

Коцюба З. Г.,

доктор філологічних наук,

професор кафедри германських мов і перекладознавства

Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка

РЕАЛІЗАЦІЯ КОЛЕКТИВНИХ УЯВЛЕНЬ ПРО КРАСУ В ПАРЕМІЯХ СЛОВ'ЯНСЬКИХ, ГЕРМАНСЬКИХ І РОМАНСЬКИХ МОВ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню особливостей вербалізації колективних уявлень про красу, що проводиться в межах пошуку універсального та національного в паремійних фондах мов європейського ареалу, який дає можливість глибше зрозуміти специфіку національного світогляду, особливо в тих випадках, коли аналізуються не лише паремійні зразки, котрі мають яскраво виражену національну самобутність, культурно-побутову чи історичну віднесеність, а й народні сентенції, які визначають переваги на шкалі універсальних цінностей.

Краса є одиницею мовної свідомості, широко репрезентованою в пареміях. Уявлення про красу – один із виявів лінгвокультури етносів, що має чітку гендерну семантичну специфікацію і взаємопов'язаний із ціннісними орієнтирами мовної спільноти, передусім вітальними (життям і смертю, здоров'ям і хворобою), гедоністичними (щастям і нещастям), матеріальними (багатством і бідністю), інтелектуальними (розумом і глупотою), морально-етичними (добром і злом, правдою і брехнею) та матримоніальними. З огляду на це досліджувані побутові уявлення належать до домінуючих маркерів поведінки представників різних етносів. Універсальними ознаками аналізованих уявлень, відображених у різномовних паремійних корпусах, є минулість зовнішньої та довговічність внутрішньої краси. Спільним для побутової свідомості носіїв зставляваних мов є також протиставлення «зовнішність – сутність». Характерна риса французької ієрархії цінностей – особливе поцінування жіночої краси, яка може мати вищий статус від часу, розуму і доброти.

Зіставне дослідження виконано з урахуванням історичного чинника аналізу прислів'їв і приказок, а також чинників варіативності, локальності й етнокультурної маркованості ключового слова паремії. У праці виявлено взаємовпливи і шляхи формування аналізованої групи мовних одиниць; диференційовано універсальні та національно зумовлені характеристики цих паремій у різних лінгвокультурах. Емпіричний матеріал для аналізу відібрано за допомогою методу суцільної вибірки з паремійних і фразеологічних словників української, російської, польської, англійської, німецької, французької мов.

Ключові слова: прислів'я, приказки, побутова свідомість, краса, універсальне, національне.

Постановка проблеми. Проблема краси – однієї з універсальних форм буття матеріального світу в людській свідомості, яка виявляє його внутрішні та зовнішні характеристики, – хвилює людські уми ще від початку розвитку світової цивілізації [1; 2, с. 195–225], що закономірно відображене в пареміях усіх європейських мов, в яких концентруються базові та найосновніші знання їх творців про світ і людину в ньому. Зіставний ана-

ліз побутового розуміння краси, вербалізованого у прислів'ях і приказках, дає змогу чіткіше уявити систему ціннісних пріоритетів носіїв різних мов.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти різномовної реалізації колективних уявлень про красу уже були предметом розгляду в мовознавчих працях. Так, проблемна група «Логічний аналіз мови» провела багатоаспектний аналіз концепту *краса*, зокрема на матеріалі російської фразеології і фольклору (Н. Арутюнова, М. Ковшова) [1; 3]; деяким питанням цієї проблеми присвячено праці Д. Агзамової [4], Ю. Мещерякової [5]. Однак предметом комплексного зіставного дослідження на матеріалі українських, російських, польських, англійських і французьких прислів'їв і приказок вказані побутові уявлення ще не були.

Мета пропонованої статті – виявити специфіку, національні ознаки й універсальні ідеологеми, репрезентовані в тематичному блоці «краса» паремійних корпусів слов'янських, германських і романських мов.

