

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет слов'янської філології
Кафедра української філології та славістики

Кваліфікаційна робота
з української мови на тему:

«ФРАЗЕОЛОГІЗМИ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕСТЕТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ
В УКРАЇНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ:
СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА, ФУНКЦІЇ»

Студентки групи СЛукр 52-20
факультету слов'янської філології
денної форми навчання
освітньо-професійної програми Українська
мова і література, англійська мова,
редагування освітніх видань
спеціальності 014 Середня освіта
(Українська мова і література)
Дмитрієвої Ілони Володимирівни

Допущена до захисту
«_____» _____ року

Завідувач кафедри
_____ проф. Валюх З.О.
(Підпис) (ПП)

Науковий керівник –
доктор філологічних наук, професор
Баган Мирослава Петрівна

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

Київ – 2021

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ	4
ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ	8
1.1. Специфіка фразеологізму як мовної одиниці	8
1.2. Проблема класифікації фразеологізмів у сучасному мовознавстві.....	12
1.3. Принципи та переваги вивчення фразеологізмів у лінгвокультурному аспекті.....	18
1.4. Естетичні цінності як важливий складник фразеології.....	20
Висновки до розділу 1.....	22
РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНА ТИПОЛОГІЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕСТЕТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ	24
2.1. Семантичні різновиди фразеологізмів на позначення естетичних цінностей	24
2.1.1. Фразеологізми на позначення жіночої вроди	24
2.1.2. Фразеологізми на позначення внутрішньої краси.....	28
2.1.3. Фразеологізми на позначення естетики вбрання.....	34
2.1.4. Фразеологізми на позначення естетики інтер'єру.....	37
2.1.5. Фразеологізми на позначення дефектів зовнішності.....	39
2.1.6. Фразеологізми на позначення неестетичних об'єктів довкілля.....	41
2.2. Структурні типи фразеологізмів із семантикою естетичних цінностей.....	43
2.2.1. Фразеологізми у формі словосполучень на основі прислівного зв'язку.....	44
2.2.2. Фразеологізми у формі усталених порівнянь.....	44
2.2.3. Фразеологізми у формі простого речення.....	46
2.2.4. Фразеологізми у формі складного речення	46
Висновки до розділу 2.....	47
РОЗДІЛ 3. ФРАЗЕОЛОГІЗМИ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕСТЕТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ ЯК РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ НАРОДНОГО СВІТОБАЧЕННЯ ТА ЗАСІБ ХУДОЖНЬОГО УВИРАЗНЕННЯ	49
3.1. Типові символи краси в українській фразеології.....	49
3.2. Взаємопов'язані з красою поняття в українській фразеології.....	56
3.3. Прагматика фразеологізмів на позначення естетичних цінностей.....	60

3.4. Динаміка цінностей у фразеології сучасної української мови на тлі суспільних змін.....	64
Висновки до розділу 3.....	68
ВИСНОВКИ.....	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	74
СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	81
SUMMARY.....	82

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ФО – фразеологічна одиниця

ВСТУП

Фразеологія сучасної української мови є тією галуззю мовознавства, що постійно привертає увагу дослідників, у ній найяскравіше виявлена національна специфіка мови, яку витворив народ протягом віків, передано його характер (Розгон 2015, с. 148).

Сучасні лінгвістичні дослідження все частіше виконують у контексті антропоцентризму: у центрі уваги перебуває людина, її вчинки, риси характеру, емоційний стан тощо. Людина завжди прагнула пізнати світ і саму себе, у цьому складному і тривалому процесі вона створила і такі мовні перлини, як фразеологізми.

Оскільки зовнішність людини – об'єкт зорового сприйняття, ознаки якого сприяють ідентифікації з іншими людьми, то акт оцінки зовнішності людини має функціонально-ситуативний характер. Фразеологізми – це завжди яскраві, образні вирази. Вони є важливим експресивним засобом мови, а також засобом характеротворення людини. Одним із найзвичніших засобів сприйняття людиною так званої об'єктивної реальності завжди було зорове сприйняття, а у людській свідомості реальність завжди трансформується у слова і вирази, що описують певні явища, у нашому випадку у фразеологізми, оскільки в усній народній творчості завжди існувала велика кількість епітетів, порівнянь, приказок, прислів'їв на позначення зовнішнього вигляду людини (Венжинович 2017, с. 361).

Теоретичні засади вивчення фразеології викладено в працях таких вчених: В. Виногорова, А. Грищенка, І. Ющука, Л. Скрипника, М. Шанського, О. Куніна, О. Потєбні.

В українському та закордонному мовознавстві семантику, структуру фразеологізмів, а також проблему їхньої класифікації вивчали Ш. Баллі, В. Виноградов, В. Жуков, Б. Ларін, М. Шанський, М. Тагієв, О. Кунін, І. Чернишова, В. Архангельський, О. Молотков, С. Гаврин, О. Смирницький, Л. Булаховський, Ю. Прадід, В. Ужченко, О. Ахманова, Л. Булаховський.

Проте фразеологізми на позначення естетичних цінностей безпосередньо не вивчали. Ми вважаємо, що ця частина українського фразеологічного фонду заслуговує на окреме дослідження. Отже, **актуальність** кваліфікаційної роботи зумовлена відсутністю детального дослідження і вивчення фразеологізмів на позначення естетичних цінностей.

Фразеологізми, зокрема ті, що стосуються людини, досліджували на матеріалі багатьох слов'янських мов різні вчені: польської (Д. Філляр, А. Пайджінська, К. Секерська), української (В. Мокієнко, Л. Коломієць, В. Скар), російської (Д. Скар'єв), болгарської (С. Саїдова), хорватської (Б. Ковачевич), словенської (Е. Кржишник) та інші. Великий вклад зробила Н. Венжинович.

Об'єктом нашого дослідження є фразеологізми на позначення естетичних цінностей.

Предметом дослідження стали структурні, семантичні та лінгвокультурні особливості цих фразеологізмів.

Матеріал дослідження. Фразеологізми дібрано із фразеологічних словників української мови, а саме: Словника фразеологізмів української мови (Київ, 2003); Фразеологічного словника української мови (Київ, 1998); Фразеологічного словника української мови (Київ, 2002) та збірників паремій.

Мета дослідження – з'ясувати семантику, структуру та функції фразеологізмів на позначення естетичних цінностей в українській лінгвокультурі.

Поставлена мета зумовлює розв'язання таких **завдань**:

- 1) визначити теоретичні засади вивчення фразеологізма як мовної одиниці;
- 2) проаналізувати проблему класифікації фразеологізмів у сучасному мовознавстві;
- 3) довести переваги вивчення фразеологізмів у лінгвокультурному аспекті;
- 4) визначити, чому естетичні цінності є важливим складником фразеології;
- 5) виокремити семантичні різновиди фразеологізмів на позначення естетичних цінностей та дослідити особливості кожного з них;

- б) виділити структурні типи фразеологізмів із семантикою естетичних цінностей;
- 7) з'ясувати які символи краси є типовими для української фразеології;
- 8) визначити які поняття взаємопов'язані з поняттям краси у фразеології;
- 9) установити прагматику фразеологізмів на позначення естетичних цінностей;
- 10) простежити динаміку естетичних цінностей українців у традиційній фразеології та сучасному комунікативному просторі.

Методи дослідження: у роботі застосовано описовий метод, структурний метод (для визначення структури фразеологізмів), зіставний (для виявлення подібностей і відмінностей досліджуваних одиниць), метод функційного аналізу (для встановлення прагматики фразеологізмів).

Наукова новизна роботи полягає у детальному дослідженні фразеологізмів на позначення естетичних цінностей, їхньої структури, семантики, функцій та значення для української фразеології.

Практична цінність: матеріали цього дослідження можуть бути використані для подальших наукових досліджень фразеології, для вивчення курсу “Сучасна українська мова” (розділ “Фразеологія”), при опануванні спецкурсів та на факультативах з української мови.

Структура роботи: магістерська робота складається зі змісту, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури, списку лексикографічних джерел, списку джерел ілюстративного матеріалу та англійськомовної анотації.

Апробація. Результати дослідження апробовано на міжнародній студентській науково-практичній відеоконференції “Ad orbem per linguas. До світу через мови”, 13 травня 2021 року. На основі виступу опубліковано тези.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

1.1. Специфіка фразеологізму як мовної одиниці

Фразеологія – галузь лінгвістичної науки, яка завжди привертала увагу дослідників, оскільки вона містить найбільше суперечливих поглядів на окремі її аспекти, починаючи з визначення поняття фразеологізму, його обсягу, структури, семантики тощо (Денисова 2015, с. 13).

Почнемо з того, що вітчизняні та зарубіжні науковці використовують різні назви самого терміна: фразеологічна одиниця (далі ФО), фразеологізм, фразема, ідіома, фразеологічний зворот, стійке словосполучення і відповідно їхнє визначення також відрізняється. Наприклад, в академічному тлумачному словнику зазначається, що фразеологізм (або фразеологічна одиниця) – усталений зворот, стійке поєднання слів, що виступає в мові як єдиний, неподільний і цілісний за значенням вислів.

Термін “фразеологічна одиниця” був введений В. Виноградовим і мав використовуватися для позначення тих сполук, які не утворюються в процесі мовлення, а відтворюються за традицією (Виноградов 1977, с. 59-62). ФО виконують функцію слова, хоча самі складаються з декількох слів і своєю структурою більш схожі на словосполучення або речення. ФО мають певні ознаки, які допомагають розпізнати їх з-поміж інших мовленнєвих явищ, це відтворюваність, стійкість компонентного складу та роздільно-оформленість (Виноградов 1977, с. 59-62).

І. Ющук говорить про фразеологічну одиницю або фразеологізм як про “стійке сполучення двох і більше слів, яке в процесі мовлення відтворюється як готова словесна формула і звичайно являє собою семантичну цілість” (Ющук 2004, с. 229).

А. Грищенко дає таку дефініцію фразеологізму: “Це семантично пов’язане сполучення слів, що, на відміну від подібних до нього за формою синтаксичних структур (словосполучень або речень), не створюється в процесі мовлення відповідно до загальних граматичних і значеннєвих

закономірностей поєднання слів, а відтворюється у вигляді фіксованої конструкції, з властивим їй лексичним складом і значенням” (Грищенко 2002, с. 203).

Л. Скрипник вважає, що “Фразеологізм – це лексико-граматична єдність двох і більше нарізно оформлених компонентів, граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, яка, маючи, цілісне значення, відтворюється у мові за традицією, автоматично” (Скрипник 1973, с. 23).

О. Пономарів називає фразеологізмом стійке сполучення слів, граматично організованих за моделлю словосполучення або речення. На думку М. Шанського, фразеологічна одиниця – це відтворювана в готовому вигляді фіксована одиниця мови із двох і більше наголошуваних компонентів слівного характеру (Шанський 1957, с. 10-15).

Більш абстрактне, проте дуже гарне визначення дає Ф. Буслаєв, називаючи фразеологічні одиниці своєрідними мікросвітами, які містять і моральний закон, і здоровий глузд, виражені в короткому вислові і заповідалися предками для керівництва потомкам (Буслаєв 1954, с. 37).

Досить часто постає питання, а чим відрізняється фразеологічна одиниця від слова? Це складніше утворення, ніж слово з погляду структури і семантики. Складові частини слів – морфеми – не самостійні одиниці мови. Компонентами ж фразеологічних одиниць є окремі слова, що здатні функціонувати і поза фразеологічними зворотами. Слово і фразеологічні одиниці належать до різних мовних рівнів – лексичного і фразеологічного. Семантика слова зумовлена контекстом, тоді як семантика фразеологічних одиниць зазвичай не залежить від контексту. Крім того, у фразеологічній одиниці спостерігається тенденція до однозначності, у слів – до багатозначності (Комар 2011, с. 131).

Оскільки, як бачимо, фразеологічна одиниця суттєво відрізняється від слова, О. Кунін запропонував теорію співвідношення фразеологічної одиниці зі словосполученням і словом. В основу цієї теорії він поклав такі принципи:

1. Фразеологічна одиниця і слово – якісно різні утворення як у структурному, так і в семантичному відношенні.

2. Фразеологічна одиниця – це сполучення слів, тобто окремооформлене утворення з повністю або частково переосмисленими значеннями.

3. Фразеологічна одиниця і слова є одиницями різних мовних рівнів: фразеологізми – одиниці фразеологічного рівня, а слова – лексичного.

4. Належність до різних рівнів повністю передбачає співвідношення фразеологічні одиниці зі словами.

5. При співставленні значення фразеологічної одиниці і слів слід виходити з об'єктивних мовних показників (Комар 2012, с. 113).

Складнішим здається розрізнення понять фразеологізму та словосполучення. Словосполучення зазвичай є вільними і хоч усе залежить від ступеня семантичного злиття його елементів, але все ж будь-який компонент може бути змінений і при цьому ця заміна утворить нове граматично і лексично правильне словосполучення. На противагу цьому, елементи фразеологічних одиниць завжди однакові і їхня заміна або неможлива взагалі, або вона займенникова чи обмежена до кількох синонімів для одного з компонентів.

Як бачимо, не існує єдиного тлумачення терміну “фразеологізм”. Така ж сама проблема і з визначенням поняття фразеології.

Більшість мовознавців дотримується широкого визначення терміну “фразеологія” (гр. *phrasis* – “вираз, зворот”, *logos* – “слово, вчення”): – це сукупність фразеологізмів певної мови, розділ мовознавства, який вивчає фразеологічний склад мови. Більш вузьке тлумачення терміну знаходимо у О. Куніна: “Фразеологія – це наука про фразеологічні одиниці, тобто про стійкі сполучення слів з ускладненою семантикою, які не утворюються за структурно-семантичними моделями змінних сполучень, що їх утворюють” (Комар 2011, с. 129).

Відповідно предметом фразеології як розділу мовознавства є дослідження природи фразеологізми, їхніх ознак, структури та будови, а також виявлення закономірностей функціонування у мові.

Об'єкт вивчення фразеології – сукупність усіх фразеологізмів української мови.

Досі не відомо, хто є основоположником цієї науки, проте ним прийнято вважати швейцарського лінгвіста Ш. Баллі, оскільки він в своїх роботах з французької стилістики багато уваги приділив опису сполучень слів, хоча й вважав фразеологію розділом лексикології, бо ототожнював поняття фразеологічної одиниці з поняттям слова. На думку ж багатьох інших, фразеологія зародилася саме тоді, коли В. Виноградов виокремив і пояснив основні її поняття.

Фразеологія української мови також була об'єктом досліджень видатного українського мовознавця О. Потебні, який виділяв фразеологічні синоніми, дав дефініцію приповідки, що тепер називають “ідіомою”, “фразеологічною одиницею”; розробив питання про зв'язок фразеології з історичною поетикою тощо. Так звані приповідки-фразеологізми він розглядав як образні мовні одиниці в першу чергу з погляду їхнього походження та становлення (Ужченко 2007, с. 34).

Слід зазначити, що в англійських виданнях фразеологія досі не має статусу окремої науки чи галузі лінгвістики. Навіть О. Кунін звертав увагу на те, що в англо-американській лінгвістичній літературі фразеології присвячено дуже мало досліджень й у них не висвітлено основних питань фразеології. Тож в англо-американській лінгвістиці термін “фразеологізм” не вживають. Англійський фразеолог Л. Сміт використовує слово *idiom* для визначення таких особливостей мови, які порушують наприклад правила граматики і вважаються своєрідними мовними аномаліями (Комар 2011, с. 129).

Отже, існує багато визначень терміну *фразеологізм*, але, підсумувавши їх, можемо сказати, що фразеологічна одиниця – семантично неподільний у мовленні знак, який не слід ототожнювати зі словом чи словосполученням через низку істотних відмінностей.

Вивчення фразеології займає важливу нішу у сфері лінгвістики та мовознавства, оскільки, незважаючи на велику кількість досліджень науковців

у цій сфері, все ще залишається безліч відкритих запитань щодо особливостей фразеологічного складу української мови.

1.2. Проблема класифікації фразеологізмів у сучасному мовознавстві

Оскільки серед науковців немає єдиного визначення фразеологічної одиниці, то відповідно й немає єдиної її класифікації. Проте вивчення різних класифікацій фразеологічного складу мови дає нам змогу з'ясувати сутність фразеологічних одиниць, а також їхнє місце та роль в мові, особливості функціонування.

Зазвичай науковці класифікують фразеологізми на основі характеристик їхніх основних властивостей, керуючись семантичними, граматичними, і стилістичними ознаками. Залежно від того, який критерій покладено в основу кожної класифікації, на сьогодні найпоширенішими є такі: семантична (Ш. Баллі, В. Виноградов, В. Жуков, Б. Ларін, М. Шанський), структурна (М. Тагієв), структурно-семантична (О. Кунін, І. Чернишова), граматична (В. Архангельський, О. Молотков), функціональна (С. Гаврин, О. Смирницький), генетична (Л. Булаховський), ідеографічна (Ю. Прадід, В. Ужченко), стилістична (О. Ахманова, Л. Булаховський, В. Виноградов, М. Шанський) (Денисова 2015, с. 14).

Першу семантичну класифікацію опублікував швейцарський вчений Шарль Баллі в книзі “Французька стилістика”. Він поділив фразеологізми на фразеологічні групи та фразеологічні єдності, спираючись на результати компаративного аналізу німецьких словосполучень (Мазур 2018, с. 113).

З-поміж усіх словосполучень учений виділяє чотири типи:

- 1) вільні словосполучення;
- 2) звичні сполучення (з відносно вільним зв'язком компонентів);
- 3) фразеологічні ряди (групи слів, у яких два розташованих поряд поняття зливаються майже в одне);
- 4) фразеологічні єдності (сполучення, в яких слова втратили своє значення й виражають єдине нерозкладне поняття).

Також Ш. Баллі був першим, хто виділив зовнішні та внутрішні ознаки фразеологізмів (Баллі 1961, с. 87).

Заслуговує на увагу класифікація за граматичною формою і семантичними ознаками, яку опрацював в ряді своїх досліджень В. Архангельський. Дослідник створив класифікацію за граматичною формою і семантичними ознаками, тож він вважає, що слід поділяти фразеологічні одиниці на фраземи (фразеологізми зі структурою словосполучень) і стійкі фрази (фразеологічні одиниці, утворені за моделлю простого чи складного речення) (Архангельський 1964 с. 25-30).

Л. Скрипник, аналізуючи фразеологічні одиниці в синхронному плані, виокремлює два структурно-граматичні класи: фразеологізми, організовані за моделлю словосполучення та фразеологічні одиниці, організовані за моделлю простих або складних речень (Скрипник 1973 с. 23).

