

**Шаповалова Л. В.,**

кандидат педагогічних наук, доцент,  
доцент кафедри романо-германської філології  
ДЗ „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”,  
м. Старобільськ, Україна  
ludmilashapovalova962@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0001-8707-996X>

### **АКСІОЛОГІЧНО ДОМІНАНТНИЙ КОНЦЕПТ „ЕГОЦЕНТРИЗМ” У ФРАНЦУЗЬКІЙ ФРАЗЕОЛОГІЧНІЙ КАРТИНІ СВІТУ**

Атропоцентрична когнітивно-комунікативна парадигма лінгвістичного дослідження, яка склалася у ХХІ ст. (Близнюк, 2016) передбачає перенесення акцентів на людину і її світосприйняття, емоції, цінності при вивченні мови як втілення культурної матриці і менталітету народу. Лінгвокогнітивний та лінгвокультурний підходи до вивчення концептів національних мовної, концептуальної і, зокрема, фразеологічної картин світу формують розуміння процесів, які відбуваються у свідомості, та втілюються у мові, як дзеркалі народного життя, мислення, еволюції.

Фразеологічна картина світу, яка є частиною мовної та концептуальної картин світу, і бере участь у формуванні номінативного поля концептів, дає матеріал, що дозволяє встановити ціннісні орієнтири і пріоритети етносу, зважаючи на поширеність і популярність фразеологізмів. Фразеологізми фіксують аксіологічну парадигму етносу та її пріоритети.

Саме фразеологічна картина світу дає уявлення про найважливіші для народу реалії та відображує особливості їх сприйняття певним народом. Дослідження культурних концептів на основі фразеологічної картини світу, та побудова їх моделі висвітлюють етнокультурний аспект універсальних концептів і є надзвичайно корисним для діалогу культур.

**Мета статті** – схарактеризувати та визначити аксіологічно домінантний, тобто найчастіше вживаний концепт сучасної французької фразеологічної картини світу та побудувати його модель.

Завдання, для досягнення даної мети:

1. Проаналізувати фразеологізми із сайту найбільш вживаних французьких фразеологізмів.
2. Виокремити найчастіше вживаний з них і з'ясувати, який концепт він вербалізує.
3. Розглянути аксіологічний аспект домінантного концепту, французької фразеологічної картини світу.

4. Побудувати модель виокремленого лінгвокультурного концепту.

Ми дотримуємося широкого розуміння поняття фразеологізм (Краавцов, Максимец, с.9), за яким до них відносяться не тільки ідіоми (зрощення та єдності) а й фразеологічні сполучення і прислів'я, приказки, вирази. Такий підхід до вивчення фразеологічних одиниць обумовлюється тим, що всі вони регулярно відтворюються, вербалізують один концепт, мають образний і ціннісний аспекти. Обмеження поля дослідження ідіомами, на нашу думку, не дало б повної і вірогідної картини існування аксіологічних доміант у фразеологічній картині світу та вичерпного матеріалу для побудови моделі лінгвокультурного концепту, який втілює ці аксіологічні доміанти.

Фразеологізми характеризуються експресивністю, яка іноді зводиться до позитивної чи негативної оцінки. У дослідженні ми використовуємо лінгвокультурний підхід до аналізу доміантних концептів французької фразеологічної картини світу з аксіологічної точки зору. Доміантність концептів визначається за частотою їх використання.

Лінгвокультурне дослідження концептів французької фразеологічної картини світу дозволить зрозуміти їх семантичне наповнення, виявити їх аксіологічні складники та їх пріоритетність у ментальності етносу.

Проаналізувавши близько 1550 фразеологічних виразів представлених на сайті „Les expressions françaises décortiquées”, та відсортувавши їх за популярністю, можемо сказати, що найчастіше вживаний фразеологізм „*Voir midi à sa porte*” / Бачити полудень над своїми дверима – (Оцінювати щось за своїми мірками) вербалізує концепт „Егоцентризм”. Це означає, цей концепт є одним із найважливіших концептів французької концептуальної картини світу, а цінності, які він об'єктивує, є доміантними для ментальності французького народу. Відібравши інші фразеологічні одиниці, які презентують цей концепт, та проаналізувавши їх, бачимо, що номінативне поле концепту „Егоцентризм” вербалізується різноплановими фразеологічними одиницями, серед яких переважну більшість складають фразові предикативні одиниці.

