їхнього вживання у реченні, вивчення контекстуальної взаємодії слів, а також врахування специфіки мови.

Наступний метод вивчення ФО – варіаційний, який був запропонований В. Л. Архангельським [Архангельский 1964].

Особливостями цього методу є:

- 1) підхід до фразеології як до системи та вивчення реальних варіацій ФО;
- 2) комплексне вивчення особливостей компонентів ФО, виділення фразеологічного рівня мовної структури;
- 3) виділення фразеологічного значення як особливої лінгвістичної категорії.

Необхідно зазначити, що саме варіаційний метод має найбільше характерних особливостей. В. Л. Архангельський основне значення приділяв класифікації фразеологізмів і їх структурі зокрема [Архангельский 1964].

Комплективний метод дослідження фразеології, розроблений С. Г. Гавріним. Згідно з цим методом виділяють три типи спеціалізованих комплікативів, або сполучення слів:

- експресивно-образні;

- еліптичні;
- гносеологічні (афоризми, складні терміни) [Гаврін 1974].

С. Г. Гаврін виділяє також змішані типи комплективів, які за своїми ознаками не відповідають жодному із трьох зазначених груп. Наприклад: *like father like son* – «яблуко від яблуні недалеко падає» [Гаврін 1974].

В основу комплективного методу покладені наступні принципи:

- 1) специфіка фразеологічних одиниць розкривається шляхом виявлення їх основної функції;
- 2) комплективні фразеологічні якості мовних одиниць знаходяться в певних систематичних відношеннях, що є основою принципу системного опису фразеології.

Метод фразеологічної ідентифікації був вперше запропонований у 1964 році. Він служить для виявлення фразеологічності того чи іншого сполучення слів та приналежністю його до ідіомів. Цей метод оснований на різних типах фразеологічних значень, співвідношенні елементів до всієї структури, а також допомагає виділяти фразеологізми серед складних слів та словосполучень.

В ідіомах семантична стійкість виражається в повному або частковому переосмисленні. Наприклад: *by leaps and bounds* – «дуже швидко». Ні слово *leap*, ні слово *bound* не можуть входити до складу дефініцій і нарізно мають зовсім різні значення, не пов'язані із фразеологічним: *leap* – «стрибок, скачок», *bound* – межа, рубіж зона. Але *to eat like a horse* – «дуже багато їсти» [Kunin 2005].

Наступний метод – це метод фразеологічного опису, який служить для виділення різних типів фразеологізмів. Класифікація типів фразеологічного значення основана на різних видах переосмислення з урахуванням структур. Прикладом цього методу можна навести такі ФО: *pleased as a dog with two tails* – «дуже задоволений»; *drunk as a boiled owl* – «п'яний, як чіп» [Morgan G. 1993, p. 1 - 17].

Відомо, що фразеологізм є одиницею мови. ФО фіксуються як у словниках загального типу, так і в фразеологічних словниках та довідниках. Отже, існують певні методи вивчення фразеологічних одиниць, тому їх потрібно знати і правильно застосовувати на практиці, тому що кожен метод має свої характерні особливості. Вони основані на різних типах фразеологічних значень. Вищезазначені методи вивчення фразеологічних одиниць мають свою специфіку та структуру, тому дуже важливо їх правильно застосовувати та розрізняти один від одного.

1.2.2 Когнітивний підхід у вивченні фразеологічних одиниць та паремій. В аспекті когнітивної парадигми вивчення мовних одиниць пов'язано з безпосереднім їх аналізом як засобів репрезентації ментальних механізмів. До характерних ознак вербального вираження світу належить зберігання та відтворення відомостей про дійсність із урахуванням специфіки етносвідомості. Важливе місце у вказаній тенденції займають дослідження фразеологічних одиниць, що виступають засобами відображення особливостей сприйняття образу світу народом відповідно до його системи цінностей, в основі якої перебуває національна культура. У когнітивній парадигмі фразеологізм розуміють як мікротекст, структуризація якого відбувається під час інтерпретації його семантичної інформації носієм мови у просторі культурного знання [Ковшова 1996. – 244 с].

За визначенням О. Левченко, фразеологічна репрезентація світу відрізняється від лексичної більшою архаїчністю, міфологізованістю, а фразеологічні одиниці мають більший обсяг та інший характер інформації, ніж одиниці лексичного рівня [Левченко 2002, с. 307–315.]. В усталених зворотах збережено різні знання, актуалізовані суб'єктом під час їх безпосереднього використання у процесі мовлення.

Когнітивні механізми формування фразеологічного знання мають певну мовленнєво-мисленнєву специфіку, що відрізняє їх від процесів

формування смислів, утворюваних за допомогою знакової прямої номінації.. Усталені звороти в мовній свідомості презентують вербалізований продукт вторинного відображення картини світу.

За визначенням О. Селіванової, «фразеологічна номінація отримала новий дослідницький вектор – аналіз та моделювання психоментального підґрунтя вибору тієї чи іншої зовнішньої форми з огляду на культуру народу, структуру етносвідомості та їхню еволюцію» [Селіванова 2004, с. 9].

Вивчення усталених зворотів у когнітивній парадигмі засвідчує прагнення науковців опанувати нові методи опису фразеологічної мови, що зупиняють увагу на проблемах співвідношення об'єктивного і суб'єктивного факторів у семантиці фразеологізмів, їх пристосованості до включення в когнітивні процедури [Латыпова 2002, с.18].

Становлення сучасного підходу до з'ясування специфіки ідіоматичних зворотів зумовлює пошуки їх визначення як мовних явищ. У лінгвістиці існують різні дефініції цього поняття, в основі кожної з яких лежить певний критерій тлумачення. За визначенням М. Алефіренка, фразема становить основний лінгвокогнітивний знак, що фіксує, змінює та зберігає у прихованому виді результати апперцепції – форми «переходу» старого досвіду (знання) до нового [Алефіренко 1987, с. 51].

У науковій парадигмі, пов'язаній з когнітивно-інтерпретаційним моделюванням, фразеологізми розглядають як своєрідні мікротексти, до номінативної основи яких, на думку Н. Телії, належать при їх концептуалізації всі типи інформації, характерної для відображення певної ситуації [Телія 1996]. Ці мовні одиниці, зберігаючи факти про навколишню дійсність, експлікують оцінні та емотивні відношення суб'єкта до позначуваного об'єкта, а також культурно-національне сприйняття світу певним мовним колективом.

Дослідники усталених зворотів підкреслюють, що, виражаючи абстрактне через конкретне, відокремлене чуттєво та наочно, фразеологізми

стають своєрідною формою рефлексії позамовної дійсності, яскравою частиною образно-номінативної картини світу [Бакай 2000, с. 4].

Із точки зору самотності фразеологія як мовна підсистема займає позицію найбільш образної, у якій відбито різні форми мислення, пізнавальні процеси, уявлення людей про навколишній світ. Фразеологічні одиниці представляють різноплановий матеріал для вивчення складних процесів когнітивної обробки інформації свідомістю носіїв мови.

У семантиці фразеологічних зворотів реалізовано мовну свідомість особистості, її суб'єктивне сприйняття дійсності. У зв'язку зі специфікою пізнання світу носіями культури значення сталих виразів існує для суб'єкта в подвійному вигляді. М. Алефіренко пояснює таку рису тим, що «з одного боку, це об'єкт мовної свідомості, з іншого – спосіб та механізм усвідомлення» [Алефіренко 1987, с 18].

Шляхом звернення до когнітивних категорій, за Н. Бабенко, можна проникнути в ментальні структури знання та когнітивні механізми, приховані за дискретними мовними одиницями. При цьому саме ідіоматика в силу своїх специфічних властивостей виявляється ідеальним об'єктом для вивчення складних процесів когнітивної обробки мовної матерії у свідомості людини. [Бабенко 2000, с. 156].

Ідіоматичні звороти репрезентують уявлення не лише про те, що відбувається у внутрішньому світі особистості, а також про її сприйняття об'єкта дійсності, фіксуючи при цьому модальність та даючи оцінку певному психологічному стану мовця. У семантиці фразеологізмів закладено емотивно-оцінне ставлення суб'єкта до реальності. Провідну роль у процесі вибору та творення мовних одиниць призначено людині, від якої залежить використання фразеологічного знаку у відповідному контексті. Урахування ситуації, раціональної та емоційної оцінки дійсності дає можливість виділити імпліцитну інформацію висловлювання, декодувати значення стійких словосполучень. У творенні фразеологізмів відбито реакцію на події чи явища дійсності, що свідчить про вплив на їх формування та функціонування

екстралінгвістичних факторів. У зв'язку з цим усталені звороти побудовано на образному переосмисленні національно-специфічних ситуацій, побуту та вірувань певного народу.

Із позицій когнітивного підходу фразеологізми виступають мінімальною за обсягом смисловою та граматичною єдністю, що структурується під час пояснення носіями мови різної інформації, закладеної в основу усталених зворотів. У визначеній парадигмі дослідження виділено типи когнітивних процедур, що збігаються з макрокомпонентами значення фразеологічних одиниць, до яких належить обробка інформації денотативного, оцінного, мотиваційного, емотивного та стильового характеру [Ковшова 1996].

Наявність таких схожих ознак зумовлена специфікою семантики усталених зворотів. Основну властивість фразеологізмів складає образність та місткість значення, унаслідок чого вони, на думку Я. Барана, не просто називають поняття, виражають предметно-логічне значення, а доповнюють його відповідною характеристикою предметів, процесів, явищ, яка далеко не завжди міститься в семантиці окремого слова [Баран 1998].

У структурі значення фразеологічних одиниць виділяють сигніфікативний, денотативний, та конотавний компоненти. Питання про співвідношення цих складових у семантиці фразеологізмів дає можливість в аспекті когнітивної парадигми досліджувати актуальну проблему взаємодії концепту і значення, встановлювати між ними зв'язки з урахуванням когнітивної діяльності людини.

Таким чином, у сучасному мовознавстві дослідження фразеологічних одиниць в аспекті когнітивної парадигми пов'язані з особливостями їх значення. Усталені звороти, в образному змісті яких втілено етнічне світобачення, виконують основну роль у процесі трансляції культурно-національної свідомості народу і його ідентифікації. Співвіднесення такого образного змісту фразеологізмів із концептами та еталонами національного менталітету та їх інтерпретація в просторі матеріальних, соціальних та

духовних принципів декодує культурний зміст самого образу. Когнітивний підхід дає можливість шляхом вивчення семантики ідіоматичних зворотів виділити специфічні риси ментальності народу. При цьому кожний підхід залучає до аналізу такий термін як концепт, розуміння якого ми розглянемо у наступному підрозділі роботи.

1.3 Концепт як ментальне утворення та підходи до його аналізу

1.3.1 Розуміння терміну «концепт». Починаючи із 50-х років ХХ ст. і до цього часу когнітивна лінгвістика не сходить з арени лінгвістичних досліджень. У центрі її дослідження знаходиться антропоцентрична парадигма. Філософська антропологія – це історично локальна дисципліна. Її суть полягає у фіксації ситуації, коли людина за М. Шелером дійсно «стає проблематичною для себе» [Шелер 1994].

Антропоцентричний підхід до мовних явищ став провідним і для сучасної лінгвістики. Наукою, яка займається вивченням процесів отримання, відображення та зберігання знань у мовних формах, є когнітивна лінгвістика. Мова нерозривно пов'язана з мисленням, культурою індивіда чи етноса, світоглядом, творцем якої є людина, тому і виникла необхідність розглядати мову з точки зору її участі в пізнавальній діяльності людини (Н. Арутюнова, А. Вежбицька, С. Воркачов, І. Голубовська, В. Карасик, Ю. Степанов).

У центрі уваги сучасних досліджень перебуває вербальний образ світу, сформований у свідомості носіїв певної мови, а культурологічна орієнтація стає провідним напрямом праць із когнітивної семантики (Є. Лащук, О. М. Бартмінський, В. Красних, О. Левченко, В. Маслова, І. Ольшанський, О. Опаріна, В. Телія, М. Фабіан) [цит. за Лащук 2011 с. 64-65].

Ключовим терміном когнітивної лінгвістики виступає концепт. Поняття «концепт» характеризується неоднозначністю та суперечливістю. Зокрема, на

думку О. Лаврової, він виступає основним семантичним поняттям когнітивної лінгвістики [Лаврова 2008].

Як вважає А. Приходько, концепт виступає також основною одиницею концептології і лінгвокультурології [Приходько 2008]. Проблема співвідношення слова і концепту залишається одним із центральних теоретичних завдань когнітивної лінгвістики.

У конкурентній боротьбі в лінгвістичній літературі з початку 90-х років минулого століття зіткнулися терміни «концепт» (Арутюнова Н. Д., Ліхачов Д. С., Степанов Ю. С., Ляпін С. Х., Нерознак В. П. та ін.), «лінгвокультурема» (Воробйов В. В.), «міфологема» (Ляхтеєв М., Базильов В. М.), «логоепістема» (Верещагін Є. М., Костомаров В. Г., Бурвікова Н. Д.), проте на сьогоднішній день стає очевидним, що найбільш життєздатним виявився «концепт», який за частотою вживання значно випередив усі інші протермінологічні новоутворення [цит. за: Воркачев 2003, с. 5].

Поняття концепту прийшло із філософії та логіки. Тракткування терміну «концепт» базується в основному на семантиці латинського *conceptus*:

- 1) «збирати, вбирати у себе»;
- 2) «уявляти»;
- 3) «написати, сформулювати»;
- 4) «формувати»;
- 5) «походити, з'являється, виникати» [Дворецкий 1976].

Наведені значення можна звести до узагальненого: «сформульований як збірний, який містить у собі та який є їх початком».

Останні десятиліття поняття концепту переживає період актуалізації та переосмислення. Цей термін ще й досі не має єдиного визначення, хоча й міцно закріпився у сучасній лінгвістиці. Наведемо різні тлумачення поняття «концепт».

Виникнення терміну «концепт» пов'язують з ім'ям релігійного філософа С. А. Аскольдова, який в 1928 році запропонував по-новому поглянути на співвідношення термінів «поняття», «слово» і філософський за походженням «концепт».

Із погляду сучасної науки, теорія Аскольдова А. С. відображає майбутній психолінгвістичний підхід, що добре експлікується в самому визначенні концепту як мисленнєвого утворення, яке заміщує нам в процесі мислення велику кількість предметів одного і того ж роду» [Аскольдов (Алексеев) 1997, с.269].

При цьому вчений пропонує розрізняти концепти пізнавальні («сукупність складних мисленнєвих конкретностей») і художні («поєднання понять, уявлень, відчуттів, емоцій, вольових проявів»), основною відмінністю яких є «далека від логіки і реальної прагматики художня асоціативність» [Аскольдов (Алексеев) 1997, с.275].

Це пояснюється тим, що людина просто не встигає досягнути значення з усією його складністю, інколи по-своєму його інтерпретуючи [Аскольдов (Алексеев) 1997].

Ліхачов Д. С. вважає, що концепт існує не для самого слова, а для кожного (словникового) значення слова окремо, і розуміє концепт «алгебраїчним» вираженням значення, яким ми оперуємо в письмовій чи усній мові.

За Ліхачовим Д. С. концепти – це деякі значення, приховані в тексті «замінники», деякі «потенції» значень, які полегшують спілкування і тісно пов'язані з людиною та її національним, культурним, професійним, віковим та іншим досвідом [Лихачёв 1993].