Досить популярною є запропонована О. Куніним класифікація фразеологічних одиниць, яка заснована на структурно-семантичному принципі. Дослідник виділяє класи на основі функції фразеологічних одиниць в процесі спілкування, де класи визначаються за структурно-семантичними особливостями:

1) номінативні фразеологічні одиниці, представлені зворотами, які виконують певну функцію;

2) номінативно-комунікативні одиниці, до яких належать дієслівні фразеологізми, які можуть бути трансформовані в речення з присудком у пасивному стані;

3) фразеологічні одиниці ні номінативного, ні комунікативного характеру;

4) комунікативні фразеологічні одиниці, представлені прислів'ями та приказками (Кунін 2005). Зазначимо, що ця система класифікації ще містить у собі одинадцять підкласів і розрядів.

Проте одна з найвідоміших і найпоширеніших класифікацій фразеологічних одиниць у вітчизняному мовознавстві з точки зору їхньої

семантики, яка тривалий час займала головне місце в дослідженні фразеології і найчастіше застосовувалася для вивчення фразеологізмів не лише російської мови, на матеріалі якої була створена, а й інших мов, належить звісно ж академіку В. Виноградову.

Він поділяє фразеологічні одиниці на три великі групи: лексичні, предикативні, компаративні.

Лексичні фразеологізми – це словосполучення, які семантично збігаються з аналогічними їм словами: *тримати язик за зубами* (мовчати), *стріляний горобець* (досвідчена людина). Ці фразеологізми вживаються в мові вже у вигляді готових лексичних одиниць із своїм узагальнено-цілісним значенням.

Предикативні фразеологізми – це закінчені речення, які вживаються в мові у вигляді стійких структур: *сивина в бороду, а біс в ребро* (про чоловіків, які хочуть стосунків з молодими жінками); *до милування нема силування* (примусово неможливо комусь сподобатися). До таких фразеологізмів належать приказки, прислів'я та інші стійкі висловлювання, що відображають культурні цінності.

Компаративні фразеологізми – це стійкі словосполучення, які мають порівняльний характер: *стояти як укопаний* (не рухаючись); *крутитися як білка в колесі* (бути заклопотаним); *дивитися як баран на нові ворота* (дивитися здивовано).

З погляду з'єднаності компонентів і співвіднесеності семантики всього вислову зі значенням його окремих складників-компонентів, В. Виноградов розрізняє три групи фразеологічних одиниць: фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності та фразеологічні сполучення (Виноградов 1977, с. 293).

За В. Виноградовим, фразеологічні зрощення – неподільні, нерозкладні, немотивовані фразеологічні одиниці, у значенні яких — немає ніякого зв'язку зі значенням їх компонентів. Їх нерозкладність викликана наявністю у складі невживаних або відмерлих, незрозумілих слів, граматичних архаїзмів,

лексичних значень компонентів, що не мають відношення до розуміння цілого, дією експресивної індивідуалізації (Виноградов 1977, с. 145-146).

Фразеологічні єдності – семантично неподільні фразеологічні одиниці, цілісне значення яких частково мотивоване значенням компонентів. У них значення цілого пов'язане з розумінням потенційного смислу слів (Виноградов 1977, с. 152).

Фразеологічні сполучення – фрази, створені за допомогою реалізації зв'язаних значень слів. У них значення слів виокремлюється чіткіше і вони аналітичні (Виноградов 1977, с. 159).

Хоча досить довго класифікація В. Виноградова вважалась “ідеальною”, проте вона мала свій недолік – у ній не було єдиного принципу побудови.

Н. Амосова – одна з перших дослідниць, хто звернув на це увагу. Фразеологічні зрощення та єдності розрізняють за ступенем вмотивованості, тобто можливості чи неможливості вивести значення фразеологізму із значень їхніх компонентів, а фразеологічні сполучення – за ступенем обмеженої сполучуваності фіксованого компонента в певному значенні. Тобто перші два типи характеризують фіксованим складом компонентів, а третій – обмеженою їх сполучуваністю (Амосова 1963, с. 82).

Науковець М. Шанський трохи розширив класифікацію В. Виноградова, зберігши три основні класи фразеологічних одиниць він виділив ще четвертий клас – фразеологічні вирази, які протиставляє саме фразеологічним сполученням. Особливістю виразів є те, що вони не містять компонентів із фразеологічно зв'язаним значенням. Фразеологічні вирази науковець поділяє на дві групи: фразеологічні вирази комунікативного характеру, що виступають предикативними словосполученнями, вони є цілісним відтворенням, виражають певне судження; фразеологічні вирази номінативного характеру, що є сполученням слів, які виступають словесною формулою певного поняття, так само, як і слова, виконують у мові номінативну функцію (Шанський 1996, с. 70). Слід сказати, що класифікація М. Шанського зазнала критики за, нібито, випадковість обраних для класифікації ознак.

Інша класифікація, також створена на основі класифікації В. Виноградова, належить В. Телії. Він виділяє шість класів фразеологізмів:

- 1) ідіоми;
- 2) фразеологізми аналітичного типу значення – фразеологічні сполуки, які безпосередньо взаємодіють з одиницями лексико-семантичної системи мови;
- 3) паремії (прислів'я і приказки);
- 4) мовні штампи;
- 5) кліше;
- 6) крилаті вислови (Казанцев 2009, с. 70).

Серед семантичних класифікацій також варто звернути увагу на ту, яка увійшла в мовознавчу літературу під назвою класифікації за історичною еволюцією семантики усталених словесних сполук. Вона була запропонована Б. Ларіним. Досліджуючи семантичні зрушення фразеологізмів у діахронічному аспекті, учений установив умови, які детермінують розвиток фразеологічних стереотипів із вільних словосполучень: втрата реалій; метафоризація; деформація компонентного складу; порушення первісної граматичної структури (Ларін 1977, с. 153). Ця класифікація показує етапи розвитку первісних словосполучень (змінні словосполучення; стійкі метафоричні словосполучення; ідіоми), а також відображає історичний принцип становлення ідіом (Ларін 1977, с. 153).

Ще одним типом класифікації фразеологічних одиниць є генетична. Вона належить Л. Булаховському і базується на групуванні фразеологізмів за походженням. Вчений виділяє такі групи:

- прислів'я і приказки;
- професіоналізми;
- сталі вислови з анекдотів, жартів;
- Біблійні цитати і образи (Старий і Новий заповіт);
- мовні вирази, що збереглися із античних часів;
- перекладені вислови з інших мов;

- крилаті вислови іноземних письменників;
- висловлювання видатних людей (Булаховський 1952, с. 103).

У праці польського науковця П. Мюлднер-Нецковського на основі функційного принципу виділено відкриті, закриті та формальні ФО. Перші потребують додаткової інформації про будову, синтаксис і сферу значення. Закриті ФО – це повні багатослівні відповідники слів, що функціують у реченні за загальними правилами синтаксису. Їхньою істотною ознакою є те, що вони можуть бути складовими інших ФО. Формальні ФО утворені у потребі однозначного порозуміння в чітко окреслених умовах. Вони мають ознаки закритих ФО, але є зовсім окремими висловлюваннями і тому не можуть входити до складу інших фразеологізмів. Науковець вирізняє команди, директиви та терміни (Muldner-Nieckowski P).

Щодо ідеографічного підходу до класифікації фразеологізмів, необхідно зазначити, що усталена та загальноприйнята фразеоідеографічна систематизація відсутня. Загалом це класифікація фразеологічних одиниць за тематичним принципом, що репрезентує погляд “від носія мови” (Краснобаєва-Чорна 2011, с. 289). На сьогодні найпоширенішими класифікаціями у руслі цього підходу є спроби Ю. Прадіда, В. Ужченка.

Ю. Прадід пропонує таку основу опису фразеологічної картини світу: Всесвіт – 1. “Жива природа” (1.1. “Флора”, 1.2. “Фауна”, 1.3. “Людина”); 2. “Нежива природа” (2.1. “Предмет”, 2.2. “Явище”) (Прадід 1997, с. 230).

В. Ужченко диференціює фразеологію на три фразеотематичні групи: людина, абстрактні відношення і поняття, природа. Група “Людина” має таку структуру:

1.1. “Людина як жива істота”. Сюди віднесено фразеосемантичні поля: зовнішній вигляд, фізичний стан, психічний стан, одяг, рух.

1.2. “Людина як розумна істота”. Фразеосемантичні поля: розум, емоції, почуття, характер, поведінка.

1.3. “Людина як суспільна істота”. Фразеосемантичне поле: стосунки між людьми (Ужченко 2003).

Отже, як бачимо, існує чимало класифікацій фразеологізмів через різні підходи мовознавців до їхньої класифікації. Проте одна з найвідоміших і найпоширеніших класифікацій фразеологічних одиниць у вітчизняному мовознавстві належить В. Виноградову і саме цю класифікацію можна назвати “ідеальною”, незважаючи на її недоліки. Наступні класифікації ґрунтовано саме на основі неї.

1.3. Принципи та переваги вивчення фразеологізмів у лінгвокультурному аспекті

Усі культурно-історичні зміни в суспільстві відображаються в мовному просторі, і найчастіше тими мовними реаліями, що постійно збагачують мовну систему, а також відбивають процес її пристосування до нових потреб комунікації, стають фразеологізмами.

Сучасній лінгвокультурології властиві тенденції до вивчення культурної семантики фразеологічних мовних знаків, які формуються при взаємодії мови й культури. Лінгвокультурологічний підхід у фразеології заснований на тому, що культура втілює свій ціннісний зміст у мові як найбільш універсальному засобі визначення світу; мова сприяє збереженню і трансляції загального запасу культурних цінностей. Тому прийнято вважати, що саме фразеологічний склад мови найяскравіше відображає риси народного світобачення. У більшості фразеологізмів зафіксовано вияви національної культури (Дехтярьова 2015, с. 131; Баган 2019 с. 102).

Термін *лінгвокультурологія* почали використовувати в 90-х роках ХХ ст. у російській лінгвістичній школі, і пов'язаний він із працями фразеологічних шкіл В. Телії, Ю. Степанова, Н. Арутюнової, В. Костомарова. Лінгвокультурологія – галузь лінгвістики, що вивчає взаємозв'язком між мовою і культурою і ґрунтується на гіпотезі про вплив культури на мову та мови на культуру. Вона зосереджена на виявленні культурної специфіки лексики, особливо ідіоматичних висловів (Шовкович 2020, с. 385).

Хоча термін почали використовувати значно пізніше, але ще в 30-х роках ХІХ століття В. Гумбольдт був одним із перших, хто визначив взаємозв'язок мови й культури в межах їхнього нерозривного зв'язку, що стало поштовхом для створення теорії лінгвістичної відносності. І саме ця теорія разом із концепцією Л. Вейсгербера та гіпотезою лінгвістичної відносності Є. Сепіра і Б. Уорфа заклали фундамент лінгвокультурології як науки про мову і культуру (Шовкович 2020, с. 386).

Лінгвокультурологічний підхід до вивчення взаємозв'язку мови та культури тісно пов'язаний з вивченням національної картини світу, мовної свідомості кожного народу (Воробйов 2008, с. 4).

Існує досить багато методів до вивчення фразеологічного складу мови. Метод – це система правил і прийомів підходу до вивчення певних явищ і закономірностей; шлях, спосіб досягнення певних результатів у пізнанні і практиці (Кочерган 2000, с. 207).

Метод вивчення фразеологізмів вперше запропонувала Н. Амосова. Вона розробила контекстологічний метод вивчення фразеологізмів, який ставив за мету позбутися логіко-семантичного трактування явища (Ковалик 1977, с. 8). Можна вважати, що основні його принципи повинні лягти в основу будь-якого іншого методу вивчення фразеології – вивчення контекстуальної взаємодії слів і врахування специфіки мови. Дещо подібним є метод оточення – структура фразеологізму визначається як система зв'язків між словосполученням та елементами контекстного оточення (Мойсеєнко 2013, с. 160).

Один із найпоширеніших мовознавчих методів – метод фразеологічного опису, який використовується для виділення різних типів фразеологізмів.

Комплекативний метод дослідження фразеології був створений С. Гавриним. Він виділяє три типи спеціалізованих комплікativів, або сполучення слів: 1) експресивно-образні, 2) еліптичні, 3) гносеологічні (афоризми, складні терміни) (Зорівчак 1983, с. 24-26).

Крім цих методів, є ще такі:

- метод фразеологічної ідентифікації (служить для виявлення належності до фразеологізмів певного сполучення слів, автором є О. Кунін);
- метод аплікації (різновид методу ідентифікації);
- метод компонентного аналізу (опис структурної організації фразеологізму);
- метод кореляції мовних явищ (використовується для виявлення взаємозв'язку соціальної сфери життя людей і її відображення в мовних одиницях. Він дозволяє також встановити причини виникнення і розвитку ФО).

Серед українських вчених, які працювали над вивченням фразеології в лінгвокультурному аспекті, – Н. Венжинович, зокрема її дисертація “Фраземіка української літературної мови: когнітивний та лінгвокультурний аспект” (Венжинович 2018). А також М. Баган “Українські паремії психологічного самозахисту: етнолінгвістичний та структурно-семантичний аспекти ” (Баган 2021).

Отже, фразеологізми дуже доречно вивчати саме у лінгвокультурному аспекті, оскільки це дозволяє визначити взаємозв'язок мови та культури, а це у свою чергу тісно пов'язано із вивченням мовної свідомості кожного народу.

1.4. Естетичні цінності як важливий складник фразеології

Для того, щоб зрозуміти, яку роль відіграють естетичні цінності для фразеології, слід більш детально розглянути саме поняття цих естетичних цінностей.

Естетика — наука про становлення й розвиток чуттєвої культури людини, якою передбачено дослідження природи, естетичного почуття, смаку, ідеалу, категорій естетики — прекрасного, трагічного, комічного тощо, а також художньої діяльності людини, природа художнього таланту, видова, жанрова самобутність мистецтва (Левчук 2010, с. 4).

Естетичні цінності — це ті речі, об'єкти, стани і явища, які можуть викликати у людини позитивну (або іноді і негативну) реакцію при їх естетичній оцінці, дати людині духовно-інтелектуальну насолоду, збагатити її внутрішній світ.

До естетичних цінностей можемо віднести такі поняття:

- краса (те, що вважається прекрасним, повинно викликати задоволення у людини);

- потворність (вона може бути пов'язана з характеристиками людської зовнішності чи предметами).

Саме людина, її тіло, зовнішність з прадавніх часів були предметом естетичної діяльності, оскільки людина завжди прагнула пізнати світ і саму себе. Зовнішність людини – зорово-сприйманий об'єкт і акт оцінки чиєїсь зовнішності має функційно-ситуативний характер і відбувається завжди, як би ми не заперечували цей факт (Венжинович 2017, с. 361).

Одяг, який в першу чергу мав захищати людину від несприятливих погодних умов, також постійно зазнавав великих змін, дедалі більшою мірою стаючи явищем естетичним. Крім того, багатовікова історія свідчить, що одяг ніколи не зводився лише до свого функціонального призначення. В одязі чітко відображалася соціальна характеристика людини, її суспільний статус. Все це забезпечило одягу важливе місце в історії культури (Левчук 2010, с. 41). Наприклад, одяг трипільських жінок був красивим і різноманітним, як свідчать історичні пам'ятки. Жінки носили різної довжини сукні, спідниці. Усе це було прикрашене вишивкою.

Естетичну цінність можуть мати й інші предмети побуту людини. Наприклад посуд, функціональним призначення якого можемо назвати приготування їжі, зберігання продуктів тощо. Проте ще у IX-XII столітті до нашої ери усім відомий народ кіммерійців займався гончарством і створював глиняний посуд, який відзначився своєю красою. Трипільці (V—IV тис. до н. е.) ще більше прославилися своїм посудом завдяки своєму особливому орнаменту. Кераміка розписувалась фарбами, прикрашалась складним

орнаментом, що відображав язичницькі погляди трипільців. Здавалося б, навіщо було витрачати зайвий час і сили на створення гарної миски з орнаментом, якщо вона буде виконувати таку ж саму функцію, як звичайна миска без будь-якого малюнку? Проте чи мала б звичайна миска таку ж естетичну цінність? Недарма існує багато фразеологізмів, а ще більше прислів'їв і приказок, пов'язаних з посудом: *глеки побити – посваритися, голова як баняк – важка або болить, казанок (баняк, макітра) варить – голова думає, макітра не в порядку – не все добре з головою.*

Те ж саме можемо сказати і про зброю давніх народів, яка не лише виконувала функцію інструменту для полювання і захисту. Зброя постійно покращувалась і була зроблена з бронзи або заліза (наприклад у кіммерійців), а руків'я мечів і особливо кинджалів завжди мало гарну форму чи якесь різьблення.

Можемо зробити висновок, що ті речі, які становлять естетичну цінність для людини, те, що ми бачимо, можемо оцінити чи доторкнутися, відіграє надзвичайно важливу роль у розширенні та збагаченні фразеологічного складу української мови, адже все, що відбувається в культурі і соціумі, набуває відображення у мовленні.

Висновки до розділу 1

Отже, фразеологізм як мовна одиниця все ще не має єдиного визначення через різні погляди науковців. Проте ми можемо назвати його стійким поєднанням двох і більше слів, що виступає в мові як цілісний за значенням вислів.

Основні ознаки фразеологізму: семантична неподільність, наявність емоційно-експресивного забарвлення, сполучення двох і більше слів, що можуть мати переносне значення, стійкість граматичних категорій, спільність синтаксичної функції для всіх компонентів, наявність значеннєвих відповідників у вигляді слів чи словосполучень, контекстуальна обумовленість вживання.

Фразеологізми за типами поділяють на фразеологічні сполучення, єдності та зрощення (за В. Виноградовим).

Функції фразеологізмів найрізноманітніші: номінативна, оцінна, емоційно-експресивна, прагматична, функція портретної характеристики людини чи внутрішнього стану, для створення сатири чи гумору тощо.

Відомі різні класифікації фразеологізмів: генетична, ідеографічна, семантична, структурна, структурно-семантична, граматична, функціональна, стилістична. Різні класифікації зумовлені неоднаковими підходами мовознавців до вивчення фразеологізмів та різними критеріями, які покладено в основу кожної класифікації.

Предметом нашого дослідження є культурна маркованість українських фразеологізмів, оскільки лінгвокультурологічне дослідження забезпечує вивчення народного світобачення через фразеологічний склад мови, оскільки мова відображає загальний запас культурних цінностей народу.

Естетичні цінності – важливий складник фразеології, оскільки вони відображають ідеали народу. Фразеологізми – це те, що створювалося народом, з давніх-давен передавалось з покоління в покоління, тому їх можна назвати народною творчістю, а вона, як відомо, відображає всі колективні цінності, передає культурний досвід народу.