Аналізований концепт „Егоцентризм” відносимо до фреймів. Структура фрейму представлена вершиною (темою) і слотами (терміналами) (Филмор, 1988).

Виокремлені фразеологізми передають такі компоненти значення концепту „Егоцентризм”, як: оцінювання чогось за своїми правилами, існування своїх правил життя, різні способи оцінювання одного і того ж, цікавість тільки до себе, претензійність, зміна поведінки чи думки, впевненість у собі та зневага до ворогів, самолюбство, незалежність суджень, впевненість у власних переконаннях, власний шлях, суб'єктивність суджень, твердість у власній позиції, гордіня, життєві орієнтири, завищена самооцінка щодо себе і своєї нації.

Всі із виділених фразеологізмів мають оцінку чи оцінювання у своєму значенні чи представляють дію, виходячи з оцінювання себе, що актуалізує їх ціннісний аспект.

Тлумачний словник української мови визначає оцінку як „Думку, міркування про якість, характер, значення і т. ін. кого-, чого-небудь”, а оцінювання – як „Дію зі значенням оцінювати” (Словник української мови в 11 томах. Том 5; 1974, с. 828).

„Цінність – те, що має певну матеріальну або духовну вартість” (Словник української мови в 11 томах. Том 11; 1980, с. 237).

1. Слот „**Оцінювання** за своїми правилами ” (6 одиниць).

(1. „*Voir midi à sa porte*” / Бачити полудень над своїми дверима. – Оцінювати щось за своїми правилами, Судити по собі. 2. „*Avoir deux poids et deux mesures*” / Мати дві ваги і дві міри. – Оцінювати пристрасно, відповідно до своїх, умов і інтересів. 3. „*À deux / plusieurs vitesses*” / На двох чи на багатьох швидкостях. – Різне відношення, часто несправедливе, у залежності від різних обставин. З егоцентризмом цей вираз пов’язує те, що все відбувається у першу чергу виходячи з егоїстичних намірів того, хто оцінює чи того, кого оцінюють. 4. „*La paille et la poutre*” / Солома і колода. – Йдеться про особу, яка егоїстично помічає недоліки інших, але не свої. 5. „*Mesurer les autres à son aune*” / Міряти інших своєю міркою. Тобто оцінювати інших, виходячи із власних егоїстичних інтересів, звичок, чи розумінь. 6. „*Il est avis au renard, que chacun mange des poules comme lui*” / Лисиця вважає, що всі їдять курей, як і вона. – Оцінювання людей за власними егоїстичними мірками.

Слот „Оцінювання”, висвітлює мотиви та пріоритети, закладені у концепті „Егоцентризм”. Цей елемент значення представлений такими семами: свої правила, свої мотиви, несправедливість, пристрасність, упередженість, вузькість кругозору. Фразеологізми, які об’єктивують цей сегмент концепту „Егоцентризм” належать до побутового стилю, використовують, переважно, побутову лексику. Вони виникли у різні часи і за допомогою метафори передають бачення „Егоцентризму” у тому соціальному прошарку, і у той час де і коли вони утворилися.