Виклад основного матеріалу. Людська краса, як показує паремійний матеріал, здебільшого займає дуже низький щабель у системі народних цінностей; переважно конвергентною є оцінка краси в різномовних прислів'ях і приказках, зокрема англійських і російських, на що вказує дослідження Ю. Мещерякової [5]. У побутовій свідомості багатьох народів услід за латинським *Forma bonum fragile est* – Краса – не тривале благо [6, с. 134] міцно вкоренилася думка про її минулість: *Сходить краса, як рання роса; Три речі скоро минають: луна, райдуга і жіноча краса; Слічне – не вічне* [7, с. 37]; *Uroda rzeczy nietrwała* [8, т. 3, с. 598]; *Beauty fades like a flower* [9, с. 18]; *Prettiness dies first (quickly)* [10, с. 646]; *Grace will last, beauty will blast; The fairest rose at last is withered* [9, с. 18]; *Die Zeit entblättert jede Rose* [11, с. 77]; *Beauté passe, bonté reste* [12, с. 62]; *Il n'est si belle rose qui ne devienne gratte-cul* [12, с. 205].

Жіноча врода, оспівана в піснях, у пареміях виявилася майже виключеною з кола преферентних цінностей як джерело нещастя не тільки для оточення, але й для самої дівчини (жінки), котра вирізняється красою: *Гарна жінка – готова смерть; Красна жінка і бистрий кінь – то смерть* [7, с. 89]; *Ладна жінка – готова біда* [13, т. 2, с. 129]; *Жінка ладна – завше зрадна* [7, с. 92]; *Біда, в кого жінка біда, а в кого як калина, то й тому лиха година* [7, с. 88]; *Висушила молодця чужа дівоча краса* [7, с. 36]; *Чорні брови чарівні біду готувать тобі* [7, с. 225]; *Краснеє личко – серцю неспокій* [7, с. 234]; *Врода – дівоча шкода* [7, с. 35]; *Дівчина в красі, що горох на полюсі: хто*

іде, то вищине [7, с. 33]; *Бедной девке краса – смертная коса* [14, т. 1, с. 71]; *Жена красавица – безочному радость; Хорошая (пригожая) жена – лишняя сухота* [14, т. 1, с. 287]; *Gdy masz dom za mały, kobietę za piękną, a dzieci za mądre, to masz więcej przykrości niż radości* [15, с. 141]. В англійських прислів'ях подібно: *A fair wife and a frontier castle breeds quarrels; Who has a fair wife needs more than two eyes; He that has a white horse and a fair wife, never wants trouble* [9, с. 172]; *A woman and a cherry are painted for their own harm* [10, с. 907]; *If you marry a beautiful blonde, you marry trouble* [16, с. 124]; *Beauty provokes thieves sooner than gold* [16, с. 156]. Спільним для української, англійської та шотландської побутової свідомості є бачення краси жінки (дружини) як передумови зубожіння: *Жінка хороша – зуба для гроша* [7, с. 92]; *A nice wife and a back door often make a rich man poor* [17, с. 525]. Через це непривабливість (чи навіть потворність) жінки в пареміях іноді кваліфікується позитивно: *An ugly wife and a lean piece of ground protect the home* [9, с. 172]; *Ugliness is the guardian of women* [16, с. 157].

З огляду на спільність народних уявлень про людську красу закономірним є наявність у паремійних корпусах більшості зіставлюваних мов приказок-директив, які радять вибирати дружину не очима, а вухами: *Жену выбирай не глазами, а ушами* [14, т. 1, с. 284] – *Choose a wife by your ear rather than by your eye* [9, с. 172] – *Willst du eine Frau nehmen, so zieh die Ohren mehr als die Augen zu Rath – Il faut choisir une femme avec les oreilles, plutôt qu'avec les yeux* [18, с. 28].

Українські паремії застерігають: *Хто жениться з красою, той буде жити з бідю* [7, с. 71]; *Красна жінка для людей, погана – для чоловіка* [7, с. 95], та все ж твердження про необхідність краси «до вінця» знаходимо серед прислів'їв і приказок різних мов: *Личко дівку віддає* [7, с. 235]; *Гарне личко товар продає* [7, с. 234]; *Who is born fair is born married* [9, с. 19]; *She that is born a beauty is half married* [17, с. 24]; *Ein hübsches Gesicht ist die halbe Mitgift* [11, с. 88] тощо.

