

**Концепт КРАСА в картині світу українців 12-40 років
(за даними ланцюжкового асоціативного експерименту)**

Марія Павлівна Бобро

кандидат філологічних наук, доцент кафедри загального та прикладного мовознавства,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
(майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна);
e-mail: m.bobro@karazin.ua; <https://orcid.org/0000-0003-4086-4607>

Юлія Ігорівна Щербак

бакалавр філології, студентка 6 курсу філологічного факультету,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
(майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

Стаття присвячена проблемі змістового наповнення концепту КРАСА в картині світу українців 12–40 років. Мета дослідження – за матеріалами ланцюжкового асоціативного експерименту смодельовати та проаналізувати асоціативні поля лексем, що об'єктивують концепт КРАСА (*краса, врода, красень, красуня, красивий, красива, гарний, гарна, вродливий, вродлива*), та визначити його семантичне наповнення в картині світу українців різних вікових груп, а саме підлітків (12–18 років) та молоді (19–40 років). В результаті аналізу змістового наповнення отриманих асоціативних полів відповідних слів-стимулів було виділено дві основні змістові групи: *людина* та *природа*, в межах кожної з яких було виділено смислові підгрупи. Визначено, що семантична група *людина* переважає над групою *природа* як за кількістю отриманих реакцій, так і за їх різноманітністю. З огляду на кількість реакцій групи *людина*, які стосуються чоловіка чи жінки, можна зробити висновок, що краса мислиться передовсім як властивість дівчини / жінки (реакції *жінка, жінки, жіноча, дівчина, дівчини, дівоча, мама, мати, матір, матуся, бабуся, сестра* тощо). Сприйняття краси як риси, що є природньо властивою рідним людям, є стійким в свідомості респондентів обох вікових груп (реакції *мама, мати, батько, тато, матір, матуся*), хоча реакції представників старшої вікової групи є більш різноманітними і включають назви спорідненості *дружина, теща, дочка, син* тощо, що не є актуальними для підлітків. Встановлено, що вікові відмінності у сприйнятті аналізованого концепту полягають у більшому ступені абстрактності уявлень молоді (19–40 років) на противагу більш особистісним уявленням підлітків (12–18 років). Більшість відмінностей у реакціях представників різних вікових груп пов'язана з групою *людина*, в той час як сприйняття краси природи є більш універсальним. Оцінно-квалітаивні реакції свідчать про сприйняття краси як виключно позитивно маркованого поняття.

Ключові слова: асоціативний експеримент, асоціативне поле, картина світу, вікові групи, людина та природа

Бобро М. П., Щербак Ю. И. Концепт КРАСОТА в картине мира украинцев 12-40 лет (по данным цепного ассоциативного эксперимента)

Статья посвящена проблеме содержательного наполнения концепта КРАСОТА в картине мира украинцев 12–40 лет. Цель исследования – по материалам цепного ассоциативного эксперимента смоделировать и проанализировать ассоциативные поля лексем, объективирующих концепт КРАСОТА (*краса, врода, красень, красуня, красивый, красива, гарний, гарна, вродливий, вродлива*), и определить его семантическое наполнение в картине мира украинцев разных возрастных групп, а именно подростков (12–18 лет) и молодежи (19–40 лет). В результате анализа содержательного наполнения полученных ассоциативных полей соответствующих слов-стимулов были выделены две основные смысловые группы: *человек* и *природа*, в каждой из которых были выделены смысловые подгруппы. Определено, что семантическая группа *человек* превосходит группу *природа* как по количеству полученных реакций, так и по их разнообразию. Исходя из количества реакций группы *человек*, касающихся мужчины или женщины, можно сделать вывод, что красота мыслится прежде всего как свойство девушки / женщины (реакции *жінка, жінки, жіноча, дівчина, дівчини, дівоча, мама, мати, матір, матуся, бабуся, сестра* тощо). Восприятие красоты как черты, присущей родным людям, является стойким в сознании респондентов обеих возрастных групп (реакции *мама, мати, батько, тато, матір, матуся*), хотя реакции представителей старшей возрастной группы более разнообразны и включают термины родства *дружина, теща, дочка, син* и т.п., которые неактуальны для подростков. Установлено, что возрастные различия в восприятии анализируемого концепта состоят в большей степени абстрактности представлений молодежи (19–40 лет) в противовес более личностным представлениям подростков (12–18 лет). Большинство различий в реакциях представителей разных возрастных групп связаны с группой *человек*, тогда как восприятие красоты природы более универсально. Оценочно-квалітаивные реакции свидетельствуют о восприятии красоты как исключительно позитивно маркированного понятия.