2. Слот „**Завищена самооцінка** ” (11 одиниць). 1. „*Se regarder le nombril*” / Дивитися собі у пуп. – Вважати себе пупом землі. 2. „*Ne pas se toucher du pied / du coude*” (прост.) / Не шмаркатися у ногу (лікоть) (прост.). – Бути претензійним. мати велику гординю, вважати себе кимось важливим. Бути не ликом шитим. 3. „*Pêter plus haut que son cul*” (прост.) „Газувати” вище за свій зад. – Високо задирати носа. 4. „*Se croire sortir de cuisses de Jupiter*” / Вважати себе таким, що вийшов із стегна Юпітера. – Вважати себе кимось важливим. 5. „*Le roi n’est pas son cousin*” / Король йому не брат. – Надзвичайний ступінь гордині, задоволення. 6. „*Se croire le premier moutardier du pape*” / Вважати себе першим постачальником гірчиці папи. – Бути у захваті від власної особи. 7. „*Se croire le nombril du monde*” / Вважати себе пупом землі. – Вважати, що весь світ крутиться навколо. 8. „*Premier coq du village*” / Перший півень

на селі. – Найбагатша людина у селі, яка царює над іншими. 9. „*Être cocorico*” / Бути півнем. – Усвідомлювати приналежність до найкращої нації у світі (про французів). 10. „*Cri du coq*” / Крик півня (фам.). Символ французького шовінізму. 11. „*Quand vient la gloire, s'en va la mémoire*” / Коли приходить слава, уходить пам'ять. – Люди забувають своє минуле і своїх близьких під час успіху.

Слот „Завищена самооцінка” семантизується поняттями: неправильна самооцінка, претензійність, перебільшення своїх можливостей, гординя, самозакоханість, перебільшення власної цінності, національний шовінізм, зневага до своїх під час слави.

Серед фразеологізмів цього сегменту значення концепту „Егоцентризм” є такі, що належать до просторіччя : „*Ne pas se toucher du pied / du coude*” (прост.) / Не шмаркатися у ногу / лікоть, „*Pêter plus haut que son cul*”. „Газувати” вище за свій зад. Та такі, що містять лексеми, які семантизують поняття вищого суспільства: папа, король: „*Le roi n'est pas son cousin*” / Король йому не брат. „*Se croire le premier moutardier du pape*” / Вважати себе першим постачальником гірчиці папи; чи релігії: „*Se croire sortir de cuisses de Jupiter*” / Вважати себе таким, що вийшов із стегна Юпітера. Саме до цього слоту належать фразеологізми, що передають національний шовінізм: „*Être cocorico*” / Бути півнем. – Вважати свою націю найкращою (про французів). „*Cri du coq*” / Крик півня.

3. Слот „Самолюбство” (5 одиниць). 1. „*Boire du petit lait*” / *Viputi* материнського молока (про немовля) – Відчувати почуття повного задоволення самолюбства. 2. „*Le roi n'est pas son cousin*” / Король йому не брат. – Надзвичайний ступінь гордині, задоволення. 3. „*Chacun trouve son bonnet beau*” / Кожний вважає свою шапку красивою. – Кожний вважає своє найкращим. 4. „*Tout oiseau aime à s'entendre chanter*” / Кожний птах любить слухати, як він співає. – Самозакоханість. 5. „*À un chacun sent bon sa merde*” (прост.) / Кожному своє лайно приємно пахне. – Мати завищену самооцінку, недооцінювати власні недоліки.

Цей елемент значення концепту „Егоцентризм” семантизують поняття: почуття повного задоволення самолюбства, гординя, самозакоханість, поблажливість до себе. Тут також присутні фразеологізми, які належать до різних соціальних прошарків і стилів.

4. Слот „Самовпевненість” (5 одиниць). 1. „*Les chiens aboient et la caravane passe*” / Собаки лають, караван іде. – Самовпевненість і зневага до перешкод. 2. „*Trouver son chemin de Damas*” / Знайти свій шлях у Дамаск. – Знайти власний шлях. Не приєднуватися до чужих думок, впевненість у собі. 3. „*Tour d'ivoire*” / Вежа зі слонової кістки. – Одинока і незалежна позиція того, хто відмовляється брати на себе зобов'язання чи компрометувати себе. Впевненість у власній правоті. 4. „*Avoir la foi du charbonnier*” / Мати віру вугляра. – Мати абсолютне переконання, непохитне і наївне. Нетерпимість іншої думки через егоїстичне переконання у власній правоті. 5. „*Se tenir droit dans ses*

*bottes*”/ Триматися прямо у своїх чоботах. – Зберігати тверду, визначену позицію, не згинаючись, навіть, якщо помиляєшся.