РОЗДІЛ 2. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНА ТИПОЛОГІЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕСТЕТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ

2.1. Семантичні різновиди фразеологізмів на позначення естетичних цінностей

Фразеологізми на позначення естетичних цінностей становлять строкату й неоднорідну групу. Залежно від аспекту естетичного оцінювання виділяємо такі семантичні різновиди:

- 1) ФО на позначення вроди людини (особливо жіночої вроди, оскільки фразем на позначення чоловічої значно менше, ніж тих, що стосуються жінок);
- 2) ФО на позначення внутрішньої краси (позитивних чи негативних рис характеру людини);
- 3) ФО на позначення естетики вбрання (здебільшого стосуються українського народного вбрання, як жіночого, так і чоловічого);
- 4) ФО на позначення естетики інтер'єру (все, що стосується домівки українців, їхнього побуту);
- 5) ФО на позначення дефектів зовнішності (на противагу фразеологізмам на позначення вроди людини);
- 6) ФО на позначення неестетичних об'єктів довкілля (також сюди віднесемо природні явища).

2.1.1. Фразеологізми на позначення жіночої вроди

Серед фразеологізмів на позначення естетичних цінностей найбільше тих, які характеризують жіночу вроду. Можна безкінечно говорити про те, що внутрішня краса важливіша, але усі ми розуміємо, що зовнішній вигляд відіграє важливу роль і все-таки, це перше, на що ми звертаємо увагу, знайомлячись з людьми. Існували певні канони і стандарти краси, насамперед для вікової групи, яка мала створити подружжя, і вони змінювалися з часом.

В українській лінгвокультурі сформувалося чимало фразем, які характеризують конкретні естетичні параметри жіночої вроди. Наприклад, тілу люди приділяли значно менше уваги, ніж це роблять зараз, тому зазвичай описували в цілому статуру. Людина мала бути фізично дужою, про частини тіла окремо майже не говорилося. Дівчина не повинна бути худою (бо не зможе працювати фізично, а уявлення про красу диктував спосіб життя – важка хліборобська праця), чи товстою (бо буде важко працювати): *здунь – полетить* (струнка дівчина). Бажану повноту характеризували епітетом *пишна*, небажану – *гладка, худюща, тоща, квола*.

Важливим атрибутом жіночої краси було, наприклад, волосся. Ідеалом вважалася довга товста коса (краще темного кольору чи руса, бо рудих чи світлих дівчат вважали некрасивими), яку дівчата часто прикрашали стрічками чи квітками: *руса коса до пояса, в косі стрічка голуба*. До речі, цікавим є те, що до чоловічого волосся вимог не було і таку символічну функцію приписували чоловічій бороді чи вусам: *мужик без вусів – то баба*.

Щодо обличчя, окрасою вважалась світла шкіра з рум'янцем, чорні брови. Еталонність таких уявлень засвідчують фразеологізми – порівняння з калиною, ружею, яблуком тощо: *личко, як яблучко; лице, як квітка після дощу; білий як сметана (молоко, молоком улита); личенько біленьке, як у панянки; біленька як нитка (кров з молоком); губоньки, як роженьки; рум'яницю така сила, що всі цвіти погасила; дівка, як калина; в мене чароньки – чорні брівоньки; очі як терночки, брови як шнурочки*.

Часто вроду дівчину описували через красу очей, найгарнішими вважалися карі: *очі темні, як ніч; очі чорні, як терен; очі чорні, як вуглинка; очі, як вишні в росі; оченьки як ясоньки*. Проте блакитні очі також були красивими, цей колір зазвичай порівнювали з небом чи волошками: *очі голубі, як небо; очі сині, як весняне небо; очі сині, як волошки в житі*.

Також до ознак жіночої зовнішності належать особливості статури, ходи: *однією ногою пише, а другою стирає* – про красиву ходу; *як з бумаги викутана* – ошатна, пишна жінка.

Цікавим є той факт, що будь-які відхилення від так званих норм зовнішності, такі як родимі плями, особливо на відкритих місцях на тілі, зелені очі, а також каліцтва людини (кульгавість, сліпота тощо) робили дівчину не просто непривабливою, а іноді навіть виставляли “відьмою” в очах людей.

Сформувалася низка фразеологізмів, що характеризують вроду комплексно, тобто описують загальний привабливий вигляд жінки: *як маків цвіт; як (мов, наче, неначе) писанка; гарна дівка, як маківка; гарна молодиця, хоч з лиця води напийся; гарна дівчина, мов у лузі калина; її краса, як майова роса; мов ясна зіронька; хоч за раму клади; як (мов, немов) перемита, як (мов, наче) писанка; гарна дівчина, мов у лузі калина; одна брова варта вола, другій брові й ціни нема; нашій Горпині гарно і в хустині; гарна мов цариця; гожа як панна; струнка як свічка.*

Поширеним у таких фразеологізмах є використання порівняння: *як писана ікона; як вільце; як цвіт калини; як картиночка; як мак цвіте; як лялечка; гарна, як зелена травка; як зіронька; гарна як умите сонечко* (про красиву дівчину). Як бачимо, часто порівнювали з чимось символічним для українців:

- 1) з сакральними речами, такими як *ікона, писанка, вільце* (українське обрядове деревце);
- 2) з рослинами: квітами (*мак*, оскільки цвіт маку – символ дівочої чистоти та молодості; *терен* (мається на увазі тернова ягода, з якою порівнюють очі, оскільки це символ карих очей); з цвітом дерев; з *калиною* (калина є символом багатьох речей, таких як любов, щастя, мир, сім'я, проте часто її асоціюють і з материнством, де кущ – сама мати, відповідно жінка, і ягоди – діти, тобто калина – символ сімейного благополуччя, тому часто красу жінки описують через порівняння з калиною); *трава* (про спокійну, непомітну дівчину);

3) з космічними об'єктами: *зірка* (символ досконалості, краси і молодості); *сонце* (символізує життєву силу, так говорять про веселу, добру дівчину).

Існує також частина фразеологізмів з порушенням смислових атрибуцій, це пареміологічні парадокси у формі порівняльних зворотів, друга частина яких спростовує першу: *красива як кобила сива; красива як рожда сива; гарна, як свиня в дощ; вирядилась, як свиня в наритники; гарний, як кожух навиворіт; гарний, мов пес базарний; гарний, як короста нечесана*. Такі конструкції побудовані на іронії і дуже поширені в українській пареміології оскільки забезпечують особливо дошкульне висміювання недоліків, глузливе ставлення до людини тощо. Незважаючи на їхню поширеність, все ж українці частіше захоплювалися людською вродою.

До ознак жіночої зовнішності належать особливості статури, ходи: *однією ногою пише, а другою стирає* – про красиву ходу; *як з папи викутана* – ошатна, пишна жінка.

Іншою важливою ознакою красивої української дівчини було охайне довге волосся, яке було прийнято заплітати в косу. Вважалося, що в довгому волоссі здоров'я і щастя дівчини, тому обрізати його не дозволялось. З ним пов'язано також багато обрядів: вперше волосся заплітали в косу дівчинці в сім років, це означало, що вона стала старшою, це робила мати, промовляючи: *“Збираю волосся з усіх боків, щоб парубки в'язалися до тебе з усіх боків”*. Коса плелася саме з трьох пасм волосся, оскільки вважалося, що кожна з них символізує сонце, урожайність і шлюб. Також вважалося, що волосся, яке залишилось на гребінці після розчісування потрібно спалювати, бо якщо викинеш і його підбере пташка для гнізда, то втрапиш долю. Відповідно якщо коса була таким важливим атрибутом, то вона знайшла своє місце і в фразеології: *Дівка без коси не має краси; Коса – дівоча краса; Дівчина з косою, як трава з росою; Дівчина без коси, що кінь без гриви; Де дівчина з косою – там хлопці юрбою; Не вари борщу, доки не заплетеш косу; Косу збережеш – щастя знайдеш*. Хоча волосся могли відрізати лише розбещеним дівчатам, ще

й прилюдно, або дівчина сама могла собі його відрізати від якогось життєвого розпачу чи горя, проте зрозуміло, що не кожна могла мати довге і гарне волосся від природи, це не означало, що вони не мають шансу знайти своє щастя, тож знаходимо всього декілька прислів'їв, у яких говорилось, що це не обов'язковий атрибут для хорошого життя: *Подивись на косу, але подумай про господиню* (важливіше бути хорошою господинею у домі); *Коса коротка – але життя солодке*.

На брови також звертали увагу, але все ж не так часто, ідеалом вважали тонкі чорні брови: *брови як шнурочки; Не так очі, як ті брови: любі, милі до розмови; В неї брови до любові, а устеньки до розмови; Одна брова варта вола, а другій брові ціни нема; Упіваяться чорні брови, як п'явки, у душу*.

Отже, аналіз фразеологізмів засвідчив, що для українців краса все ж була важливою, традиційно захоплювалися миловидністю: довгим волоссям, вигином брів, світлою шкірою з рум'янцем, карими очима, хорошою міцною статуєю (коли дівчина і не худа, і не товста). Часто жіночу красу порівнювали з сакральними для українців речами, з рослинами чи небесними світилами.

2.1.2. Фразеологізми на позначення внутрішньої краси

Фразеологізми часто дають уявлення про характер і розум людини, виявляючи як позитивні, так і негативні риси характеру з погляду української лінгвоспільноти.

Позитивної оцінки у фразеологізмах надавали таким рисам характеру: кмітливості, працьовитості, побожності, стриманості, щирості та добросердечності.

Водночас негативного забарвлення надавали іншим рисам характеру, таким як злість, балакучість, хитрість, крім того ці риси більше притаманні жінкам, ніж чоловікам. Хороше завжди сприймалося, як норма, тому й на позначення хорошого все ж менше слів, ніж для характеристики поганого. Тому протиставлення ґрунтується не так на опозиції “чоловік–жінка”, як “погане–хороше”. Наприклад зазвичай осуджували надмірну балакучість і

любов до пліток, ці риси притаманні багатьом жінкам: *сільський вісник, кума Марфуша, баба Полька телевизор, баба Триндичиха; змія підколодна, гадюча змія, як змія шипуча, бараболка* – про злих, підступних жінок; *Дунька з бараків* – дуже криклива жінка або неохайно одягнена; *донька лисиччина* – хитра жінка; *бариня нещасна* – лінива жінка.

Фразеологізмів на позначення негативних рис чоловіків менше, ніж ФО, що висміюють жінок: *заець мартівський* – швидкий, спритний хлопець; *кінь педальний* – чудний; *як кіт мартівський* – той, що любить увагу дівчат.

Слід зазначити, що саме у фразеологізмах на позначення внутрішніх ознак людини найчастіше використовують людські імена. Серед антропонімів, що входять до складу українських ФО використовуються ті імена, які найчастіше вживалися у народній фразеології, тобто ті, які були найбільш поширені в певний проміжок часу в народі.

Імена надають певної оцінної експресії, підкреслює рису вдачі / особливість поведінки, коли використовуються як структурно-семантичний компонент фразеологізму. Є ряд імен, які найчастіше використовуються для опису певної конкретної характеристики людини: жіночі імена (*Палажка, Параска, Хвеська, Ганка* зазвичай використовують у фразеологізмах на позначення язикатої, надто балакучої дівчини; *Химка* – недалекоглядна, обмежена; *Христя* – неохайна); чоловічі імена (*Гриць* – простакуватий, проте в деяких випадках роботящий; *Пилип* – невдаха, недалека людина; *Стецько* – недоумкуватий).

До ФО з жіночими іменами відносимо такі: *кожна Ганна по-своєму гарна; як Настя, то буде щастя; Христя в намисті* (про неохайну дівчину без смаку); ФО з чоловічими іменами часто виражають погані розумові здібності людини (дурість), а також неробство: *Іван ні Богу ні нам; Стецько з печі, Стецько – на піч; як Пилип з конопель* (зробити щось невдало і невчасно); *нашому Івану немає талану* (безталанний); *не для Гриця паляниця* (про те, що усе потрібно заробляти власними силами); *Юхим і з води вийде сухим* (про

хитру людину, яка завжди знаходить вихід); *їсть, як Мартин мило* (жадібність); *півтора Івана разом* (дуже високий).

В українських характеристичних фразеологізмах трапляються імена з пестливим значенням: з *Богом, Парасю* (для вираження несхвалення); у *нашої Христі й голова в тісті*.

Часто фразеологізми на позначення рис характеру містять зоонімний компонент. Його вибір зумовлений особливостями поведінки тварини, оскільки з ними мовцям найлегше традиційно асоціювали поведінку людей. Наприклад, боягузливу людину характеризували за допомогою образу миші, оскільки це полохлива тварина: *мишача душа*; чи рідше ворони – *полохлива ворона. Ні риба, ні м'ясо* (пасивний); *пихатий, як індик*; *боже теля* (лагідний, нешкідливий); *веселий, як цвіркун*; *вовк в овечій шкурі* (підступний); *вдома лев, а на війні тхір* (хвалькуватий, сміливий лише на словах); *темна конячка* (лицемірний, приховую свою сутність); *як свиня в апельсинах* (не розбиратися в чомусь).

Оскільки з давніх-давен українці мали домашніх тварин, то особливу увагу приділяли тим тваринам, від яких залежало господарство (коні, велика рогата худоба, свині): *як вівця кручена*; *баран з баранів* (про дурну людину); *і бугая підніме* (про фізично сильну людину); *на рябій козі не під їдеш* (про дуже пихату людину); *свині не до поросят* (про погану матір); *як теля на мотузку* (про простакувату людину); *ні двора, ні рогатого вола* (бідна людина); *коней кусає* (злий); *налякали козла капустою* (коли людині до всього байдуже); якщо ж хтось любив роздувають якусь дрібну проблему, то казали: *робить з мухи бугая*; *робить із мухи вола*.

Також слід зазначити про існування фразеологізмів з компонентом-назвою частини тіла тварини, які також використовували для опису людей і їхніх звичок: *прижати хвоста* (злякатися, втратити впевненість); *курячими ступнями поле міряти* (ходити маленькими кроками, повільно); *чесати гриву* (розповідати дурниці); *знати своє корито* (поводитися відповідно до свого соціального становища); *аж гусяча шкіра вилізла* (людині холодно).

В українській лінгвокультурі виникло чимало фразеологізмів із компонентом *собака* та *кіт*, оскільки це ті тварини, які жили чи не в кожному домі: *аж собаки тікають* (про негарну людину); *всі собаки знають* (про людину, яку всі знають, зазвичай в негативному сенсі); *собак ганяти* (ледарювати); *була у собаки хата* (так кажуть хвастливим людям); *як на собаці бліх* (про велику кількість чогось у людини); *життя собаче* (погане); *морда – хоч цуценят бий* (зневажливо про дуже негарну людину); *собача пара* (лайливо про лиху людину); *й хвоста котові не зав'яже* (про бездарну людину); *то котові, то попові* (про гарне життя); *ще кіт не качався* (нічого не зроблено).

Також було знайдено всього декілька фразеологізмів з використанням звуків тварин, які описують мовчазну людину: *ні “гав”, ні “няв”*; *ні “гу-гу”*; *ні “му-му”*.

ФО на позначення якостей характеру людини нерідко містять також кількісні числівники, оскільки вони давали змогу сильніше передати міру певної ознаки, підсилити її вияв: *хороброго десятка* (сміливий); *без третьої (сьомої) клепки* (дурний); *пеньок і два вуха* (наївний); *сидіти на двох стільцях, ганятися за двома зайцями* (намагатися робити декілька справ водночас); *один, як палець* (самотній); *з одного тіста* (про схожих людей, переважно характером); *як дві краплі води* (про схожих зовнішньо людей); *від горшка два вершка* (про маленьку за віком, чи зростом людину); *до десятого поту* (важко працює); *має сім п'ятниць на тиждень* (непостійний, змінює плани).

Використання числівників у фразеологізмах зумовлено символікою, яку українці надавали цифрам. Майже в усіх культурах числа мали сакральне значення, наприклад цифри три та сім завжди вважалися символічними, один – виражає індивідуальність, два – загалом символ гармонії, але оскільки у фразеологізмах зазвичай вживається з речами, то символізує певний вибір, який потрібно зробити.

До складу багатьох ФО на позначення рис характеру людини часто входять соматизми, тобто назви окремих частин тіла. Кожну частину

пов'язували з певною здатністю людини: язик – з особливостями мовлення, голову – з розумовими здібностями, серце – з душевними переживаннями, руки – з працьовитістю, ноги – зі спритністю, швидкістю дій.

Поширені ФО з компонентом “язик”. Вони іноді можуть виражати позитивну ознаку людини, таку як стриманість, красномовство: *гострий на язик* (здатний різко висловитися); *клепаний язик* (у того, хто здатен влучно і дотепно говорити); *тримає язик за зубами* (не говорить зайвого, щось приховує), але все ж ФО з таким компонентом частіше висміюють балакучість: *має довгий язик* (балакучий), *злі язики* (люди, які пліткують), *лепетливий на язик* (балакучий), *лизати язиком два боки* (бути лицемірним), *мозолити язика* (багато говорити).

З головою у людей пов'язані уявлення про розум оскільки вона постає символом інтелектуальних здібностей людини. Саме тому голова постає семантичною основою багатьох ФО і характеризує мисленнєві процеси: *ламати/ морочити/ сушити голову* (думати про щось); *копатися в голові* (обмірковувати); *взяти в голові* (накручувати себе); *голова не пологою набита* (про розумну людину); *на голову не налазить* (про ситуацію, у яку важко повірити); *золота голова* (про талановиту розумну); *має голову на плечах, голова варить* (розумний); *пуста голова* (дурний).

Наступними слід виділити ФО з компонентом “розум”, оскільки вони також невід'ємно пов'язані з описом розумових здібностей людини: *бистрий на розум* (здатний швидко міркувати, кмітливий), *бідний на розум* (нетямущий), *всі розуми поїсти* (стати розумним), *жити заднім розумом* (правильно оцінювати свої вчинки), *загубити розум* (перестати тверезо мислити), *мати свій розум* (діяти по-своєму).

Також для визначення розумових здібностей часто вживають діалектний аналог слова розум, а саме “клепка” – це дощечки, з яких складається діжка, тож коли кажуть, що у людини її немає, це означає що вона не дуже розумка (так, як і діжка не може бути хорошою, якщо у ній відсутня хоча б одна дощечка). Наприклад: *без клепки в голові* (дурний), *вставляти клепку комусь*

(повчати, давати настанови), *мати всі клепки в голові* (бути розсудливим), *позбутися клепки* (стати дурним), *розсохлися клепки* (хтось поводитьсь нерозумно).