С. Г. Воркачов вважає, що концепт «культурно забарвлений вербалізований смисл, представлений у плані вираження цілим рядом своїх мовних реалізацій, що утворюють відповідну лексико-семантичну парадигму» [Воркачев 2001, с 48].

Р. М. Фрумкіна визначає концепт як вербалізоване поняття, відрефлектоване у категоріях культури [Фрумкіна 1995].

На думку А. Вежбицької, концепт є «об'єкт із світу «Ідеальне», який має ім'я та відображає певні культурно-обумовлені уявлення людини про світ «Дійсність» [Фрумкіна 1995, с. 90].

Багатство мови визначається не тільки багатством «словникового запасу» і граматичними можливостями, але й багатством концептуального світу, концептуальної сфери, носіями якої є мова людини і її нації.

В. М. Телія вважає, що концепт – це продукт людської думки і є явищем ідеальним, а тому притаманне людській свідомості взагалі, а не лише тільки мовній. Концепт – це конструкт, він не відновлюється, а «реконструюється» через своє мовне вираження і позамовне знання [Телія 1996].

В. М. Телія відмічає структурно-функціональну схожість мови та культури: мова і культура взаємовідображаються і не існують без спільного діалогу; мова і культура мають індивідуальні та соціалізовані форми існування; і мові, і культурі властиві інформативність, історизм, нормативність, здатність бути носієм менталітету етносу [Телія 1996, с. 225 - 226].

Концепт являє собою семантичну категорію найвищого ступеня абстракції, який містить у собі значення конкретизації загальної семантики. Окрім того, В. М. Телія підкреслює, що концепту онтологічно передують категоризація, яка створює типовий образ і його прототип.

Зважаючи на різноманітність тлумачень концепту, В. І. Карасик та Г. Г. Слишкін чітко виокремлюють параметри відношень концепту до мови, культури і свідомості мовця; свідомість – місце перебування концепту; концепт – ментальна проекція елементів культури; мова й мовлення – сфери, у яких опредметнюється концепт [Карасик 2001, с. 76]. Сам В. І. Карасик характеризує концепти як «ментальні утворення, які являють собою збережені в пам'яті людини значущі усвідомлені типізовані фрагменти

досвіду», «багатомірне ментальне утворення, у складі якого виділяються образно-перцептивна, понятійна та ціннісна сторони», «фрагмент життєвого досвіду людини» [Карасик 2001], [Слишкін 2004].

Ю. Степанов вважає, що концепт – «це нібито згусток культури у свідомості людини; те, у вигляді чого культура входить у ментальний світ людини. І, з іншого боку, концепт – це те, через посередництво чого людина – рядова, звичайна людина, не «творець культурних цінностей» – сама входить у культуру, а в деяких випадках і впливає на неї» [Степанов, с. 29].

Для М. Шварц «концепт» – це елементарна ментально організована одиниця, що «виконує функцію зберігання знань про світ в абстрактному форматі» [Schwarz 1996, с. 55].

О. Селіванова зазначає, що цим терміном називають інформаційну структуру свідомості, різносубстратну, певним чином організовану одиницю пам'яті, яка вміщує «сукупність знань про об'єкт пізнання, вербальних і невербальних, набутих шляхом взаємодії п'яти психічних функцій свідомості й позасвідомого» [Селіванова 2006, с. 256].

О. Бондаренко вважає, що концепт – це сукупність знань, інформації про певну матеріальну чи ідеальну субстанцію; він виступає основною одиницею наївної картини світу, що відбивається національною повсякденною свідомістю [Бондаренко 2003, с.42].

Прихильники когнітивного підходу розглядають концепт як явище ментального характеру.

М. М. Полюжин вважає, що концепт є сукупним, категоризуючим знанням про дійсність, про її елементи й перспективи [Полюжин 2004, с. 35].

А. Приходько наводить різні дефініційні моделі (*тут і далі - ДМ*), що застосовуються до наукового тлумачення терміна «концепт». Це, зокрема, такі:

а) «концепт – епістемічне утворення». В її основі лежить усвідомлення інформаційних джерел людських знань і досвіду, що постають як синтез логічних, гносеологічних і когнітивних аспектів діяльності;

б) «концепт – (психо)ментальне утворення». Ця ДМ базується на розумінні концепту як продукту людської свідомості, яка є вищою формою відображення дійсності психікою людини;

в) «концепт – (етно)культурне утворення». Таке уявлення про концепт постало на основі усвідомлення ролі етнокультури в житті соціального колективу; воно відбиває уявлення про концепт як про точку перетину світу культури і світу індивідуальних смислів;

г) «концепт – (прагма) регулятивне утворення». В цій ДМ реалізується інтенціональний характер дискурсивного використання ментальних сутностей: мова йде про їх здатність до регуляції і спрямування комунікативної поведінки, визначення етноспецифічних норм, стратегій та стереотипів спілкування;

г) «концепт – аксіологічне утворення». Базою для виникнення цієї ДМ став феномен «духовна цінність», який формується оцінними уявленнями членів соціуму про морально-етичні категоріальні константи (добро / зло, правда / кривда, любов / ненависть, краса / потворність, справедливість / несправедливість тощо) [Приходько 2008 с. 46-48].

На думку В. А. Маслової, у сучасній лінгвістичній науці існує три підходи до визначення концепту:

- 1) культурологічний, тобто вся культура розуміється як сукупність концептів та відношень між ними. Відповідно, концепт – це основний осередок культури в ментальному світі людини (Ю. С. Степанов, В. М. Телія);
- 2) семантичний, коли семантика мовного знаку представляється єдиним засобом формування змісту концепту (Н. Д. Арутюнова, Т. В. Булигіна, Н. Д. Шмельова та ін.);
- 3) лінгвокультурологічний, де вважається, що концепт не безпосередньо виникає зі значення слова, а є результатом зіткнення значення з особистим та народним досвідом людини, тобто концепт

є посередником між словами та дійсністю (Д. С. Ліхачов, О. С. Кубрякова).

Отже, концепт –це семантичне утворення, відмічене лінгвокультурною специфікою і яке тим чи іншим способом характеризує носіїв певної етнокультури. Але в той же час це деякий квант знання, який відображає зміст усієї людської діяльності. Він оточений емоційним, експресивним, оціночним ореолом [Маслова 2007, с. 47].

Отже, термін «концепт» є, так би мовити, «парасольковим» (термін С. Г. Воркачова), він «покриває» предметні галузі декількох наукових напрямів, перед усім когнітивної психології та когнітивної лінгвістики, які займаються проблемами мислення та пізнання, зберігання і переробки інформації, а також лінгвокультурології [Воркачов 2001].

Різні визначення концепту дозволяють виокремити наступні інваріативні ознаки, які перечеислила Маслова В. А.:

- 1) це мінімальна одиниця людського досвіду в його ідеальному представленні, яка вербалізується за допомогою слова і має польову структуру;
- 2) це основні одиниці переробки, зберігання та передачі знань;
- 3) концепт має рухомі рамки і конкретні функції;
- 4) концепт соціальний, його асоціативне поле обумовлює його прагматику;
- 5) це основна комірка культури [Маслова 2007, с. 186].

Таким чином, у всіх вище поданих дефініціях підкреслено суб'єктивний характер концепту. Оцінний характер даного терміну виражається способами його вербалізації, адже, насамперед, саме через мовне оточення експлікується цінність того чи іншого феномену культури [Карасик 2001, с. 77].

З поняттям «концепт» тісно пов'язана категорія «концептосфери», яка складається з концептів як одиниць та відображає світорозуміння носія мови.

Поняття «концептосфери» пов'язують із пізнавальним потенціалом, запасом знань та навичок, культурним досвідом як окремої особистості, так і народу загалом. Мовна репрезентація концептосфери ґрунтується на національному культурно–історичному досвіді народу, є неповторною і своєрідною. У концепті поєднані, з одного боку, загальнолюдські (універсальні) закони буття, а з іншого, - як ці закони діють, вербалізуються в національній мові, специфічно функціонують в історії конкретного народу.

Варто констатувати, що концепт є результатом двох тенденцій: прагнення відобразити діалектичність світу, тобто відобразити світ таким, яким він є; і прагнення конструктивізувати світ з метою підпорядкування його волі і бажанню людини, тобто представити світ простішим, жорсткішим і детермінованим до такої міри, яка необхідна і достатня людині для вирішення практичних завдань.

Оскільки концепт як сукупність уявлень про зовнішні характеристики людини є культурно–специфічним, і як одне з завдань нашої роботи ми вбачаємо виявлення цієї специфіки, в цій роботі застосовуватимемо саме лінгво–культурологічний підхід до аналізу концепту, відповідно до якого він сприймається як культурно та аксіологічно навантаженим.

1.3.2 Концептуальні дослідження фразеологізмів та паремій. Дослідження фразеологізмів та паремій як засобу концептуалізації думки є складовою загальної теорії мовної концептуалізації світу, що розуміють як «процес когнітивної діяльності людини, внаслідок якого здобувається сукупність знань про світ, а також вербальні способи та механізми інтерпретації нових знань, отриманих у результаті мовної та мисленнєвої діяльності».

У паремійних (*тут і далі - ПО*) та фразеологічних одиницях (ФО) відображається розуміння людиною дійсності, формується концептуальний малюнок, який є основою людського світосприйняття.

Через фразеологічну репрезентацію простежується культурна значущість концепту.

Початок аналізу концептів, виражених фразеологізмами, був покладений російським науковцем А. Бабушкіним у праці «Типы концептов в лексико-фразеологической системе языка» [Бабушкін 1996].

Розглядаючи вербалізовані одиниці свідомості у вигляді специфічних характеристик основного змісту тих чи тих семем, він один із перших розмежував фразеологічні та лексичні концепти.

Номінативний, комунікативний, психокогнітивний, етнокультурний, лінгвокультурний, когнітивний, дискурсивний аспекти фразеологічної та паремійної обективації концептів висвітлено в дослідженнях таких зарубіжних і вітчизняних мовознавців, як О. Селіванова, О. Дуденко, О. Близнюк, А. Приходько, В. Ужченко, С. Денисенко, М. Алефіренко, Л. Золотих, І. Вражнова та ін. Велика кількість праць присвячена вивченню окремих концептів у фразеологічному та паремійному фонді мови (М. Скарб, Ж. Краснобаєва-Чорна, Т. Рудюк, Л. Басова, К. Волошина, Г. Малиновська, та ін.) [цит. за: Полиця 2013].

Когнітивна діяльність людини пов'язана зі «схоплюванням» та встановленням інформативно-ціннісного смислу у вербальному вираженні ментальних одиниць. ФО в межах когнітивної парадігми розглядають як «мовні інформативні знаки, як одиниці ментального лексикону, що зберігаються в пам'яті національного суспільства та виділяються у вигляді стійких неподільних назв, які відображають не лише культурний простір мови, а й когнітивне бачення світу носіями цієї мови» [Моисеева 2009, с. 6].

При сприйнятті чи відтворенні фразеологізмів та паремій носій мови «відшукує» у своїй свідомості той образ, який лежить в основі тієї чи іншої мовної одиниці і необхідний для декодування закладеної в ній інформації. Когнітивною основою формування значення фразеологічних та паремійних одениць є процеси образного мислення.

В основі когнітивного підходу в дослідженні фразеологічного рівня мови лежить розуміння фраземи як «засобу формування та вираження думки, асоціативно-сміслового зберігання в людській свідомості суб'єктивних уявлень про світ, засобу не лише обміну знаннями, але й їх інтелектуально-емоційної інтерпретації».

Пошук когнітивних моделей, що стоять за фразеологічними номінаціями концепту Л. Золотих пропонує здійснювати за допомогою структурно-семантичного моделювання, що передбачає вияв співвідношення і взаємодію семантики фразем з відформатованими у вигляді уявлень, образів, фреймів, знаннями, що лежать в її основі та контекстуального аналізу [Золотых 2008, с. 5].

О. Селіванова пропонує при аналізі ФО використовувати поняття мотивації як «лінгвопсихоментальну операцію вибора мотиватора із фрагмента знань про позначуване, кінцевим результатом якої є формування ономосіологічної структури похідного знака». На її думку, аналіз мотиваційних дає змогу виявити специфіку «народного світобачення», проникнути в образно-асоціативні механізми етносвідомості. [Селіванова 2004].

Оскільки концептуальний аналіз передбачає побудову «концептуальної моделі того інформаційного фрагмента, який фіксується знаком» [Золотых 2008; Осипова 2012] дослідження концептів, виражених фразеологізмами та пареміями, також передбачає побудову окремих фразеологічних та паремійних полів, опис фразеотворчих когнітивних моделей, які активуються у свідомості мовців при сприйнятті та відтворенні кожної фразеологічної та паремійної одиниці.

Висвітлюючи питання вивчення фразеологічних одиниць у когнітивному аспекті, мовознавці виділяють різні етапи та прийоми їх дослідження. Так, Д. Южченко у праці «Когнітивні аспекти вивчення фразеології в Україні» називає такі:

- 1) вибір стрижневого компонента та аналіз його фразеосполучуваності;
- 2) розгляд фразеологічного слова-компонента як концепту, як слова в сукупності його експліцитних та імпліцитних сем;
- 3) компонентний аналіз у визначенні напрямку становлення фраземи;
- 4) розуміння компонента-концепту як слова, у якому відбувається транспозиція диференційних й імпліцитних сем як активних об'єктів фразеотворення;
- 5) вільний асоціативний експеримент;
- 6) конструювання лексико-фразеологічного поля та концептосфери окремого ключового слова [Южченко 2008].

У дослідженні концептів, виражених фразеологічними одиницями, О. Осипова пропонує виділяти такі етапи:

- 1) аналіз фразеологічних номінацій концепту, що передбачає відбір фразеологічних одиниць, які репрезентують досліджуваний концепт, і визначення у подальшому його поняттєвих, асоціативно-образних та ціннісних складових;
- 2) інтерпретація фразеологічних номінацій концепту;
- 3) аналіз метафоричних номінацій та когнітивних метафор, що розкривають асоціативно - образний елемент структури концепту [цит. за: Попова 2007, с. 94].

На особливу увагу, на нашу думку, заслуговує методика аналізу фразеологізмів, апробована М. Абаєвою у дослідженні «Фразеологизмы со значением интеллектуальной деятельности с позиций когнитивной теории» (2008), у якій авторка врахувала і вдало поєднала основні вимоги та процедури власне мовного та когнітивного дослідження одиниць свідомості, виражених засобами вторинної номінації.

Когнітивно-номінативну парадигму фразеологізмів дослідниця пропонує аналізувати у два етапи: мовний (номінативний) і когнітивний.

Мовний етап поділено на лексичну та граматичну зони. Опис першої спирається на семантичний аналіз, за допомогою якого аналізується також ментальна сфера, об'єктивована у фразеологізмах (поділ ФО на семантичні групи та підгрупи). Друга описується через аналіз ФО з погляду морфологічного вираження головного слова.

Когнітивний етап дослідження відображає метафоричність людського мислення при вербалізації його фразеологізмами та базується на понятті концептуальної метафори. Вибір тієї чи тієї метафори з великої кількості інших регулюється культурними факторами, що дає змогу тлумачити метафору як код культури. Цей факт дозволив виділити шість основних моделей концептуальної метафори, які реалізуються в культурних кодах: соматична (тілесна), просторова, часова, предметна, біоморфна, духовна [Абаева 2008, с. 7-20].