Цей слот концепту „Егоцентризм” об’єктивується фразеологізмами, які передають поняття: впевненість у своїх силах та переконаннях, пошук власного шляху, відкидання інших суджень, окрім своїх.

5. Слот „**Ціннісні орієнтири**”. (6) „*Il vaut mieux faire envie que pitié*” / Краще викликати заздрість ніж жалість. 2. „*La victoire la plus rare et honorable est celle qui se remporte sur l'égoïsme*” / Найрідкісніша і найпочесніша перевага – це перевага над егоїзмом. 3. „*Le plus beau des triomphes est celui de la charité bienveillante sur l'égoïsme*” / Найкрасивіший із триумфів – це триумф доброзичливого милосердя над егоїзмом. 4. „*Après moi, comme déluge*” / Після мене хоч потоп. – Повна зневага до всього, що відбудеться після власних вчинків чи смерті.

5. „*S'il n'y a qu'une pomme, qui en mange deux est un voleur*” / Якщо є одне яблуко, той, хто їх з’їв два, злодій. Егоїзм спонукає не поділитися, а вкрасти. 6. „*Le chien n'aime pas la banane et il ne veut pas que la poule en mange*” / Собака не любить банани і не хоче, щоб інші їх їли. – Люди не люблять бачити, як інші приймають те, що вони зневажають.

Цей слот концепту „Егоцентризм” семантизується фразеологізмами, які показують, до чого треба прагнути у житті. Вони вербалізуються ключовими поняттями: заздрість / жалість, перемога, триумф, потоп, жадібність, злодійство, відкидання чужих вподобань,

6. Слот „**Поведінка, обмеження егоїзму, безцеремонність**” (8 одиниць). 1. „*Il ne faut pas prendre de son ami tout ce qu'on pourrait prendre*” / Не треба брати у свого друга все, що можна було б взяти. – Треба обмежувати власний егоїзм по відношенню до друзів. 2. „*On lui donne le doigt et il vous prend le bras*” / Йому дають палець, а він бере руку. – Заради власного егоїзму взяти значно більше, ніж дають. 3. „*Qui ne se mêle de rien, a paix de tout*” / Хто ні у що не втручається, того ніщо не турбує. – Егоїзм ставить власний спокій перед усім іншим. 4. „*Qui veut l'oeuf doit supporter la poule*”/ Хто хоче яйце, мусить витримувати і курку. Обмеження егоїзму. 5. „*Il y en a toujours qui aimeront mieux sauver que passer les seaux*” / Завжди є люди, які віддають перевагу тому, щоб рятувати власну голову, ніж вирішити проблему та викоренити її. – Егоїстична поведінка, виходячи з власних інтересів. 6. „*Ne frappe pas à la porte d'un autre, si tu ne veux pas qu'on frappe à la tienne*”/ Не стукайте у двері іншого, якщо не бажаєте, щоб постукали у ваші. – Не просіть про послугу, якщо не хочете, надати послугу у відповідь. – Егоїстична поведінка, виходячи з власних інтересів. 7. „*Chaque luciole éclaire pour elle-même*” / Кожний світлячок світить для себе. – Кожна людина діє для себе. 8. „*Qui est dans le borbier y voudrait mettre autrui*” / Хто заходиться у трясині, хоче затягнути туди іншого. – Бажання затягнути інших у свої проблеми, перекласти їх на інших.

Цей слот концепту „Егоцентризм” висвітлює поведінку, що керується власним его. Тут з’являється перший фразеологізм з позитивним значення, який спрямований на обмеження егоїзму.