Для внутрішніх переживань людини найчастіше вживають фразеологізми з компонентом “серце” чи “душа”. *Душа (серце) радіє* (хтось задоволений чимось), *крається серце (душа)* (хтось переживає), *серце (душа) тремтить* (хтось сильно хвилюється), *боліти душею* (переживати), *відкривати душу* (бути щирим), *відтанути серцем (душею)* (перестати злитися чи сердитися), *душа в п'яти тікає* (хтось боїться), *душа несе тягар* (хтось сильно тужить), *душа поривається* (у когось сильне бажання щось зробити), *душа розм'якла* (хтось подобрішав), *душа (серце) не лежить* (у когось немає інтересу, симпатії), *душа скніє* (хтось страждає), *душа сохне* (комусь щось не подобається), *заяча (мишача) душа* (людина боязка, полохлива), *з легким серцем (душею)* (без тривоги, без вагань), *кривити душею* (бути лицемірним).

Як уже було зазначено, ФО часто засуджували чи висміювали багато негативних внутрішніх рис людини: байдужість (*і нашим і вашим; ні риба ні мясо; ні в солдати ні в матроси; ні два ні полтора; ні в тин ні в ворота; косо, криво аби живо*); нерішучість (*і хвоста коту не зав'яже; смілий до порога; тюха-матюха; і кури склюють*); неуважність (*в одно ухо влітає, а в друге вилітає; гав ловить; ворон рахує*); улесливість (*виляє хвостом; дякує аж підскакує; хоть до рани прикладай; без мила в глаза лізе*); ледачість (*шукає вчорашнього дня; ні за холодну воду; рукава до колін; не з того місця руки ростуть; сидить на печі*), нечесність (*як дихне, так і брехне*), підступність (*ні собі ні людям; ні людям ні собаці; дьогтя дасть і меду піднесе; змія підколодна*).

ФО на позначення позитивних рис характеру людини схвалювали доброту (*мухи не скривдить; невинне ягня; ангельська душа*), хоробрість (*не боязкого десятка; смілива душа*), спритність (*як з гуся вода; проскоче через сито; бика за рога*), сміливість (*не боїться ні тучі ні грому*); талановитість

(душа до діла повернута; майстер на всі руки), працьовитість (більше діла – менше слів; менше язиком – більше руками).

2.1.3. Фразеологізми на позначення естетики вбрання

Номінація одягу чи не один із найстаріших пластів лексики будь-якої мови, оскільки це те, що супроводжує людину з моменту вступу в соціум. Тому вона широко відображена у фразеології.

Українці здавна славилися своїм вмінням гарно одягатися. Традиційно найпоширенішим видом взуття вважалися чоботи (сап'янці). Їх носили і в звичайні дні, і на свята; і заможні люди, і бідні (різниця полягала в тому, що в багатших вони були прикрашені чимось, а у бідних переважали звичайні й часто були одними на всю сім'ю). Важко уявити традиційний народний костюм без червоних чобітків (бували і жовті, і навіть зелені). Червоний колір чобіт співвідносився з символікою калини й символізував дівочу незайманість.

У зв'язку з цим у народі з'явилися фразеологізми, які пов'язані з взуттям: *виходити заміж у босоніжках* (жити досить бідно у подружньому житті, оскільки вважалося, що пальці повинні бути закриті, як у чобітках), *взути в постолі/в лапті* (розорити когось, оскільки лапті, вони ж личаки, символ бідності тому, що їх носили селяни. ФО синоніми – *сісти в лапоть, опинитися в лапті*). *Мартин босий, та в брилі* – символізує бідну людину, але розумну.

Отже як бачимо, про стан заможності людини говорить не лише її зовнішній вигляд в цілому, а й відсутність або наявність певного одягу, як бачимо на прикладах ФО пов'язаних з взуттям.

Що стосувалося натільного одягу, то важливою була не лише його наявність, а й тканина, з якої його зроблено, а також стан (зношений чи новий тощо). Таким чином, ФО зі значенням старого, зношеного одягу виражали навіть не просто бідність, а крайнє зубожіння: *рубець на рубці, латка на латці, світити латками, дрантям трясти, дірка на дірці* (Треба прясти, щоб руб'ям

не трясти (М. Номис); *Може, дівчина не любить За те, що убогий? І дівчина його любить, Хоч лата на латі* (Т. Шевченко)).

ФО, пов'язаним із сорочкою, слід приділити особливу увагу, оскільки це важливий атрибут української культури, не просто традиційний одяг, а відображення українського світосприйняття. Це символ достатку та добробуту людини. Оскільки історично українські селяни зазвичай жили досить бідно, то з'явилося багато фразеологізмів, які описували бідність людини, маючи у своїй структурі компонент "сорочка": *залишитися в одній сорочці/без сорочки, зняти останню сорочку (з когось), оставити без сорочки (когось)* (бідність, життя без самого необхідного). *А там, може, і таксу прибавлять. – А поки прибавлять, то ми без сорочки зостанемося* (Панас Мирний); *Дочки оставлять без сорочки* (М. Номис).

Крім бідності, такі ФО могли описувати працьовитість людей (оскільки сорочка була певною мотивацією, щоб працювати) чи ще якісь особливості людини: *на сорочку старається* (працює, трудиться), *зносити сорочку* (бути мудрим, прожити життя), *хоч сорочка одна, але біла щодня* (про людину не багато, проте працьовиту та охайну), *народився в сорочці* (везучий), *народився без сорочки* (нешчасливий), *не в своїй сорочці* (психічно хворий). Та всього декілька все ж характеризувало те, що і символізувала власне сорочка – достаток: *біла сорочка* (символ достатку), *сорочка за пазухою* (життя в достатку).

В українській лінгвокультурі сформувалося багато ФО, що стосуються головного убору. Це зумовлено тим, що шапка була символом пошани до людини (це пішло від традиції пошанно знімати шапку в священних місцях, таких як церква, перед образами в домі, при вході в дім тощо): *скинути капелюх, здіймати шапку* (виявляти свою повагу до когось). ФО з компонентом "шапка" в більшості не оцінюють позитивні чи негативні ознаки людини: *і шапка не горить* (про безсовісну людину), а характеризують саме якісь вчинки, дії: *пустити шапку по колу* (збирати гроші, про складні життєві ситуації), *на злодієві шапка горить* (погана людина завжди себе видасть),

давати по шапці (виганяти когось), *закидати шапками* (хвалькувате запевнення перемогти когось), *ламати шапку* (вклонятися, підлещуватися до когось), *на розбір шапок* (прийти під кінець, запізнитися), *не під шапку* (про легку справу), *шапкою докинути* (дуже близько), *хоч з шапки вбийся* (про скрутне становище).

До ФО із назвами одягу також слід віднести ті, у складі яких є слово-компонент “нитка”, оскільки це основа тканини: *обдерти до нитки* (розорити), *програтися до нитки*, *звестися до нитки* (збідніти), *білими нитками шито* (невміло виконано чи замасковано щось), *взяти на живу нитку* (неміцно закріпити що-небудь), *втягнутися у нитку* (докласти багато зусиль), *до останньої нитки* (промокнути), *з миру по нитці* (збирати, допомагати), *нитка увірвалась* (настав кінець чомусь), *піймати нитку* (встановити зв'язок), *програтися до нитки* (втратити щось, зокрема в азартних іграх), *прясти нитку* (одноманітно говорити про одне і те ж), *стягнутися на нитку* (схуднути), *як нитка з голкою* (невідступно).

Також хотілося б окремо зазначити, що з одягом пов'язано багато прислів'їв в українській мові: *Бережи одяг знову, а честь змолоду; Бережи одяг, доки новий, а здоров'я – доки молодий; По одязі стрічають, а по уму випроводжають; Краси у вінку не носить; Нашій Горпині гарно і в хустині; Не одяга красить, а розум; Не одяг красить людину, а добрі справи; Ніж виряджатись у яскравий одяг, краще одягнись у знання; Шия з намистом, а голова з свистом; Хоч не з красою, аби з головою; Хоч грошей нема, та в одягу вбився: розкрив поли, то й ноги голі; Поли крає, а плечі латає; По Савці свита, бо на Саву шита* (коли одяг комусь дуже личить); *чепуриться наче на весілля*. Проаналізувавши ці прислів'я бачимо, що, на думку українського народу, одяг – це все ж просто матеріальні речі, порівняно з якими набагато важливіші – честь, здоров'я, розум, добрі справи: *хоч не з красою, аби з головою*.

Отже, наведені прислів'я є актуальними й досі, тому що багато сучасників заціклені на багатому зовнішньому вигляді і забувають про те, що

внутрішні якості набагато важливіші і не обов'язково бути одягненим у бренди, щоб бути просто хорошою людиною, а матеріальні речі не зможуть підтримати чи допомогти у скрутну годину. Проте український народ в усі часи бережно і охайно ставився до вбрання: *Шануй одержу вдома, а вона тебе в людях; Пошануй одержу раз, а вона тебе десять раз.*

2.1.4. Фразеологізми на позначення естетики інтер'єру

У щоденному житті людини важливу роль відігравала її оселя. Хата – це не просто дім, у якому проживала сім'я, це місце де народжувалися, росли, господарювали та помирали, тобто проводили усе життя, тож ФО, що стосуються дому, а також його інтер'єру, досить багато.

Оскільки дім завжди був символом батьківщини, то ФО з таким компонентом характеризують належність до конкретної сім'ї: *відбиватися від дому* (рідко бувати вдома), *відбивати від дому* (відохотити когось бути домашньою людиною), *не всі вдома* (з'їхав з глузду).

Хата для українців була символом єдності роду. Компонент “хата” у фразеологізмах зазвичай використовувався для опису життєвих позицій людини: *держатися хати* (сидіти вдома), *хата скраю* (небажання втручатися у щось), *виносити з хати сміття* (розголошувати таємницю). Багато і інших фразеологізмів для вираження різних значень мають у своїй структурі компонент слово “хата”: *аж хата трясеться, на всю хату* (з великою силою); *твоя хата моїй хаті троюрідний погріб* (дуже далека рідня, як сьома вода на киселі); *Іванова хата* (в'язниця, як казенний дім); *повна хата* (велика кількість); *хоч святих винось з хати, хоч з хати тікай* (не можна витерпіти когось); *йти з торбою з хати* (йти просити милостиню); *носити сміття під чужу хату* (пліткувати про чужі негараздит); *не могли хати перейти* (бути слабким); *хати не перележати* (не завдавати турбот); *як у дурного у хаті* (неохайно).

Поріг в традиціях українського народу має велике значення, з ним пов'язано багато вірувань та звичаїв. Оскільки він був символом початку і

кінця дому, чи межею між світом живим і мертвих, то з'явилися такі повір'я: не можна замітати до порога, оскільки все хороше вийде з хати; розмовляти, передавати якусь річ чи здороватися через поріг невічливо; кінську підкову прибивали над порогом, щоб приносила щастя. У ФО з компонентом “поріг” він зазвичай використовувався у значення дому: *не пускати на поріг* (забороняти комусь приходити до хати), *на поріг не ступити* (не приходити), *оббивати пороги* (постійно приходити до когось), *показувати поріг* (виганяти), *через поріг не перелазити* (бути малим, дитиною).

В Україні завжди існував культ печі, оскільки в ній не просто готували їжу, на ній спали, відпочивали. Піч була символом рідного вогнища. Відповідно на основі цієї частини дому сформувалося багато фразеологізмів, якими передавали зазвичай важливі етапи життя: *колупати піч* (виконувати обрядову дію під час сватання), *впасти с печі* (народити дитину), *сидіти на печі* (жити безтурботно), *на припічку кашу їсти* (бути дитиною); чи описували ледачу людину, оскільки це було місцем відпочинку: *спати на печі* (ледарювати).

Дім можна було вважати придатним для життя, саме коли у печі вперше спалахував вогонь, він вважався священним: господиня повинна була ставитись до вогню з повагою, у нього не можна було кидати що-небудь нечисте чи бавитися. Тому найвищими цінностями інтер'єру української хати (тим, що показувало, що хата хороша і комфортна для проживання) були піч з вогнем і стіл із хлібом (їжею): *Не хвалися піччю в нетопленій хаті; Не в тім річ, що в хаті піч, а в тім діло, щоб у печі кипіло*. Стіл також був важливою річчю у домі і цим словом часто характеризували достаток в цілому (який виражався у кількості їжі на столі): *стіл ненакритий, стіл пустий* (про бідну родину); *стіл ломиться* (тобто від страв, про достаток у сім'ї); *запрошувати до столу* (угощати, бути гостинним).

ФО з компонентом “стріха” зазвичай також виражали хату в цілому, оскільки без хорошої стріхи не могло бути і дому, так як вона захищала від

дощу, снігу, холоду тощо: *батькова стріха* (домівка, де ти народився), *під чужою стріхою* (жити чи ночувати не в своїй домівці).

Усі ФО з компонентом “лава” мають негативне забарвлення, а саме означають переважно смерть: *втягнутися вздовж лави, на лаві лежати*. Винятком є лише фразеологізм *у перших лавах*, що означає бути найкращим, у перших рядах.

У ФО українці відобразили також любов до рідної домівки, бо *Всюди добре, а вдома найліпше; вдома і солома їдома; вдома і стіни гріють/лікують/допомагають; Добре тому, хто у своєму домі; Де не є добре, а вдома краще; За морем тепліше, та вдома світліше*.

Отже, ФО з компонентами на позначення частин інтер'єру найчастіше використовують для опису дому в цілому, а також окремих його частин, які мають символічне значення: поріг, піч. Вони мають переважно позитивну конотацію. Приязне ставлення в українців викликає доглянуту чиста хата, накритий стіл, оскільки усе це демонструє хазяйновитість господарів. Завдяки цим фразеологізмам ми бачимо, що сімейні цінності, затишок у домі, чистота завжди дарували людині моральне й естетичне задоволення.

2.1.5. Фразеологізми на позначення дефектів зовнішності

Таких фразеологізмів досить багато, оскільки зовнішній вигляд завжди мав важливе значення, а у давні часи ще й сприяв хорошому шлюбу (гарним на вроду було набагато легше одружитися чи вийти заміж, якщо з достатком були проблеми, у випадку ж якщо не було ні грошей, ні вроди влаштувати своє життя було надзвичайно важко, або навіть неможливо). Про дефекти зовнішності зазвичай говорили іронічно, іноді висміювали деякі особливості тіла.

Загально про негарний вигляд обличчя говорили так: *як чорт сім кіп гороху змолотив; пика цеглини просить; як вигляне, то три дні собаки брешуть*. Оскільки гарною вважалась світла шкіра, то з темної, або з веснянками насміхалися: *білий як арап* (іронічно); *чорний як циган; рябий як*

гороб'яче яйце. Людина, яка хворіє – жовтий як віск (вощина); як у комині завуджений; білий як полотно; блідий як стіна; білий як смерть. Про людину з запухлим обличчям говорять: як під забором виспався; опух як бабак.

Також часто обличчя називали у згрубілій формі мордою, писком: *пика як чавун; морда, як гречаник порепаний; така пика, що сама цеглини просить; пика, наче борода в індика; пика, хоч пацюків бий; писок розпустив, як циган.*

Ніс також часто ставав предметом насмішок через розмір чи форму: *ніс, як через Дніпро міст (великий), як за сім гривень сокира (негарний); ніс як кочерга (гачком);*

Для опису очей зазвичай вдавалися до порівнянь і, як бачимо, надто великі очі вважалися недоліком: *витріщені очі, як серед ночі; очі витріщені, як в писаної жаби, витрішкуваті баньки; очі як картохи, а не бачать ні трохи.*

Зуби, так само як і очі, висміювали, якщо вони були надто великими чи тирчали з рота, використовували також порівняння: *зуби вискалені, як у Сірка на старця; зуби вишкірені, як у цигана до макухи; зуби вищирені, як у печеного порося; зуби вищирені, як у циганських дітей на місяць.*

Оскільки волосся було основним символом краси для жінок, то його також часто критикували через фразеологізми: *волосся найжачене, як стріха на вітер; чуб, як в їжака; зачіска, як корови облизали; коси, як мишачі хвостики; голова гола, як коліно; лисий, як бубон.*

У цілому про неохайний вигляд людини кажуть так: *як мазниця (брудний), синя панчоха (зневажливо про незаміжню жінку).*

Як уже було зазначено раніше, ідеальною вважалась міцна статура (у жінок також), щоб було не важко виконувати фізичну роботу, саме тому як товстих, так і надто худих людей висміювали, про товстих людей: *найісти пузо/пику/ морду, розпливтися від жиру, аж шкура репає, шість на дев'ять, вбитися в сало, і конем не об'їдеш; годований як пацюк; товстий як кабан; як копиця сіна, годований як на заріз; жирна як піч; про дуже худих людей: аж ребра знати; аж кістки торохтять; самі кістки та шкіра; хребет чухати через живіт можна; худий як дошка; худий як смерть.*

Отже, оскільки для українців раніше одруження було початком нового життя і в цілому найважливішим кроком, так як це створення власної сім'ї, відділення від батьків тощо, і на те, щоб знайти собі пару давалось не так багато часу (всього декілька років), то зовнішній вигляд відіграв надзвичайно важливу роль. Заможних селян було досить мало, тому достаток стояв все ж на другому місці, а в одному селі, особливо якщо воно маленьке, не могло проживати надто багато молоді одного віку, тож існувала певна конкуренція, це і стало причиною появи ФО на позначення дефектів зовнішності.

2.1.6. Фразеологізми на позначення неестетичних об'єктів довкілля

Такі фразеологізми можуть стосуватися будь-яких елементів довкілля та оскільки для українців рідна хата, двір, город були тим місцем, де вони проводили усе життя, то багато ФО стосуються саме цих об'єктів і зазвичай описують хазяйновитість (а у нашому випадку навпаки) господарів.

Обов'язковим компонентом житла українців була не лише сама хата, але й двір: *прохідний двір* (зневажливо про місце, де тиняється багато людей), *двір плаче без хазяїна* (про занедбаний двір), *двір хазяйським оком держиться* (про те, що за двором потрібно доглядати).

Праця хлібороба завжди щиро шанувалась, до неї відносилися з любов'ю та повагою. Оскільки тоді не можна було просто піти і купити хліб, то кожна господиня повинна біла уміти його випікати, а щоб це було можливо зробити, потрібно було мати достатньо муки. Тобто від праці хлібороба прямо залежало благополуччя сім'ї. На щастя, клімат на території України був досить сприятливим для господарювання, вирощування рослин і українці з радістю цим користувалися. У зв'язку з цим з'явилися ФО пов'язані з рослинами, які виражали рівень трудолюбства людини і показували, що результати роботи завжди залежатимуть від того, скільки сил і уваги людина приділила праці: *поганої трави – погане і сіно (бо що посієш, те і пожнеш), яка пшениця – така*

й паляниця, яка яблуна – такі й яблука, яка грушка – така й юшка, аби цвіт – а ягідки будуть, терен груш не родить; яка вода, такий млин.

