

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ КОНЦЕПТУ *BEAUTY* В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Савранчук Ірина Петрівна,

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри лексикології та стилістики англійської мови
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
ORCID ID: 0000-0001-6191-2298

Тхор Неоніла Максимівна,

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри лексикології та стилістики англійської мови
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
ORCID ID: 0000-0003-4306-4242

Статтю присвячено комплексному дослідженню концепту BEAUTY в англійській мові з позицій когнітивної лінгвістики та культурно-ціннісного аналізу. У роботі окреслено теоретико-методологічні засади вивчення концептів як базових одиниць концептосфери, що акумулюють знання, досвід і цінності людства. Особливу увагу приділено багатовимірності концепту BEAUTY, яка виявляється у поєднанні універсальних і культурно специфічних характеристик, що віддзеркалюють як усталені філософсько-естетичні традиції, так і динамічні соціокультурні практики сучасності. На матеріалі лексикографічних джерел та мовного вжитку визначено основні лексико-семантичні поля, що беруть участь у його вербалізації: естетичне, фізіологічно-антропологічне, природне, морально-духовне, артефактне й емоційно-оцінне. Естетичне поле формує ядро концепту, фокусуючись на зовнішній привабливості людини, тоді як інші поля розширюють його семантичні межі та забезпечують зв'язок з культурою, мораллю, мистецтвом і почуттєвим досвідом. Досліджено метафоричні моделі, серед яких провідними є КРАСА ЯК СВІТЛО, КРАСА ЯК КВІТКА, КРАСА ЯК СКАРБ, КРАСА ЯК СИЛА, КРАСА ЯК МОЛОДІСТЬ та КРАСА ЯК ГАРМОНІЯ ДУХУ. З'ясовано, що вони відображають універсальні когнітивні асоціації, з одного боку, і репрезентують специфічні культурні маркери англосмовної спільноти – з іншого, слугуючи засобом відображення аксіологічних ідеалів суспільства. Розглянуто також оцінні моделі, які віддзеркалюють індивідуальне й колективне сприйняття краси, поєднуючи позитивні характеристики (stunning, marvelous, breathtaking) і негативні (plain, ugly, hideous), що визначають межі соціально прийнятного. Установлено, що концепт BEAUTY виконує інтегративну функцію, поєднуючи фізичний, емоційний, духовний і соціокультурний виміри, та постає важливим маркером аксіологічних орієнтирів англосмовної картини світу, водночас відкриваючи перспективи для міжкультурних і перекладознавчих досліджень.

Ключові слова: концепт, когнітивна лінгвістика, BEAUTY, лексико-семантичні поля, метафоричні моделі, оцінні моделі, англосмовна картина світу.

Savranchuk Iryna, Tkhor Neonila. Representation of the Concept BEAUTY in the English Language

The article is devoted to a comprehensive study of the concept BEAUTY in the English language from the standpoint of cognitive linguistics and cultural-value analysis. The paper outlines the theoretical and methodological foundations of studying concepts as basic units of the conceptual sphere that accumulate knowledge, experience, and human values. Particular attention is paid to the multidimensional nature of the concept BEAUTY, which is revealed in the combination of universal and culturally specific characteristics reflecting both established philosophical and aesthetic traditions and the dynamic sociocultural practices

of modernity. Based on lexicographic sources and actual language usage, the main lexico-semantic fields involved in its verbalization are identified: aesthetic, physiological-anthropological, natural, moral-spiritual, artefactual, and emotional-evaluative. The aesthetic field forms the core of the concept, focusing on human external attractiveness, while the other fields expand its semantic boundaries and establish connections with culture, morality, art, and sensory experience. Metaphorical models are analyzed, among which the leading ones are BEAUTY AS LIGHT, BEAUTY AS A FLOWER, BEAUTY AS A TREASURE, BEAUTY AS POWER, BEAUTY AS YOUTH, and BEAUTY AS HARMONY OF THE SOUL. It has been found that they reflect universal cognitive associations on the one hand, and represent specific cultural markers of the English-speaking community on the other, serving as a means of representing the axiological ideals of society. Evaluative models are also considered, which reflect both individual and collective perceptions of beauty, combining positive characteristics (stunning, marvelous, breathtaking) and negative ones (plain, ugly, hideous), thus determining the boundaries of what is socially acceptable. It is concluded that the concept BEAUTY performs an integrative function, combining physical, emotional, spiritual, and sociocultural dimensions, and serves as an important marker of the axiological orientations of the English-speaking worldview, while also opening prospects for intercultural and translation studies.