Ізоморфність фразеологізмів та паремій як засобів вторинної номінації, що характеризуються відтворюваністю у практиці мовленнєвого спілкування за традицією, надслівністю, стійкістю структури та лексичного складу, семантичною цілісністю, нарізнооформленістю, експресивністю, дозволяє застосовувати описаний вище алгоритм дослідницьких процедур для аналізу обох типів вербалізаторів ментальних одиниць.

Проте когнітивно-орієнтований опис фразеологічної об'єктивації концептів не можна вважати повним без дослідження структурних особливостей ФО та ПО.

На підставі різних методик дослідження ментальних одиниць на мовному матеріалі запропоновано такі основні етапи когнітивно-орієнтованого опису фразеологічних та паремійних номінацій концепту:

- відбір на підставі номінативного і семантико-когнітивного критеріїв у фразеологічному та паремійному фонді мови тих одиниць, які входять до номінативного поля аналізованого концепту;

- формування фразеологічного (*тут і далі* - ФП) і паремійного полів (*тут і далі* - ПП); компонентний аналіз ФП і ПП, визначення на його основі когнітивних ознак та структури концептуального змісту;
- структурно - граматичний аналіз фразем і паремій; виділення когнітивних моделей фразеологічної та паремійної об'єктивації концепту.

Отже, основними прийомами когнітивно-орієнтованого опису паремійних та фразеологічних номінацій концепту є дослідження їх семантики і структурно-граматичних особливостей, аналіз концептуальних метафоричних моделей, що лежать в їх основі. Перспективним напрямком опрацювання зазначеної проблеми може бути комплексне дослідження фразеологічної та паремійної об'єктивації концептосфери внутрішнього світу людини в одній чи кількох мовах.х.

РОЗДІЛ 2
СЕМАНТИКО – КОГНІТИВНІ АСПЕКТИ ФРАЗЕОЛОГІЗАЦІЇ
ТА ПАРЕМІОЛОГІЗАЦІЇ ЗОВНІШНОСТІ ЛЮДИНИ В
АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

2.1 Етапи дослідження концептосфери ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ

Відповідно до поставлених у роботі завдань дослідження концептосфери ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ як складної системи концептів відбувалось у відповідності до наступних етапів.

Першим етапом аналізу був відбір методом суцільної вибірки фразеологічних та паремійних одиниць англійської мови, що застосовуються для вербалізації різних параметрів зовнішності людини, з лексикографічних джерел [Oxford Dictionary of English Idioms; Англо–русский

фразеологический словарь [Кунин 1984]; Англо–український фразеологічний словник [Баранцев 2005].

Ідентифікація мовних одиниць відбувалась відповідно до розуміння про зовнішність людини як таку, що не складається з окремих параметрів, а характеризується цілісністю, що дозволяє її розглядати як гештальт.

Відібрані за параметрами зовнішніх, вікових, національних та інших характеристик фразеологізми та паремії складають 564 одиниці.

Концептосфера ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ розуміється як феномен культури, невід’ємний атрибут буття людини, що складає її образ і належить до ядра національної культури, системи її цінностей.

Вивчення зовнішності людини ведеться від Арістотеля, засновника фізіогноміки, яка розуміється як мистецтво пізнання характеру людини та формування уявлення про неї за її зовнішнім виглядом. Ідеї фізіогноміки, а саме можливість вираження внутрішнього через зовнішнє, знайшли віддзеркалення в античній драмі, що використовувала маски. Театральна маска (грец. *prosopon*), що прикладається до обличчя, стала назвою архетипу Персона, який, згідно з К. Г. Юнгом, є соціальною роллю людини [Юнг, 1994].

Зовнішність є сукупністю трьох груп ознак, які доступні чуттєвому віддзеркаленню й виділяються під час візуального сприйняття людини. До першої групи належать анатомічні ознаки, які становлять фізичний аспект людини; до другої – функціональні (або динамічні), виражені мімікою, жестами, манерами, поставою, ходом тощо; а до третьої – соціальні ознаки, втілені в одязі, прикрасах, зачісках й супутніх аксесуарах [Бодалев 1982; Коротун 2002; Подковырин 2007; Попов 2002].

Концептосфера ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ є перцептивною, оскільки її зміст утворюють «наочні» перцептивні ознаки людини, що сприймаються сенсорно [Рахилина 2008]. Специфіка аналізу перцептивного концепту зумовлена суб’єктивністю сприйняття та інтерпретації зовнішності людини процесів, що відтворюють різний досвід суб’єктів сприйняття.

Суб'єктивність виражається в оцінних думках, в основі яких лежать цінності того, хто сприймає. Здатність зовнішності відображати цінність дозволяє виділити ціннісний компонент у структурі концепту, що вивчається, і розглядати його в межах лінгвокультурного підходу, згідно з яким центром концепту є цінність, яка розуміється як значущість певного об'єкта, на відміну від його онтологічних характеристик [Воркачев 2013; Карасик 2009; Слышкин 2004].

Грунтуючись на типології лінгвокультурних концептів залежно від конфігурації їх складових [Шевченко 2015], концепт ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ розглядається як синкретичний концепт, структуру якого становлять поняттєвий, ціннісний та образний компоненти в неподільній єдності. Про синкретичність структури концепту «зовнішність людини» свідчать дані компонентного аналізу імені концепту – лексеми *appearance*, яка має в своєму складі семи, що відповідають поняттю зовнішності, оцінці та перцептивному образу.

У процесі сприйняття зовнішність інтерпретується й отримує оцінку, яка відображає ціннісний аспект значення. Така специфіка концепту ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ дозволяє розглядати поняттєвий і ціннісний компоненти концепту у нерозривній єдності.

Концепт ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ, що тлумачиться як цілісний образ, об'єктивують десять лексем *appearance, aspect, air, exterior, form, guise, look, mien, presence, semblance*, що поєднані інтегральною семою «зовнішній вигляд».

Зовнішність як невід'ємний атрибут людини допомагає зрозуміти її індивідуальність. Дослідження зв'язку між зовнішніми ознаками людини і її психологічними характеристиками в історії розвитку знань здійснювалися за двома напрямками: перший – ставив своєю метою на основі зовнішніх ознак виявити психологічну сутність, другий – на основі внутрішніх властивостей виділити типи особистості, які відрізняються зовнішніми ознаками [цит. за: Валюкевич 2015].

Соціальна перцепція, фізіономіка, хіромантія, астрологія, графологія, антропологія, криміналістична габітологія – це галузі знань, які намагалися за зовнішніми ознаками тих або інших частин тіла, виразними рухами та іншими особливостями поведінки людини виявити її психологічну сутність.

Не залишають поза своєю увагою образ людини й лінгвісти та літературознавці. Досі одним із найбільш продуктивних засобів зображення й аналізу внутрішніх якостей головних героїв залишається їх портретна характеристика.

Другим етапом дослідження була їх систематизація за семантичним параметром, що дозволило виділити наступні складники концептосфери **ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ**, представлені низкою концептів, серед яких концепти **FACE**, **FIGURE**, **AGE**, **HIGHT**, **BEAUTY**, **CLOTHES** та інші:

1) **FACE** (до якого може належати опис обличчя загалом, а також окремих його частин (nose, eyes, mouth, lips, hair, brows, beard));

2) **FIGURE (BUILD)** (до яких відноситься узагальнене уявлення про гарну/погану статуру, струнку, товсту, худу людину);

3) **AGE** (до якого належать фразеологічні та паремійні одиниці про молоду/стару людину та людину у розквіті літ);

4) **HIGHT** (до якого ми відносимо опис високої та низької людини);

5) **BEAUTY** (до якого належить узагальнені вербалізовані уявлення про красиву/некрасиву людину);

6) **GENERAL OUTLOOKS** (фразеологізми та паремії на позначення загального вигляду людини);

7) **MOVEMENTS**;

8) **PHYSICAL STATE**;

9) **MOOD**.

Третім етапом дослідження був концептуальний аналіз відібраних одиниць, відповідно до якого виділені концепти, що є складниками концептосфери **ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ** розглядаються у співвіднесенні з іншими концептами, що складають картину світу носія англійської мови.

Четвертим етапом є інтерпретація отриманих результатів та виявлення тенденцій у фразеологізації та пареміологізації зовнішності людини.

2.2 Концептосфера ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ, її структура та вербалізація

В цьому підрозділі розглянемо специфіку вербалізації концептосфери ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ засобами англійських фразеології та паремій, що має складну структуру, адже і наше сприйняття людської зовнішності завжди є комплексним, складаючись із вражень стосовно вигляду та виразу обличчя, ходи людини, статури, її міміки та жестів, що спровокувало виділення кожного з названих аспектів у окремі концепти, або навіть макроконцепти, адже кожен з них також формується із складових.

2.2.1 Макроконцепт FACE. Кожен раз, стикаючись з незнайомою людиною, ми намагаємося зрозуміти, що вона собою представляє, яка вона, чи подобається вона нам чи ні, яка перспектива контактів з нею, ким вона може для нас стати – другом чи недругом. Щоб отримати правильну і остаточну відповідь, потрібне тривале спілкування з людиною. Тим часом, вже з моменту вступу в контакт з незнайомцем, ми досить швидко визначаємо своє ставлення до нього – симпатію, антипатію чи байдужість.

Зовнішність людини – зорово-сприйманий об'єкт, ознаки якого сприяють завданню ідентифікації його з іншими людьми і одночасно виявлення особливостей, що відрізняють від них. Психологами доведено, що перше враження про людину складається протягом 30 секунд. Оцінка зовнішності людини може істотно змінюватися. Форми – це завжди яскраві,

образні вирази. Вони є важливим експресивним засобом мови, а також засобом характеротворення людини.

При описі зовнішності людини людям притаманно, в першу чергу, звертати увагу на обличчя, тому що на обличчі людини відображаються її емоції і інтелектуальні здібності.

Існує стародавня наука під назвою «фізіогноміка», за допомогою якої можна визначити характер, тип особистості, стан здоров'я і внутрішні якості людини за її зовнішністю і особливо за обличчям. Існування даного учення говорить про те, що люди цікавились вивченням зовнішніх характеристик обличчя людини з далеких часів, і цей інтерес знаходив своє відображення в мові.

Наведені факти пояснюють численні фразеологічні звороти, які вказують саме на зазначені риси обличчя людини.

Риси обличчя людини - являються зовнішнім маркером індивідуальності людини. Це підтверджує таке англійське прислів'я: *a good face is a letter of recommendation* – «гарне обличчя – найкраща рекомендація». Враховуючи кількісну репрезентацію фразеологізмів та паремій можна зазначити, що опис зовнішності людини за її обличчям є найчисельнішим.

Людина може мати гарні риси обличчя, а може бути некрасивою. Тому можна сказати, що концепт FACE дуже тісно пов'язаний з концептом BEAUTY, до якого належить узагальнене вербалізоване уявлення про красиву/некрасиву людину.

Уявлення про красу належить до найважливіших орієнтирів людської поведінки. Це досить закономірно, оскільки протягом усього свого існування людство виявляло цікавість до прекрасного, постійно відчувало внутрішню потребу у прагненні осягати, створювати і споглядати красу. Як зазначає О. Буткевич, краса – це «така споконвічна проблема, щодо якої найбільше сказаного і й найменше всього зрозумілого» [Буткевич 1983, с. 5].

Базуючись на образних уявленнях поняття про вроду людини, англійці пов'язують її зі смачною їжею: *good as a pie* (що передбачає активацію

концептуальної метафори BEAUTIFUL FACE IS A PIE); з витонченістю музичних інструментів: *face is made a fiddle* (BEAUTIFUL FACE IS A FIDDLE); з солодощами: *eye candy* (BEAUTIFUL FACE IS A CANDY), *bit of jam* (BEAUTIFUL FACE IS A JAM), що демонструє уподібнення гарної зовнішності, приємної для зорового сприйняття, до приємних на смак (зв'язок із концептом FOOD) та слух (VIOLIN) речей.

Про вродливу людину також кажуть: *good looks* - «дуже гарні риси обличчя»; *The God never did him out of his share* – «Бог його не образив»; *heavy swell* – «людина з ефектною зовнішністю». Природня, натуральна краса людини відображається в прислів'ї: *good face need no paint* – «гарній людині прикрас не треба».

Цікавий факт, що опис краси і вроди чоловіків і жінок дуже відрізняється.

Для жінки завжди було, є і буде актуальним те, як вона себе відчуває і як сприймає її суспільство. Знаменитий французький модельєр Коко Шанель казала: «*Beauty, what is a weapon!*» Ця фраза стала широковідомою англійською ідіомою. Найчастіше мається на увазі, що краса – зброя жінки.

Жінки – це творіння за своєю природою ніжні, гарні, випромінюючі життя та енергію. Звісно, рушієм для жінки виступає чоловік. Він – сильний, розумний хоче бачити біля себе гарну, молоду, ефектну та розумну жінку з ідеальною зовнішністю: *beauty queen; dressed to kill; not a hair out of place*.

Про гарну дівчину / жінку кажуть: *pretty as a picture* – «гарна, як картинка»; *can't take/keep your eyes off* – «неможливо відірвати очей»; *easy on the eye* – «миловидна, гарненька»; *a dolly bird* – «гарненька дівчина»; *a stick chick* – «красунечка»; *a pretty - pretty face* – «лялькове обличчя»; *the girl next door* – «миловидна, гарненька»; *a glamour girl* – «красуня, шикарна дівчина»; *Knock out* – «надзвичайно гарна жінка»; *to be drop-dead gorgeous* - «неймовірної вроди».

Жінки можуть бути надзвичайної, «позаземної» вроди. Про таких жінок кажуть: *God's own creature* – «боже створіння»; *out of this world* – «з іншого світу».

В англійській мові є ряд фразеологізмів з метафоричним значенням «те, що діє на серце, очі», що означає фізично привабливих жінок: *have it* – «бути фізично привабливою»; *a hot (red) mam(ma)* – «фізично приваблива, гаряча жінка, секс-бомба»; *heart palpitor* - «те, що примушує серце частіше битися»; *eye popper (catcher, filler)* - «те, що примушує розкрити очі, притягує зір»; *head turner* - «те, що примушує повернути голову»; *eye opener* – «те, що відкриває очі»; *take my breathe away* – «та, від якої завмирає серце і переривається дихання».

Коли жінка своєю зовнішністю справляє незабутнє враження на оточуючих, про неї кажуть: *cut a dash* – «вразити наповал». Такі люди затьмарюють всіх оточуючих, «крадуть шоу», як кажуть англійці – *steal the show*.

Треба зазначити, що фразеологізмів на позначення вродливості дівчини або жінки набагато більше, ніж хлопця або чоловіка.

В образах чоловіків в англійській мові особливо підкреслюють величність його манер: *looking regal as a king*; *graceful as Mars*; *erect as Grecian pillar*; *erect as a candle*; *grandly sitting like a great rock*.

Легкість та елегантність рухів чоловіків порівнюється з кішкою, що теж характеризує зваженість рухів та важливість образу: *relaxed and regal as a Siamese cat*; *Rising to his feet <...> as sleek and graceful as one of his own cats*.

Витонченість юнака передають порівняння з молодим деревцем: *graceful as an Alpine sapling*; Фавном: *graceful as a faun*; оленем: *as a fawn*; лебедем: *as a swan*.