Ключевые слова: ассоциативный эксперимент, ассоциативное поле, картина мира, возрастные группы, человек и природа

Mariia Bobro, Juliia Shcherbak. The concept BEAUTY in the worldview of the Ukrainians of 12–40 years old (based on the data of a chain associative experiment)

The article deals with the problem of the semantic content of the concept BEAUTY in the worldview of the Ukrainians of 12–40 years old. The aim of the research is to form and analyse the associative fields of the lexemes that objectify the concept BEAUTY (*краса, врода, красень, красуня, красивый, красива, гарний, гарна, вродливий, вродлива*) and define its semantic content in the worldview of the Ukrainians of different age groups (teenagers (12–18 years old) and the young (19–40 years old), basing on the results of a chain associative experiment. As a result of an analysis of the semantic content of the received associative fields of the corresponding stimuli two main semantic groups have been singled out: *people* and *nature*. Within each of them several subgroups have been singled out. It is defined that the semantic group *people* outnumbers the group *nature* both in the quantity of the reactions and their variety. Judging by the quantity of the reactions of the group *people* that concern men and women, one can make a conclusion that beauty is thought primarily as a

quality of girls / women (the reactions *жінка, жінки, жіноча, дівчина, дівчини, дівоча, мама, мати, матір, матуся, бабуся, сестра* ect.). The perception of beauty as an inherent trait of the closest relatives like mother, father, sister etc. is stable in the consciousness of the respondents of both age groups (the reactions *мама, мати, батько, тато, матір, матуся*), although the reactions of the older age group representatives are more varied and include such names of relatives as *дружина, теща, дочка, син* etc., which are not relevant for teenagers. It is established that the age differences in the perception of the analysed concept lie in more abstract representations of the young (19–40 years old) in contrast to more personalized representations of teenagers (12–18 years old). Most differences in the reactions of different age groups have to do with the group *people* whereas the perception of the beauty of nature is more universal. The qualitative-evaluative reactions show that beauty is perceived as a positively marked concept.

Key words: associative experiment, associative field, worldview, age groups, people and nature

Антропоцентрична спрямованість лінгвістичних досліджень останніх десятиліть зумовила зміщення акцентів у мовознавчих пошукових стратегіях. Увага дослідників зосереджена, зокрема, на вивченні взаємозв'язку мови і культури, мови й мислення. Однією зі сфер, які знаходяться в центрі лінгвістичних наукових пошуків, є ціннісна картина світу. Мовний матеріал дозволяє робити вагомні висновки щодо ціннісних орієнтирів людства, окремого етносу чи соціальної групи.

Важливе місце в образно-ціннісній картині світу різних народів посідає концепт КРАСА. «Краса є невід'ємним атрибутом і в більшій чи меншій мірі істотним аспектом усіх форм людської діяльності» [7, с. 32]. На думку С. Крилової, краса є фундаментальною цінністю особистісного і суспільного буття людини. «Питання про красу є архетиповим для людського буття в культурі, що зумовлює його актуальність для всіх історичних епох та суспільств» [6, с. 11].

Окремі характеристики концепту КРАСА вже були розглянуті в мовознавчих дослідженнях. Зокрема, Е. Довганюк присвятила дисертаційне дослідження вивченню концепту КРАСА з огляду на його еволюцію в англійському дискурсі XIV – XXI ст. [4]. І. Анурина розглядає філософський, психологічний, етичний, естетичний та лінгвокультурологічний аспекти поняття *краса* та аналізує спільні та відмінні ознаки його втілення в англійській, німецькій українській і російській фразеології [2]. Ю. Мещерякова, спираючись на дані різних типів дискурсу, провела порівняльний аналіз характеристик концепту КРАСА в англійській і російській лінгвокультурах [8]. Л. Щербачук розглядає особливості репрезентації в українській фразеології поняття *краса* як складника бінарної опозиції *краса / потворність* [9].