Key words: concept, cognitive linguistics, BEAUTY, lexico-semantic fields, metaphorical models, evaluative models, English-language worldview.

Вступ. У сучасній лінгвістиці важливе місце займає вивчення концептів як базових одиниць концептосфери, що акумулюють знання, цінності та культурний досвід людства. Концепт *BEAUTY* належить до універсальних категорій, які віддавна привертати увагу не лише філософів та естетиків, а й мовознавців, оскільки саме через мову відбувається фіксація й трансляція уявлень про прекрасне. Ідеї краси мають давні культурні традиції й водночас постають у сучасному дискурсі як динамічні утворення, що відображають соціальні, гендерні, національні та міжкультурні особливості. У мові цей концепт реалізується через широкий спектр лексичних і фразеологічних одиниць, метафор, порівнянь, епітетів, що виявляють як універсальні, так і специфічні для англійської мовної картини світу риси.

Актуальність дослідження зумовлюється потребою осмислення того, яким чином у мовних засобах закріплюється ціннісний зміст концепту *BEAUTY*, як формується його семантична структура та які культурно-історичні уявлення репрезентовані в англійській мові. У глобалізованому світі, де англійська мова виконує роль міжнародної комунікації, особливого значення набуває аналіз цього концепту з огляду на міжкультурну взаємодію та перекладознавчі перспективи, адже адекватне відтворення уявлень про красу в іншій мовній системі передбачає глибоке розуміння їх когнітивних і культурних витоків.

Мета статті полягає у виявленні та аналізі мовних засобів репрезентації концепту *BEAUTY* в англійській мові, з урахуванням його когнітивної структури, семантичного

наповнення та культурних маркерів. Для досягнення цієї мети передбачено розгляд змісту концепту з позицій сучасної когнітивної лінгвістики, визначення основних лексико-семантичних полів, що беруть участь у його вербалізації, дослідження метафоричних та оцінних моделей, які формують уявлення про красу в англійськомовному середовищі.

Результати. Теоретичне обґрунтування дослідження концепту *BEAUTY* в англійській мові ґрунтується на досягненнях когнітивної науки та сучасної лінгвістики. Концепти становлять фундаментальні одиниці мислення, які формуються у процесі індукції та категоризації й відображають структуру знань людини [1]. Це положення є вихідним у розумінні концепту *BEAUTY*, адже уявлення про красу вибудовуються шляхом узагальнення сенсорного досвіду та формування абстрактних категорій, що закріплюються в мовній системі.

У працях сучасних українських і зарубіжних дослідників наголошується на тому, що концепти змінюються в історичному вимірі, вбираючи в себе культурні й соціальні чинники. Аналіз концепту в історичній перспективі дозволяє простежити динаміку його семантичного наповнення та ціннісних характеристик [2]. Це надзвичайно важливо для концепту *BEAUTY*, оскільки уявлення про прекрасне не є статичними: вони формуються у різні епохи під впливом естетичних традицій і соціокультурних практик.

Подальший розвиток підходів до аналізу концептів демонструють дослідження лексико-семантичного рівня. Зокрема, аналізу-

ються мовні засоби репрезентації концепту *GENIUS*, підкреслюючи важливість вивчення лексичних одиниць як носіїв культурно-ціннісних смислів [3]. Цей підхід є релевантним і для концепту *BEAUTY*, адже саме лексика забезпечує найбільш безпосереднє втілення когнітивних категорій у мовному матеріалі.

Значний внесок у розвиток когнітивної лінгвістики зроблено у «The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics», де представлено широкий спектр теорій, які пояснюють зв'язок між мовою, мисленням і культурою [4]. У цьому контексті концепт *BEAUTY* може розглядатися як багатовимірне утворення, що втілює когнітивні моделі, метафоричні схеми та культурні сценарії, які відображають специфіку англomовної картини світу.

Особливу увагу дослідники приділяють культурним концептуалізаціям. Концепти завжди вкорінені у культурному середовищі, а їхня семантика залежить від цінностей та символів певної спільноти [5]. Це положення дозволяє трактувати концепт *BEAUTY* не лише як естетичну категорію, а й як культурний маркер, що фіксує соціальні норми й моделі поведінки. Дискусії навколо універсальності концептів знайшли відображення у праці Н. Еванса та С. Левінсона, які доводять, що уявлення про універсальні мовні та когнітивні структури значною мірою є міфом, оскільки емпіричні дані свідчать про значну варіативність у різних культурах [6]. Це означає, що концепт *BEAUTY* в англійській мові має бути проаналізований із врахуванням культурної специфіки, а не лише універсальних закономірностей.