При описі дуже вродливого чоловіка, який має ніжні та витончені риси обличчя, як у жінки, кажуть: *a big girl's blouse/shirt* – «женоподібний чоловік»; *hairdresser's dummy* – «надмірно красивий чоловік».

В англійській мові для позначення здорового чи хворобливого вигляду обличчя часто використовуються прикметники – колороніми, такі як *white, green, yellow, red* та порівняння з явищами природи, рослинами, тваринами. Тут концепт FACE тісно переплітається з концептами COLORS, NATURE, ANIMALS та PLANTS.

До гарних рис обличчя англійці відносять світлий колір обличчя, який порівнюється з білизною снігу, молока або мармуру : *as white as milk, as marble, as snow*.

Для опису гарного, здорового кольору обличчя з легким рум'янцем використовуються порівняння з квітами: *pink as wild roses* - «рожева, як троянда»; *beautiful like poppies* – «гарна, як маків цвіт»; *fair as a rose* – «гарна, як троянда»; *have roses in one's cheeks* – «рум'яні щоки, кров з молоком». Флористичні порівняння в англійській мові зустрічаються доволі часто і мають розвинену систему образів: *beautiful as a rose in June; as a buttercup; as a flower; as an open crocus; as a magnolia; a crane's – bill; a daffodil; a lily(of the valley); a wild flower*, де уявлення про красу людини відображається через уявлення про красу і ніжність квітів (BEAUTIFUL FACE IS A FLOWER), приємних для зорового сприйняття (зв'язок з концептом PLANTS).

Напротивагу здоровому кольору обличчя існує його хворобливий колір, коли обличчя занадто бліде, позбавлене життя: *pale as a corpse; (as a muffin, as a statue, as ashes, as ivory, as paper)* – «дуже блідий; блідий, як смерть».

Обличчя також може мати певний колір, який часто залежить від емоційного чи фізичного стану людини: *as white as a sheet* - «білий, як полотно»; *as white as a ghost* - «білий, як смерть»; *as white as chalk* – «білий, як крейда»; *as red as a cherry* - «як вогонь зайнявся»; *as red as a rose* – «червоний, як троянда»; *as red as a beet* – «червоний , як буряк»; *as red as a lobster* – «червоний, як рак»; *to blush like a girl* – «зашарітися, як маків цвіт»; *as yellow as a guinea* – «жовтий, як лимон». А паремія з негативною аксіологією - *be green about the gills* – «мати нездоровий вигляд обличчя», пов'язана з фізіологією людини: як відомо, від поганого самопочуття або від

зздросців у людини розливається жовч, від чого обличчя у неї набуває зеленуватого відтінку.

Аналізуючи дані фразеологізми, ми можемо зазначити, що в даному випадку концепт ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ тісно переплітається з концептом COLORS.

Ми можемо зазначити, що опис невродливого обличчя має різну емоційно – експресивну забарвленість: від нейтральної, більш толерантної до глибоко негативно вираженої.

До нейтральних висловів про негарну людину можна віднести такі фразеологізми: *ill looks* – «некрасиві риси обличчя»; *face goes against one* – «обличчя не подобається комусь»; *poor looks* – «негарне обличчя»; *good from far, but far from good* – «негарна людина»; *plain Jane* – «неприваблива жінка»; *un ugly duckling* – «гідке каченя»; *Wooden Indian* – «невиразливий вираз обличчя».

Більш негативно забарвленими є такі фразеологізми: *pudding face* – «товсте безтямне обличчя»; *be not much to look at* – «і дивитися нема на що»; *no great things* – «нічого особливого, не такий уже і гарний»; *not to much to look at* – «бути непривабливим і глянути нема на що»; *a bag of bones not fit to be seen* – «ні з очей, ні з плечей».

Образи негарної від природи людини англійці часто пов'язують з тваринами, зовнішній вигляд яких викликає відразу: *as ugly as a toad* (що передбачає активацію концептуальної метафори (UGLY FACE IS A TOAD), з міфологічними і релігійними уявленнями: *ugly as sins* (UGLY FACE IS SINS), з речами, які можуть вразити людину: *having a face that would stop a clock; a face that would stop a bus* (UGLY FACE IS SOMETHING THAT WOULD UNPLEASANTLY HIT), що показує як уявлення про невродливість виражається через уявлення про потворних тварин (зв'язок з концептом ANIMALS) та речей, які можуть неприємно вразити при зоровому контакті (зв'язок з концептом ARTEFACTS).

До експресивно забарвлених фразеологізмів, в яких невродливість асоціюється з потворністю належать: *face of the dying calf* - «придуркувато - меланхолійний вираз обличчя»; *old hand* – «кішка драна»; *having a face that would stop a clock* – «страшний, як смертний гріх»; *face only the mother could like* - «невродлива людина, яка тільки матері подобається».

Крім вродливих та невродливих рис обличчя звертають увагу також і на його форму та шкіру: *moon face* – «кругле, велике обличчя»; *lanter jaws* – «худе, схудле обличчя, запалі щоки»; *long face* – «витягнуте обличчя»; *hatchet face* – «продовгувате обличчя з гострими рисами»; *peaches and cream* – «доглянуте обличчя, що асоціюється з ніжною та м'якою шкірою».

Як можна бачити більшість фразеологізмів описують красу людини, що свідчить про специфіку національного характеру англійців, щодо їх стриманості у висловлюванні негативного по відношенню до співрозмовника або будь-якої іншої людини.

Для позначення вроди англійці використовують порівняння з квітами, зі смачною їжею, з граційними тваринами. Напротивагу красі, невродливість або потворність виражається порівняннями з хворобою, смертю, такими тваринами, як мавпи або жаби, які викликають у людини відразу.

Макроконцепт FACE також є складним за своєю структурою, оскільки його опис спирається на характеристикацію окремих його складових, таких як очі, ніс, рот, волосся та інші. В даній роботі ми також розглянемо їх, тому що вони теж відіграють важливу роль при описі зовнішності людини.

Концепт EYES. Описуючі людину, дуже важливо сказати про її очі. У лінгвістичній літературі висловлюється думка про те, що через око приходять у тіло розум і дух, сприймається світло, усвідомлюється краса і народжується любов. Саме через очі людина випромінює світло свого розуму і красу душі. Як божественне око для світу, так і людське око для тіла – людині і вчитель і порадник, і проводир, і суддя.

Загляньте людині в очі. Вони ніколи не обдурять. Вони здатні розповісти набагато більше, ніж слова. Часто людина посміхається, а очі

сумують. Очі не приховують образи, злості, суму. Тільки з ними можна розпізнати щирих до вас людей. Недарма про них кажуть: *eyes is the mirror of the soul; the eyes are the windows of the soul* – «очі – дзеркало душі».

При характеристиці очей увага приділяється їх розміру, кольору, формі, та саме погляду: *eyes like saucers* – «великі, круглі очі»; *eyes as big as a bullets* – «очі такі великі, як кулі»; *button eyes* – «очі, як гудзик»; *saucer eyes* – «очі, як у сови»; *eyes like a hawk* – «соколинні очі»; *starry eyes* – «променисті очі»; *eyes flash fire* – «очі, які блищать»; *beauty is in the eye of the gages* – «краса в очах того, хто дивиться».

В англійській мові зустрічається велика кількість фразеологізмів, які описують колір очей та їх відтінки: *eyes as black as a sloe* – «очі чорні, як терен»; *nut brown eyes* – «очі горіхового кольору».

Особлива увага приділяється синьому, або блакитному кольору та їх відтінкам: *like a harebell, bluebell, a violet, dark blue pansies, a wave, a sapphire, a flax, corn-flowers, a chicory in bloom, forget-me-nots*; блиску очей: *like sky, heaven, blue star, like harebells wet with dew*.

Але особлива краса в англійському мовному свідоцтві асоціюється з зеленими очима, з їх загадковістю, пов'язаною з чарівною силою: *green eyes; eyes like sea shells; eyes like a water-nymph's; eyes like a cat's or lynx's*.

При детальному описі очей, як правило, робиться акцент на гарну форму брів, яка супроводжується описом довжини та густоти вій, що створює образ живої істоти: *eyes like a butterfly's gorgeous wings* – «очі, як прекрасні крила метелика»; *eyebrows like a pair of shallows* – «брови, які розлітаються догори, немов пара ластівок».

Про людей, які мають вади зору кажуть: *have a cast in one's eye* – «бути трохи косооком»; *born in the middle of the week, he looks both ways for Sunday* – «косоока людина, реалізується через образ людини, яка народилась посеред тижня та дивиться на неділю з двох сторін».

Про сліпу людину кажуть: *blind as a bat* – «зовсім сліпий, сліпий, як кріт».

Про людину, у якої синець під оком кажуть: *a black eye*; «з підбитим оком» – *in the mourning*; яка має морщинки у куточках очей, «гусячі лапки» – *crows feet*.

Таким чином ми можемо зазначити, що особливістю англійської мови при описі очей є їх колір та блиск.

При зоровому контакті людина стикається з іншою людиною поглядом. Упродовж усього життєвого шляху – від народження і до смерті – погляд відіграє надзвичайно важливу роль у людському житті. Погляд також можна вважати однією з складових при описі зовнішності людини. Іноді погляд буває красномовнішим за загальний вигляд людини, бо саме через погляд передаються думки людини, її емоційний стан, що відображається на її обличчі. Він є, так би мовити, поєднувальною ланкою, тонкою гранню між зовнішнім і внутрішнім світом людини.

Серед знайдених нами фразеологізмів майже відсутні вислови на позначення позитивного, доброзичливого погляду. До них можемо віднести такі фразеологізми: *look babies* – «закоханий погляд»; *make sheep's eyes at one* – «дивитись на когось закоханими очима»; *not to take one's from* – «не зводити очей, погляду, милуватися»; *the glad eye* – «погляд, який багато обіцяє». Погляд може відображати недобрий настрій людини по відношенню до іншої: *evil eye* – «недоброзичливий погляд»; *look of verjuice* – «непривітний, невдоволений погляд»; *milk and water* – «мутний погляд»; *with a lost eye (gaze, glance, look)* – «з байдужим поглядом»; *face the length of a hatchet* – «невдоволений, похмурий погляд»; *stony stare* – «кам'яний, важкий, байдужий, холодний погляд»; *give somebody the beady (the fish)* – «косий, осудливий погляд». Іноді люди можуть дивитися дуже прискіпливо, настирливо, з метою отримання якоїсь інформації для себе. Про такий погляд кажуть: *eyes like gimlets* – «допитливий, пронизливий погляд»; *a jaundiced eye* – «предвзятий погляд»; *an eagle eye* – «пронизливий погляд»; *stare like a stuck pig* – «витріщити очі»; *wither(one) with a look* – «знищити поглядом когось».

У погляді може бути виражений емоційний стан людини: *eyes on stalks* – очі, повні страху, здивування; *one's eyes are bigger than one's belly* – «очі, що заздять»; *keep a jealous eye on* – «ревнивий погляд»; *the green-eyed monster* – «ревності (з «Отелло»)»; *Parthian look* – «уїдлиний погляд, яким проводжають людину».

Концепт LIPS. Губи людини теж є частиною обличчя людини, яка характеризує зовнішність.

Особлива увага приділяється дівочим/жіночим губам, які порівнюються з квітами: *lips like lilies* – «губи, як пелюстки лілії»; *like the petals of a red flower* – «червоні, як пелюстки квітки»; *red as two buds* – «як два червоних бутона»; *pink and sweet as a magnolia* – «ніжні та рожеві, як квіти магнолії»; *ripe lips* – «соковиті, свіжі, пухлі губи», що на ментальному рівні супроводжується активацією концептуальної метафори LIPS ARE FLOWERS.

При описі губ в англійській мові звертається увага на їх блиск: порівнюють вологий блиск губ з глянцеvim блиском фотомоделей зі сторінок журналів - *lips that shine wet; just like a Cosmo girl*; з соковитою черешнею - *lips like wet cherries*, з блиском дощу на вечірніх вулицях - *lips shining like rain on night streets*.

На позначення форми губ нами було знайдено тільки один фразеологізм: *Cupid's bow* – «губки бантиком».

Неабияку роль у описі зовнішності людини відіграє усмішка. Вона може бути доброю і злою, іронічною, саркастичною тощо. Недаремно усмішці народ приділяє велику увагу.

Усмішка як індикатор, за допомогою якого ми можемо визначити в якому настрої перебуває людина, її фізичний стан, і як це проявляється у зовнішньому вигляді людини. Ніщо так не прикрашає як промениста, щира, відкрита усмішка, кокетлива, легка або широка, по-дитячому відкрита. Усмішка перетворює зовнішність в кращу сторону, іноді навіть сильно.

Коли людина задоволена, весела, щаслива, вона посміхається широко, невимушено. Про таку усмішку кажуть: *grin like a Cheshire* – «посміхається, як Чеширський кіт»; *smile out from ear to ear* – «усміхатися на всі тридцять два зуби»; *be on the grin* – «посміхатися на весь рот»; *have a toothy smile* – «широка посмішка, на весь рот». Така усмішка заразна і приваблива, вона дарує людям світло і тепло, і люди тягнуться до цього світла: він гріє, радує, піднімає настрій.

Усмішка може бути ледве помітною: *ghost of a smile*; подібною до насмішки - *shadow of a smile*; холодною, завченою - *penny – in – the – slot smile*; нещирою - *plastic smile*; злобно-насмішкуватою, сардонічною - *sardonic grin*; уїдливою: *Parthian grin*; стражденною - *ghastly smile*.

За посмішкою людина може приховувати негаразди, стримувати емоції: *grin and bear it* – «посміхатися і терпіти, приховувати свої хвилювання».

Концепт NOSE. Ніс – це єдина частина на обличчі, яка виступає. Тому вона відразу кидається людині в око.

Про ніс англійці іронічно кажуть: *a handle of the face* - «прикраса обличчя».

Зазвичай при характеристиці обличчя людини описується форма її носа: *aquiline nose* – «горбоватий ніс»; *button nose* – «ніс гудзиком»; *nose like the coulter of plow* - «ніс, як сошник плуга»; *snub nose* - «ніс картоплею», *Roman nose* – «римський ніс з горбочком». Звертають увагу також і на його колір: *blue nose* - «посинілий ніс», *nose to light candles at* – «червоний ніс».

Концепти HAIR, BEARD, MOUSTACHE. У словнику англійських фразеологізмів було знайдено декілька фразеологізмів, які є характерними при зображенні типової зовнішності англійця. В них зазвичай йдеться про густе та руде волосся, яке за гущиною порівнюється з копицею, а за кольором з морквою або вогнем: *a bush of hair*; *a head of hair*; *Judas hair*; *a bushfire blonde*; *a carrot-top*.

Чорне, блискуче волосся порівнюється з вологою, лискучою шкірою морського котика – *hair, black as a seal's wet fur*.

Про людину, в якій відсутнє волосся на голові кажуть: *bald as a coot* – «зовсім лисий»; *as bald as a billiard ball* – «лисий, як більярдний м'яч»; *as bald as an egg* – «лисий, як яйце»; *bald as a baby's backside* – «лисий, як сідниці малюка»; *thin on the top* – «людина, що лисіє»; *lose one's hair* – «полисїти».

Про неохайно зачесану людину кажуть: *fell of hair* – «нечесане волосся, патли»; *crow's lick* – «зализане волосся»; *rumped feathers* – «скуйовджене волосся».