В українському паремійному корпусі відображено етнічне бачення дівочої краси, невід'ємними компонентами якої є чорні брови і коса: *Дівка без коси не має краси; Коса – дівоча краса* [7, с. 226]; *Не так очі, як ті брови любі, милі до розмови* [7, с. 225]; *Які очі, така й врода* [7, с. 240]; *Одна брова варта вола, другій брові і ціни нема; Увіп'ються чорні брови, як п'явки в душу* [7, с. 225]. Жіночу красу у прислів'ях змальовано також за допомогою протиставлення кольорів «бліда – рум'яна»: *Лице рум'яне, аж серце в'яне* [7, с. 234]; *А в рум'яніці така сила, що всі квіти погасила* [7, с. 39]; *Ой біда, біда, в кого жінка бліда, в кого рум'яна, в того кохана* [7, с. 96]; *Бліді лиця не чарують Гриця* [13, т. 2, с. 350]. Зовнішні колірні ознаки свідчать передусім про здоров'я людини, яке є необхідним компонентом краси.

Чоловіча краса в народних уявленнях теж може бути причиною нещастя: *Як за гарного підеш, лиха наживеш* [7, с. 75]; *За гарного піді – гарне й лихо буде* [7, с. 73]; *The uglier the man, the better the husband* [16, с. 157], хоч аналіз паремій свідчить про універсально низькі вимоги до чоловічої краси в побутовій свідомості: *Не урод, так и красавец* [14, т. 1, с. 283]; *Мужчина, коли хоть немножко казистее чорта – красавец* [19, т. 4, с. 597]; *Mężczyzna powinien być tylko troszkę ładniejszy od diabła, a panna nieco brzydsza od aniola* [15, с. 60]; *Il est assez beau qui a tous ses membres* [12, с. 64] тощо.

У пареміях аналізованих мов (крім французької) підкреслюється низька утилітарна вартість людської, передусім жіночої краси: *З краси води не пити; З красоти хліба не спечеш; Краси на тарілці не краяти* [7, с. 36]; *Красою ситий не будеш* [7, с. 37]; *Красоти в вінку не носити* [20, с. 116]; *С рожі хорош, да не лизать его стаять* [14, т. 2, с. 167]; *С лица не воду пить, умела бы пироги печь* [14, т. 1, с. 284]; *Urodą kapusty nie okraszisz* [8, т. 3, с. 598]; *Prettiness makes no pottage* [9, с. 18]; *Beauty is a fine thing but you can't live on it; Beauty will buy no beef* [17, с. 23]; *Schönheit kann man nicht essen* [11, с. 174]. Прислів'я на зразок *Як з красною жінкою оженитися, то є на кого подивитися* [7, с. 98]; *Ліпше мати гарну жінку, ніж сто фалеч поля* [7, с. 95] моноваріантні та рідковживані в українській мові, в англійському паремійному корпусі не зафіксовані. Англійські паремійні антоніми *Beauty won't make the pot boil* [9, с. 18] – *Money makes the pot boil* [9, с. 277] підкреслюють опозиційність взаємозв'язків концептів «краса» і «багатство» в колективній свідомості носіїв англійської мови.

Краса, зокрема жіноча врода, у французькій побутовій свідомості має значно більшу цінність, ніж у свідомості інших народів, й іноді переважає розум і доброту: *Toute femme jolie, en France, est souveraine* [12, с. 218]; *A côté de la beauté, l'esprit et le coeur font toujours l'effet de parents pauvres* [12, с. 63]. Ще вищу оцінку отримують витонченість і грація, яку французи схильні вбачати в різних миттєвостях людського життя: *Gracieuse plaît, non belle; La grâce, plus belle encore que la beauté* [12, с. 234]; *Il y a de la grâce à bien cueillir les roses* [12, с. 412] (cueilir les roses – зривати квіти життя). Та все ж у французьких пареміях висловлено переконання, що краса дружини не має бути надмірною: *La sagesse est d'épouser une beauté limitée* [12, с. 259].

У пареміях слов'янських мов домінує думка про довговічність розуму і значно вищу його цінність порівняно із красою: *Краса до вінця, а розум до кінця; Краса минеться, а розум пригодиться* [7, с. 36]; *Не краса красить, а розум; Не хвалися красою, а слався розумом; Хоч не з красою, аби з головою* [7, с. 37]; *Шкода краси, де розуму немає* [7, с. 335]; *Гарна птиця пером, а чоловік розумом* [7, с. 324]; *Красота без разума пуста* [21, с. 424]; *Szkoda kraszy, gdzie rozumu pusto* [8, т. 1, с. 87].