Однак особливості відображення концепту КРАСА в картині світу українців різного віку ще не були об'єктом аналізу, що і зумовлює мету пропонованої розвідки – за матеріалами ланцюжкового асоціативного експерименту змодельовати та проаналізувати асоціативні поля лексем, що об'єктивують концепт, та визначити семантичне наповнення аналізованого концепту в картині світу українців різних вікових груп.

Для реалізації поставленої мети був проведений ланцюжковий асоціативний експеримент, оскільки «асоціативний експеримент дає можливість наблизитися до вербальної пам'яті, ментального лексикону, культурних стереотипів і виявити зміст концепту в когнітивній свідомості носіїв мови» [5, с. 169]. Метод ланцюжкового асоціативного експерименту передбачає надання реципієнтом декількох словесних асоціацій на запропоноване слово-стимул [3, с. 16]. Основними вербалізаторами концепту в українській мові є абстрактні іменники *краса, врода*, іменники *красень, красуня*, що позначають суб'єкти краси, та прикметники *красивий, красива, гарний, гарна, вродливий, вродлива*, що позначають якість об'єкта. Означені лексеми були використані в якості слів-стимулів нашої анкети. Учасники експерименту належать до двох вікових груп (за класифікацією В. Квінна [цитовано за 1]): підлітковий (юнацький) вік (від 12 до 18 років) та молодість (від 18 до 40 років).

У експерименті взяли участь 132 особи віком 12–40 років, зокрема 67 осіб віком 12–18 років та 65 осіб віком 19–40 років. Географія опитування включає місто Харків і Харківську область, міста Київ, Вінниця, Львів, Запоріжжя та Кам'янець-Подільський. Анкета розпочинається з соціального паспорта респондента, де опитувані мають зазначити стать, вік та місто проживання. Далі учасникам запропоновано надати до чотирьох реакцій на наведені вище слова-стимули, після чого виражено подяку за участь.

В результаті аналізу змістового наповнення отриманих асоціативних полів для відповідних слів-стимулів було виділено дві основні смислові групи: *людина* та *природа*, в межах кожної з яких було виділено смислові підгрупи.

Реакції смислової групи *людина* кількісно переважають у відповідях обох вікових груп. У складі смислової групи *людина* у віковій групі 12–18 років було виділено 17 підгруп, а саме: «власне людина», «зовнішність», «члени родини», «риса характеру», «результати діяльності людини», «внутрішній світ», «особистісні стосунки», «професія», «статус», «власні імена», «знаменитості», «здоров'я», «місце проживання / національність», «вік», «стан душі», «досвід», «харчування». У віковій групі 19–40 років кількість підгруп цієї ж смислової групи – 15, а саме: «власне людина», «члени родини», «зовнішність», «результати діяльності людини», «риса характеру», «професія», «персонажі творів», «особистісні стосунки», «внутрішній світ», «вік», «Батьківщина /

місце проживання/ національність», «стан душі», «досвід», «харчування», «титули».

В обох вікових групах більшість реакцій на слова-стимули *краса* та *врода* стосуються людини, передовсім дівчини, жінки (*батьки, блондинка, дівоча, дівчини, довге волосся, жінки, жіноча, людина, мати, чоловіча тощо*). Реакції підгрупи «власне людина» в обох вікових групах включають такі: *жінка, жінки, жіноча, дівчина, дівчини, дівоча, чоловіча, чоловіка, людина, людини, людей, хлопець* тощо.