ФО на позначення безладу, безпорядку у домі також можна віднести до фразеологізмів на позначення неестетичних об'єктів довкілля, оскільки недоглянутий двір чи хата говорили про те, що там живе погана хазяйка чи хазяїн і це завжди осуджувалися людьми. Такі фразеологізми можна поділити на дві підгрупи:

- про погану господиню: *дівка заплетена, а хата не метена; осталася одна в хаті, не дасть ради кошеняті; де багацько господинь, то ту хату хоч покинь; де дві господині, там хата не метена; де дві господині в хаті, там каша несолена і хата неметена;*
- про поганого господаря: *кепський то господар, що у своїй хаті змокне; якби хотів Хома, то робив би й дома;*
- в цілому про недоглянутий дім: *як у дурного на фірі; як після погрому; без догляду дім – сарай; порядком дім стоїть, недбалістю і хлів розвалиться; наріжний камінь криво покладеш – увесь дім ненадійний; горе тому, в кого нема порядку в дому. в хаті наче гуси ночували; назбиралося сміття в хаті – аж двері не зачиняються; без роботи – ані хліба, ані хати, ніде і води взяти; хоч з хати тікай.*

Знаходимо багато ФО на позначення лінощів зі словом “комора”: *У мене дві комори: в одній пусто, а в другій горе; В мене три повні комори: в одній вітер, в другій збитий горнець на мак, а третя стоїть так; Багато на умі, та мало в коморі; Не той урожай, що на полі, а той, що в коморі.* З цього можемо зробити висновок, що неестетичність об'єктів довкілля завжди переносилася на негативну репутацію власника.

Не багато фразеологізмів зі словом “хлів”, який виступав місцем проживання і захисту тварин, які допомагали селянам виживати: *Дав бог теля, та не дав хліва; Коли господар сидить на печі, то пусто в хліві.*

Група паремій, яка вказує на непридатність або незрозумілість речей будується за допомогою сурядного сполучника “ні...ні” тому, що це

підкреслює їхню безладність (ніби з двох речей немає що вибрати): *ні до ладу; ні Богу свічка, ні чорту кочерга; ні в тин, ні в ворота; ні пришити, ні прилатати; як на лопаті вивіз.*

Також слід сказати про існування ФО, які стосуються сприйняття негараздів, оскільки в їхній структурі також зазвичай використовуються неестетичні об'єкти дійсності: *Згоріла хата – гори й сарай; Згоріла хата – хай горить і хлів* (синоніми *Взяв чорт батіг, нехай бере і пужално; Коли пропав віл, пропадай і батіг; Узяв біс коня, нехай бере і уздечку; Против кульбаку, то не жалко і стремен*). Часто кажуть, що в цих ФО вся суть українського менталітету, помилково трактуючи їх як повну байдужість до усього, що відбувається. Проте їхнє правильне значення – змирення з непоправними ситуаціями, спокійне ставлення до випробувань долі, іноді уміння піти на ризик заради чогось.

Отже, неестетичними для українців були такі об'єкти довкілля, як недоглянутий дім, двір, город. Їхній непривабливий вигляд пов'язували з моральним образом господаря, зокрема його лінощами, невмінням чи небажанням щось робити. Це завжди осуджувалося українцями, оскільки ми завжди були трудолюбивою нацією.

2.2. Структурні типи фразеологізмів із семантикою естетичних цінностей

За структурою фразеологізми загалом поділяються на такі, що побудовані за типом речення і за типом словосполучення. Проте розглядаючи їх детальніше, бачимо, що можна виокремити також фразеологізми у формі простих речень (коли є підмет і присудок), та у формі складних речень (зазвичай коли речення протиставне). Серед фразеологізмів на позначення естетичних цінностей переважають ті, що мають форму словосполучень на основі прислівного зв'язку та форму усталених порівнянь.

2.1.1. Фразеологізми у формі словосполучень на основі прислівного зв'язку

Словосполучення складаються з двох і більше компонентів, а це означає, що ці компоненти сполучені певним синтаксичним зв'язком. Основні типи синтаксичних зв'язків: предикативні, підрядні та сурядні. Підрядний зв'язок у свою чергу буває прислівним (і в словосполученнях, і в реченнях) або детермінантним (тільки в реченні). Досить багато фразеологізмів на позначення естетичних цінностей побудовано саме на основі підрядного прислівного зв'язку (більше лише фразеологізмів у формі порівнянь), наприклад: *змія підколодна, гадюча змія; донька лисиччина; бариня нещасна; заєць мартівський; кінь педальний; темна конячка; злі язики; невинне ягня; ангельська душа; синя панчоха; сліпа курка; прохідний двір.*

2.1.2. Фразеологізми у формі усталених порівнянь

Фразеологізмів на позначення естетичних цінностей саме у такій формі надзвичайно багато, оскільки для того, щоб описати людину чи предмет найпростіше порівняти її з чимось (рослиною, твариною тощо). Їх ще називають компаративними фразеологічними одиницями. Порівняння займають важливе місце в мові і нашому мисленні, бо ми пізнаємо навколишній світ саме шляхом порівняння невідомого з відомим. Це стало причиною того, що усталені порівняння, які образно характеризують людину, її дії, явища природи тощо є експресивним і наочним способом номінації та хорошим засобом оцінки, наприклад на позначення краси: *як маківка, наче рожка, як весна, як зіронька на небі, як калина, як квітка навесні, як ластівка, як лебідка, як горлиця, мов та ясочка, як ягідка, як іскра, як маків цвіт, як сонце на небі, як чічка в городі;* про стрункість: *як берізка, як тополя, як лоза, як хвоїна.*

Як уже було сказано, для опису внутрішніх характеристик людини поширеними є порівняння з тваринами: *як кіт мартівський; як свиня в дощ; тихатий, як індик; як баран в аптеці (недолугість); як віл (працьовитий); як*

оса (вередливість); як жаба на купині, як теля в наритнику, як пава, як свиня в барлозі, як поросля на орчику (пихатість); як мокра курка, ні риба ні м'ясо (безвольність); як черепаха, як той слимак, як сонна муха, як муха в сметані (повільність); як цуцик (прив'язаність до когось); як собака палицю, як пес санджарівський (злий); співати як соловей (талановитий у цьому); як собака, спущений з прив'язі, як собака з ожереду, як собака на посвист (рішучість); як сорока на тину, як собака в човні, як собаці на перелазі, як собака на прив'язі, як Сірко на прив'язі (про того, хто почувається незручно); як байбак у норі (самотній); як підстрелений сокіл (слабкий); як вільна пташка (безтурботний); як ті голубки, як риба з водою (про пару, яка живе у злагоді і мирі).

Для опису зовнішності також часто використовуються саме фразеологізми-порівняння: *очі витріщені, як в писаної жаби; зуби вискалені, як у Сірка на старця; зуби вишкірені, як у цигана до макухи; зуби вищирені, як у печеного поросля; зуби вищирені, як у циганських дітей на місяць; волосся найжачене, як стріха на вітер; чуб, як в їжака; зачіска, як корови облизали; коси, як мишачі хвостики; голова гола, як коліно; лисий, як бубон.*

Самотню людину, що опинилася далеко від родини, порівнюють із билиною, пташкою тощо: *як у полі билина; як на морі вутятко; як прибудна овечка; одбився од роду, як той камінь од льоду.*

Сильніші почуття молоді розкриваються також в зіставленнях із конкретно-образним змістом, до складу яких входять зооніми, фауоніми, явища природи: *любитися– як голубів пара, як сірі утята, як риба з водою; розлучитися як зозуля в лісі, як ягідки в лісі.*

Образний зміст порівнянь розширено в конструкціях із формами ступенів порівняння прикметників та прислівників, тобто замість “як” вживаємо (кращий), (а)ніж: *Лучче було та й дівчиною, чим тепер удовою; Личенько біліше, брівоньки чорніше, краще глянуть, чим на пана; Та нема древа ранішого над дубочка, да нема роду ріднішого над батечка.*

Отже, усталені порівняння – найвиразніші одиниці фразеології, в них відображається світогляд народу, його цінності, вірувань. Тому не дивно, що більшість компаративних фразеологізмів описують людину – тіло, фізичний і внутрішній стан, її побут тощо.

2.2.3. Фразеологізми у формі простого речення

Фразеологізми у формі простих речень творять завершені, самодостатні комунікативні одиниці, проте, на відміну від звичайних речень, передають одне поняття, і на відміну від прислів'їв та приказок не мають ніякого повчального змісту (бо мають номінативну функцію – називати, тобто наприклад, якщо йдеться про негативну рису характеру людини, фразеологізм лише називає її, але не повчає тощо). У складі таких фразеологізмів є одна граматична основа: підмет і присудок. Найчастіше роль підмета виконують назви частин тіла людини або назви неживих предметів (об'єктів довкілля), наприклад: *душа (серце) радіє; крається серце (душа); серце (душа) тремтить душа в п'яти тікає; душа несе тягар; душа поривається; душа розм'якла, душа (серце) не лежить; двір плаче без хазяїн; осталася одна в хаті, не дасть ради кошеняті; пика цеглини просить.*

Іноді фразеологізми бувають у формі простого односкладного речення (коли є лише один головний член речення): *аж світиться; від вітру хилиться; і вітер занесе; ребра можна поррахувати; одні кістки та шкіра.*

2.2.5. Фразеологізми у формі складного речення

Такі фразеологізми найчастіше містять протиставлення, тобто є складносурядним реченням з сполучником протиставлення: а, але, та, зате, все ж, однак, або складнопідрядним реченням, таких значно менше і вони мають таку структуру: [], []; [] – [] (*більше діла – менше слів; менше язиком – більше руками*).

У мене дві комори: в одній пусто, а в другій горе; Не той урожай, що на полі, а той, що в коморі; Дівка заплетена, а хата не метена; Очі як картохи,

а не бачать ні трохи; Не в тім річ, що в хаті піч, а в тім діло, щоб у печі кипіло; Бережи одяг, доки новий, а здоров'я – доки молодий; По одязі стрічають, а по уму випроводжають; Не одяга красить, а розум; Не одяг красить людину, а добрі справи; Мартин босий, та в брилі; Не той урожай, що на полі, а той, що в коморі; Де дві господині в хаті, там каша несолена і хата неметена; Без догляду дім – сарай; Порядком дім стоїть, недбалістю і хлів розвалиться; В очі лисицею, за очі – вовчицею; Ангельський голосок, та чортова думка; Святе та боже – на чорте схоже (не щира людина); Сила воляча, а розум курячий; Шия з намистом, а голова зі свистом (про несерйозну дівчину); З неба зірки хватає, а під носом не бачить (не справедливий); Свиня хоч і скупається, та знов в болоті валяється (хтось невиправний).

Протиставлення – порівняння протилежних суджень чи понять. Цей прийом поширений у художній літературі та народних прислів'ях і приказках, оскільки привертає увагу до певних суперечностей чи невідповідностей буття. Для цього не обов'язкова наявність протиставного сполучника. Протиставлення може виникати на основі семантичного контрасту частин. Унаслідок протиставлення стає очевидним певний повчальний зміст, народна мудрість стосовно справжніх цінностей. З такими прислів'ями не посперечаєшся. Унаслідок розгорнутої синтаксичної структури вони звучать некатегорично, але досить дошкульно і здебільшого спрямовані на викриття негативних рис людського характеру, зовнішності чи поведінки.

Висновки до розділу 2

Отже, ФО на позначення естетичних цінностей в українській лінгвокультурі стосуються характеристики людської зовнішності чи навпаки її недоліків (у жінок та чоловіків), внутрішніх позитивних чи негативних характеристик людини, естетики вбрання українців, інтер'єру домівки тощо.

Оцінка зовнішнього вигляду тісно пов'язана з оцінюванням внутрішнього світу людини. Зокрема, позитивно інтерпретовано такі риси характеру, як працьовитість, доглянутість, гостинність, стриманість, доброта,

щедрість, натомість негативно оцінено надмірну балакучість, лінь, дурість, невихованість.

Зовнішній вигляд людини найлегше описували через характеристику її частин тіла, тобто використовуючи соматизми. Найчастіше описують волосся, обличчя, брови. Ідеалом вважалась довговолоса руса дівчина з карими очима, тонкими бровами та міцною статуєю.

ФО на позначення негативного (рис характеру, вад зовнішності) більше, ніж тих, що виражають позитивні якості. Це зумовлено тим, що добре – норма, тому й на позначення хорошого значно менше слів, а погане завжди осуджували, висміювали, тому таких фразеологізмів більше і у них використовується іронія.

Аналіз ФО на позначення неестетичних об'єктів докільця засвідчив, що стан хати, двору, городу повністю відображав рівень трудолюбства господарів. Поганих хазяїв висміювали чи осуджували, це видно також і через ФО на позначення таких внутрішніх рис як лінь, невміння.

З погляду структури переважають ФО у формі усталених порівнянь, це пов'язано з тим, що описуючи людину чи будь-що, що пов'язане з її життям, найлегше це зробити порівнюючи з чимось. Для опису зовнішності найчастіше порівнюють з рослинами, квітами (часто з символічними для українців), а описуючи внутрішні характеристики людини більше вдаються до порівняння з тваринами, опираючись на їхні основні характеристики.

Фразеологізмів у формі словосполучень на основі прислівного зв'язку менше і вони також часто мають компонент – назву тварини.

Фразеологізми у формі простого речення найчастіше описують внутрішній стан людини, а фразеологізми у формі складного речення містять у собі протиставлення і здебільшого мають статус прислів'їв, оскільки протиставлення завжди має на увазі порівняння чогось поганого з чимось кращим, з якого випливає певне повчання, настанова.

РОЗДІЛ 3. ФРАЗЕОЛОГІЗМИ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕСТЕТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ ЯК РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ НАРОДНОГО СВІТОБАЧЕННЯ ТА ЗАСІБ ХУДОЖНЬОГО УВИРАЗНЕННЯ

3.1. Типові символи краси в українській фразеології

Мовну картину світу, а тобто і народне світобачення, можемо умовно поділити на лексичну і фразеологічну складову. Фразеологія фіксує поняття, які не відповідають тій нормі, яку можна виразити через лексичну складову, це виняткові явища, процеси тощо, які стосуються різних аспектів людського життя і в усі часи підлягали оцінюванню з боку соціуму. Таким чином, якщо лексичні одиниці описують народне світобачення в цілому, то фразеологічні – відтворюють актуальні чи важливі для носіїв мови деталі, фрагменти, особливості. Тобто фразеологія пронизує абсолютно всі сфери життя, і якщо ми говоримо про естетичні цінності, то майже неможливо знайти ту деталь, про яку не було б створено фразеологізму чи прислів'я (на прикладі фразеологізмів на позначення краси інтер'єру бачимо, що для опису хазяйновитості чи навпаки лінії господарів можна використати будь-яку деталь дому; описати вроду, чи характер також можна, зачепившись за найменшу деталь). І якщо ми маємо лексичну одиницю слово “краса”, знаходимо не так і багато синонімів: врода, мальовничість, ліпота, проте досить багато аналогів значення цього слова у формі фразеологізму, бо якщо дівка “як маківка” то ми розуміємо, що вона гарна, хоча слова “краса” тут навіть і не було використано.

Узагальнивши відомі визначення поняття “символ”, висновуємо, що це багатозначний образ, який відображає певну ідею. Символами, крім слів, можуть бути предмети, ознаки, явища. Оскільки походження символів давнє, то в більшості випадків вони завжди мають одне значення, проте з часом значення деяких може змінюватися (ранок – символ молодості, голубий колір – символ свободи, надії; проте змія вважається символом мудрості, хоча в фразеологізмах зазвичай має негативне значення і характеризує підступну людину: *змія підколодна; пригрів змію*).

Фразеологія – це символічний світ, тобто він не може бути загальним для усіх народів. Соціум виділяє і оцінює ті явища, риси, речі, які стосуються їхнього життя, світобачення, це відображення національної самосвідомості. Тобто те, що є символічним і зрозумілим усім українцям, може бути незрозумілим іншим народам. До речі, це головна причина того, чому фразеологізми важко розуміти та запам'ятовувати людям, які не є носіями мови і вивчають її – їх повна невмотивованість та нелогічність.

Слова-символи, які знаходимо у фразеологізмах на позначення естетичних цінностей, можемо розділити на такі підгрупи:

- космогонічні (сонце, місяць, зорі: *як сонечко ясне; лице як місяць*);
- рослинні слова-символи (квіти, дерева, кущі: *як маківка; як троянда; наче рожка*);
- тваринні слова-символи, тобто ФО з зоонімним компонентом (назви свійських тварин: *як свиня в дощ, баран з баранів*; назви домашніх тварин: *кіт, собака аж собаки тікають, кіт мартівський*; назви птахів: *полохлива ворона, біла ворона*; та інші: *очі як у жаби; змія підколодна*);
- символи-назви навколишньої дійсності (усе, що пов'язано з домом та елементами його інтер'єру: *хата, поріг, піч, стіл тощо не пускати на поріг, стіл ломиться*; прикраси, одяг: *намисто, чоботи, сорочка тощо червоні чобітки, біла сорочка*);
- архетипні символи – це первинні історично початкові образи, їх можна назвати основоположними і вони зумовлені природою, це те, без чого людина не могла прожити – вода та вогонь: *хоч з лица води напийся* (дуже гарний); *на ясні зорі, на тихі води; скакати у вогонь і в воду; таких удень з вогнем пошукати*.

Існує набагато більше таких підгруп для фразеологізмів в цілому, але наприклад біблійні та на позначення довкілля майже не вживаються в ФО на позначення естетичних цінностей, тож їх не виділяємо.

Серед вище названих підгруп, для опису краси найчастіше використовують перші три символи: рослинні, тваринні, трохи рідше космогонічні.