Якщо людина має переляканий вигляд, її волосся стає дибки: *one's hair stands on end*.

Вид зачіски теж знайшов своє відображення у деяких англійських фразеологізмах: *beaver-tail* – «жіноча зачіска, коли волосся зібране у високий хвіст»; *Etop crop* – «жіноча зачіска «під хлопчика»; *widow's look* – «локон, кучер, що спадає на лоб»; *yale brush* – «коротко підстрижене волосся».

Вуса та борода є ознаками чоловіків, і тому у фразеологізмах ці частини голови відображають вигляд чоловіків та стереотипи чоловічої поведінки.

Про неголеного чоловіка кажуть: *a five o'clock shadow* – «щетина на обличчі наприкінці дня», *designer stubble* – «тижнева щетина, яка спеціально залишена, щоб створити образ недбалого парубка».

При описі людини, яка носить бороду, в першу чергу звертають увагу на її форму: *Vandyke beard* – «борідка клином», *Newgate frill (fringe)* – «борідка нижче підборіддя, за відсутності вусів і коли щільно виголене обличчя», *billy goat beard* – «козлина борідка».

Не оминають увагою вуса і бакенбарди: *tooth brush moustache* – «колючі вуса, як щітка», *walrus moustache* – «звислі вуса»; *handlebar moustache* – «вуса з закрученими кінчиками», *mutton chop whiskers* – «бачки, бакенбарди».

Отже, в ході аналізу мовного матеріалу було виявлено, що макроконцепт FACE складається з багатьох інших концептів, які використовуються при описі зовнішності людини. Як свідчать результати аналізу англійцям притаманна особливість передачі свого сприйняття

зовнішності людини через низку інших концептів, таких як BEAUTY, NATURE, PLANTS, ANIMALS та інші та є складовою їх свідомості і відображає мовну картину світу.

2.2.2 Макроконцепт PARTS OF HUMAN BODY. Крім частин тіла, зазначених вище, нами знайдена невелика кількість фразеологізмів з іншими частинами тіла, які характеризують зовнішність людини.

Велика увага звертається на голову – її форму та розмір, зазвичай, вона кругла та велика. В англійських фразеологізмах голова порівнюється з рослинами: *potato-head* – «голова як виварка», *pea-head* – «голова, як горошина», *a head like a cocconut* – «головатий, як чіп», *onion-head* – «голова, як сова», *pumpkin-head* – «голова, як гарбуз».

Привертає погляд і жінка, яка має великі груди. Про неї кажуть: *a sweater girl* – «пишногруда дівчина».

Про кривоногу людину кажуть – *bandy as a bandicoot*, про людину з великими вухами – *hound – bred*.

Фізичну незграбність людини підкреслюють наступні фразеологічні звороти: *hands like half – crown shovels* – «руки, як лопати»; *hands and feet like number four sholves* – «величезні руки та ноги»; *shoulder – of – mutton fist* – «плече з кулачок»; *mouth like a horse – collar* – «такий великий рот, як хомут у коня».

Є фразеологізми, які розповідають про вигляд шкіри: *black and blue* – «уся у синцях»; *goose bumps/goose pimples* – «гусяча шкіра».

Отже, проведене дослідження виявило, що кількість фразеологізмів з іншими частинами тіла, які описують зовнішність людини, дуже незначна, порівняно з такими, як «обличчя», «очі», «губи», «волосся», але має своє специфічне забарвлення, характерне для носіїв англійської мови. Як ми бачимо, опис зовнішності людини за іншими частинами тіла має більш іронічний характер.

2.2.3. Концепт FIGURE. До концепту FIGURE (BUILD) належать фразеологічні та паремійні одиниці, які описують гарну (пропорційну) статуру, а також струнку, худу чи товсту людину.

Гарна статура – гарно скроєний, той, хто має пропорційну, правильну будову тіла.

Слід зазначити, що в англійській мові спостерігається єдиний еталон жіночої краси – це струнка жінка з тонкою талією й округлими формами: *slim as a cat; body like a tigress; seductive as Cleopatra; dainty as Dresden china; a wasp waist*.

Для опису краси чоловічої статури вживаються фразеологізми, до складу яких входять порівняння:

1) з тваринами: *as likable as a jaguar; built like a greyhound; a fine small body like a miniature dog bred for show*; та рослинами: *slender/slim as a flower's stem; as a mast, as a whip, as the vernal willow* та інші;

2) фразеологічні звороти, що вказують на здоровий вигляд, міцну статуру: *as fit as a fiddle; hale and hearty; bull moose-* «дуже сильна, міцна людина», *on top form* – «бути в хорошій фізичній формі»; *as sound as a bell* – «міцна, здорова людина»; *muscles of steel* – «сталеві м'язи»; *with door – wide shoulders* – «міцний, широкоплечий чоловік»; *to be hitting on all four(six) cylinders* – «бути в чудовій формі».

Таким чином, описуючи гарну статуру людини носії англійської мови роблять це через порівняння з тваринами, рослинами і вишуканими, хрупкими предметами, як вироби з порцеляни (стосовно жінок) та міцними речами, як залізо, дзвін, двері (стосовно чоловіків), що вказує на зв'язок з концептами ANIMALS, PLANTS, ARTEFACTS.

Про огрядну людину кажуть: *mountain of flesh* – «висока, товста людина, туша», *fat as a pig* – «товстий, жирний, як свиня», *fat as butter* – «гладенький, опецькуватий», *plump as a partridge* – «пухла, як пампушка»,

round as a barrel – «товстий, як бочка», *Billy Bunter* – «товстий», *a Norfolk dumpling* – «товстун»; *as fat as an alderman* – «товстий, як олдермен, з черевцем»; *fat as a bull* – «товстий, здоровий, як віл», *slender in the middle as a cow in the waist* – «мати талію, як у корови», *run to fat* – «набирати вагу, повнішати», *in flesh* – «в тілі, огрядна людина».

Отже огрядна людина асоціюється з образами гори (зв'язок зконцептом NATURE), великими за розмірами тваринами (зв'язок з концептом ANIMALS) або чимось пухким (зв'язок з концептом FOOD) та круглим (зв'язок з концептом ARTEFACTS).

Фразеологічні одиниці на позначення худорлявості асоціюються в англійській мові з чимось дерев'яним (швабра, дошка, гілка), або іншими тонкими предметами: *thin as lath* – «худий, як тріска»; *as thin as a rake* – «тонкий як швабра»; *as flat as a bone* – «сухий, як гілляка»; *as flat as a board* – «сухий, як тріска»; *as thin as thread paper* – «худий, як дошка»; *whippingpost* – «худий, як тростиночка»; *as thin as a spindle* – «тонкий, як нитка»; *as dry as a bone* – «сухий, мов кістка»; *as dry, as a ship* – «худий, як тріска»; *a slip of a boy (or a girl)* – «худорлява особа».

Як видно з прикладів тут концепт ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ висвітлюється через концепт WOOD.

Про надмірно худу людину з хворобливим виглядом кажуть: *bag of bones* – «шкіра та кістки»; *be a shadow of one's former self* – «бути виснаженим»; *to be reduced to a skeleton* – «вимучена, виснажена людина»; *pale and wan* – «блідий і виснажений»; *wear oneself to a shadow* – «страшенно схуднути»; *gaunt as a gray - hound* – «дуже схудлий, виснажений»; *walking corpse* – «живий скелет, шкіра та кістки»; *as flat as a pancake* – «як хлудина»; *be a shadow of one's former self; to be reduced to a shadow (to skeleton)* – «бути вимученою, виснаженою людиною»; *as flat as a pancake* – «плаский, як млинець»; *walking skeleton* – «ходячий скелет»; *as dry as a mummy* – «висохлий, як мумія»; *as lean as a rake* – «худий, як смерть»; *gaunt as bone* – «як з того світа встав».

Хворобливо–виснажена фігура людини показана англійцями вживанням порівнянь з кістками, скелетом, мумією та іншими непривабливими неживими речами.

2.2.4 Концепт AGE. Вік людини також впливає на її зовнішність. Так про малих дітей кажуть: *babe in arms* – «маленька дитина»; *at your mother`s (or fathers) knee* – «у ранньому віці»; *the fruit of womb* - «дитина»; *small fry* – «малеча, дрібнота, мелюзга»; *the pinofore stage of existence* – «перші роки життя, дитинства», *a little fellow* – «малюк, дитина»; *a little thing* - «крихітка»; *a little man* - «маленький чоловік».

Пора дорослішання і юність передаються такими фразеологізмами: *the afternoon of live; storm and stress* – «підлітковий вік»; *wet behind the ears* – «незріла молода людина»; *good sort* – «гарний, добрий хлопець»; *a young thing* – «юнак, дівчина»; *an unlicked cub* – «незграбний підліток, зелений, молодик», *young hopeful* – «молода дівчина / юнак, які подають надії»; *younger set* – «молоде покоління»; *leave (fly) the nest* – «ставати дорослим, достатньо самостійним, незалежним аби жити окремо від батьків»; *babes and sucklings* – «як немовлята, зовсім недосвідчені люди»; *babe unborn* – «життєво недосвідчена людина»; *an old head on young shoulders/a wise head on young shoulders* – «дитина, або молода людина, яка думає і говорить, як літня людина, яка має більше життєвого досвіду».

Зневажливо про молодих людей, які не мають достатньо життєвого досвіду кажуть: *a Miss Nency* – «дівчисько»; *the milk hasn`t dried on one`s lips* – «молоко на губах не обсохло»; *a young shaver* – «молодик, молокосос»; *fresh from the nursery* – «молодий, малий, ще молоко на губах не обсохло».

Для позначення дитячих або молодих років в англійській мові часто застосовуються фразеологізми, до складу яких входить слово, що означає зелений колір, який асоціюється з молодістю, свіжістю, недосвідченістю: *green years* – «дитинство»; *salad days* - пора юнацької недосвідченості; *as*

green as grass - «дуже недосвідчений, той що не знає життя»; *to be as green as a gooseberry* – «бути молодим, недосвідченим в житті»; *a spring chicken* – «молода, наївна людина».

Вербально вік людини може також передаватися через фразеологічні сполуки, що позначають коштовні метали - золото, срібло: *a golden youth, a golden time* – «молоді, щасливі роки».

Про людину у розквіті літ кажуть: *in the bloom of youth; in the bloom (blue) of the plum ; in the pink ; at the zenith of one`s fame*– «бути у розквіті сил»; *going strong* – «в повній силі, квітучий»; *in full flourish ; in the green wood* – « в повному розквіті».

Досвід дає людині розуміння того, що не все в житті так просто і безхмарно: *his dancing days are done* – «пройшов час танцювати, подібний стан не може тривати все життя». Схоже значення вербалізовано в іншому звороті: *one`s day has gone* – «щаслива пора минула, найкращі роки пройшли».

Описуючи зрілий вік, старість вживають такі фразеологізми та паремії: *be no chicken* – «бути не першої молодості»; *old bird* – «досвідчена, бувала людина»; *carry one`s years well* – «нести свої роки добре, не згинатися під вагою років»; *old as Methuselah* – «старий, як Муфсаїл, дуже старий»; *old as Adam* – «старий, як світ»; *advanced in years* – «похилого віку»; *old boy* - «старий»; *old beau* – «літній, старий кавалер»; *bear ones age well* – «виглядати молодше своїх років»; *go down the years* – «старіти»; *green old age* – «щаслива, бадьора, здорова старість»; *polar beaver* – «людина з сивою бородою»; *old thing* – «стара людина»; *show one`s years* – «гнути під тягарем років, старіти».

Стриманість, притаманна англійцям, просліджується і в оцінюванні жінок похилого віку: *a man is as old as he feels, and a woman as old as she looks* – «вік чоловіка визначається тим, як він себе відчуває, а жінки – як вона виглядає»; *if a woman looks old, people will think of her as old* – «якщо жінка виглядає старою, всі вважають її особою похилого віку; *women and music*

should never be dated – «жінки та музика ніколи не повинні мати вік», *there is no such thing as good small beck, good brown bread, or a good old woman* – «нічого немає кращого за маленьке гарне привітання, смачний хліб або гарну жінку у віці».

Можна сказати, що старість сприймається англіцями дуже контрастно. З одного боку, вони вшановують людей похилого віку, с повагою ставляться до них: *older the fiddle the sweeter the tune; old ox makes a straight furrow* – «старий віл борозни не псує»; *old ox will find a shelter for himself* – «стара людина сама дасть собі пораду»; *there is life in old dog yet* – «ще є порох у порохівницях»; *wear well* – «добре зберегтися, виглядати моложаво».

З іншого боку, старість сприймається негативно, як пора, коли люди змінюються і фізично і розумово не в кращий бік. Підмічаються фізичні зміни в зовнішності, особливості поведінки, дивакуватість людей похилого віку. Це знаходить відображення у прислів'ях та фразеологізмах: *a cracked bell can never sound well, the feet are slow is when the head wears snow* – «старість – не радість»; *the spirit is willing but the flesh is weak* – «добрий дух, а тіло немічне»; *old ape has an old eye* – «у старої мавпи старі очі, старість – не радість»; *an old dog will learn no new tricks* – «старий пес не вивчить нових трюків»; *an old ass is never good* – «від старого віслюка мало проку»; *no fool like an old fool* – «старі дурні дурніші за молодих»; *older the goose the harder to pluck* – «чим старіша людина, тим важче примусити її розлучитися з грішми»; *tiger mother; mutton dressed a lamb* – «жінка похилого віку, що молодиться».

Іноді поведінка старих людей стає схожою на поведінку малої дитини. Це явище також знайшло відображення у фразеологічних висловах: *when the age is in the wit is out* – «старе - як мале»; *once a man and twice a child* – «дорослою людиною чоловік буває один раз, а дитиною - двічі»; *old man is twice children* – «старе - як мале»; *be in one's second childhood* – «впасти в дитинство»; *like / merry as two- year – old* – позначає веселу, жваву, енергійну

людину, та реалізується на образі дворічної малечі, тобто людина своєю поведінкою порівнюється до дворічного малюка.

Іноді для опису старої людини вживаються фразеологізми негативно-експресивного характеру: *old bloke* – «старий хрич»; *a cron* – «стара карга»; *old duck* – «стара жінка»; *old geezer* – «дідуган»; *old boat* – «стара калоша»; *an old cat* – «стара, сварлива, зла жінка»; *old buffer* – «старий шкарбун»; *old cock*; *old bean* – «старий».

Про людей на схилі літ, коли вони вже доживають свій вік кажуть: *the afternoon of life* – «на схилі літ»; *make old bones* – «дожити до глибокої старості»; *into injury time* – «людині залишилось небагато, днями її вже призначено відлік»; *live on borrowed time*; *be on its last legs* – «доживати останні дні»; *at death's door* – «на порозі смерті»; *to have one foot in the grave* – «бути однією ногою в могилі». Думка про те, що людина «виведена із ладу», передається так у фразеологічному звороті - «*knock out of time*».

Аналізуючи вищезазначені приклади, ми можемо відзначити, що здебільшого фразеологізми на позначення молодості є позитивно конотованими. Пора юності та недосвідченості порівнюється з чимось зеленим, в даному випадку мається на увазі, незрілим, таким, якому треба ще час, щоб «достигнути». Але це не стосується одиниць для позначення чоловіків та жінок похилого віку, оскільки більшість з таких фразеологізмів є негативно забарвленими. Це може бути свідченням тому, що в англійському суспільстві не завжди добре ставляться до осіб похилого віку, що й підкреслюється фразеологічними засобами мови: *old trout* – «неприваблива, неприємна стара жінка», *old codger* – «старий хрич».