Звернімо увагу на той факт, що переважна більшість отриманих відповідей на стимули *врода, вродливий, вродлива* пов'язана з людиною. Вживання часток *лише, тільки* в реакціях *тільки людина, лише людина* на слово-стимул *врода* також вказує на те, що поняття *врода* у свідомості респондентів пов'язане передовсім з людиною. Відзначимо, однак, наявність в анкетах підлітків поодиноких реакцій типу *віри, фільм*, що є синтагматичними реакціями до прикметника *вродливий*, але свідчать, на нашу думку, радше про неправильне розуміння стимулу. Крім того, в одній з анкет респондентів вікової групи 19–40 років наявні реакції *Путин, чудовисько, жах* до слова-стимулу *вродливий*, що також дозволяє зробити висновок, що респондент має хибне уявлення про значення відповідного стимулу, яке виявляється антонімічним до змісту лексеми *вродливий*.

Сприйняття краси як риси, властивої рідним людям, є стійким в картинах світу респондентів обох вікових груп, оскільки група «члени родини» є однією з найбільш чисельних як за кількістю реакцій, так і за їх різноманітністю. Найбільш типовими є реакції *мама, мати, батько, тато, матір, матуся, папа, бабуся, сестра, брат, дідусь*, що свідчать про сприйняття найближчих родичів як людей, яким краса є природньо властивою характеристикою. Зменшено-пестливі форми *бабуся, дідусь, матуся*, наявні у відповідях респондентів обох вікових груп, вказують на зв'язок уявлень про красу іншої людини із нашим ставленням до неї (див. також нижче про підгрупу «особистісні стосунки»). Серед відповідей респондентів 19–40 років наявні реакції *дружина, теща, дочка, син, зять, кум*, відсутні у відповідях респондентів 12–18 років, що пов'язано, на нашу думку, з неактуальністю відповідних реалій для життя підлітків.

Підгрупа «зовнішність» також належить до найчисельніших в обох вікових групах. Найбільш частотними є реакції на позначення частин тіла людини (*волосся, обличчя, брови, фігура, кудрі, чорноброва, пухлі губи* тощо) та одягу (*одежа, одяг, туфлі, сукня, штилька, спідниця* тощо). Частини тіла, що асоціюються з красою, найчастіше пов'язані з обличчям (саме по собі обличчя, губи, очі, брови, волосся, зуби). Відзначимо також значне переважання назв

жіночого одягу серед відповідних реакцій. При цьому відповіді, отримані від підлітків, стосуються переважно тіла людини, в той же час серед відповідей осіб віком 19–40 років превалюють назви одягу та прикрас (переважно жіночих), а також реакції типу *макіяж, наряд*. Можемо говорити, що зовнішня краса людини в картині світу підлітків пов'язана більше з природними даними людини, а у старшого покоління – із діями самої людини (пор. також реакції *волосся, довге волосся*, що є частотними для підлітків, в той час як серед реакцій молоді значно частотнішою є лексема *зачіска*).

Смислова підгрупа «особистісні стосунки» включає реакції *кохання, любов, любимчик, коханий, кохана, друг, подруга, товариш*, при цьому привертають увагу реакції *наречений, наречена, залицяльник*, наявні лише у відповідях респондентів 19–40 років. З огляду на відповідні реакції, можна стверджувати, що для підлітків в особистісних стосунках на перший план виходить дружба (пор. реакції: *мої подруги, мій друг, мої друзі*), а для дорослих – кохання та шлюб.

Аналіз реакцій смислової підгрупи «риси характеру» дозволяє визначити риси характеру людини, які мисляться як привабливі (з огляду на реакції до стимулів *красивий, вродливий, гарний, красень, красива, вродлива, гарна, красуня*). Для чоловіків це риси, представлені реакціями *добрий, ввічливий, витривалий, обциательний, сміливий, харизматичний, хозяйственный, мужній, розумний, веселий, вірний, присмний* (респонденти 12–18 років) та *витривалий, добрий, мужній, чуйний, упевнений, щедрий, щирий, порядний, працьовитий, харизматичний, храбрець, ввічливий, товариський* (респонденти 19–20 років). Таким чином, в уявленнях українців обох вікових груп привабливими рисами чоловіків є доброта, мужність, сміливість і товариськість.