7. Слот „Сутність егоїзму” (10 одиниць) (визначення, аспекти, характеристика через наявність/відсутність феномену). 1. „*Le bonheur est né de l'altruisme, le malheur de l'égoïsme*” / Щастя народжене з альтруїзму, а нещастя – з егоїзму. Походження егоїзму. 2. „*Chacun pour soi, chacun son droit, telle est la devise de l'égoïsme*” / Кожний за себе, кожному своє право, такий девіз егоїзму. Сутність егоїзму. 3. „*L'égoïsme est ennemi du bonheur, il défend d'admirer et d'aimer.*” / Егоїзм – ворог щастя, він заважає захоплюватися і кохати. Якість егоїзму. 4. „*La bonté est une qualité que l'égoïsme ne connaît guère.*” / Доброта – це якість, яку егоїзм навряд чи знає. 5. „*L'égoïsme met tout au singulier, la charité veut le pluriel*” / Егоїзм ставить все в однину, милосердя хоче множини. Сутність егоїзму. 6. „*Rien n'est plus opposé à la véritable amitié que l'égoïsme*” / Ніщо не протистоїть справжній дружбі окрім егоїзму. Сутність егоїзму. 7. „*Tout l'égoïsme est sans limites*” / Кожний егоїзм є безмежним. Сутність егоїзму. 8. „*L'amour est un l'égoïsme à deux*” / Кохання – це егоїзм на двох. Сутність егоїзму. 9. „*L'égoïsme est le hideux fantôme de l'individualisme*” / Егоїзм – це огидний привід індивідуалізму. Сутність егоїзму. 10. „*Ventre glouton, n'a point coeur généreux*” / Прожерливе черево не має щедрого серця. Сутність егоїзму.

8. Слот „**Перевага власним інтересам**” (5 одиниць). 1. „*Chacun préfère son intérêt à celui de prochain*” / Кожний віддає перевагу власному інтересу по відношенню до інтересу ближнього. 2. „*Quand un chat se noie, tout le monde lui offre à boire*” / Коли кіт тоне, всі пропонують йому попити. Відсутність співчуття заради егоїстичного збереження власного спокою. 3. „*Chagrin d'autrui ne touche qu'à demi*” / Смуток інших вражає тільки наполовину. – Своя сорочка ближча до тіла. 4. „*Charité bien ordonnée commence par soi-même*” / Добре впорядковане милосердя починається з самого себе. 5. „*Chacun prêche pour sa paroisse*” / Кожний проповідує для свого приходу.

Отже, шляхом аналізу близька 1550 фразеологізмів виразів з сайті „*Les expressions françaises décortiquées*”, частотності звернення до них та їх використання, було встановлено, що найпопулярнішим з них є „*Voir midi à sa porte*” / Бачити полудень на своїх дверима – (Оцінювати щось за своїми мірками). Цей фразеологізм вербалізує концепт „Егоцентризм”. Оскільки фразеологізм „*Voir midi à sa porte*” найпопулярніший серед близька 1550 інших найвживаніших французьких фразеологізмів, то концепт, який він презентує, є аксіологічно домінантним у французькій парадигмі цінностей, зафіксований у фразеологічних одиницях.

З поміж близька 1550 фразеологічних одиниць було виділено 55, які вербалізують концепт „Егоцентризм”.

#### **Модель концепту „Егоцентризм”**

Верхівка – поняття „Егоцентризм”, вербалізоване фразеологізмом „*Voir midi à sa porte*”. Слоти:

1. Оцінювання за своїми правилами – 6 фразеологізмів, 10,9 %.
2. Завищена самооцінка – 11 фразеологізмів, 20 %.

3. Самолюбство – 5 фразеологізмів, 9 %.
4. Самовпевненість – 5 фразеологізмів 9%.
5. Ціннісні орієнтири – 6 фразеологізмів, 10,9 %.
6. Поведінка – 8 фразеологізмів, 14,5 %.
7. Сутність егоїзму – 10 фразеологізмів, 18,18 % .
8. Перевага власним інтересам – 5 фразеологізмів, 9 %.

Всі виокремлені і досліджені фразеологізми ставлять у центр людину і її інтереси.