На інтегративний характер концептів звертає увагу Р. Джекендорф, який розглядає мову як систему, що поєднує когнітивні, семантичні та граматичні аспекти [7]. У цьому сенсі концепт *BEAUTY* слід інтерпретувати як багатокомпонентне утворення, що включає сенсорні й емоційні складові, відображені у мовних структурах.

Сукупність зазначених підходів дозволяє розглядати концепт *BEAUTY* як складне багатовимірне утворення, що поєднує універсальні та культурно специфічні характеристики у мовній картині світу англomовної спільноти. Матеріалом аналізу слугували тлумачні лексикографічні джерела [8; 9; 10].

Концепт *BEAUTY* у сучасній англomовній картині світу має складну багатовимірну

структуру, яка виявляється через низку лексико-семантичних полів, що формують його змістове наповнення. Його вербалізація відбувається як на рівні прямого номінування, так і через широкі асоціативні ряди, що пов'язують красу з різними сферами людського буття, досвіду та культури. Центральним ядром концепту виступає естетичне поле, яке охоплює лексику, пов'язану з безпосереднім позначенням краси як зовнішньої привабливості. Це насамперед прикметники та іменники, що характеризують зовнішній вигляд людини: *beautiful, pretty, handsome, lovely, gorgeous, charming, graceful, elegant*. У цьому ж полі активно функціонують і лексеми з негативним значенням, такі як *ugly, unattractive, plain*, які утворюють бінарну опозицію та задають ціннісні орієнтири в межах категоризації. Таким чином, естетичне поле виконує функцію ядра концепту, з якого розгортаються інші смислові зони.

Важливим складником є фізіологічно-антропологічне поле, яке деталізує концепт *BEAUTY* через номінації тілесних характеристик людини. Сюди входять лексеми, що описують обличчя, очі, волосся, тіло, шкіру, усмішку, поставу. Прикметники *slim, tall, radiant, fair, glowing, delicate* конкретизують образ краси, фокусуючись на фізичних параметрах та сенсорних враженнях. Це поле формує відчуття матеріальної, відчутної, видимої краси, яка впливає на рецептивний досвід адресата.

Не менш важливим є природне поле, яке репрезентує красу у світі природи. Лексеми *landscape, flower, sunset, sea, mountain, rainbow, garden*, а також оцінні прикметники *picturesque, splendid, breathtaking, magnificent, sublime*, дозволяють проектувати концепт *BEAUTY* на природні явища. Тут краса постає як гармонія й велич, що перевищують людину та її творіння, формуючи ідею піднесеного та естетично довершеного.

Особливе місце займає морально-духовне поле, яке підкреслює нематеріальний, ціннісний вимір краси. Лексеми *kindness, purity, virtue, soul, harmony, truth* позначають красу як внутрішню якість людини, що проявляється в її духовності, чеснотах, моральній досконалості. Прикметники *noble, good, pure, divine* метафорично переносять властивості краси із зовнішньої сфери у внутрішню, зосереджуючись на категоріях добра, істини та

гармонії. Таким чином, BEAUTY стає синонімічним до духовного вдосконалення та моральної величі.

Окремо виділяється артефактне, або культурно-мистецьке поле, яке зосереджене на репрезентації краси в мистецтві та творчості. Лексеми *art, music, poetry, painting, architecture, masterpiece, aesthetic, artistic, creative, style, design* формують уявлення про красу як результат художнього досягнення світу. Тут BEAUTY розглядається як ідеал, втілений у витворах мистецтва, які символізують гармонію та досконалість, створюючи канони й культурні стандарти.

Нарешті, емоційно-оцінне поле забезпечує зв'язок концепту з реакцією суб'єкта на красу. Лексеми *admire, adore, enjoy, delight, wonder, fascination, a також прикметники splendid, marvelous, amazing, stunning* фіксують емоційне переживання зустрічі з прекрасним. У цьому полі домінує оцінність, яка робить BEAUTY не лише категорією пізнання, а й засобом емоційного впливу та комунікативної взаємодії. Саме тут формується прагматичний вимір концепту, що дозволяє йому виконувати функцію переконання, піднесення, естетичного задоволення.

Таким чином, концепт BEAUTY вербалізується через комплекс лексико-семантичних полів, які в сукупності забезпечують його багатовимірність і динамічність. Він охоплює як зовнішню привабливість і фізичну тілесність, так і природну гармонію, духовно-моральні цінності, мистецьке втілення та емоційно-оцінний вимір. Завдяки цьому BEAUTY постає універсальним культурним і когнітивним утворенням, що інтегрує фізичне, духовне та естетичне, відображаючи ціннісні орієнтири суспільства та його уявлення про досконалість.