У відповідях респондентів віком 12–18 років привабливі жіночі риси характеру репрезентовані реакціями *добра, впевнена, обаятельная, обциательная, естественная, харизматичная, умная, гордая*, а у відповідях респондентів старшої вікової групи – *люб'язна, працьовита, хазяйновита, ніжна, дбайлива, ввічлива*. Як бачимо, для представників вікової групи 19–40 років на перший план виходять характеристики, пов'язані з типовою для жінки роллю господині – працьовитість та хазяйновитість.

Для обох вікових груп у підгрупі «місце проживання/національність» релевантними є реакції *країна, українка, Україна, українська жінка, українок*, а отже й уявлення про красу як національну жіночу рису. Відзначимо, що реакції цієї підгрупи серед представників вікової групи 19–40 були виключно патріотичними та стосувались України, в той час як реакції підлітків пов'язані також і з іншими країнами (*Бешикек, Париж*).

Підгрупа «вік» включає реакції: *юна, молодий, молода, молодь, молодиця, маленька, мала, малеча*.

Спостерігаємо стійкий зв'язок краси та молодості в картині світу українців, однак відзначимо більшу частотність та різноманітність реакцій респондентів віком 19–40 років.

Різнорозмірно репрезентована підгрупа «результати діяльності людини». Реакції у віковій групі 12–18 років пов'язані передовсім з машинами, гаджетами, що сьогодні є вагомою частиною життя підлітків: *автівка, автомобіль, комп'ютер, телефон, айфон, ровер, тачка, фотка, байк, мопед, гаджет, пост в соц. мережі* тощо. Водночас у віковій групі 19–40 років реакції частіше пов'язані з творчістю та хобі: *мистецтво, віри, малюнок, вистава, культура, повість, картина, творчість, архітектура, опера, танець, вудка, віри, книга*.

Тематичне спрямування отриманих асоціативних полів учасників віком 12–18 років вирізняється наявністю смислових підгруп «Власні імена», «Знаменитості», та «Статус», а також сленгових реакцій *телефончик, прикид, пацан, ровер, фотка, байк, тачка*. Заслугує на увагу також реакція *тік токер* до слова-стимулу *красень*. Тік ток (ТікТок) є відносно новим поняттям – це сервіс для створення й поширення коротких відеороликів та онлайн-трансляцій, а тік токер, – це людина, яка створює й поширює такі відео. Ця реакція свідчить про важливе місце соцмереж і таких додатків, як *ютуб*, в ціннісній картині світу сучасного юнацтва.

Лише серед реакцій учасників вікової групи 12–18 років наявні реакції смислової групи «власні імена», які вказують переважно на осіб жіночої статі: *Дашустік, Іра, Катюха, Настя, Владка, Дашка, Єва, Катя, Тая, Влада, Діанка, Єва, Іруська*. Зменшувально-пестлива форма наведених імен, а також вживання присвійних займенників у реакціях типу *моя мама, мій друг, мої друзі, мої подруги, мій цуцик* інших смислових підгруп, свідчить про суб'єктивне, особистісне сприйняття світу підлітками порівняно з більшим ступенем абстрагування в уявленнях представників старшої вікової групи.

Смислова група *природа* у реакціях вікових груп 12–18 та 19–40 років репрезентована 8 однаковими підгрупами: «власне природа», «елементи пейзажу», «погода», «рослини та їхні плоди», «тварини», «пори року», «час доби» «географічні об'єкти». Смислова група *природа* за кількістю реакцій як підлітків, так і молоді, а також за кількістю смислових підгруп, є вдвічі меншою за групу *людина*.

Реакції підгруп «власне природа», «пори року», «час доби» та «погода» збігаються у представників обох вікових груп: *природа, природня, природна, день, місяць, ранок, час, ніч, зима, весна, осінь, погода*. Відповіді підгрупи «елементи пейзажу» збігаються у підлітків та молоді лише частково, наприклад *море, гори, земля, небо, ліс, ріка, закат, водопад, вода,*

сонце. Специфічними для вікової групи 12–18 років є реакції *зірка, пагорби, океан, колодець, край, корали, сніг, парк*, відсутні у представників старшої вікової категорії. Натомість вікову групу 19–40 років вирізняють реакції *осінній ліс, двір, зоря, галіявина, хмара*.