2.2.5 Концепт NIGHT. При описі зовнішності людини звертають також увагу і на зріст людини. Фразеологізми, що описують зріст людини, як правило, побудовані на народному жарті, іронії, на порівнянні з довгими предметами (зв'язок з концептом ARTEFACTS): *as tall as a steeple* – «високий,

як каланча»; *a long drink of water* – «людина дуже висока на зріст, довготелеса»; *as tall as a maypole* – «високий, як травневе дерево» (прикрашений квітами та стрічками стовп, навколо якого танцюють 1 травня у Англії); з грибами, які швидко ростуть: *mushroom growth* – «дуже швидкий ріст»; *grow up like mushrooms* – «рости, як гриби» (зв'язок з концептом PLANTS).

Відомо, що чим нижча людина на зріст, тим меншими значимістю та статусом наділяють її оточуючі люди, особливо якщо вони не мають ніякої попередньої інформації.

Низького парубка або дівчину можна назвати: *a wee mouse of a boy (girl)* – «крихітний, як мишеня»; *no bigger than one's thumb* – «не більше пальця на руці»; *pocket – sized* – «розміром з кишеню»; *vertically challenged* – «низькорослий»; *knee – hight to grasshopper* – «і горобцю по коліна»; *tiny as a pinhead* – «із голівку шпильки»; *Tom Thumb* – «хлопчик-мізинчик».

Отже, розглянувши приклади фразеологічних та паремійних одиниць, які характеризують людину за зростом, нами виявлено, що висока людина у носіїв англійської мови асоціюється з дуже високими предметами, навіть трохи незграбними, з рослинами, які дуже швидко ростуть, а людина, маленька на зріст, навпаки, з маленькими речами або невеличкими тваринами.

Таким чином, концепт ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ вербалізується через інші концепти, такі як ARTEFACTS, ANIMALS, PLANTS.

2.2.6 Концепт CLOTHES. Одяг, який є соціальною ознакою зовнішності, також відіграє роль знакової системи, яка віддзеркалює прояв внутрішніх якостей і станів людини.

Одяг є ознакою соціальної приналежності, успіху і благополуччя. Кожна людина використовує одяг зі спільною метою: відобразити свою індивідуальність, прагнення, натуру. Як відзначає П. Флоренський, «одежда

– часть тела. В обычной жизни это – внешнее продолжение тела, аналогичное волосяному покрову животных и птичьему оперению <...>, пронизанная более тонкими слоями телесной организации, одежда отчасти вырастает в организм. В порядке же зрительно–художественном одежда есть явление тела, и собою, своими линиями и поверхностями, строение тела она проявляет. Следовательно, понятно, что коль скоро за телом признана способность потретно являть метафизику человеческого существа, в этой способности нельзя отказать одежде, которая, как рупор, направляет и усиливает слова свидетельства, произносимые о своей идее телом»[Флоренский 1993, с. 145].

Одяг може впливати на статус людини у суспільстві, тому краса у сприйнятті англійців зорієнтована на те, щоб справити враження на глядача: *good clothes open all doors* – «пристойний одяг відкриває всі двері», *don't judge a book by its cover* – «зустрічають по одягу, проводжають по розуму»; *clothes make the man* – «одяг прикрашає людину», *it is not the gay coat that makes the gentleman* – «не одяг робить людину людиною», *people judge you according to the way you dress* – «люди сприймають тебе за манерою одягатися»; *fine features make fine birds* – «прибери пень – і він гарним буде». Ось чому зустрічається багато лексичних синонімів із значенням «привабливий, охайний»: *well-dressed; well-made; fit to be seen; spotless as if on parade; dressed up like a dog's dinner*.

Про гарно вбрану людину кажуть: *look as if one come out of a bandbox* – «бути охайно одягненим»; *dressed to kill* – «людина, вдягнена дуже святково»; *be in one's glory* – «предстати у всій красі»; *as bright as a button* – «вирядився, як на весілля»; *as bright as a new pin* – «убрався, як піп на службу», *as gaudy as a peacock* – «вбрався, як на весілля»; *glad clothes* – «святковий одяг»; *best bib and tucker* – «краще, святкове, вихідне вбрання»; *a silk stocking* – «розкішно одягнена людина»; *full dress* – «парадний одяг»; *full fig* – «парадне вбрання, вечірній туалет»; *clean up nicely* – «гарно одягнений»;

as fine as fivepence – «чудовий, гарний, як нова копійка»; *get oneself up regardless* – «вирядитися, вичепуритися».

Англійці негативно ставляться до поганого одягу та неохайного зовнішнього вигляду. Це ставлення підтверджує прислів'я: *there is no bad weather, there are bad clothes* – «немає поганої погоди, є поганий одяг».

Про погано одягнену людину, зношений старий одяг кажуть: *not to have a rag to one's back* – «погано одягатись»; *as a joy* – «мов опудало»; *worse for wear* – «зношений, старий одяг»; *not to have a rag(a shirt) to one's back* – «погано одягатись, ходити в лахмітті»; *be a bad fit* – «погано сидить»; *not to have a rag to one's back* – «погано одягатись»; *hog in armour* – людина, що ніяково себе почуває в новому костюмі, *all dressed up and nowhere to go* – «убрався, одягся невідомо для чого»; *look a sight* — «виглядати жахливо»; *down at the heels* - «бідно, неохайно одягнена людина, як зледар»; *down at heel* – «зношене, з стоптаними каблуками взуття»; *worse for wear* – «зношений одяг»; *cast-off boots(shoes, clothes)* – «ношене, старе взуття (одяг)»; *be (down) on one's uppers* – «ходити у стоптаному взутті».

Одяг є зовнішнім маркером смаку людини. Більша частина фразеологічних одиниць, що описують одяг, містить опис стильної, охайної людини: *man of taste* – «людина зі смаком»; *fine lady* – «витончена світська дама»; *fine gentleman* – «світський чоловік, що стежить за модою»; *Teddy boy* – «стильний хлопець», *Teddy girl* – «стильна дівчина», *woman – about-town* – «модниця»; *as a new penny* – «одягнений з голки, як нова копійка»; *as neat as a bandbox* – «охайний, одягнений з голки», *just out of a bandbox* – «одягнений з голки»; *look like a million dollars* – «виглядати на мільйон доларів»; *dressed in the height of fashion* – «одягнений за останньою модою»; *go head to head* – «не відставати від моди», *tailor's dummy* – «молодий чоловік, франт»; *a bright young thing* – «модно вдягнена амбітна людина, повна ентузіазму»; *the pink of perfection* – «верх досконалості», *put on the Ritz* – «розкішно одягатися, хизуватися своїм одягом»; *heavy swell* – людина з ефектною зовнішністю, одягнена за останньою модою; *in style* – «одягнена стильно, ефектно»; *spick*

and span - «елегантно , вишукано одягнена людина»; *last cry; quite to go / all the go(the rage)* – «останній крик моди, дуже модний одяг».

При описі старомодної людини вживають такі фразеологізми: *of the old school* – «старомодний»; *a fuddy- duddy* – «той, хто має консервативні погляди, та немодно одягається»; *slow coach* – старомодна, відстала людина; *old hat* – «немодний, старомодний»; *old fogey* – «старий дивак, старомодна людина»; *not in the period* – «застарілий, несучасний, немодний»; *Rip Van Winkle* – «відстала людина, ретроград (за ім'ям одноіменного оповідання В. Ірвінга)»; *Flash Harry* – «одянений без смаку».

Щодо національного характеру англійців, важливо сказати, що їм притаманна тяга та любов до охайності і комфорту. Вони люблять зручний транспорт, чисельні бібліотеки та чистий одяг. Їх схильність до чистоти та охайності виражена в прислів'ї: *clearliness is next to godliness* - «чистота – запорука благочестя».

Про охайну людину кажуть: *young spark* – «чепурун»; *spick – and- span* – «бути дуже доглянутим, чистим»; *like the dew in the morning* – «чистий, як роса»; *as bright as a new penny* – «блищить, як нова копійка».

Уявлення про неохайну, брудну людину англійці пов'язують з темними силами, що асоціюються у людей з чорним кольором, брудом, злом: *as black as a stack of black cats; as black as soot; as black as coal*; з тваринами, які люблять купатися у багнюці і мають неохайний вигляд: *dirty as a toad; dirty as a pig; greasy smell as a badger*, що вказує на зв'язок з концептами COLORS та ANIMALS.

Про неохайну людину також кажуть: *be all of muck* – «увесь вкритий брудом»; *be in mourning for ones swasherwoman* – «мати брудний одяг»; *Gloppy Joe* – «нечепура, неохайна людина»; *down at heel; out at elbow* – «бідно, неохайно одягнений, в обносках».

Про людину, на якій немає одягу, голу кажуть: *as naked as a worm; naked as I was born; in one's pelt ; in one's kin ; in the buff ; to be in one's birthday suit* – «в чому мати народила»; *in a state of nature* – «голий, в костюмі

Адама», *not a stitch to one's back* – «зовсім голий»; *in the altogether* – «бути оголеним».

Досліджуючи наведені приклади, ми можемо сказати, що національною особливістю англійців є їх прискіпливе відношення до того, як людина одягнена. Особливу увагу вони приділяють стилю, чистоті та охайності одягу. Вишуканість у зовнішньому вигляді передається порівняннями з крутими готелями, з дуже модними речами, гарним смаком та стриманістю, притаманну англійцям.

Охайно одягнена людина асоціюється з вранішньою рососою, свіжістю, блиском нових чистих речей.

Навпаки, людина, яка погано вбрана, та має брудний, неохайний вигляд викликає у носіїв англійської мови негативне ставлення. Тому ми бачимо, що описуючи зовнішність такої людини, вони обирають порівняння з тим, що асоціюється у людей з темрявою, злом, брудом, а саме: з чортами, свинями, сажею та чорним кольором.

2.2.7 Концепт SIMILARITY/DISSIMILARITY. При описі зовнішності люди звертають увагу на схожість або на відмінність однієї людини по відношенню до іншої.

Якщо люди схожі між собою, про них кажуть: *about as about* - «дуже схожі»; *as like as (two) peas* – «схожі як дві краплі води»; *a chip of the old block* - «дитина, схожа на батька»; *dead spit of one* – «викапаний, дуже схожий»; *the spitting image of*; - «викапаний, як дві краплі води»; *take after one* - «бути схожим на когось»; *like two drops of water*; *a dead ringer* - «як дві краплі води»; *all over* - «дуже схожий, викапаний, копія»; *Tweedledum and Tweedledum* – «двійники, люди, яких неможливо розпізнати (іронічний вираз, утворений поетом Дж. Байроном)».

Є також ряд фразеологізмів, які позначають несхожість людей: *(as) (a) like as chalk and cheese* – «зовсім несхожі, як сова на яструба»; *as like as an*

apple to an oyster – «як колесо на оцет»; *cast in a different mould* - «зовсім не схожі»; *good cow may have an ill calf* – «не всі діти на батька схожі».

При порівнянні людини з самою собою використовують такі фразеологізми: *not to look oneself* - «не бути схожим на самого себе, змінитися»; *same old six pence* – «зовсім не змінився, все такий же».

Отже, порівнюючи між собою людей, англійці використовують свої спостереження за природою, зовнішнім виглядом тварин і рослин.

Аналіз мовного матеріалу виявив, що концепт ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ нерозривно поєднаний з іншими концептами, як ANIMALS, PLANTS, NATURE.

2.2.8 Концепт GENERAL OUTLOOKS. Зовнішній вигляд людини, її манера триматися теж є факторами, за якими можна сприймати людину і надавати їй оціночну характеристику. Зовнішній вигляд може мати дуже різні відтінки.

Гарний зовнішній вигляд асоціюється із гарним здоров'ям, свіжістю: *to look the part* -«виглядати, як треба»; *look as big as bull - beef*; *to feel rosy about the gills* – «мати здоровий вигляд»; *in one`s true colours* – «в натуральному вигляді, без прикрас»; *look one`s age* – «виглядати на свої роки»; *not a hair out of place* – «людина, який має чудовий вигляд».

Людина може мати задоволений вигляд: *be all smiles* – «дуже задоволений, сяючий вигляд»; *look like the cat after it had eaten the canary* – «мати дуже задоволений вигляд, сяяти від задоволення»; *pleased as a dog with two tails* – «щасливий, задоволений вигляд».

Пихатість, поважність, гординя у вигляді людини теж не оминули уважне око англійського народу: *look big* – «поважний вигляд»; *pomp and circumstance* – «пихатий вигляд»; *in state* – «пихатий, поважний вигляд»; *strut like a turckey – cock* – «ходити з поважним, бундючним виглядом, як індик».

Якщо людина невдоволена чимось, засмучена або ображена, то цей стан також проявляється у її вигляді: *looked down in the dumps* – «виглядати пригніченим, засмученим»; *be all to fits* – «мати дуже розстроєний вигляд»; *acid look* – «з кислим виглядом обличчя»; *to look black , a cloud on one's brow* – «мати незадоволений, похмурий вигляд»; *with a wounded air* – «з ображеним виглядом»; *make (pull) a sad face* – «мати кислий, незадоволений вигляд»; *with intent to kill* – «з дуже серйозним виглядом».

Інші прояви емоційного стану людини теж знайшли своє відображення у зовнішньому вигляді людини: *with one's hair on end* – «переляканий вигляд, аж волосся дибки»; *with round eyes* – «здивований вигляд»; *a chip one's shoulder* – «мати зухвалий вигляд»; *all on edge* – «роздратований, збуджений вигляд»; *a hang – dog air* – «винуватий вигляд, з виглядом побитого собаки»; *like a dying duck in thunderstorm* – «з розгубленим виглядом, як мокра курка»; *like mad* – «божевільний вигляд».

Якщо людина перебуває в поганому фізичному стані, виглядає жалюгідно, про неї можуть сказати: *look like a wet week* – «виглядає як дощовий, мокрий тиждень»; *look like thirty cents* – «мати поганий вигляд»; *look like a death's head at a feast* – «мати нездоровий вигляд, як у мерця»; *to be green around the gills* – «виглядати хворобливо, нездоровим фізично»; *off colours* – «має нездоровий, хворобливий вигляд»; *look crook* – «мати жалюгідний вигляд»; *look like a December moon* – «мати непоказний вигляд»; *look like the cat has brought in* – «погано виглядати (про людину яка виглядає змученою, у брудному одязі). Ще однією негативною характеристикою фізичного стану людини є фразеологічний зворот – *he'll run all day on cabbage – leaf* – «людина, яка має поганий вигляд, погано харчується».

Таким чином, характеризуючи загальний зовнішній вигляд людини, англійці намагаються передати своє уявлення про нього за допомогою порівнянь з природними явищами (зв'язок з концептом NATURE), виглядом та поведінкою тварин (зв'язок з концептом ANIMALS), кольорами (зв'язок з концептом COLORS).

2.2.9 Концепти MOVEMENTS, PHYSICAL STATE. До особливостей, що позначаються на зовнішності людини відноситься і її манера ходити.