Найпоширенішими все ж є рослинні символи, ними стали ті рослини, які здавна уособлювали красу України, про них співали у піснях, використовували в обрядах, прикрашали ними домівки, вишивали їх на сорочках чи рушниках, складала легенди. Їх можна поділити на такі підгрупи:

- **Дерева** – тополя, з цим високим деревом порівнювали жіночий стан: *струнка як тополя, висока як тополя; високий як тополя, дурний як квасоля.*

Верба – шановане в Україні дерево, про нього існує багато прислів'їв та приказок: *Без верби і калини нема України; Де вода, там і верба; Де срібліє вербиця – там здорова водиця; Гнучка як верба доки дівка молода; Вербова лоза піднімає і ледачого пня.* ФО, що описують людину: *високий, як лоза, дурний, як коза; зігнутий як верба над водою; гнучка як лоза.*

Дуб – символ чоловічої мужності і сили, тож його часто згадують в ФО: *Високий – як дуб, а дурний – як пеня; Від яблуньки яблука, а від дуба – жолудь; Який дуб, такий тин, який батько, такий син; І граб, і дуб від малої сокири падає; Як дуба не нахилиш, так великого сина на добре не навчиш.*

Яблуня – символ материнства, молодості, жіночу зовнішність зазвичай порівнюють з цвітом яблуні: *гарна як яблуневий цвіт*, а з самим деревом існує багато прислів'їв і майже усі вони показують, що результат залежить від того, як працювати: *Від яблуні яблуко, від ялинки – шишка; Яка яблунька, такі й яблука; Хочеш з'їсти яблуко – посади яблуню; Не залізеши на дерево – не зірвеш яблуко; З дуба яблучка не зірвеш; Який садівник, таке і яблуко.*

- **квіти** – барвінок – символ кохання, використовували як оберіг від нечисті, прикрашали ним одяг та вінки): *гарна як барвіночок; рвати барвінок* — іти на любовне побачення, *ночувати в барвінку* — ночувати з милим, *квітучий барвінок* — оспівання в коханні; *розквітлий барвінок* — щасливий шлюб, *зів'ялий барвінок* — нещасливий шлюб;

Мак – символ кохання, сонця, безкінечності буття: *гарна як маківка; як мак цвіте*. Також ця квітка вживається і в багатьох інших фразеологізмах: *вискочити як голий з маку* (сказати щось невчасно); *втерти маку* (покарати); *сісти маком* (потрапити у скрутне становище). Прислів'їв про мак також досить багато, проте у них мак частіше виступає як їжа, ніж як квітка, крім того показується, що у ролі їжі він був не дуже важливий: *Не вродив мак – перебудем і так* (про господарство); *Сім год мак не родив і голоду не було*; *Коли цвіте біб, то тяжко на хліб, а коли мак, то не так*; *Навчить біда з маком коржі їсти*.

- **кущі** – калина, чи не найголовніший символ українців, вона уособлює кохання, благодать: *Дівчина, як калина у лузі; Любуйтеся калиною, коли цвіте, а дитиною – коли росте; Хто калину ламає – той щастя не знає; Хто з калиною знається, той в здоров'ї купається; Гарна калина, як рідна ненька Україна; Вірність лебедина – гарна, як калина; Бузок і калина – пам'ять для сина; Де у дворі калина – там порядна родина*.

Наступною підгрупою фразеологізмів з словами-символами є ті, що мають у своїй структурі зооніми. Оскільки тварини завжди жили поруч з людьми, допомагали в господарстві, годували то існує багато згадок про тварин у народній творчості, знаходимо їхній слід і в фразеологізмах. Можемо поділити їх на такі підгрупи:

- **Птахи**. Досить багато птахів є символами для українців бо вважалось, що вони сполучають земний і небесний світ.

Соловейко – співець добра і кохання, символ весни, тому про талановиту людину, яка гарно співає завжди кажуть *співає, як соловей; Людина без Вітчизни, як соловей без пісні*.

Ластівка – символ добра, матері, коханої дівчини, щастя. *Перша ластівка* – початок чогось, становлення.

Лелека – символ народження, вважається, що лелеки селяться лише на дахах хороших людей. Існує багато прислів'їв про лелек: *Лелеки летять*

тільки до добрих людей; Дурний той лелека, якому своє гніздо не мило; Де лелека водиться, там щастя родиться.

- **Свійські тварини.** Для позначення краси зазвичай у фразеологізмах використовують тих тварин, які були дужими, великими, оскільки вони зазвичай використовували для опису мужності і сили чоловіків: *з вола здоровий; бути на коні* (мати життєвий досвід); *гартує як чорний від, впрягтися як віл в ярмо* (важко працювати); *моцний як кінь; бутний як кінь на оброці.*

- **Домашні тварини.** Кіт – він може бути добрим духом житла, охороняти від зла, ловити мишей, тобто в цілому приносить спокій у дім. У фразеологізмах іноді символізував достаток: *то котові, то попові; знає кіт чие сало з'їв.* Є й ті, що описують навпаки жадібність: *як кіт наплакав; ласий на гроші, як кіт на сало.* Про низьку зростом людину: *виріс як кіт навсидячки.*

Космогонічні символи у фразеологізмах на позначення краси за частотою стоять на третьому місці після символів рослин та тварин. У народній уяві небо завжди було цілим світом, чимось, чого неможливо досягти, саме через це з'явився вираз *бути на сьомому небі від щастя.* З небом часто порівнюють блакитні очі: *очі як небо; очі сині як весняне небо; очі голубі як небо.*

Сонце – головна зірка, це символ життєвої сили, тепла, у християнстві це символ Бога: *як сонечко ясне* (про гарну, привітну дівчину); *бути під сонцем, мати місце під сонцем* (мати певний стан в суспільстві); *прихилити сонце* (зробити щось неможливе для когось).

Зірка – символ високих прагнень, це те, чого важко досягти, не дарма існує вираз “*крізь терні до зірок*”, *бути зіркою* (бути відомою, хорошою у чомусь); *як зірочка* (гарна). З зірками пов'язано ряд народних прикмет: *Якщо влітку зірки дуже блищать, то буде спека; Якщо в нічному небі мало зірок, то буде похмура погода.*

Місяць – символ таємності, вічності, та для опису краси вживається рідко: *обличчя кругле, як місяць*. Також місяць є покровителем жінок, дівчата часто зверталися до нього, коли йшлося про любовні справи:

Місяць, місяць молодий,

В тебе ріг золотий.

Ти знаєш старого й малого,

Пошли мені мого милого.

Як бачимо, небо, сонце, місяць і зірки ще з давніх часів формуються у народних віруваннях як вагомні сакральні символи.

Вода та вогонь часто згадувалися у різних ФО, можемо зробити припущення, що архетипні символи з'явилися в структурі фразеологізмів навіть раніше ніж фауоніми та зооніми, оскільки для наших предків це була основа для виживання. Звісно без води ми не проживемо і зараз, але наприклад вогонь уже не настільки необхідний, бо їжу можна приготувати і завдяки електриці. *Багатому й під гору вода тече, а бідному і в долині треба криницю копати* (про те, що для багатих усі двері були відкриті у житті); *Без Гриця й вода не освятиться* (не обійтися без когось; хтось постійно втручається); *Без кінця воду варить* (вредний); *Біда – не вода, ні переплести, ні перебрести*; *В криницю воду лить – тільки людей смішить* (робити щось безглузде); *плисти проти води* (йти проти когось; жити всупереч обставинам); *Він би за нього в огонь скочив* (про відданість); *гратися з вогнем* (ризикувати; наражатися на небезпеку); *не буває диму без вогню* (усе має свої причини і наслідки). Часто в ФО вогонь та вода протиставляються або порівнюються з добрим і поганим: *Вогонь і вода – то добро і біда*; *Вогонь не приятель, а водиця – сестриця*; *Вогонь палить, вода студить*.

Слід окремо виділити важливість символіки кольору для опису людського вигляду. Червоний колір – символ любові, життєвої сили, краси. Цей символ є дуже поширеним і важливим оскільки у ньому відображається уся повнота людського життя: як любов та краса, так і ворожнеча, сором, це ніби двосторонній символ. Цікавим є те, що більшість рослин, з якими

прийнято порівнювати красу, також червоного кольору – калина, мак, троянда, рожа, тож цей колір особливо символічний для українців. Крім цього, саме червоні чобітки були необхідним атрибутом особливо на весіллях, оскільки були символом достатку, добробуту, кохання, жінки особливо пишалися ними. Хоча чобітки могли бути і жовті, і зелені, але найбільше цінувалися саме червоні.

Білий колір також є дуже символічним, оскільки означає невинність, чистоту. Цей колір був надзвичайно важливий в одязі – саме біла сорочка була символом працьовитості, достатку, на свята було прийнято приходити лише у світлому одязі. Не дарма і хата мала бути побілена у цей колір: *Не були наші хати золотими, але були білими*, часто білили і дерева. Проте цей колір є спірним, оскільки описуючу зовнішність людини, білий використовували і як на позначення краси, так і часто на позначення хворої людини, це можна пояснити тим, що слово, як одиниця вербального рівня може стати символом різних концептів. Про вроду: *біла, як береза; як молоко; як яблуневий цвіт; як полотно; як день*; про хворобливість: *білий як стіна; як смерть; як крейда; як папір*.

Золотий – символ святості, сакральності. Його часто використовують в ФО для позначення чогось надзвичайно хорошого: *золоті руки* (талановита людина); *золоте серце, душа* (надзвичайно добра людина); *золотко* (ласкаве звертання); *золоте волосся* (дуже гарного кольору).

Рідше вживані кольори-символи – блакитний чи синій (символ свободи, миру: *очі як волошки сині*); чорний (як символ має негативне значення, проте для опису вроди використовується у деяких ФО: *карі очі, чорні брови; волосся/вуси чорні як смола* тощо).

Символіка чисел також використовується у фразеологізмах. Саме на позначення естетичних цінностей існує небагато фразеологізмів з компонентом числівником і вони швидше описують не красу, а внутрішній стан людини. Поширеною є одиниця і виражає самотність або схожість: *один, як палець; з одного тіста*.

Символіка відображалась і в деяких частинах тіла людини, а саме – в волоссі. Довге волосся для українців було ознакою охайності, коса – символом цноти, дівочої честі. З волоссям було пов'язано багато обрядів (наприклад розплітати косу на весіллі). Дівчата завжди прикрашали косу віночком (який був оберігом), стрічками (тут також була важлива символіка барв: коричнева стрічка – символ рідної землі, жовта – сонця, зелена – молодості, блакитна і синя – символ неба і води, червона – любові, біла – пам'ять поколінь. Про довге волосся співалося в піснях, існувало багато прислів'їв: *Нема коси – нема краси; Не ріж косу – не губи краси; Не вари борщу поки не заплетеш косу; Коса до вінця, а розум до кінця; Дівка без коси як кінь без краси; Довга руса коса – українська коса; Дівчина з косою – як трава з росою.*

Фразеологізми іноді називають засобом художнього увиразнення. Щодо ФО з компонентами-символами на позначення краси, слід зазначити, що символ не можна назвати метафорою чи порівнянням. Метафора дає образну характеристику певної лексеми у той час, як символ розширює її значення, спираючись на загальну ідею. Крім того, фразеологізм – стійке сполучення слів, а у метафорі можна замінити слова.

3.2. Взаємопов'язані з красою поняття в українській фразеології

Краса в українській фразеології тісно пов'язана з такими рисами, як доброта, здоров'я, миролюбство та працьовитість. Щедрість, любов до своєї землі, повага до людей, лагідність, оптимізм – це все також стосується поняття краси людини, бо краса – поняття широкіше і щоб бути красивим недостатньо просто мати гарну зовнішність, внутрішній світ тут надзвичайно важливий, оскільки *“з лиця воду не пити”*.

Доброта – це надзвичайно широке поняття, яке знайшло відображення і в фразеології: *боже теля, хоч мотузки крути, хоч мички мич; як боже ягня, як янгол; і комахи/мухи не скривдить; добрий собака на вітер не гавка.* Існує також багато прислів'їв про добро: *Від добра ніхто не втікає; Добра бажаси, добро і роби; Добре діло роби сміло; Сіяти добро – добро і пожинати.*

Прислів'я, які описують хороших людей: *Дав би сорочку з себе; Добрий, хоч до рани прикладай; Добрій людині що день – то свято; Не одежа красить людину, а добрі діла.*

Усі фразеологізми з компонентом “серце” чи “душа” також зазвичай описують добру людину чи ті внутрішні переживання, які притаманні лише хорошим, небайдужим людям. Крім того, це символи внутрішнього психічного стану людини: *душа радіє (болить, ятриться, тішиться); душа не на місці; серце чує; камінь давить душу; сидіти в душі; у глибині душі; брати за душу.* Зазвичай поняття “серце” і “душа” можна вільно варіювати, проте є й такі фразеологізми, де замінити один компонент іншим неможливо: *гаряче серце; запалилося серце; сердечна людина; від щирого серця; серце в тузі; завоювати серце.* В народній творчості ці символи знайшли відображення також і в прислів'ях і приказках: *Кров людська – не вода, а серце – не камінь; Іржа їсть залізо, а печаль – серце; Істинне щастя не в скринях, а в серці; З перцем чи не з перцем, аби з добрим серцем; Як гляне – серце в'яне; Хто добре серце має, той усе здолає.*

Часто у ФО на позначення доброти та милосердя згадується Бог, оскільки українці були віруючими людьми і за усе дякували Богу: *Милостивій людині і Бог подає; Господь щедроти тим рясно посилає, де один іншому допомагає; Приведи, Бог, подати, та не дай, Боже, приймати; Хто творить добро, тому Бог відплатить; Береженого Бог береже.*

Також у фразеологізмах завжди звеличували уміння співчувати і допомагати людям: *Даючого рука не збідніє; З усякого по крихті – голодному пироги; З миру по нитці – голому сорочка.*

Здоров'я – важливо складова здорового життя, оскільки воно допомагає повноцінно функціонувати: працювати, спілкуватися, створювати сім'ю. Українці з давніх-давен бережно відносилися до цього скарбу, тож з'явилося багато прислів'їв, які спонукали берегти здоров'я: *Здоров'я за гроші не купиш; Було б здоров'я, а все інше наживем; Здоров'я – найдорожчий скарб; Здоров'я*

– всьому голова; При здоров'ї все чоловіку миле; Хто здоров, той ліків не потребує; Як здоров, то й хрін за цукор.

Оскільки здоров'я завжди було важливим для українців, то з'явилась і народна медицина, бо довіряли найбільше рослинам, з'явилися і прислів'я-поради щодо того, як уберегти здоров'я: *Як на душі, так і на тілі; Бережи одяг доки новий, в здоров'я – доки молодий; Веселий сміх – здоров'я; Хто добре жує, той довше живе; Тримай голову в холоді, черево в проголоді, ноги в теплі – житимеш довго на землі; Журба здоров'я відбирає, до гробу потихає.*

Слід зазначити, що часто в прислів'ях про здоров'я чи навпаки хворобу також використовують компоненти назви тварин, рослин чи предметів: *Верба товста, та всередині пуста; Червоне яблучко, та всередині черв'ячок; Плохеньке поросля й і петрівку мерзне; На ладан дише; На нього давно собаки часник товчуть; Бита посуда два віки живе; Капуста гарна та качан гнилий; Добрі жорна усе перемелють; Скрипливе дерево довго живе; На похиле дерево й кози скачуть.*

Миролюбство – це вміння взаємодіяти з іншими людьми, знаходити спільну мову, йти на поступки, якщо це необхідно, до цього поняття можемо віднести інше широке поняття дружби. Хороші, вірні друзі цінувалися завжди, кажуть, що той, хто зміг знайти за життя вірного друга – по-справжньому щасливий. Тож існує багато фразеологізмів про дружбу: *друг пізнається в біді; друзі не розлий вода; щирі друзі глечика не поб'ють; друзі з пелюшок; два сапога пара; старий друг кращий двох нових; не в службу, а в дружбу; перебувати на короткій нозі.*

До миролюбства також можемо віднести хороші взаємовідносини не лише між друзями, а і між парою, чоловіком і дружиною: *жити душа в душу; як голубки; водою не розіллеси; живуть між собою, як риба з водою; Найлучча спілка – чоловік і жінка; Не потрібен і клад, коли у чоловіка з жінкою лад.*

Важливими для українців були і хороші взаємовідносини з сусідами. Оскільки з ними межувала хата і двір, то при поганих стосунках було дуже зробити шкоди іншому, тож миролюбство було необхідним для спокійного

життя без постійних сварок: *Без брата проживеш, без сусіда – ні; Добрий сусід – найближча родина; Коли сусід, як мід, то проси його на обід; Добре, як сусід близький, а тин низький; Знають сусіди твої біди; Який сусіда, така й бесіда.*

Також була поширеною думка про те, що краще і легше усе робити гуртом: *гуртом і батька бити легше.* В таких ФО часто вживалися числівники, наприклад одиниця, щоб показати, що самотня людина без вірних товаришів мало що зможе зробити в житті: *Один у полі не воїн; Один гусак поля не витопче; Один дуб у полі – не ліс; Одна квітка не робить вінка; Один кіл плота не держить; Одним пальцем і голки не вдержиш; Одна ластівка весни не робить; Одна бджола меду не наносить; Однією рукою в долоні не заплещеш.*

Також існувало багато прислів'їв з словом “гурт”, це можемо пояснити тим, що раніше для українців від будь-якої праці залежало благополуччя (хліборобство, садівництво, догляд за тваринами), тож, щоб не бідувати було дуже необхідно виконувати усю роботу якісно, а це було б важко для однієї людини: *В гурті в комар сила; Гуртом і каша краще їсться; Гуртом і чорта поборем; Гуртом можна і чорта загатити; Гурту і вовк не страшний; В гурті і пісня в лад іде; В гурті – то й смерть не страшна; В гурті робити – як з гори бігти; Добре там живеться, де гуртом сіється і жнеться.*

Поширеними були і ФО зі словом “грумада”, яке також означало сукупність людей, яка переважно приймала спільне рішення щодо певних проблемних питань у селі: *Що громада забажає, то і пан не поламає; Що громаді, те й раді; Що громада скаже, то й пан не розв'яже; Грумада – це рада, що рішила, так і буде; Чоловік громади не споможе, а громада одного може; З громади по латці – голому свитка; З громади по крихті – голодному пиріг.*

ФО з компонентом прикметником “дружній” також вживаються на позначення того, що усе краще робити гуртом: *Де дружніші, там і сильніші; Дружні сороки і орла заклюють; Дружній череді і вовк не страшний; Дружний табун і вовків не боїться; Де дружно там і хлібно.*

Працелюбство і хазяйновитість шанували здавна, бо від праці безпосередньо залежало благополуччя у домі. Лінивих людей засуджували, боролися з їхнім неробством. Тож з'явилося багато прислів'їв, які спонукали працювати, чи хоча б просто не спати цілими днями: *Без діла псується сила; Хто рано встає, тому Бог дає; Хто довго спав, той здоров'я проспав; Праця додає здоров'я, а лень – хвороб; Рухайся більше – проживеш довше; Без діла людина старішає; Будеш трудитися – будеш кормитися; Дай землі, то й вона тобі дасть; Сій не пусто, то збереш густо; Глибше орати – більше хліба жувати; Роби на дворі – то буде в коморі.*

Хоча ФО про поганих та лінивих господарів набагато більше, ніж про хороших, бо люди гостріше реагували на неприйнятні форми поведінки, проте вдалося знайти й ті ФО, у яких йдеться про працюючих, сумлінних людей: *В доброго хазяїна й соломинка не пропаде; Жита ростуть, як з води йдуть; Де господар добре робить, там і поле буйно родить.*

Отже, наші пращури з красою пов'язували багато внутрішніх та соціальних ознак людини. Оскільки ми живемо серед інших людей, то необхідно вміти з ними взаємодіяти, щоб жити повноцінно; потрібно вміти цінувати те, що у нас є, – здоров'я, дружбу, кохання, підтримку, активність тощо. До цього нас закликали наші предки ще з давніх-давен через народну творчість, зокрема фразеологізми та прислів'я.