У підгрупі «рослини та їхні плоди» також є як спільні для обох вікових категорій реакції (*квітка, дерева, роза, дуб, ківі*), так і відмінні: *фрукти, ягоди, яблука, яблуня, ананас, арбуз, груша, вишня, тюльпан, трава, куц, береза, кактус, верба* (вікова група 12–18) та *фіалка, нарцис, ялинка, виноград, гриб* (вікова група 19–40). Реакції підлітків є більш різноманітними і частіше стосуються їстівних плодів рослин.

У підгрупі «тварини» для обох вікових категорій спільними є реакції на позначення культурно значущих для українців тварин: *пес, кішка, кінь, лелека, лис, метелик, кіт, пес, півень*. Специфічними для підлітків є реакції *папуга, медузи, леопард, ведмедик, пташка, божжа корівка, жираф, жук, панда*. Звернімо увагу й на реакції з присвійними займенниками *мій цуцик, моя собака, мій котик* (див. вище про більш конкретне особистісне сприйняття світу підлітками). Реакції *вовк, щенок, тигр, фазан, кобила, коза, риба, олень, бджола, карась, заяц, лев* є специфічними для представників вікової групи 19–40 років. Відзначимо більшу «екзотичність» тварин, названих підлітками, на противагу більшій «типовості» тварин, названих представниками старшої вікової групи. Припускаємо, що така відмінність пов'язана із сучасними глобалізаційними процесами (більша інформатизація та можливість подорожувати, більше можливостей відвідування зоопарків, екопарків), результати яких швидше засвоюються молодшим поколінням.

Підгрупа «географічні об'єкти» (реакції *Карпати, Барселона, гора Говерла, Єгипет, Барселона, Пальма Де Майорка*) ґрунтується, перш за все, на особистому досвіді опитуваних в обох вікових групах.

Окремо вирізняється група оцінно-квалітативних реакцій, що наявні в обох вікових групах і є виключно позитивно маркованими: *дуже красивий, красиво, незабутня, красивий, гарний, мила, краса, незвичайна, прекрасний, пречудова, приємна, неземна, неймовірна, обворожительна, прекрасна, симпатичний*. Єдиний виняток – описаний вище випадок неправильної інтерпретації стимулу *вродливий*.

Отже, аналіз асоціативних полів до запропонованих респондентам слів-стимулів дозволяє дійти висновку про стійкість зв'язків *краса – природа* та *краса – людина* в свідомості українців. Концепт КРАСА постає як виключно позитивно маркований концепт. Вікові відмінності у сприйнятті аналізованого концепту полягають у більшому ступені абстрактності уявлень молоді (19–40 років) на противагу більш особистісним уявленням підлітків (12–18 років). Більшість

відмінностей у реакціях представників різних вікових груп пов'язана з підгрупою *людина*, в той час як сприйняття краси природи є більш універсальним. Гендерна маркованість концепту виявляється в тому, що в українській картині світу краса, передовсім зовнішня, найчастіше асоціюється з жінкою. Сприйняття людини – і жінки, й чоловіка – як красивої пов'язане не лише із її зовнішністю, а й з притаманними їй

рисами характеру або прихильним ставленням до неї оточуючих.

Перспективи подальших досліджень пов'язуємо із залученням до порівняльного аналізу даних асоціативного експерименту за участі представників інших вікових груп, а також порівняльним аналізом з урахуванням гендерної приналежності респондентів.