### **Список використаної літератури**

**1. Близнюк Л. М.** Структурно-семантичні та когнітивні параметри концепту Heimwen (на матеріалі німецької мови): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Луцьк, 2016. 218 с. **2. Кравцов С. М.,** Максимец С. В. Ценностная парадигма линво-культурного сообщества в зеркале фразеологии (на материале русского и французского языков): монография. Ростов-на-Дону – Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. 140 с. **3. Les expressions** françaises décortiquées. URL: <https://www.expressio.fr/toutes-les-expressions/par-popularite> (дата звернення 10.03.2020). **4. Филмор Ч.** Фреймы и семантика понимания. Новое в Зарубежной лингвистике. Москва, 1988. С. 53–92. **5. Словник** української мови: в 11 томах. Том 5. Київ: Наук. думка, 1974. С. 828. **6. Словник** української мови: в 11 томах. Том 11. Київ: Наук. думка, 1980. С. 237.

### **References**

**1. Blyzniuk, L. M.** (2016). Strukturno-semantychni ta kohnityvni parametry kontseptu Heimwen (na materialy nimetskoj movy) [Structural semantic and cognitive parameters of Heimwen's concept (on the materials of German language)]. *Candidate's thesis*. Lutsk [in Ukrainian]. **2. Kravcov, S. M. & Maksimec, S. V.** (2018). Cennostnaya paradigma linvo-kul'turnogo soobshchestva v zerkale frazeologii (na materiale rus'kogo i francuz'kogo yazykov). Rostov-na-Donu – Taganrog: Izdatel'stvo Yuzhnogo federal'nogo universiteta [in Russian]. **3. Les expressions** françaises décortiquées. Retrieved from <https://www.expressio.fr/toutes-les-expressions/par-popularite> (Last accessed 10.03.2020) [in French]. **4. Filmor Ch.** (1988). Frejmy i semantika ponimaniya. Novoe v Zarubezhnoj lingvistike (pp. 53-92). Moskva [in Russian]. **5. Slovnyk** ukrainskoj movy: v 11 tomakh [Dictionary of the Ukrainian language: in 11 volumes]. (1974). Kyiv: Nauk. dumka (Vols. 5) (p. 828) [in Ukrainian]. **6. Slovnyk** ukrainskoj movy: v 11 tomakh [Dictionary of the Ukrainian language: in 11 volumes]. (1980). Kyiv: Nauk. dumka (Vols. 11) (p. 237) [in Ukrainian].

### **Шаповалова Л. В. Аксіологічно доміантний концепт „Егоцентризм” у французькій фразеологічній картині світу**

У статті на основі атропоцентричної когнітивно-комунікативної парадигми лінгвістичного дослідження, яка склалася у ХХІ ст.

проаналізовані найчастіше вживані французькі фразеологічні одиниці з метою виокремлення аксіологічно домінантного концепту французької фразеологічної картини світу, та побудови його моделі.

На основі дослідження з'ясовано, що аксіологічний домінантним концептом французької фразеологічної картини світу є фрейм „Егоцентризм”.

Виділені фразеологічні одиниці розподілено за групами, які представляють слоти у структурі фрейму „Егоцентризм”. В кожному слоті вирізняють окремі елементи значення, проілюстровані фразеологізмами, які їх вербалізують.

Виокремлені фразеологізми передають такі компоненти значення концепту „Егоцентризм”, як існування своїх правил життя, оцінювання чогось за своїми правилами, різні способи оцінювання одного і того ж, цікавість тільки до себе, претензійність, поведінка чи думка на основі власних інтересів, впевненість у собі та зневага до ворогів, самолюбство, незалежність суджень, впевненість у власних переконаннях, власний шлях, суб'єктивність суджень, твердість у власній позиції, гордіня, життєві орієнтири і пріоритети, завищена самооцінка щодо себе і своєї нації.

Всі із виділених фразеологізмів мають оцінку чи оцінювання у своєму значенні чи представляють дію, виходячи з власних потреб, інтересів, пріоритетів, самолюбства, самовпевненості, гордині чи інших проявів власного еґо, що актуалізує їх ціннісний аспект.