Універсальним для багатьох національних паремійних корпусів є, мабуть, протиставлення зовнішності людини її сутності, тобто зовнішньої краси красі духовній. Народна мудрість радить звертати увагу не на привабливу зовнішність, а на внутрішні якості людини: *Не дивися на вроду, але на природу* [7, с. 35]; *Не краса красить, а характер; Не позирай на красоту, а позирай на доброту* [7, с. 37]; *Гарна пава пером, а жінка – норовом* [7, с. 89] – *Красна пава пером, жена – нравом* [22, с. 91]; *Не ищи красоты, ищи доброты* [14, т. 1, с. 284]; *Malo waży uroda, gdy nie staje snoty* [8, т. 3, с. 598]; *Goodness is better than beauty; Good fame is better than a good face; A fair woman without virtue is like palled wine* [9, с. 18]; *There is no beauty like the beauty of the soul* [16, с. 151]; *Schönheit vergeht, Tugend besteht* [11, с. 174]; *Bonté passe beauté* [23, с. 149]; *Beauté ne vaut rien sans bonté* [12, с. 62]. Опозиція «зовнішність – сутність» часто лягає в основу авторських висловлювань. Пор., наприклад, висловлювання Наполеона про гарну і добру жінку, яке базується на типовій для побутової свідомості оцінці нематеріальних цінностей через зіставлення з матеріальними: *Une*

belle femme plaît aux yeux, une bonne femme plaît au coeur; l'une est un bijou, l'autre est un trésor [12, с. 64].

У пареміях зіставлених мов є стійкий взаємозв'язок між естетичною оцінкою зовнішності людини й етичною оцінкою її внутрішніх якостей, що простежується ще у висловлюваннях античних філософів П. Сиріуса і Цицерона [12, с. 548]: *По обличчю чоловіка пізнають; Обличчя єсть дзеркало душі* [7, с. 235]; *Обличье – улика* [14, т. 1, с. 244]; *Każdego twarz pokazuje, jakim się wewnątrz znajduje* [8, т. 3, с. 552]; *Sumnienie z twarzy poznac* [8, т. 3, с. 353]; *The face is the index of the heart (mind)* [10, с. 237]; *Le visage est l'image de l'âme* [12, с. 548]. Негативна сутність людини виводиться назовні через створення зовнішньо неприємного образу людини загалом чи окремих деталей цього образу: таємне стає очевидним; приховане погане етичне перетворюється у видиме негарне естетичне [3, с. 617]: *У поганому тілі погана душа; Як зверху погане, то всередині вдвоє* [7, с. 40]; *3 очей му видно, що поганий чоловік* [13, т. 2, с. 473]; *Брови нависли – злоба на мисли* [7, с. 225]; *У худой рожи худой и обычай* [14, т. 2, с. 171]; *There is never a foul face but there's a foul fancy* [10, с. 283]; *Ugly people have ugly thoughts* [10, с. 837]; *Never was bad woman fair* [17, с. 541], і навпаки, усе, що гарне ззовні, має таку ж сутність: *Що красне, то й добре* [13, т. 2, с. 304]; *Що ладне, то до всього складне* [7, с. 38]; *Co dobre, to i piękne* [8, т. 1, с. 443]; *A fair face cannot have a crabbed heart* [9, с. 19]; *Fine (fair) feathers make fine birds* [10, с. 258]; *Joy of heart makes face fair* [10, с. 114]; *Schöne Federn machen einen schönen Vogel* [11, с. 174]; *Gut Gewissen macht ein fröhlich Gesicht* [11, с. 120].