3.3. Прагматика фразеологізмів на позначення естетичних цінностей

Фразеологізми, особливо на позначення естетичних цінностей, найточніше відображають духовне життя народу. Вони вживаються майже в усіх стилях літератури. Насправді усі ФО містять власний набір прагматичних настанов, вироблених через багатовіковий досвід. ФО відображають усе багатство розмовної мови – вони радять, попереджають, хвалять, осуджують, констатують, іронізують тощо. Іноді вони поєднують декілька функцій. За прагматичним навантаженням фразеологізми на позначення естетичних цінностей поділяємо на такі групи:

- Компліменти (захоплення, схвалення, хваління). Фразеологізми на позначення краси переважно вживають як компліменти, особливо часто їх кажуть жінкам: *гарна як маківка, співає як соловей* тощо. Ними також наголошують на внутрішніх позитивних рисах людини: *має золоте серце, і мухи не скривдить*.

Узагалі в нашій культурі не було прийнято хвалити людину прямо, це могли робити лише позаочі, оскільки вважали, що людину можна перехвалити і вона перестане щось робити. Крім того, якщо оцінювали виконання обов'язків, то сприймали це як належне, що не потребує похвали й захоплення. Якщо ж мова йшла про зовнішність, то її не признавали як заслугу людини, оскільки вона від природи, відповідно немає за що хвалити носіїв вроди. Хвалити самого себе чи своїх дітей взагалі було нечемно, нескромно, невиховано, тому хвальків у прислів'ях нерідко висміювали: *Сам себе не похвалиш – ніхто не похвалить; Кожен купець свій товар хвалить; Кохна лисиця свій хвостик хвалить; Кожна жаба своє болото хвалить; Калина хвалилась, що з медом солодка; І сова хвалить своїх дітей; Заліз черв'як у хрін, та й хвалиться, що йому добре; Добрий товар сам себе хвалить; Догана мудрого більше коштує, ніж похвала дурного; Гречана каша сама себе хвалить*.

- Осудження. Такі ФО більш поширені, оскільки, як уже було сказано, хвалити не було прийнято. Цікавим є те, що навіть зі словом “молодець” немає жодної ФО-схвалення, його вживали лише іронічно, щоб висміяти невинну, недолугу, нестаранну людину: *Молодець, молодець – ні кіз ні овець; Молодці як горобці: всюди їх повно і всюди шкоду роблять; Молодець проти овець, а проти молодця і сама вівця; Кожен молодець на свій вірець; Нащо і батько, коли сам молодець; Завзятість молодецька з однієї тільки могили не виносить, а з вогню, з води виносить*.

- Поради/ застереження/заборони. У них або вказують на корисну для адресата дію, або попереджають про можливу неприємну ситуацію: *Тримай язик за зубами; Слухай тисячу разів, а говори один раз; Не бійся людину*

похвалити, а бійся скривдити задарма; Стережися вовка в овечій шкурі; Не сунь свого носа до чужого проса; Не носи сміття під чужу хату; Батьком-матір'ю не хвались, а хвалитись честю; Великий рости, щасливий будь, себе не хвали, інших не гудь; Не шукай моря, і в калюжі втопитись можна; Брежи одержу знову, а честь змолodu; Землі кланяйся низенько, до хліба будеш близенько; Треба красно ходити, будуть хлопці любити.

- Побажання. Сюди відносимо як щирі позитивні побажання, так і негативні (які швидше були прокльонами і, на жаль, також були поширені). У позитивних зазвичай бажали здоров'я та благополуччя: *Щоб ти був здоров, як вода; Щоб усе було гоже, а що не гоже – то не дай Боже; Дай, Боже, нашим молодцям віку довгого і здоров'я довгого; Дай Вам, Боже, із роси, із води; нехай ваше життя буде між солодкими медами, між пахучими квітками.* Прокльони: *Щоб вам пусто було; Щоб тобі повилазило; Щоб тебе грім побив; Щоб ти сказився.*

- Створення естетичних художніх творів. Фразеологізми часто вживають у художніх творах, як у фольклорних, так і авторських, оскільки вони допомагають письменнику показати своє авторське бачення тих чи інших речей. Фразеологізми на позначення естетичних цінностей використовують також сучасні журналісти як заголовки для привернення уваги читачів та створення приємного настрою, пор.: *Просто очей не відвести* (Gazeta.ua, 8.09.2021); *Гарне, мов писанка* (<http://ridneselo.com/node/12655>).

У художній літературі фразеологізми часто вказують на соціальне розшарування в суспільстві: *принцеса на горошині, принц і жебрак, вовк і ягня, принижені і ображені.*

Чимало фразеологічних одиниць походить із літературних творів. Здебільшого вони відображають позитивно марковані риси людини: *три мушкетери* (про вірність у дружбі); *король Лір* (той, хто не розбирається у людях); *граф Монтекрісто* (багата особистість); *доктор Айболіт* (хороший лікар); *Аліса в країні чудес* (людина в дивних обставинах).

Негативного забарвлення набули ФО на позначення психічного стану людини: *людина в футлярі* (боїться будь-яких змін); *скупий лицар* (скнара); *вершник без голови* (людина без здорового глузду); *вождь червоношкірих* (людина готова то будь-яких пригод).

Деякі ФО вживають для оцінювання взаємовідносин між людьми, переважно розбрату, нещирості, підступності: *зозуля і півень* (хвалять один одного); *бабка і мураха* (про ліниву і працьовиту людину); *приборкання непокірної* (перевиховання); *лебідь, рак і щука* (не можуть разом нічого зробити).

Узвичаєними стали ФО, що передають соціальну оцінку людини: *ДонЖуан* (любить увагу жінок); *бридке каченя* (негарний); *царівна Несміяна* (тиха, серйозна дівчина); *людина дощу* (готовий до будь-яких умов); *фарбований лис* (означає, що від себе не втечеш); *людина невидимка* (той, хто не привертає уваги).

Фразеологічні одиниці сформувалися на базі назв окремих художніх творів, і тепер їх застосовують для загальної оцінки складних, неоднозначних життєвських обставин: *війна і мир*; *багаті також плачуть*; *украдене щастя*; *одруження Фігаро* (шалений день). ФО забезпечують містку і влучну характеристику проблемних ситуацій.

Літературне походження мають ФО на позначення стилю життя людини: *синя борода* (підступний, негарний чоловік); *червона шапочка* (довірлива).

Деякі назви художніх творів стали не просто ФО, а місткими сучасними символами: *синій птах* (символ щастя); *червоні вітрила* (символ мрій); *маленький принц* (символ любові до тварин); *Трістан та Ізольда*, *Ромео і Джульєтта*, *Майстер і Маргарита* (символи кохання).

Отже, як бачимо фразеологізми на позначення естетичних цінностей мають багато функцій та відіграють важливу роль у творенні майже усіх жанрів літературних творів, а також у публіцистиці та повсякденному спілкуванні.

3.4. Динаміка цінностей у фразеології сучасної української мови на тлі суспільних змін

Соціолінгвістичний аспект у вивченні фразеологізмів на позначення естетичних цінностей передбачає аналіз учасників спілкування як представників певної соціальної групи та дослідження обставин використання фразеологізмів. Увагу концентрують на двох аспектах: на умовах комунікації (час, учасники, цілі тощо), а також особливостях суспільного життя того часу.

У фразеологічному складі української мови відбиваються динамічні процеси, а саме утворення неофразеологізмів, які також відображають естетичні цінності уже нашого часу та зазвичай поширюються через засоби масової інформації. Порівнявши їх з старішими фразеологізмами, ми можемо зробити висновок про те, як змінилися цінності для українців з часом, які ознаки зовнішності стали вважати красивими, що перестало цінуватися взагалі, а що набуло ще більшого значення.

Почнемо з рівня життя українців загалом. Більшість із них були бідними селянами, які важко працювали, аби заробити хоч копійку. Багатих панів ненавиділи. Зараз ситуація не настільки кардинальна (тобто не існує лише бідних і багатих, а є й люди середнього достатку). З'явилися такі ФО на позначення рівня життя: *багатенький буратіно; вершки суспільства* (тобто багаті, можливі такі варіанти: *Ніхто так не страждає на ожиріння, як вершки суспільства; Думали верхки суспільства, з'ясувалось – піна); Красиво жити не заборониш*. На противагу: *жити у Бога за пазухою; жити як вареник у сметані / маслі; як попів кіт на печі; жити паном*. Бачимо, що раніше люди були більш схильні до порівнянь, згадували Бога в фразеологізмах.

Деякі відомі нам фразеологізми перефразували відповідно до наших нинішніх потреб та позицій: *Моя хата скраю – немає більше хати скраю; З громади по крихті / нитці – бідному хлібина / сорочка – із бідного по копійці – багатому субсидія; Баба з воза – кобилі легше – пасажири з воза – коням легше*. Тобто як бачимо, у неофразеологізміх відображається позиція – не стояти осторонь чужих проблем, та показується нинішня проблема наших

багачів (а саме політиків, аналог тогочасних панів), які хочуть отримати побільше грошей за рахунок бідніших.

Що стосується дівочої краси, звісно, зараз усе дуже змінилось: довге волосся не є єдиним атрибутом краси, не потрібно його заплітати у косу та прикрашати, карі очі та чорні брови також – давно не еталон. Крім того, через змішування крові з часом серед українців стало більше світловолосих (русих) та голубооких. Зараз еталоном є гладенька шкіра обличчя (не обов'язково світла і з рум'янцем), пухкі губи, доглянуте волосся (не обов'язково довге і навіть не обов'язково природного кольору), брови не надто тонкі і не грубі, головне – *цвісти і пахнути* або *тримати хвіст пістолетом*, тобто бути бадьорою, упевненою, доглянутою. Проте досі існують фразеологізми, які маніфестують застарілі погляди на життя: *гарній дівці гарно і в ганчірці*.

Соматичний компонент у фразеологізмах сучасної української мови вживається зазвичай не для опису людини, як раніше, а надає ФО дуже різноманітних значень:

- руки: *йти з порожніми руками* (в гості без гостинця); *голими руками* (вживається лише зі словами вбити/задушити, тобто зробити це без допомоги); *умивати руки* (втікати від відповідальності); *й руками і ногами* (вператися, не хотіти щось робити); *двума руками за* (підтримувати якусь ідею);
- очі: *очі злипаються* (хотіти спати); *дивитися правді в очі* (повірити); *відкрити очі комусь* (прояснити щось, вказати на правду); *робити круглі очі* (дивуватися);
- брови: *брови як у Брежнєва* (дуже широкі);
- волосся: *три волосини на голові* (дуже рідке);
- зуби: *зуби парканом* (від рос. *зубы заборчиком*);
- губи: *губи-вареники* (надто пухлі, неприродні).

Отже, фразеологізми з соматичним компонентом все ще поширені в сучасній українській мові для вираження різних оцінних значень.

Щодо символіки кольору, яка раніше була поширена в ФО для опису одягу, – у наш час таку символіку використовують хіба що в неофразеологізмах політичного дискурсу (найчастіше): *помаранчева революція, червоні сорочки, чорний піар, сині комірці*, тобто колір одягу зараз не відіграє ніякої ролі для людей.

Щодо риси характеру, яка найгостріше осуджувалася серед українців – лінь, бачимо, що у наш час всім байдуже до цього, оскільки добробут не завжди залежить від працелюбства, а те, чи чисто у тебе в домі чи ні, взагалі нікого не цікавить, оскільки оцінюючи чужий дім, частіше звертають увагу на ремонт в цілому, а не на те, яка господиня там може жити, хороша чи погана. Сьогодні уже не потрібно щодня підмітати, білити стіни чи навіть вміти готувати, аби вважатися хазяйновитою дівчиною. Проте все ще досить поширеним є фразеологізм *бити байдики*. Також для опису лінощів вживають ФО *відкладати в довгий ящик* (відкладати справу до останнього), *тягнути до останнього*. Брехливість та любов до пліток також уже так не осуджують, як раніше: *брехати – вішати “лапшу” на вуха; перемивати кістки* (пліткувати про когось); *розводити антимонії* (пусто базікати); *дволикій Янус* (брехлива, лицемірна людина); *Лазаря співає* (постійно прибідняється, скаржиться на все).

ФО з компонентом-зоонімом також не вельми поширені в сучасній українській мові на позначення характеристики людини чи її дій: *як буриданів осел* (нерішучий); *відставний кози барабанищик* (нікому не потрібний); *мухи в носі* (коли щось постійно не подобається); *як корова на льоду* (робити щось невміло); *розбирається в чомусь, як баран в зорях* (тобто не розбирається взагалі); *крутиться як муха в оропі* (аналог старого *як вуж на сковорідці*).

Варто зазначити, що, окрім засобів масової інформації, такі позалітературні форми мови, як сленг, жаргон, діалекти також є джерелом утворення нових фразеологізмів: *по барабану* (байдужість); *піднятися на новий левел* (удосконалити вміння); *дати жару* (показати наскільки ти вправний у чомусь); *умерти не встати* (про шокуючу інформацію); *перти як*

танк (не зважати на перешкоди); *капітан очевидність* (про людину, яка говорить банальні речі); *таракани в голові* (дивний; зі своїми заморочками); *все в шоколаді* (коли у житті все чудово); *держатися на плаву* (триматися, незважаючи на всі труднощі); *впасти нижче плінтуса* (про дуже погану людину); *білий і пухнастий* (іронічно, якщо людина в чомусь винна); *у білому пальті* (хизується і вивищується над іншими).

Деякі фразеологізми повністю змінили своє значення, наприклад *скатертиною доріжка* – раніше було побажанням хорошої дороги, зараз цю ФО використовують іронічно, якщо хтось збирається щось робити чи кудись йти, виражає невіру в сили людини чи абсурдність її планів.

Сучасна українська молодь у неофіційному спілкуванні для вираження схвалення чи захоплення частіше вживає однослівні оцінні вигуки, ніж повноцінні фразеологізми: *Клас! Красава! Ляпота! Вау! Так тримати! Бінго! Круто! Ну й ну! Нічого собі!* Таке вираження оцінки, безперечно, збіднює мовлення людини, робить його безликим, безбарвним, з іншого боку – уможливорює економію часу, відповідає сучасній моді і динамічності життя. Захоплення більшою мірою стосується одягу, загального вигляду людини, а не її зовнішності.

Як бачимо, цінності українців, як і ідеали, з часом змінилися. На нашу думку, українці все ж стали більш толерантними, не було знайдено сучасних фразеологізмів, які б осуджували чи висміювали вади зовнішності, чи тим паче каліцтва, бо *“Не родись красивою, а родись щасливою”*. Зовнішність стала предметом вираження індивідуальності, і багато хто, навпаки, взагалі не хоче відповідати якимсь стандартам суспільства, прагне бути не таким, як всі, або просто не зважає на зовнішність, а розвиває свою духовність.

Фразеологізмів на позначення неестетичних об’єктів довілля чи інтер’єру ми також не виявили, можливо, тому що зараз, на жаль, домівка уже не є для людини таким символічним місцем, як раніше. Ми спокійно можемо переїздити кудись, орендувати дім тощо. Через урбанізацію, яка відбулася і триває далі, двір, город і все, що пов’язане з землеробством, відішло на другий

план в літературі, тож не дивно, чому ці речі більше не відображаються і в фразеологізмах, склад яких збагачується у наш час за рахунок сленгу, а також завдяки засобам масової інформації (саме тому найбільше фразеологізмів з'являється у сфері політики чи медицини).

Висновки до розділу 3

Отже, фразеологізми на позначення естетичних цінностей дуже чітко відображають світобачення українців, їхню традиційну мовну картину світу.

Ці фразеологізми часто містять у собі слова-символи, серед яких домінують космогонічні, рослинні та тваринні слова-символи, символи-назви навколишньої дійсності. Рослинні символи слугують переважно загальному позитивному оцінюванню зовнішності жінок. Тваринні символи використовують для замилювання зовнішністю та уміннями людей. Символьного тлумачення набули назви тварин, що здавна контактували з праукраїнцями й набули позитивнооцінної конотації.

Важливою для українців була й символіка кольорів, яка часто відображалась в одязі, прикрасах (стрічки для волосся), символічними та найпоширенішими у фразеологізмах є червоний колір, білий, чорний, блакитний.

В українському паремійному фонді з красою пов'язане витлумачення багатьох важливих понять. Українці високо шанували миролюбство (дружність, привітність, повагу), працелюбність, серйозно ставилися до свого здоров'я. Також у фразеологізмах відображене замилювання колективною працею, людською щирістю і доброзичливістю.

Прагматичне навантаження фразеологізмів на позначення естетичних цінностей досить широке: їх уживають як компліменти, осудження, пораду/настанову/заборону, побажання, а також використовують для естетичного увиразнення художніх творів. Фразеологізми функціують як елемент опису персонажів, можуть слугувати наскрізним символом художнього твору чи навіть його заголовком.

Проаналізувавши динаміку цінностей у фразеології сучасної української мови на тлі суспільних змін, ми дійшли висновку, що хоча загалом цінності українців сильно не змінилися, але ідеали краси та бачення ідеальних внутрішніх якостей людини все ж тепер трохи інші. Це пов'язане з тим, що стиль життя, а відповідно і бачення краси істотно залежить від суспільного устрою, моди, стосунків у лінгвоспільноті.

Фразеологізми на позначення естетичних цінностей слабо поповнюються новотворами, переважно із засобів масової інформації, мистецьких творів та сленгу. Молодь тяжіє до лексичного й компактного вираження захоплення емоційними вигуками, а фразеологізми використовує досить обмежено.

ВИСНОВКИ

Фразеологізм – стійке сполучення слів, яке, на відміну від словосполучень і речень, відтворюють у формі фіксованої конструкції незалежно від граматичних і значеннєвих закономірностей.

Фразеологізми поділяють на фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності та фразеологічні сполучення, проте ми дотримуємося широкого витлумачення фраземіки, згідно з яким вона охоплює й ідіоми, паремії (прислів'я та приказки), мовні штампи, кліше, крилаті вислови письменників, фразеологізми зі значенням аналітичного типу.

Основні ознаки фразеологічних одиниць: граматична та лексична неподільність, семантична місткість, стилістична маркованість, контекстуальна зумовленість вживання. Фразеологічна одиниця відрізняється від слова тим, що належить до іншого мовного рівня – фразеологічного (слово – до лексичного); від словосполучення тим, що її елементи завжди постійні і їхня заміна майже не можлива.

Фразеологізми виконують низку важливих функцій: номінативну, оцінну, емоційно-експресивну, прагматичну, відтворення внутрішнього стану людини, портретної характеристики та ін. Найбільш уживані вони у художньому, публіцистичному та розмовно-побутовому стилях мовлення.