Хо́да людини може бути граці́йною – *with a good grace*; легкою – *be light on one's feet*; і, навпаки, такою, яка кидається в око: *as fit as a fiddle* – «загадкова хо́да».

Треба зазначити, що фразеологізмів з негативною забарвленістю на позначенні хо́ди більше, ніж з позитивною.

Людину, хо́да якої важка, незграбна, іронічно порівнюють з коровою: *graceful/solemn as a cow* – «граційна, як корова»; *cow-footed/cow-hocked* – «незграбна манера ходити, як у корови».

Про людину, яка нестійко тримається на ногах кажуть: *stagger like a drunken man* – «йти, хитаючись, як п'яний»; *make a Virginia fence* – «неміцно триматися на ногах, хитатися».

В хо́ді аналізу мовного матеріалу, нами виявлено, що опис хо́ди людини має більш негативно-забарвлений відтінок. Важка хо́да порівнюється з хо́дою незграбних тварин або з особами, які випили зайвого.

Людина може перебувати в певному фізичному стані, або мати фізичні вади, що також позначається на її зошнішньому вигляді.

Зазвичай підмічають фізичний стан жінок, які перебувають в періоді вагітності. Про вагітних жінок кажуть: *in a delicate state of health* – «перебувати в делікатному стані»; *in the puding club ; with child* – «вагітна жінка»; *be in a certain (delicate, interesting) condition* – «бути в цікавому стані, вагітною»; *be big with child* - «ось-ось народить, бути на останньому місяці вагітності».

Деякі фізичні вади людини теж знайшли своє відображення у фразеологізмах: *a dot and carry on* – «каліка, кульгавий, «дерев'яна нога»; *a basket case* – «каліка з ампутованими руками і ногами».

Проведене дослідження дає нам змогу констатувати щодо стриманості англіїців відповідно до характеристики людей з фізичними вадами. Що стосується фразеологічних одиниць на позначення стану вагітності у жінок, можна зазначити, що їх набагато більше і вони всі позитивно конотовані, що дозволяє дійти висновку, що англіїці шанобливо ставляться до вагітних жінок.

2.2.10 Концепт MOOD. На зовнішньому вигляді відбивається і настрій людини. Настрій — загальний емоційний стан, який своєрідно забарвлює на певний час діяльність людини, характеризує її життєвий тонус, впливає на поведінку.

Розрізняють позитивні настрої, які виявляються у бадьорості, та негативні, які пригнічують, демобілізують, викликають пасивність.

Деталлями, які видають емоційний стан людини можуть бути жести, вираз обличчя, інтонації в голосі і навіть те, як ви одяглися сьогодні.

Якщо людині сумно, з'являється сутулість, опускаються плечі, руки безвольно повисають уздовж тулуба. В очах тривога або апатія, байдужість.

Нами знайдено ряд фразеологічних одиниць, що позначають поганий настрій людини: *be in the dumps* – «бути в поганому настрої, хандрити»; *be like a bear with a sore head* – «не мати настрою»; *down in the mouth* – «бути в поганому настрої, занепасти духом»; *be in the blues* – «бути в пригніченому настрої, засмутитися»; *to ride the black donkey* – «бути в поганому настрої»; *as black as thunder* - «хмара хмарою».

Коли настрій бадьорий, піднесений, плечі розправлені, фігура стає якби вищою, погляд гострий, хода рішуча, рухи точні і розважливі. Людина наповнена силою, і це відразу видно: *be of good cheer*; *be in vein* – бути в гарному настрої; *happy as a clam* – «бути задоволеним, щасливим, в хорошому настрої»; *be in fettle to*; *be in good heart* - «бути в піднесеному

настрої»; *get one's tail; with tail up* – «бути в гарному настрої, тримати хвіст пістолетом»; *animal spirits (high spirits)* – «життєрадісний, веселий настрій».

Таким чином, можна сказати, що настрої людини теж є складником гарної чи поганої зовнішності людини.

Гарний настрій англійці позначають через порівняння зі щасливим собакою, коли він виляє хвостом від радості, з веселощами, з приємними речами.

Поганий настрій у англійців асоціюється з темними кольорами, смутком.

2.3 Тенденції у образній концептуалізації зовнішності людини в англійській мові

Людина – це той центр, крізь який проходять координати, що визначають предмет, задачі, методи та ціннісні орієнтації сучасної лінгвістики.

Сьогодні навіть важко собі уявити, що існував такий період у мовознавстві, коли вивчення мови відбувалось без урахування людського фактору, а лінгвістика була «нелюдською».

Так як людина знаходиться у центрі світобудови, то їй властиво оцінювати себе й собі подібних, а також навколишній світ з різних аксиологічних позицій.

Ми сприймаємо зовнішній світ за допомогою почуттів, а саме: зору, смаку, нюху, слуху, дотику. Всі вони фіксуються в мові і стають концептами, як окремої людини, так і національної культури.

Концепт **ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ** ми виділяємо як сукупність уявлень про зовнішність людини. Такі уявлення існують у вигляді складного образу, складниками якого є анатомічні (частини тіла), функціональні

(міміка, жести, хода) та соціальні (одяг, прикраси) ознаки, які при сприйнятті являють собою єдине ціле.

Дослідження фразеологізмів та паремій дозволяє визначити основні тенденції у образній концептуалізації зовнішності людини в англійській мові, а саме її відтворення через інші концепти. Наприклад, через концепт ANIMALS.

Проведений нами аналіз свідчить, що в англійській мові існує велике нашарування фразеологізмів та паремій на позначення зовнішності людини, які мають в своєму складі мотивовані назви тварин.

Можна сказати, що уявлення про зовнішність людини трансформується крізь знання людини про зовнішній вигляд, манери, поведінку братів наших менших.

Семантичними похідними зоонімів служать різні найменування – назви домашніх і диких тварин, птахів, комах, плазунів, які можуть відобразити такі характеристики зовнішності людини як краса: *relaxed and regal as a Siamese cat; as a fawn*; очі: *eyes like a cat's or lynx's; eyes like a hawk*; статура: *body like a tigress*; одяг: *as gaudy as a peacock*; зріст: *knee – high to grasshopper*; загальний зовнішній вигляд: *dirty as a pig*; невродливість: *un ugly duckling*.

Зв'язок також просліджується з концептом PLANTS.

В складі фразеологізмів з характеризуюче–оціночним значенням можна виокремити групу, яка асоціюється з рослинами, частіше з квітами.

Англіїці ототожнюють з квітами гарне, свіже, молоде обличчя: *beautiful like poppies; as an open crocus; as a magnolia*; рум'яний здоровий колір обличчя: *have roses in one's cheeks*; красу та соковитість губ: *lips like lilies*.

Нами підмічено, що велику роль у оцінюванні зовнішності людини відіграють колороніми. Тут просліджується тенденція до взаємозв'язку концептосфери ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ з концептом COLORS.

Нами визначено, що найчастіше вживаються такі кольори, як *green, white, black, pink, red, blue*.

Так, наприклад, зелений колір у англійців пов'язаний з поняттями молодості, недосвідченості: *green years; green as grass*; а також з загадковими чарівними очами: *green eyes; eyes like sea shells*.

Білий колір у фразеологізмах може мати позитивну або негативну оцінку зовнішності людини. Якщо мова йде про світлий ніжний колір шкіри, його порівнюють з білизнаю снігу, матовістю мармуру: *as white as marble, as snow*. Навпаки, занадто бліда шкіра порівнюється з чимось неживим, змученим, виснаженим, де білий колір вказує на млявість, хворобливість: *as white as a ghost; as white as chalk*.

Чорний колір частіше вживається на позначення чогось недоброго, наприклад, поганого настрою: *as black as thunder*; синця під оком: *a black eye*.

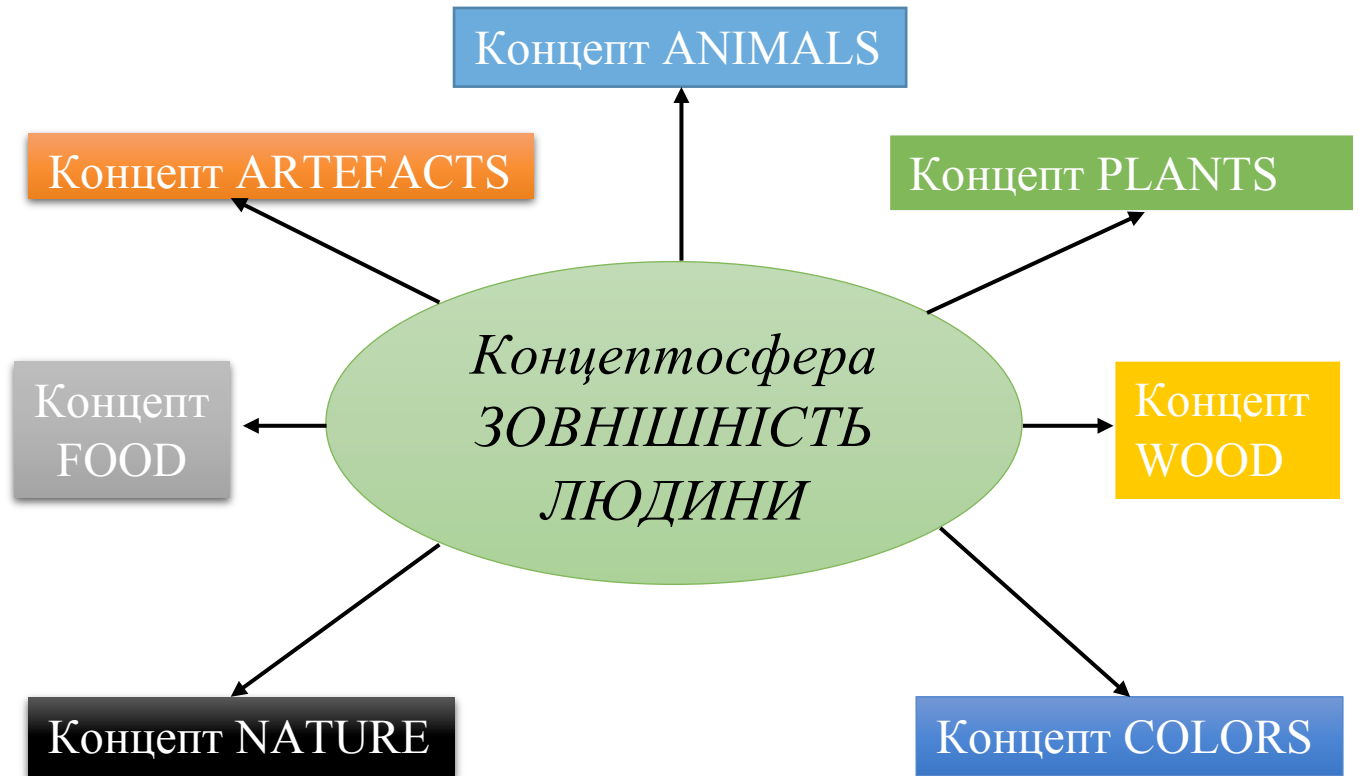
Червоний та рожевий кольори вживаються для зображення здорового кольору обличчя, гарних губ: *red as two buds; pink and sweet as a magnolia*, а також для опису обличчя людини, яка почервоніла від сорому або люті: *as red as a beet; as red as a lobster*.

Треба зазначити, що концептосфера ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ тісно пов'язана і з іншими концептами, такими як FOOD, коли мова йде про вроду людини: *good as a pie*; WOOD, коли описується тонка фігура людини: *as thin as a rake; as flat as a board*, де фігура людини порівнюється з чимось дерев'яним: шваброю, дошкою, тріскою і т.п.

Також ми бачимо в англійській мові тенденцію до використання концептів ARTEFACTS: при описі зовнішності людини: *as bright as a new penny; round as a barrel; button nose*; та NATURE: *grandly sitting like a great rock; like sky, blue star; look like a December moon*.

Підсумовуючи вищесказане, ми можемо представити взаємозв'язок концептосфери ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ з низкою інших концептів, через які і передається уявлення англійців про зовнішність такою схемою:

Складники концептосфери
ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ



Отже, систематизовані результати проведеного аналізу дають змогу константувати, що в образній концептуалізації зовнішності людини просліджуються тенденції до вербалізації зовнішності через низку інших концептів, які і складають англійську мовну картину світу.

ВИСНОВКИ

Впровадження в гуманітарні науки антропологічної парадигми, в рамках якої мовні явища розглядаються в тісному взаємозв'язку з людиною, її свідомістю та світосприйняттям, викликало активні дослідження в різних галузях сучасної лінгвістики процесів концептуалізації і категоризації сьогодення.

В процесі нашого дослідження було здійснено огляд теоретичних джерел, розглянуто поняття «фразеологізм» і «паремія» та методів їх дослідження, представлено та узагальнено поняття терміну «концепт», виявлено та систематизовано засоби репрезентації зовнішності людини засобами фразеологізмів і паремій та здійснено їх когнітивно–семантичний аналіз.

На підставі проаналізованих нами теоретичних джерел ми визначили концепт як ментальне утворення, що є базовою одиницею розумового коду людини, представляє собою результат пізнавальної (когнітивної) діяльності особистості і суспільства і несе комплексну інформацію про предмет або явище, яке, до того ж, набуває вербалізації мовними засобами різних рівнів, серед яких найбільш складними виявляються фразеологічні та паремійні одиниці. Останні також, окрім базових уявлень про вербалізовані феномени, містять також образну і аксіологічну інформацію, що виступають невід'ємними складниками структури концептів та відкривають національно-культурну специфіку інформації, що містять уявлення про людську зовнішність представники англо-саксонської нації.

При вирішенні завдань нашої роботи ми дійшли висновку, що зовнішність людини – це концептосфера, яка існує у вигляді складного образу, складниками якого є анатомічні (частини тіла), функціональні (міміка, жести, хода) та соціальні (одяг, прикраси) ознаки, і складається з низки відповідних концептів.

Методом суцільної вибірки фразеологічних та паремійних одиниць англійської мови, що застосовуються для вербалізації різних параметрів зовнішності людини, з лексикографічних джерел та їх систематизації за

семантичним параметром ми виділили наступні складники концептосфери ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ:

1) FACE (до засобів вербалізації якого може належати опис обличчя загалом, а також окремих його частин (*nose, eyes, mouth, lips, hair, brows, beard*));

2) FIGURE (BUILD) (до яких відноситься узагальнене уявлення про гарну/погану статуру, струнку, товсту, худу людину);

3) AGE (до якого належать фразеологічні та паремійні одиниці про молоду/стару людину та людину у розквіті літ);

4) HIGHT (до якого ми відносимо опис високої та низької людини);

5) BEAUTY (до якого належить узагальнені вербалізовані уявлення про красиву/некрасиву людину);

6) GENERAL OUTLOOKS (фразеологізми та паремії на позначення загального вигляду людини);

7) MOVEMENTS;

8) PHYSICAL STATE;

9) MOOD.

В ході нашого дослідження ми також з'ясували, що група фразеологізмів і паремій із позначенням якісної оцінки обличчя, що вербалізують макроконцепт FACE – одна з найчисленніших.

Проведений нами їх семантико–когнітивний аналіз дозволяє константувати, що при оцінці зовнішності людини англійцям притаманні стриманість у висловлюванні негативного по відношенню до співрозмовника або будь-якої іншої людини. Більшість фразеологізмів і паремій є позитивно-конотованими. Фразеологічні та паремійні одиниці з негативним забарвленням мають більш іронічний характер.