Репрезентативно в паремійних корпусах є група прислів'їв, у яких відображено народне бачення зовнішності людини та її сутності як явищ суперечливих. Більшість паремійних зразків зіставлених мов (як і їх латинські еквіваленти *Specie formosa, mente odiosa* – На вид приваблива, душею огидлива [6, с. 323]; *Ovem in fronte, lupum in corde gerit* – З виду вівця, а всередині вовк [6, с. 253]) протиставляють зовнішню красу людини низьким моральним якостям: *Ясні очі, та чорні (чортові) думки* [7, с. 241]; *Гарне личко, а чортівська душа; Гарний на лиці, а поганий на душі* [7, с. 234]; *Борода, як у владика, а сумління, як у шибеника; Борода, як у попа, а зуби, як у собаки* [7, с. 224]; *Голос як сурмонька, але ж чортова думонька* [20, с. 42]; *Голос, як цимбал, а сам, як шакал* [7, с. 297]; *Постава свята, а сумління злодійське* [7, с. 299]; *Гарне пір'ячко на вудводі, та сам смердить* [7, с. 224]; *С личка ячкко, а внутри болтун; Видом орел, а умом тетерев* [14, т. 2, с. 167]; *Красна ягодка, да на вкус горька* [14, т. 2, с. 166]; *Собой красава, да душа трухлява; Лицом хороши, да душою непригож; Бородка Минина, а совесть глиняна* [14, т. 2, с. 167]; *Z wierzchu złoto, w środku błoto* [8, т. 3, с. 897]; *W pięknym ciele cnoty niewiele* [15, с. 193]; *Anielskie usta, a szatańskie serce* [15, с. 128]; *Beauty may have fair leaves, yet bitter fruit* [15, с. 17]; *Beauty and chastity (honesty) seldom agree* [10, с. 37]; *Fair face, foul heart* [9, с. 17]; *An angel on top but a devil underneath* [16, с. 177]; *Außen (vorne) fix, innen (hinten) nix (stank)* [18, с. 88]; *Grübchen in den Backen, Schelm im Nacken* [11, с. 119]; *Tout blank au dehors, tout noir au dedans* [18, с. 88]; *De beau raisin parfois pauvre vin* [12, с. 62]; *Souvent la plus belle pomme est véreuse* [24, с. 74] тощо. Однак поодинокими є паремії, в яких низька естетична оцінка поєднується із високою етичною: *Поганий на вроду, та гарний на вачу* [7, с. 36]; *Рожа кривая, да совесть*

прямая; Глазами и кос, да душою прям [14, т. 2, с. 168]; *Рожа не гожа, да душа пригожа* [19, т. 4, с. 10]; *Хоть рожа и худа, да душа хороша* [25, с. 197]; *Nie wszystko zle, co czarne* [15, с. 175]; *Unter der harten Schale ist oft ein süßer Kern* [11, с. 186]; *Beau pouau gît sous piètre écorce* [12, с. 36].

Протилежні погляди на єдність етичного й естетичного, а також протиріччя між ними, що простежуються під час аналізу паремій зіставлених мов, є відображенням особливостей розвитку народного, релігійного та наукового бачення взаємозв'язків тіла і душі людини. Етику й естетику поєднували в єдине ціле деякі античні філософські теорії [1, с. 13]. Портрет людини вважали «дзеркалом її душі» наприкінці XVIII ст., що створило передумови для початку вивчення рас і їх характеристик [2, с. 222]. Однак прикметною ознакою біблійних текстів, у яких лексема *краса* має здебільшого пейоративні конотації, є відсутність гармонії зовнішності людини зі станом її душі: *Краса – то омана, а врода – марнота* (Пр. 31: 30) [26, с. 347]; *Горе вам, книжники і фарисеї, лицеміри, що уподібнюєтесь до побілених гробів, які зовні видаються гарними, а всередині повні кісток мертвих і всякої нечистоти* (Мт. 23: 27) [27, с. 40].

Загалом тенденція до різнобічного опису внутрішньої краси людини як цінності тривалої, на відміну від минущої зовнішньої краси, – універсальна особливість різномовних паремій. Прислів'я більшості європейських мов, наслідуючи латинські зразки – *Non aurum est quodcunque nitet, non gemma, quod ardet* – Не золото те, що блищить; не перлина те, що виблискує [6, с. 226]; *Fronti nulla fides* – Зовнішності не вір [6, с. 140]; *Sub pulchra specie latitat deceptio saepe* – Під гарним виглядом часто приховується обман [6, с. 328], радять не довіряти зовнішній красі людей і речей, яка часто буває облудною: *He все то золото, що блищить* [28, с. 116] – *Nie wszystko złoto, co się świeci* [15, с. 87] – *All is not gold that glitters* [10, с. 316] – *Es ist nicht Alles Gold, was glänzt* [11, с. 102] – *Tout ce qui brille (reluit) n'est pas or* [12, с. 36]; *Ce n'est pas tout or qui reluit, ni farine ce qui blanchit* [18, с. 110]; *Блищиться, як золото, а всередині – болото* [28, с. 115]; *Тіло в золоті, а душа в мерзоті* [28, с. 116]; *Чоловіка по одезі стрічають, а по уму випроводжають* [7, с. 46]; *Буває, що й черепок блищить* [28, с. 348]; *Twarz nie zawsze umysłu odkrywa* [8, т. 3, с. 553]; *Appearances are deceptive* [9, с. 10]; *The face is no index to the heart* [10, с. 237]; *Never judge from appearances* [10, с. 415]; *Things are not always what they seem* [9, с. 10]; *None can guess the jewel by the casket* [9, с. 11]; *Do not trust too much in an enchanting face* [16, с. 143]; *Der Schein trügt; Das Ansehen ist in den Federn; L'apparence est souvent trompeuse* [18, с. 105]; *Les visages souvent sont de doux imposteurs* [12, с. 548]; *Un diable n'est pas toujours aussi diable qu'il est noir* [12, с. 36].