Концепт BEAUTY в англомовному середовищі має не лише багатий лексико-семантичний спектр, а й розгалужену систему метафоричних і оцінних моделей, що формують культурне й когнітивне уявлення про красу. Саме метафоризація й оцінність дозволяють концепту виходити за межі безпосередньої зовнішньої привабливості, набуваючи універсальних культурних значень.

У сфері метафоричних моделей можна виокремити кілька домінантних. Передусім це модель КРАСА ЯК СВІТЛО. Вона ґрунтується на асоціації краси з сяйвом, чисто-

тою, ясністю. Лексеми *radiant beauty, shining eyes, glowing skin* демонструють символічний зв'язок краси з феноменом світла, яке завжди маркує щось життєдайне, божественне, сакральне. Інша поширена модель – КРАСА ЯК КВІТКА. Фрази *like a rose, blossoming beauty, flower of youth* відсилають до образів природи, зокрема рослинності, підкреслюючи тендітність, гармонійність та водночас минулість краси. Третя модель – КРАСА ЯК ЦІННІСТЬ АБО СКАРБ. Вислови *priceless beauty, a jewel, a treasure* передають ідею винятковості, недосяжності, рідкісності. Вона тісно пов'язана з ціннісними уявленнями суспільства, у якому краса сприймається як рідкісний дар або привілей. Поширеною є й модель КРАСА ЯК СИЛА, де краса трактується як вплив, що може керувати людьми чи обставинами: *beauty conquers, beauty as a weapon, irresistible charm*. У цьому випадку концепт набуває прагматичної сили й символізує владу через привабливість.

Оцінні моделі функціонують у тісному зв'язку з метафоричними. У позитивній оцінності домінують епітети й оцінні конструкції, що підкреслюють велич, унікальність та емоційний вплив краси: *stunning, breathtaking, marvelous, fabulous*. Ці лексеми не лише констатують факт краси, а й виражають ставлення мовця, що поєднує естетичне сприйняття з емоційною реакцією. У негативній оцінності актуалізується протилежна модель, у якій відсутність краси також оцінюється крізь призму культурних норм: *plain, unattractive, ugly, hideous*. У цих випадках спрацьовує механізм порівняння з очікуваним ідеалом.

Особливої уваги заслуговує соціокультурна специфіка оцінних моделей. В англомовному середовищі краса часто поєднується з категоріями молодості, здоров'я, життєвої енергії. Це формує модель КРАСА ЯК ІДЕАЛ МОЛОДОСТІ, де оцінка краси невіддільна від вікових характеристик: *eternal youth, youthful glow, ageless beauty*. Водночас в англомовній традиції простежується і модель КРАСА ЯК ГАРМОНІЯ ДУХУ, яка знімає протиставлення зовнішнього й внутрішнього: *inner beauty, beauty of the soul, true beauty lies within*. Тут оцінність переноситься з фізичної сфери у морально-духовну, що відповідає ідеалам гуманізму та християнської етики.

Таким чином, уявлення про концепт BEAUTY в англомовному середовищі формуються через поєднання метафоричних моделей, що відображають універсальні когнітивні асоціації (світло, квітка, скарб, сила, молодість, духовність), і оцінних моделей, які фіксують індивідуально-емоційне та соціокультурне сприйняття. Це забезпечує багатогранність концепту й дозволяє йому функціонувати одночасно у сфері естетичного, морального, соціального й прагматичного досвіду.

Висновки. У ході дослідження встановлено, що концепт BEAUTY в англійській мові є багатовимірним і динамічним утворенням, яке інтегрує універсальні та культурно специфічні характеристики. Його семантична структура формується завдяки поєднанню кількох лексико-семантичних полів, серед яких центральне місце займає естетичне, пов'язане із зовнішньою привабливістю, тоді як фізіологічно-антропологічне, природне, морально-духовне, артефактне та емоційно-оцінне поля розширюють значення межі концепту й забезпечують його когнітивну та культурну багатогранність. Така багаторівнева організація демонструє, що краса у мовній картині світу англомовної спільноти розглядається не лише як фізичний феномен, але й як культурна цінність, моральний орієнтир та емоційно-естетичне переживання.