За допомогою методу реконструкції концептуальних метафор/метонімії нами також виявлено, що в образній концептуалізації зовнішності людини просліджуються тенденції до вербалізації зовнішності через низку інших концептів, коли зовнішність порівнюється з їжею, що

встановлює аналогію із концептом FOOD, що узагальнює концептуальна метафора PART OF HUMAN BODY IS FOOD, із квітами або рослинами загальною шляхом аналогії із концептом PLANTS, із природними явищами (концепт NATURE), з речами повсякденного вжитку (концепт ARTEFACTS), з поведінкою, зовнішнім виглядом та манерами тварин (концепт ANIMALS), з використанням колоронімів (концепт COLORS) та порівняння з дерев'яними предметами (концепт WOOD).

Таким чином, фразеологічні і паремійні одиниці на позначення зовнішності людини відображають традиційні цінності англійського суспільства, відповідно до яких зовнішність посідає важливе місце серед цінностей спільноти і складають англійську мовну картину світу.

Встановлені зв'язки демонструють факт включення складових концептосфери ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ до щільної мережі інших компонентів концептуального простору носія англійської мови, а також демонструють значущість проаналізованої концептосфери серед них.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абаева М. К. Фразеологизмы со значением интеллектуальной деятельности с позиции когнитивной теории : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Республика Казахстан Алматы, 2008. 26 с.
2. Авксентьев Л. Г. Семантична структура фразеологічних одиниць сучасної української мови та особливості її формування. *Мовознавство*. 1988. №3. С. 77 - 83.
3. Алефіренко М. Ф. Теоретичні питання фразеології. Харків : Вища школа, 1987. 125 с.
4. Антрушина Г. Б., Афанасьева О. В., Морозова Н. Н. Лексикология английского языка : учеб. пособие для студентов. М. : Дрофа, 1999. 288 с.
5. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии. Л. : Изд-во Ленинград. ун-та, 1963. 208 с.
6. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка : Издание 2-е. М.: Высш. шк., 1973. 293 с.
7. Архангельский В. Л. Устойчивые фразы в современном русском языке. Основы теории устойчивых фраз и проблемы общей фразеологии. Ростов : Изд-во Ростовского ун-та, 1964. 315 с.
8. Аскольдов-Алексеев С. А. Концепт и слово. *Русская словесность. От теории к структуре текста* : антология. М. : Academia, 1997. С. 267 - 279.
9. Бабенко Н. С. D. Dobrovolskij. Idiome im mentalen Lexikon. Ziele und Methoden der kognitivbasierten Phraseologieforschung. *Вопросы языкознания*. 2000. №1. С. 156–159.
10. Бабкин А. М. Русская фразеология, ее развитие и источники. Л. : Наука, 1990. 189 с.

11. Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико–фразеологической семантике языка. Воронеж : Воронеж. гос. ун-т., 1996. 104 с.
12. Бакай Б. Я. Формування фразеології в переломні моменти історії народів Європи (на матеріалі української, російської, англійської, німецької, французької мов у періоди Першої та Другої світових воєн.) : дис. канд. філол. наук : 10.02.15. Дрогобич, 2000. 228 с.
13. Баран Я. А. Фразеологія у системі мови : автореф. дис. ... докт. філол. наук : 10.02.15. Київ, 1998. 27 с.
14. Бодалев А. А. Восприятие и понимание человека человеком. М.: Изд-во МГУ, 1982. 124 с.
15. Бондаренко О. С. Про співвідношення між мовною та концептуальною картинами світу. *Наук. зап. Луганського нац. пед. ун-ту. Сер. «Філологічні науки»*. Вип. 4. Т. 1. Луганськ : Альма-матер, 2003. С. 37 - 45.
16. Булаховський Л. А. Вибрані праці. К.: Наукова думка, 1978. 591 с.
17. Буткевич О. В. Красота : Природа, сущность, формы. Ленинград : Художник РСФСР, 1983. 438 с.
18. Валюкевич Т. В. Концепт зовнішність людини в англійській мовній картині світу : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.2004. Харків, 2015. 23 с.
19. Виноградов В. В. О теории художественной речи. М. : Высшая школа, 1971. 239 с.
20. Виноградов В. В. Лексикология и лексикография. М. : Наука, 1977. 317 с.
21. Виноградов В. В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке. *Лексикология и лексикография : избранные труды*. М., 1986. 161 с.

22. Волошкина И. О. Паремии : семантика, структура, функции. М. : Перемена, 2011. 216 с.
23. Воркачев С. Г. Концепт счастья : понятийный и образный компоненты. *Известия РАН. Серия литературы и языка*, 2001. Т. 60. №6. С. 47–58.
24. Воркачев С. Г. Концепт как «зонтиковый термин». *Язык, сознание, коммуникация*. Вып. 24. М., 2003. С. 5–12.
25. Воркачев С. Г. *Studia selecta* : избранные работы по теории лингвокультурного концепта : монография. Волгоград : Парадигма, 2013. 180 с.
26. Гаврин С. Г. Фразеология современного русского языка. Пермь : Пермский гос. ун-т. 1974. 269 с.
27. Гак В. Г. Фразеология, образность и культура. *Советская лексикография. Сборник статей*. М., 1988. С. 159 - 169.
28. Гумбольдт В. фон. Язык и философия культуры. М. : Прогресс, 1985. 450 с.
29. Жуков А. В. Паремнологическая теория и семантическая классификация пословиц. *Избранные работы по русскому языку*. Новгород : НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2011. С. 327 – 333.
30. Жуков В. П. Семантика фразеологических оборотов. М. : Просвещение, 1978. 160 с.
31. Жуков В. П. Русская фразеология : учебн. пособ. 2-е изд., испр. и доп. М. : Высшая школа, 2006. 408 с.
32. Золотых Л. Г. Когнитивно-дискурсивные основы фразеологической семантики (на материале русского языка) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01. Белгород, 2008. 46 с.

33. Карасик В. И. Лингвокультурная концептология : учеб. пособие Волгоград : Парадигма, 2009. 116 с.
34. Карасик В. И., Слышкин Г. Г. Лингвокультурный концепт как единица исследования. *Методологические проблемы когнитивной лингвистики*: сб. науч. тр. / ред. И. А. Стернин. Воронеж, 2001. С. 75 – 80.
35. Ковшова М. Л. Культурно-национальная специфика фразеологизмов (когнитивные аспекты) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. М., 1996. 244 с.
36. Ковшова М. Л. Лингвокультурологический метод во фразеологии : коды культуры. М. : Ленанд, 2016. 456 с.
37. Коротун О. В. Образ - концепт "внешний человек" в русской языковой картине мира : дис. ...канд. филол. наук : 10.02.01. Омск, 2002. 193 с.
38. Корунець І. В. Порівняльна типологія англійської та української мов : навч. посіб. Вінниця : Нова книга, 2003. 458 с.
39. Коцюба З. Г. Універсальне і національне в паремійних фондах мов європейського ареалу (лінгвокультурологічний аспект) : автореф. дис. ... докт. філол. наук : 10.02.15. «Загальне мовознавство» / КНУ ім. Т. Шевченка. К., 2010. 32 с.
40. Кубрякова Е. С., Демьянков В. З. и др. Краткий словарь когнитивных терминов. М. : МГУ, 1996. 245 с.
41. Кунин А. В. О переводе английских фразеологизмов в англорусском фразеологическом словаре. *Тетради переводчика*. 1964. №2 С. 52 – 58.

42. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка: учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. 2-е изд., перераб. М.: Высшая школа, Дубна : Феникс, 1996. 381 с.
43. Лаврова О. В. Концепт журавель в українській етнокультурі. *Лінгвістика* : зб. наук. пр. Луганськ : Вид-во ЛНПУ ім. Тараса Шевченка “Альма матер.” 2008. № 1. С. 56 – 62.
44. Ларін Б. О. Фразеологія та лексикографія. К. : Наукова думка, 1989. 307 с.
45. Латыпова Л. Ч. Роль английских и русских фразеологических единиц в формировании модальности в тексте : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20. Волгоград, 2002. 18 с.
46. Лашук О. М. Антропоцентричний підхід у дослідженні бінарних концептів «NÄHE» та «DISTANZ». *Наукові записки. Серія “Філологічна”*, Луцьк, 2011. С. 64 – 72.
47. Левченко О. П. Фразеологічна репрезентація світу. *Мовні і концептуальні картини світу* : зб. наук. пр. Київ : КНУ, 2002. №7. С. 307–315.
48. Лихачёв Д. С. Концептосфера русского языка. *Изв. РАН. Сер. лит. и яз.* М., 1993. Т. 52. № 1. С. 3 – 9.
49. Маслова В. А. Введение в когнитивную лингвистику : учеб. пособие. 3-е изд., испр. М. : Флинта : Наука, 2007. 296 с.
50. Моисеева С. А. О когнитивной природе метафоры во фразеологическом пространстве: на материале французского языка. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Сер. Романо-германська філологія. Methodика викладання іноземних мов.* Харків, 2009. №866. С. 6–14.

51. Мокиенко В. М. Славянская фразеология : учебное пособие. М. : Высшая школа, 1989. 287 с.
52. Молотков, А. И. Основы фразеологии русского языка. Ленинград : Наука. Ленингр. отд-ние, 1977. 283 с.
53. Осипова О. Б. Когнитивно-концептуальный анализ репрезентации концепта LIFE во фразеологическом фонде английского языка. *Вестник Челябинского университета. Филология. Искусствоведение*. Челябинск, 2012. № 21. Вып. 68. С. 93 – 96.
54. Пазяк М. М. Українські прислів'я та приказки : проблеми пареміології та пареміографії. К.: Наукова думка, 1984. 201 с.
55. Подковырин Ю. В. Внешность литературного героя как художественная ценность : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.08. Кемерово, 2007. 172 с.
56. Полиця Т. Д. До питання про когнітивно-орієнтований опис фразеологічних та паремійних номінацій концепту. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 10 : Проблеми граматики і лексикології української мови*. К., 2013. 26 с.
57. Полюжин М. М. Про теоретичні засади когнітивного підходу до дискурсивного аналізу. *Studia Germanica et Romanica*. Донецьк : Дон. НУ, 2004. Т. 1. № 3. С. 32 – 42.
58. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М. : Восток-Запад., 2007. 314 с.
59. Попов С. В. Визуальное наблюдение. СПб. : Речь, 2002. 226 с.
60. Приходько А. М. Концепти в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя : Прем'єр, 2008. 332 с.
61. Рахилина Е. В. Когнитивный анализ предметных имен : семантика и сочетаемость. М. : Русские словари, 2008. 416 с.

62. Ройзензон Л. И. Фразеологизация как лингвистическое явление. *Труды Самаркандского государственного университета им. А. Навои*. Вып. 119. Самарканд, 1964. 140 с.
63. Селіванова О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
64. Селіванова О. О. Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти) : монографія К.; Черкаси : Брама, 2004. 276 с.
65. Сепир Э. Избранные работы по языкознанию и культурологии М : Прогресс, 1993. 656 с.
66. Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты : автореф. дис. ... докт. филол. наук : 10.02.19. Волгоград : Волгоград. гос. пед. ун-т, 2004. 312 с.
67. Степанов Ю. С. 2006 Концепт. URL:http://genhis.philol.msu.ru/article_120.shtml. (дата звернення : 17.10.2019).
68. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М. : Языки русской культуры, 1996. 284 с.
69. Уорф Б. Л. Отношение нормы поведения к мышлению и языку. *Новое в зарубежной лингвистике*. Вып. 1. М. : Прогресс, 1960. С. 61 - 97.
70. Флоренский П. А. Иконостас. Избранные труды по искусству. СПб.: «Мифрил», 1993. 365 с.
71. Фрумкина Р. М. Есть ли у современной лингвистики своя эпистемология? *Язык и наука конца 20 века*. М. : Рос. гос. гуманитар. ун-т, 1995. 90 с.

72. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка : учеб. пособ. для вузов по спец. «Русский язык и литература» : 4-е изд., испр. и доп. Санкт-Петербург: Специальная Литература, 1996. 192 с.
73. Шевченко І. С. Лінгвокультурні концепти : проблеми типології. *Каразінські читання : Людина. Мова. Комунікація* : тези доп. XIV наук. конф. (м. Харків, 27 березня 2015 р.). Харків, 2015. С. 250 – 251.
74. Шелер М. Избранные произведения Под. ред. Д. Лунгиной. М. : «Гнозис», 1994. 419 с.
75. Южченко В. Д. Народження та життя фразеологізму. К. : Рад. школа, 1988. 144 с.
76. Южченко В. Д. Когнітивні аспекти вивчення фразеології в Україні. *Лінгвістика* : зб. наук. праць. Луганськ : ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2008. №2. С. 46–59.
77. Юнг К. Г. Собрание сочинений. Психологическая бессознательность. М. : Канон, 1994, 320 с.
78. Morgan G. Basic Color Terms : comparative results for French & Russian *French Languages studies*. Paris, 1993. Vol. 3/1. P. 1 – 17.
79. Schwarz M. Einführung in die kognitive Linguistik. Tübingen/Basel : Francke, 1996. 238 S.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

80. . Баранцев К. Т. Англо-український фразеологічний словник. 2-ге вид., випр. К. : Т-во «Знання» КОО, 2005. 1056 с.

81. Великий тлумачний словник сучасної української мови : 250000 уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь : Перун, 2005. VIII, 1728 с.
82. Дворецкий И. Х. Латинско-русский словарь : ок. 50 000 слов. 3-е изд., испр. Москва : Рус. яз., 1986. 3 840 с.
83. Кунин А. В. Англо-русский фразеологический словарь. М. : Русский язык, 1984. 944 с.
84. Ayto J. Oxford Dictionary of English Idioms. Oxford : Oxford University Press, 2010. 416 p.
85. Kunin A. V. English-Russian dictionary of idioms. M., 2005. 503 с.

SUMMARY

The present research focuses on the study the specific features of the verbal representation of the concept HUMAN APPEARANCE in modern English by means of phraseology and paremia.

The first chapter considers such problems of modern linguistics as phraseology and paremia definition as well as understanding of the term “concept” and conceptual analysis. In this paper the application of semantic-cognitive approach to the analysis of idioms and paremia of English is substantiated.

The second chapter deals with the study of the verbal representation of the conceptual sphere HUMAN APPEARANCE by means of phraseology and paremia in modern English which are systematized and analysed with the application of the method of reconstruction of conceptual metaphors.

Cognitive-semantic analysis, carried out on the material of the corpus of English idioms and paremia, correlated with the mental construal HUMAN APPEARANCE, demonstrated its complicated structure. The study reveals specific features of the verbal and mental representation of HUMAN APPEARANCE by Anglophones in verbal form, which is treated as culturally-specific.

Key words: *concept, conceptual, sphere, conceptual metaphor, image, human appearance, conceptual analysis, paremia, phraseology, idiom.*

**Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Ракус Світлана Олександрівна, студентка 2 курсу магістратури, форми навчання заочної, факультету іноземної філології, спеціальність 035 Філологія, освітньо-професійна програма мова і література (англійська), адреса електронної пошти rakus1968@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Семантико-когнітивні особливості вербалізації зовнішності людини засобамианглійських фразеологізмів і паремій» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент) С. О. Ракус _____