Висновки. Аналіз різномовних паремійних відповідників, які репрезентують національні особливості реалізації колективних уявлень про красу, свідчить про те, що в їх основі лежить загалом її універсальна оцінка, зокрема бачення минущості людської краси, а також спільна для всіх лінгвокультур тенденція до протиставлення внутрішньої краси людини як цінності тривалої маловартісній зовнішній красі. Особливим є статус краси (зокрема жіночої) на французькій шкалі вартостей, оскільки в побутовій свідомості носіїв усіх інших зіставлених мов краса виключена з кола преферентних цінностей.

Характерно, що в пареміях досліджуваного тематичного блоку англійської, німецької та французької мов думки оформлено здебільшого у вигляді елементарних суджень, простої констатації фактів, а у слов'янських значно ширше використовуються засоби художньої виразності.

Перспективним є подальше зіставне дослідження специфіки паремійної об'єктивації колективних уявлень носіїв різних мов, які визначають ціннісні пріоритети лінгвокультурних спільнот.

Література:

1. Арутюнова Н.Д. Истина. Добро. Красота: взаимодействие концептов. *Логический анализ языка. Языки эстетики: Концептуальные поля прекрасного и безобразного*. Москва : Индрик, 2004. С. 5–29.
2. Історія європейської ментальності / за ред. П. Дінцельбахера ; пер. з нім. В. Кам'янець. Львів : Літопис, 2004. 720 с.
3. Ковшова М.Л. Понятие красоты в русской фразеологии и фольклоре: Внешние качества и внутренние свойства человека. *Логический анализ языка. Языки эстетики: Концептуальные поля прекрасного и безобразного*. Москва : Индрик, 2004. С. 613–620.
4. Агзамова Д. Красота в русских пословицах: гендерный аспект. *Филология и культура*. 2016. № 3 (45). Казань : Казанский федеральный университет. С. 6–11.
5. Мещерякова Ю.В. Концепт «красота» в английской и русской культурах. *Языковая личность: Проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики* : сборник научных трудов / ВГПУ. Волгоград : Перемена, 1999. С. 209–215.
6. Цимбалюк Ю.В. Латинські прислів'я і приказки. Київ : Вища школа, 1990. 436 с.
7. Прислів'я та приказки. Людина. Родинне життя. Риси характеру / упоряд. М.М. Пазяк. Київ : Наук. думка, 1990. 528 с.
8. Nowa księga przysłów i wyrażeń przysłowiowych polskich: W IV t. / red. J. Krzyżanowski. Warszawa : Instytut Wydawniczy, 1969–1972. T. I–III.
9. The Penguin Dictionary of Proverbs / ed. by R. Fergusson, J. Law. Penguin Books, 2000. 365 p.
10. The Oxford Dictionary of English Proverbs / ed. by F.P. Wilson. Oxford : Clarendon Press, 1992. 930 p.
11. Кудіна О.Ф., Пророченко О.П. Перлини народної мудрості. Німецькі прислів'я та приказки. Вінниця : Нова книга, 2005. 320 с.
12. Dictionnaire des proverbes, sentences et maximes par M. Maloux. Paris : Librairie Larousse, 2001. 628 p.
13. Галицько-руські народні приповідки / зібрав і поясн. др. І. Франко : у 3 т., 6 вип. / *Етнографічний збірник*. Львів : Друк. Наук. товар. ім. Шевченка, 1901–1910. Т. 1–3.
14. Даль В. И. Пословицы русского народа : сборник : в 2 т. Москва : Худож. лит., 1984. Т. 1–2.
15. Przysłowia polskie / wyb. i opracow. K. Stefańska-Jokiel. Wrocław : Wyd. Europa, 2006. 200 s.
16. Дубенко О.Ю. Англо-американські прислів'я та приказки : посібник. Вінниця : Нова книга, 2004. 416 с.
17. Mieder W. The Prentice-Hall Encyclopedia of world proverbs. A Treasury of Wit and Wisdom through the Ages. New Jersey : Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, 1986. 582 p.
18. Гольдгардт-Ландау Г.М. Русскія пословицы, поговорки, прибаутки и притчи въ переводе на соответствующие имъ галлицизмы и германизмы. Одесса : Тип. Л. Нитче, 1888. 180 с.
19. Даль В.И. Пословицы русского народа : сборник : в 2 т. Москва : Худож. лит., 1984. Т. 1–2.
20. Українські приказки, прислів'я і таке інше / впор. М. Номис. Торонто – Київ : Бескид, 1993. 226 с.
21. Мудрое слово Древней Руси (XI–XVII вв.) : сборник / сост., вступ. ст., пер. и коммент. В.В. Колесова. Москва : Сов. Россия, 1989. 464 с.
22. Иллюстровъ И.И. Жизнь русскаго народа въ его пословицахъ и поговоркахъ. Санкт-Петербургъ : Губерн. Типогр., 1910. 469 с.
23. Французско-русский фразеологический словарь. Около 35 000 выражений / под ред. Я.И. Рещера. Москва : Гос. изд. иностр. и нац. словарей, 1963. 1112 с.
24. Критская О.В. Французские пословицы и поговорки. Москва : Гос. изд-во «Высшая школа», 1963. 95 с.
25. Буслаев О.И. Русскія пословицы и поговорки. *Архивъ историко-юридическихъ свѣдѣній, относящихся до Россіи, издаваемый Н. Калачовымъ*. Москва : въ Типограф. А. Семена, 1854. С. 1–176.
26. Цимбалюк Ю., Кобів Й., Смурова Л., Латун Л. Біблійна мудрість у латинських афоризмах українською та англійською мовами : науково-навчальний посібник. Вінниця : Нова Книга, 2003. 410 с.
27. Новий Завіт. З додатком Псалмів. Toronto : Evangel Bible Translators and Ministries, 1991. 486 p.
28. Прислів'я та приказки. Взаємини між людьми / упоряд. М.М. Пазяк. Київ : Наук. думка, 1991. 440 с.