Література

1. Акмелогія: Учебник /под.общ. ред. А. А.Деркача. Москва: Издательство РАГС, 2004. 688 с.
2. Анурина І. Філософське, психологічне, естетичне, етичне та лінгвокультурологічне підгрунття відображення концепту "краса" в британській, німецькій, українській і російській лінгвокультурних спільнотах. *Теоретична і дидактична філологія*. 2015. Вип. 20. С. 108–118.
3. Горошко Е. И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. Харьков; Москва: РА–Каравелла, 2001. 320 с.
4. Довганиук Е. В. Еволюція концепту КРАСА в англomовному дискурсі XIV–XXI століть: дис... канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2017. 259 с.
URL: http://dSPACE.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/13304/2/dis_Dovhaniuk.pdf
5. Коструба Н. Концепт «РЕЛІГІЯ» у свідомості молоді: психолінгвістичний аналіз. *Psycholinguistics*. 2020. 27(1). С. 164–180. URL: <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2020-27-1-164-180>
6. Крилова С. А. Краса людини в життєвих практиках культури. Досвід соціальної та культурної метаантропології і андрогін-аналізу: монографія. Київ: КНТ, 2019. 563 с.
7. Матвієнко О. І. Краса як феномен сприйняття і відображення світу. *Науковий вісник. Серія «Філософія»*. Харків, 2017. Вип.48 (частина II). С. 23–33. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.842663>
8. Мещерякова Ю. В. Концепт КРАСОТА в англійській і російській лінгвокультурах : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.20. Волгоград, 2004. 24 с.
9. Щербачук Л. Ф. Концептуалізація бінарної опозиції *краса / потворність* у сфері української фразеології. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации»*. 2011. Том 24 (63). № 4. Часть 2. С.198–202.

References

1. Derkach, A. A. (Ed.). (2004). *Akmeologija: Uchebnik* Moscow: Izdatelstvo RAGS.
2. Anurina, I. (2015) Filososfske, psykhologichne, estetychne, etychne ta linhvokulturolohichne pidgruntia vidobrazhennia kontseptu "krasa" v brytanskii, nimetskii, ukrainskii i rosiiskii linhvokulturnykh spilnotakh. *Teoretychna i dydaktychna filolohiia*, 20, 108–118.
3. Goroshko, Ye. I. (2001). Integrativnaja model svobodnogo associativnogo jeksperimenta. Kharkiv, Moscow: RA–Karavella.
4. Dovhaniuk, E. V. (2017). Evoliutsiia kontseptu KRASA v anhlomovnomu dyskursi XIV–XXI stolit (Candidate of Philological Science's thesis). Karazin Kharkiv National University. Kharkiv, Ukraine.
URL: http://dSPACE.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/13304/2/dis_Dovhaniuk.pdf
5. Kostuba, N. (2020). Kontsept «RELIIHIA» u svidomosti molodi: psykholinhvistychnyi analiz. *Psycholinguistics*, 27 (1), 164–180. <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2020-27-1-164-180>
6. Krylova, S. A. (2019). Krasa liudyny v zhyttievkykh praktykakh kultury. Dosvid sotsialnoi ta kulturnoi metaantropolohii i androhin-analizu: monohrafiia. Kyiv: KNT.
7. Matviienko, O. (2017) Krasa yak fenomen spryniattia i vidobrazhennia svitu. *Naukovyi visnyk. Seriia «Filosofiiia»*, 48 (II), 23–33. <https://doi.org/10.5281/zenodo.842663>
8. Meshherjakova, Ju. V. (2004). Konzept KRASOTA v anglijskoj i ruskoj lingvokulturnah (Candidate of Philological Science's thesis). Volgograd State Pedagogical University. Volgograd, Russia.
9. Shcherbachuk, L. F. (2011). Kontseptualizatsiia binarnoi opozytzii krasa / potvornist u sferi ukrainskoj frazeolohii. *Uchenye zapiski Tavricheskoho natsionalnogo universiteta im. V.I. Vernadskoho. Seriia «Filolohiia. Sotsialnye kommunikatsii»*, 24 (63), 4 (2), 198–202.

Бобро Мария Павловна, кандидат филологических наук, доцент кафедры общего и прикладного языкознания, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина (пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина); e-mail: m.bobro@karazin.ua; <https://orcid.org/0000-0003-4086-4607>

Bobro Mariia, Candidate of Philological Sciences, associate professor of the Department of General and Applied Linguistics, Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine); e-mail: m.bobro@karazin.ua; <https://orcid.org/0000-0003-4086-4607>

Щербак Юлия Игоревна, бакалавр филологии, студентка 6 курса филологического факультета, Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина (пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина)

Shcherbak Juliia, Bachelor of Philology, 6-year student of the Faculty of Philology, Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)