Аналіз близько 1550 найуживаніших французьких фразеологізмів дозволяє зробити висновки про ієрархію аксіологічно домінантних концептів у французькій фразеологічній картині світу та про зміст і структуру фрейму „Егоцентризм” на основі фразеологічних одиниць, які його репрезентують.

*Ключові слова:* фразеологічна картина світу, фрейм, цінність, аксіологічно домінантний концепт.

### **Шаповалова Л. В. Аксиологически доминантный концепт „Эгоцентризм” во французской фразеологической картине мира**

В статье на основе антропоцентрической когнитивно-коммуникативной парадигмы лингвистического исследования, которая сложилась в XXI в., проанализированы чаще всего употребляемые французские фразеологические единицы с целью выделения аксиологически доминантного концепта французской фразеологической картины мира и построения его модели.

В результате исследования выяснено, что аксиологически доминантным концептом французской фразеологической картины мира является фрейм „Эгоцентризм”.

Выделенные фразеологические единицы распределены по группам, которые представляют слоты в структуре концепта



„Эгоцентризм”. В каждом слоте отмечаются отдельные элементы значения, подтвержденные фразеологизмами, которые их вербализируют.

Фразеологизмы, репрезентующие концепт „Эгоцентризм”, объективируют такие компоненты его значения, как существование своих правил жизни, оценивание чего-то по своим правилам, разные способы оценивания одного и того же, интерес только к себе; претенциозность, поведение или рассуждение на основе собственных интересов, уверенность в себе и пренебрежение к врагам, независимость суждений, твердость собственной позиции, гордыня, жизненные ориентиры и приоритеты, завышенная самооценка по отношению у себе и своей нации.

Все выделенные фразеологизмы имеют оценку или оценивание в своём значении или представляют действие, исходя из собственных потребностей, интересов, приоритетов, самолюбия, самоуверенности, гордыни или других проявлений собственного эго, что актуализирует их ценностный аспект.

Анализ около 1550 наиболее употребляемых французских фразеологизмов позволяет сделать выводы об иерархии аксиологически доминантных концептов во французской фразеологической картине мира, а также о содержании и структуре фрейма „Эгоцентризм” на основе фразеологических единиц, которые его репрезентируют.

*Ключевые слова:* фразеологическая картина мира, фрейм, ценность, аксиологически доминантный концепт.

### **Shapovalova L. V. Axiologically dominant concept „Egocentrism” in the French phraseological picture of the world**

The article deals with the basis of atropocentric cognitive-communicative paradigm of linguistic research, which developed in the XXI century; the most frequently used French phraseological units are analyzed in order to single out the axiologically dominant concept of the French phraseological picture of the world objectified in them and to build its model.

Based on the study, it was found that the axiological dominant concept of the French phraseological picture of the world is the frame „Egocentrism”.

The selected phraseological units are divided into groups that represent slots in the structure of the frame "Egocentrism". Each slot features individual elements of meaning, illustrated with idioms, that verbalize them.

The isolated idioms convey such components of the meaning of the concept „Egocentrism” as the existence of their own rules of life, evaluation of something by its own rules, different ways of evaluating the same, self-interest, pretentiousness, behavior or opinion based on self-interest contempt for enemies, selfishness, independence of judgment, confidence in their own beliefs, their own way, subjectivity of judgments, firmness in their own position, pride, life goals and priorities, inflated self-esteem about themselves and their nation.

All of the selected idioms have an assessment or evaluation in their meaning or represent an action based on their own needs, interests, priorities, selfishness, self-confidence, pride or other manifestations of their own ego, which actualizes their value aspect.

An analysis of about 1,550 of the most commonly used French idioms allows us to come to conclusions about the hierarchy of axiologically dominant concepts in the French phraseological picture of the world and about the content and structure of the frame “Egocentrism” based on phraseological units that represent it.

*Key words:* phraseological picture of the world, frame, value, axiologically dominant concept.

Стаття надійшла до редакції 19.10.2020 р.

Стаття прийнята до друку 20.10.2020 р.

Рецензент – д. філ. н., проф. Кобзар О. І.