Kotsiuba Z. Realization of the collective image of beauty in Slavonic, Germanic and Romance proverbs and sayings

Summary. The article focuses on the research of the verbalization peculiarities of the collective image of beauty carried out within the study of the problem of national and universal in proverbs and sayings of European proverbial corpora, which gives the opportunity for the deeper penetration into the specific features of the national outlook especially in cases when not only the proverbial samples with the vividly represented national originality, cultural or historical impute undergo analysis, but also the folk maxims which determine the preferences at the universal scale of values.

The beauty is considered to be the unit of the linguistic consciousness widely represented in paroemias. The image of beauty is one of the representations of the ethnic lingual culture possessing the definite gender semantic specification and is interconnected with the value-orientation point of the linguistic community, mainly vital (life and death, health and illness), hedonistic (happiness and misfortune), material (richness and poverty), intellectual (wisdom and stupidity), moral and ethic (goodness and evil, truth and lies) and matrimonial. Because of it the collective imagery under research represents the dominant behavior markers of the representatives of different ethnic communities. The universal features of the imagery under analysis reflected in proverbial corpora of different languages are the transience of the outer and the length of the inner beauty. The opposition “appearance – nature” is common for the collective consciousness of the users of the contrasted languages. The characteristic feature of the French value hierarchy is the special appreciation of the female beauty which can obtain the higher status than time, wisdom and kindness.

The contrastive research has been carried out on the bases of the historical factor of proverb analysis as well as the factor of variability, locality and ethnocultural marking of the prov-

erb key word. The paper reveals mutual influences and ways of formation of the group of lingual units under analysis; differentiates national and universal characteristics of these paroemias in different lingual cultures. The empirical data for the analysis have been collected with the help of the con-

tinuous sampling method from the Ukrainian, Russian, Polish, English, German, and French dictionaries of proverbs and idioms.

Key words: proverb, saying, common consciousness, beauty, universal, national.