Аналіз метафоричних моделей показав, що в англомовному середовищі уявлення про красу проєктуються на такі універсальні

сфери, як світло, квітка, скарб, сила, молодість і духовність. Ці моделі формують когнітивний каркас концепту, дозволяючи виражати складні й багатогранні асоціації, а також пояснювати амбівалентність ставлення до краси, що може сприйматися як гармонія та натхнення або як джерело впливу й влади. Оцінні моделі, у свою чергу, відображають ціннісні орієнтири суспільства та забезпечують інтеграцію індивідуального й колективного досвіду. Позитивна оцінність акцентує велич і винятковість краси, тоді як негативна виявляє соціальні очікування та норми, визначаючи межі прийнятного.

Отримані результати свідчать про те, що концепт BEAUTY у сучасній англомовній картині світу постає як культурно маркований і водночас універсальний когнітивний феномен, що поєднує сенсорний, емоційний, моральний і соціокультурний виміри. Він виконує функцію інтеграції індивідуальних уявлень про прекрасне з колективними культурними моделями та виступає одним із ключових концептів, що визначають естетичні й аксіологічні орієнтири суспільства. Таким чином, вивчення концепту BEAUTY має важливе значення не лише для когнітивної та культурної лінгвістики, а й для перекладознавчих та міжкультурних студій, оскільки адекватне відтворення цього концепту в іншомовній комунікації передбачає урахування його багатовимірності, ціннісної насиченості та культурної специфіки.

Література:

1. Smith E. E. Concepts and induction. *Foundations of Cognitive Science* / M. Posner (ed.). Cambridge: CUP, 1989. P. 501–526.
2. Kolegaeva, I., Strochenko, L. Concept GENIUS in its historical perspective. *Scientific Journal of Polonia University*. 2020. № 38 (1). P. 50–55.
3. Strochenko L. Lexical means of representation of the concept GENIUS in the English language. *International research and practice conference "Modern philology: relevant issues and prospects of research": Conference proceedings*, October 20–21, 2017. Lublin: Baltija Publishing, 2017. P. 113–115.
4. The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics. Geeraerts D., Cuyckens H. (eds.). Oxford: Oxford University Press, 2010. 1368 p.
5. Sharifian F. On cultural conceptualisations. *Journal of Cognition and Culture*. 2003. № 3. P. 187–207.
6. Evans N., Levinson St. The Myth of language universals: Language diversity and its importance for cognitive science. *Behavioral and Brain Sciences*. 2009. № 32. P. 429–492. DOI: 10.1017/s0140525x0999094x
7. Jackendoff R. *Foundations of Language: Brain, meaning, grammar, evolution*. Oxford: OUP, 2002. 485 p.
8. Online Webster dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/> (дата звернення: 17.08.2025)
9. Online Macmillan dictionary URL: <http://www.macmillandictionary.com/> (дата звернення: 17.08.2025)
10. Online Oxford dictionary URL: <https://en.oxforddictionaries.com/> (дата звернення: 28.08.2025)

References:

1. Smith, E. E. (1989). Concepts and induction. In M. Posner (Ed.), *Foundations of cognitive science* (pp. 501–526). Cambridge: Cambridge University Press.
2. Kolegaeva, I., & Strochenko, L. (2020). Concept GENIUS in its historical perspective. *Scientific Journal of Polonia University*, 38(1), 50–55.
3. Strochenko, L. (2017, October 20–21). Lexical means of representation of the concept GENIUS in the English language. In *Modern philology: Relevant issues and prospects of research: Conference proceedings* (pp. 113–115). Lublin: Baltija Publishing.
4. Geeraerts, D., & Cuyckens, H. (Eds.). (2010). *The Oxford handbook of cognitive linguistics*. Oxford: Oxford University Press.
5. Sharifian, F. (2003). On cultural conceptualisations. *Journal of Cognition and Culture*, 3(3), 187–207.
6. Evans, N., & Levinson, S. (2009). The myth of language universals: Language diversity and its importance for cognitive science. *Behavioral and Brain Sciences*, 32(5), 429–492. <https://doi.org/10.1017/s0140525x0999094x>
7. Jackendoff, R. (2002). *Foundations of language: Brain, meaning, grammar, evolution*. Oxford: Oxford University Press.
8. Merriam-Webster. (n.d.). *Merriam-Webster online dictionary*. Retrieved August 17, 2025, from: <https://www.merriam-webster.com/>
9. Macmillan. (n.d.). *Macmillan online dictionary*. Retrieved August 17, 2025, from: <http://www.macmillandictionary.com/>
10. Oxford University Press. (n.d.). *Oxford online dictionary*. Retrieved August 28, 2025, from: <https://en.oxforddictionaries.com/>

Стаття надійшла до редакції 11.08.2025

Стаття прийнята 19.09.2025

Статтю опубліковано 27.10.2025