Фразеологізми досліджують у різних аспектах з огляду на їхню семантичну місткість, функційну потужність і структурне розмаїття. Одним з найцікавіших є лінгвокультурний підхід до аналізу фраземіки, оскільки він дає змогу побачити взаємозв'язок мови і культури. Серед інших поширених методів вивчення фразеологізмів такі: метод фразеологічного опису та комплексативний (за рівнем сполучованості слів).

Естетичні цінності завжди були важливим складником української фразеології, оскільки усе, що можна оцінити як красиве чи потворне, привертає увагу людини. Вона схильна виявляти своє ставлення до речей, які може сприйняти органами зору.

У ході дослідження фразеологічних одиниць на позначення естетичних цінностей ми виділили шість їхніх семантичних різновидів: ФО на позначення вроди людини, на позначення внутрішньої краси, на позначення естетики вбрання, інтер'єру, дефектів зовнішності та неестетичних об'єктів довкілля.

Серед фразеологізмів на позначення естетичних цінностей найбільше тих, які характеризують жіночу вроду. Завдяки їм ми можемо зрозуміти, яким був український ідеал жінки раніше: довге волосся, карі очі, чорні брови, середня статура, світла шкіра. Такі фразеологізми найчастіше мають форму порівняння і містять назви символічних для українців речей, наприклад сакральних (ікона, писанка). До складу цих фразеологізмів часто входять зооніми і фауноніми, назви космічних об'єктів.

Серед внутрішніх особливостей людини наші предки найбільше цінували доброту, працьовитість, хоробрість, а засуджували лінь, пиху, брехливість, балакучість. Поширеним у структурі таких фразеологізмів є використання жіночих імен, зоонімних компонентів, кількісних числівників, соматизмів (назви частин тіла людини).

Номінації одягу – один із найстаріших пластів лексики будь-якої мови. Наявні фразеологізми з компонентом чи не кожної частини народного вбрання, оскільки за одягом можна було визначити соціальний статус людини, статок, рівень її охайності. Червоні чоботи та біла сорочка – найважливіші символічні компоненти національного костюму, тож фразеологічний склад української мови багатий на ФО з назвами одягу. Аналіз таких фразем дає підстави висновувати, що для українців внутрішні риси людини були важливішими, ніж її зовнішній вигляд.

Дім є символом єдності роду і батьківщини, тож про красу української хати написано багато в художній літературі. Чи не кожна частина дому залишила свій слід у фразеології, оскільки домашній затишок завжди дарував людині естетичне задоволення. Деякі частини інтер'єру стали символами: піч і вогонь, поріг.

Про дефекти зовнішності говорили іронічно, це можна пов'язати з вимогливістю наших пращурів та їхнім почуттям гумору.

Неестетичними для українців були такі об'єкти довкілля, як недоглянутий двір, дім, город. Про ці речі говорили і створювали фразеологізми, оскільки вони були відображенням господаря, а, як уже було сказано, лінивих гостро засуджували.

З погляду структури фразеологізми на позначення естетичних цінностей не однорідні. Одні мають форму усталених порівнянь, оскільки описати щось найлегше, ототожнивши це з іншим предметом, рослиною чи твариною. Фразеологізми у формі словосполучення зазвичай мають компонент – назву тварини. ФО у формі простого речення найчастіше описують внутрішній стан людини, а у формі складного – містять протиставлення і мають статус прислів'їв.

У ході дослідження ми виявили, що у фразеологізмах на позначення естетичних цінностей часто вживають слова-символи (символи – багатозначні образи, що втілюють певну важливу ідею). В українських фразеологізмах естетичної оцінки переважають космогонічні (сонце, зірка, місяць), рослинні (тополя, верба, дуб, яблуня, барвінок, мак, калина, ружа), тваринні (соловейко, лелека, ластівка, ласочка, кіт, рибка), а також деякі архетипні (вода, вогонь) символи.

Символіка кольору також відігравала важливу роль в описі людини. Найпопулярніші кольори: червоний (символ любові, краси, життєвої сили), білий (втілює невинність, чистоту); золотий (передає святість, сакральність), блакитний (символізує мир, свободу). Символіку чисел використовували зрідка.

Категорія краси в українській фразеології переплелася з іншими цінностями. Красивим є те, що виражає духовне багатство людини, її моральну чистоту, світлість будь-яких намірів. Замилування викликали такі риси людей, як доброта, щирість, доброзичливість, працьовитість, хазяйновитість, згуртованість та ін.

Прагматичне навантаження фразеологізмів на позначення естетичних цінностей у сучасному комунікативному просторі досить широке: найчастіше їх уживають як компліменти, засіб повчання чи виховання, налагодження стосунків у колективі. Їх активно використовують письменники для естетичного увиразнення художніх творів, створення колоритних портретів персонажів, відображення їхніх цінностей та світоглядних уявлень, характеристики епохи, висміювання негативних явищ та ін. З іншого боку, саме літературні твори слугують джерелом новітньої фразеології на позначення естетичних цінностей тієї чи тієї доби.

Аналіз неофразеологізмів на позначення естетичних цінностей засвідчив, що ідеали та погляди на життя в українців із часом трансформувалися. Це пов'язане з тим, що змінилися умови життя, суспільний устрій, світоглядні уявлення народу. Українці стали більш толерантними до зовнішніх вад, не висміюють вроджені особливості людини, не втручаються в питання способу життя та оформлення домівки. Захоплення висловлюють більш комплексно й однослівно. Фразеологізми на позначення естетичних цінностей запозичують або формують на основі сленгу.

Динаміка цінностей є об'єктивно зумовленим явищем, що відображає ціннісні орієнтири лінгвоспільноти на новітньому етапі розвитку і водночас зазнає певного стримування унаслідок традиційного уживання узвичаєних фразеологічних одиниць.

Виконана робота відкриває перспективи для подальшого зіставного вивчення фразеологізмів на позначення естетичних цінностей в різних лінгвокультурах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Абабілова Н. М. Класифікація фразеологічних одиниць у вітчизняних та зарубіжних лінгвістичних дослідженнях. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологічна». Вип. 44. Миколаїв, 2014. С. 23-25.
2. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии. Ленинград: Изд-во Ленингр. ун-та, 1963. 208 с.
3. Архангельський В. А. Устойчивые фразы в современном русском языке. Ростов-на-Дону, 1964. 315 с.
4. Баган М. П. Заперечення в сучасному українському комунікативному просторі: традиції і новаторство. Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2021. 224 с.
5. Баган М. П. Символіка заперечення в українській лінгвокультурі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2019. №1. 102–108.
6. Баган М. П. Українські паремії психологічного самозахисту: етнолінгвістичний та структурно-семантичний аспекти. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Філологія*. 2020. Випуск 1(43). С. 26–32.
7. Балли Ш. Французская стилистика. Москва: Изд-во иностр. лит., 1961. 392 с.
8. Булаховский Л.А. Курс русского литературного языка. 1952. 276 с.
9. Буслаев Ф. И. Русские пословицы и поговорки, собранные и объясненные. Москва, 1954. С. 37.
10. Васильків Л. В. Усталені порівняння в системі фразеології: поняття фразеологічного порівняння, його категоріальні ознаки та функціональні особливості. Сучасні проблеми сучасного іноземного мовознавства. Рівне, 2017. С. 15-19.
11. Венжинович Н. Позитивна репрезентація людини у фразеологізмах української мови. *Українська мова №2*. Ужгород, 2010. С. 33-43.

12. Венжинович Н. Портретна характеристика людини у фраземіці української мови. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*. Вип. 64. Ужгород, 2017. С. 360-365.
13. Венжинович Н. Фраземіка української літературної мови: когнітивний та лінгвокультурний аспект. Київ, 2018. 493 с.
14. Виноградов В. В. Избранные труды: Лексикология и лексикография. Москва: Наука, 1977. 308 с.
15. Вільчинська Т. Фразеологічні одиниці української мови з теонімним компонентом як маркер національно-мовної картини світу українців. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Вип. 2 (44). Ужгород, 2020. С. 84-89.
16. Воробьев В. В. Лингвокультурология: монография. Москва: РУДН, 2008. 336 с.
17. Гаманюк В., Мішеніна Т. Фразеологізми з ономастичним компонентом як репрезентанти національної культури (німецько-українські паралелі). *Структура і семантика мовних одиниць. Філологічні студії*. Вип. 20. Кривий Ріг, 2019. С. 29-54.
18. Грищенко А. П. Фразеологія. *Сучасна українська літературна мова*. Київ: Вища школа, 2002. 439 с.
19. Гурбанська С. О. Лінгвокультурний аспект вивчення інтертекстуальних фразеологізмів. *Філологічні студії*. Вип. 8. 2012. С. 31-37.
20. Данилюк Н. Особливості порівнянь у мові української народної пісні. *Волинь філологічна: текст і контроль. Актуальні проблеми сучасного мовознавства*. Волинь, 2012. С. 38-49.
21. Денисова А. С. Проблема дослідження класифікацій фразеологічних одиниць у лінгвістиці. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*. Бердянськ. Вип. 6. 2015. С. 13-21.
22. Денисова А. С. Семантика та структура фразеологізмів на позначення відчуттів людини. *Вісник Запорізького національного університету №1*. Бердянськ, 2015. С. 364-370.

23. Дехтярьова О. В. Лінгвокультурологічний аспект вивчення діалектних фразеологізмів у художніх творах. *Філологічні науки. Вип. 38.* 2015. С. 131-134.
24. Дмитрук М. В. Фразеологізми з компонентами назвами тварин (на матеріалі говірок нижньої Наддніпрянщини). *Учені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Том 24 (63), №1 Ч.2.* Київ, 2011. С. 61-65.
25. Дуганджич А., Петровська Л. Фразеологізми з компонентом-соматизмом “голова” на позначення мислинневих процесів у хорватській і українській мовах. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія.* Вип. 1 (43). Ужгород, 2020. С. 121-126.
26. Єж М. Фразеологізми з числовим компонентом в українській та польській мовах. *Acta Polono-Ruthenica XXI.* Варшава, 2016. С. 27-37.
27. Заваринська І. Ф. Лінгвокультурна мотивація фразеологізмів з онімним компонентом в англійській, польській та українській мовах: автореферат дисертації. Видавництво “Науковий світ”. Київ, 2009. 22 с.
28. Зорівчак Р. П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія. Львів, 1983. 160 с.
29. Левченко О. П. Дослідження вербальних символів у лінгвокультурному аспекті. 2004. 3 с.
30. Левченко О. Фразеологічна символіка: лінгвокультурний аспект: монографія. Львів, 2005. 265 с.
31. Казанцев А.И Фразеологизмы в рекламных текстах Челябинских СМИ Вестник Челябинского государственного университета. *Филология. Искусствоведение № 43 (181).* Челябинск, 2009. С. 69–72.
32. Калько В. Українські паремії як мовленнєві акти. Черкаси, 2020. С. 33-44.
33. Ковалик І. І. Про власні та загальні назви в українській мові. *Мовознавство.* № 2. 1977. С. 11-18.

34. Комар Л. Фразеологічні одиниці, слова та вільні словосполучення, структурна класифікація. *Молодь і ринок №9 (68)*. Львів, 2010. С. 112-117.
35. Комар Л. Фразеологія як наука та її предмет дослідження. *Молодь і ринок №3 (74)*. Львів, 2011. С. 128-132.
36. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства: Підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих закладів освіти. Київ, 2000. 368 с.
37. Краснобаєва-Чорна Ж. Ідеографічна класифікація фразеологічних одиниць у словнику фразеологічних термінів сучасної української мови. *Лінгвістичні студії*. Вип. 22. 2011. С. 289-298.
38. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. Дубна: Феникс, 2005. 488 с.
39. Купрікова Г. В. Українські фразеологізми з компонентами-назвами одягу і взуття. Харківській гуманітарний університет “Народна українська академія”. Харків, 2013.
40. Куцик О., Русецька В. Особливості функціонування онімів у складі прислів’їв та приказок із семантикою “життєві ситуації” (на матеріалі російської та української мов). Дрогобич. С. 165-173.
41. Ларин Б. А. История русского языка и общее языкознание. Москва: Просвещение, 1977. 223 с.
42. Левчук Л. Т., Панченко В. І., Оніщенко О. І., Кучерюк Д. Ю.. Естетика: підручник. Центр учбової літератури. Київ, 2010. С. 520.
43. Мазур Ю. Я. Особливості інтерпретації фразеологічних одиниць у процесі викладання дисципліни «Практичний курс англійської мови». *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*. Вип. 14. 2018. С. 110-123.
44. Мойсеєнко Л. А. Теоретико-методологічні засади дослідження фразеологічних одиниць. *Наукові записки. Серія “Філологічна”*. Вип. 34. Київ, 2013. С. 159-162.
45. Мокиєнко В.М. Славянская фразеология. Москва: Высшая школа, 1989. 287 с.

46. Олійник В. В. Космогонічні символи в народних віруваннях і традиціях українців Закарпаття. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв № 1*. Мукачево, 2015. С. 182-186.
47. Помирча С. В. Вербалізація фразеологічних одиниць на позначення якостей характеру людини. *«Молодий вчений» № 6.1 (46.1)*. Донбас, 2017. С. 64-67.
48. Прадід Ю.Ф. Фразеологічна ідеографія (проблематика досліджень). Сімферополь, 1997. 252 с.
49. Розгон В. В. Фразеологізми сучасної української мови: проблемні аспекти. *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*. Вип. 9. Умань, 2015. С. 148-153.
50. Романюк С. Фразеологізми та неофразеологізми в українському політичному дискурсі. Варшава, 2015. С. 249-257.
51. Скрипник Л. Г. Фразеологія української мови: монографія. Київ: “Наукова думка”, 1973. 270 с.
52. Смерчко А., Смерчко А. Словесні образи і символи, які формують фразеологічні одиниці: лексикографічний аспект (на основі української, російської та польської мов). *Рідне слово в етнокультурному вимірі*. Рівне, 2015. С. 222-235.
53. Терлецька Л. П. Внутрішні закономірності та основні ознаки фразеологічних ознак англійської мови. *«Молодий вчений» № 3.2 (79.2)*. Дрогобич, 2020. С. 111-115.
54. Тищенко О. В. Номінація та символіка предметів матеріальної культури у фразеологічному та паремійному контексті. Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності “Львівський філологічний часопис”. №4. Львів, 2018. С. 128-133.
55. Тікан Я. Г., Ярмач Д. О. Фразеологічні засоби вираження культурної ідентичності представників англійської та української лінгвокультур. *Вісник 10*. Київ, 2017. С. 50-53.

56. Ужченко В. Д. Східноукраїнська фразеологія: монографія. Луганськ: Альма-матер, 2003. 362 с.
57. Ужченко В. Д. Фразеологія української мови. Київ: Знання, 2007. 494 с.
58. Чупанова Д. О. Фразеологічний фонд мови в матеріалах черкаської преси. *Гуманітарний вісник. Число 28. Вип.12.* 2018. С. 92-98.
59. Шанский Н. М. Лексика и фразеология современного русского языка. Москва: Государственное учебно-педагогическое издательство Министерства просвещения РСФСР, 1957. 168 с.
60. Шанський Н. М. Фразеология современного русского языка. СПб.: Специальная литература, 1996. 192 с.
61. Шепітько С. В., Зензерова В. І. Етнічна специфіка усталених порівнянь із зоонімами та фітонімами. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. №37 том 3. Маріуполь, 2018. С. 47-52.
62. Шовкович О. Про лінгвокультурологічний підхід до вивчення фразеологізмів сучасної словацької мови. *Науковий вісник Ужгородського університету.* Вип. 2 (44). Ужгород, 2020. С. 385-388.
63. Ющук І. П. Українська мова. Київ, 2004.
64. Muldner-Nieckowski P., Muldner-Nieckowski L. Wprowadzenie do frazeologii // URL: http://www.forum.frazeologia.pl/Wprowadzenie_do_frazeologii.pdf
65. Burger, Harald, Dobrovoľskij, Dmitrij, Kuhn, Peter, & Norrrick, Neal. (eds.) *Phraseology: An International Handbook of Contemporary Research: Vol. 1.* Berlin: de Gruyter, 2007. 613 p.
66. Cowie, A. P. *Phraseology: Theory, Analysis, and Applications.* Oxford: Oxford University Press, 1998. 272 p.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Академічний тлумачний словник української мови. URL: <http://sum.in.ua/>.
2. Словник фразеологізмів української мови / укл. В. М. Білоноженко, В. О. Винник, І. С. Гнатюк та ін. Київ: Наукова думка, 2003. 786 с.
3. Фразеологічний словник української мови: близько 2500 виразів / В. Д. Ужченко, Д. В. Ужченко. Київ: Освіта, 1998. 224 с.
4. Фразеологічний словник української мови “Словопедія”. URL: <http://slovopedia.org.ua/> .

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Народ скаже – як зав’яже. Українські народні прислів’я, приказки, загадки, скоромовки / укл. Н.С. Шумада. Київ: Веселка, 1985. 173 с.
2. Українські приказки, прислів’я і таке інше / укл. М. Номис. Київ: Либідь, 1993. 768 с.
3. Українські прислів’я, приказки та порівняння з літературних пам’яток / укл. М. М. Пазяк. Київ: Наукова думка, 2001. 392 с.

SUMMARY

Dmytrieva I. V. Structure, semantic and functions of phraseological units on the designation of aesthetic values in Ukrainian linguistic culture.

Master diploma paper is dedicated to research the idioms on the designation of aesthetic values in the Ukrainian language.

The Ukrainian language is full of idioms that were creating by people during a great deal of time. The idioms shows the peculiarities of our culture and Ukrainians` outlooks on life. It helps us to understand our ancestors and analyse the differences between their and our contemporary values.

The actuality of the research topic is the lack of detailed research and study of idioms to denote aesthetic values despite the fact of their importance and prevalence in the Ukrainian language.

The aim of the work is to find out the semantics, structure and functions of idioms to denote aesthetic values in Ukrainian linguistic culture.

The object of the research is idioms to denote aesthetic values in general.

The paper consists of theoretical and practical parts and conclusions.

The research has shown that we can devide these idioms into six group of their semantic varieties: to denote human beauty, inner beauty, to denote the aesthetics of clothing, defects of appearance and unaesthetic objects of the environment. According to the structure, they can have the form of word combination, established comparisons, simple sentence and complex sentence. Moreover, these idioms can me studied in the linguo-cultural and socio-cultural aspect.

The results of the research allow to continue and to extend study of phraseology in general linguistics, to analyze usage of different idioms to denote aesthetic values, and to classify them according to certain characteristics.

Key words: *idioms, aesthetic values, phraseological units, semantic, structure, linguo-cultural and socio-cultural aspect.*