

Научная статья

УДК

5.9.6. Языки народов зарубежных

стран (английский)

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ НАТУРОНИМ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Игорь Владимирович Чекулай¹, Ольга Николаевна Прохорова², Владимир Сергеевич Пугач³, Наталья Александровна Лазарева⁴

^{1,2,3,4}Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия

¹chekulai@bsu.edu.ru

²olgitsa2010@yandex.ru

³pugach@bsuedu.ru

⁴nata.lazareva@mail.ru

Аннотация. Изучение лексических единиц в языковедческой литературе представляет особый интерес, поскольку опыт духовного и культурного развития человека фиксируется названиями реальных предметов и явлений окружающей действительности. Актуальность заключается в необходимости определения способов передачи фразеологизмов с компонентом натуроним как культурных реалий, отражающих национальное своеобразие народа. Впервые использованы фразеологические единицы со словами, номинирующими растения, животных, природные явления, небесные тела и звезды, которые фиксируют и отражают процессы восприятия и освоения мира в той или иной культуре. Таким образом, исследование натуронимов может помочь в решении терминологических, лингвокультурных, этнолингвистических и лингводидактических проблем.

Ключевые слова: фразеологизм, фразеологическая единица, фразеологическое значение, национально-культурная особенность, натуроним

Для цитирования: Чекулай И.В., Прохорова О.Н., Пугач В.С., Лазарева Н.А. Национально-культурные особенности фразеологизмов с компонентом натуроним в английском языке // Лингвистика и образование. 2025. – Том 5. – № 2. – С. 136-147. <https://doi.org/10.17021/2712-9519-2025-2-136-147>

Original article

NATIONAL AND CULTURAL FEATURES OF PHRASEOLOGICAL UNITS WITH A NATURONYM COMPONENT IN THE ENGLISH LANGUAGE

Igor V. Chekulay¹, Olga N. Prokhorova², Vladimir S. Pugach³, Nataliy A. Lazareva⁴

^{1,2,3,4} Belgorod state national research university, Belgorod, Russia

¹chekulai@bsu.edu.ru

²olgitsa2010@yandex.ru

³pugach@bsuedu.ru

⁴nata.lazareva@mail.ru

Abstract. The study of lexical units in linguistic literature lays a special interest, since the experience of spiritual and cultural human development is fixed by the names of real objects and

phenomena of the surrounding reality. The relevance lies in the necessity of determining the ways of transferring phraseological units with the component naturonym as cultural realities reflecting the national individuality. For the first time we used phraseological units with words nominating plants, animals, natural phenomena, celestial bodies and stars, which fix and reflect the processes of perception of the world in this or that culture. Thus, the study of naturonyms can help in solving terminological, linguocultural, ethnolinguistic and linguodidactic problems.

Keywords: phraseologism, phraseological unit, phraseological meaning, national-cultural peculiarity, naturonym

For citation: Chekulay I.V., Prokhorova O.N., Pugach V.S., Lazareva N.A. National and cultural features of phraseological units with a naturonym component in the English language, *Linguistics & education*, 2025. – Vol. 5 – No. 2. – Pp. 136-147. <https://doi.org/10.17021/2712-9519-2025-2-136-147>

Фразеологизмы, будучи неотъемлемой частью культуры, несут в себе отпечаток национального характера, отличаются стилистическим разнообразием и эмоциональной окраской, а их значение может меняться в зависимости от контекста. Фразеологические единицы представляют собой важнейший пласт языковой системы, в котором концентрируется национально-культурное своеобразие народа, их изучение способствует более глубокому пониманию культуры и языка в целом. Важной задачей современной лингвистики является изучение того, как культура отражается в языке. Анализ национально-культурной специфики фразеологических единиц позволяет глубже понять различные аспекты жизни народа – носителя языка, выявить общие и уникальные черты его мировосприятия. Кроме того, понимание специфики фразеологических единиц имеет важное значение для межкультурного общения, поскольку обеспечивает точное восприятие заложенного в них смысла. В связи с этим рассмотрение фразеологизмов-натуронимом в английском языке сквозь призму национально-культурной специфики актуально.

Н.Ф. Алефиренко, А.В. Кунин, В.М. Мокиенко, В.Н. Телия определяют фразеологические единицы как важный лингвокультурный феномен, который выполняет функцию сохранения и трансляции национального культурно-исторического наследия через языковые средства [1; 2; 3; 4]. Их национальная специфика является неотъемлемой частью семантики. Возникновение фразеологических единиц обусловлено образным

восприятием мира, сформированным под влиянием истории и духовных ценностей этноса. Именно фразеология наиболее полно отражает национальную культуру, чьи образы выражают особое мировосприятие, сформированное культурными особенностями страны [5, с. 24].

Анализ национальных особенностей фразеологизмов помогает не только в лингвистических исследованиях, но и в межкультурной коммуникации, позволяя лучше понимать особенности национального характера и культурные коды, заложенные в языке. Процесс расширения номенклатуры натуронимов⁷ представляет собой сложное взаимодействие языковых процессов и экстралингвистических факторов. В нашей работе натуронимы включают в себя несколько групп: 1) фитонимы; 2) зоонимы; 3) космонимы (астронимы); 4) природные явления.

Современная лингвистика уделяет значительное внимание изучению языка в неразрывной связи с культурой его носителей, где фразеология занимает важное место благодаря своей высокой лингвистической и страноведческой ценности. Как подчёркивают исследователи Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров, национально-культурная значимость фразеологических единиц формируется тремя ключевыми компонентами [6, с. 178-179]:

1. Фразеологические единицы, которые отражают национальную культуру во всей её совокупности, включая все элементы и смысловые оттенки. Для большинства подобных фразеологизмов сложно подобрать полноценный аналог в другом языке. Среди таких в первую очередь можно назвать фразеологические единицы, отражающие традиции и обычаи, например, **good vine needs no bush** – хороший товар сам себя хвалит, выражение используется, чтобы подчеркнуть, что **истинно хороший продукт (или человек) не требует излишней саморекламы** – его

⁷ Авторский термин. В рамках лингвистической терминологии была осуществлена концептуальная интеграция специализированных номинативных категорий – фитонимов (наименования растительных объектов), зоонимов (наименования животных), космонимов (наименования астрономических объектов) и терминологии природных явлений под единым понятием «натуроним» (от лат. nature – «природа»).

достоинства говорят сами за себя. Фразеологизм восходит к традициям средневековой Англии и имеет интересную историю. В XVI–XVII веках английские трактирщики и торговцы вином вывешивали у входа плющ как знак того, что здесь продают вино. Эта традиция связана с античными временами, когда виноградная лоза или плющ ассоциировались с Дионисом – богом виноделия. Если вино было плохим, хозяин старался привлечь покупателей яркой вывеской. Но качественное вино "рекламировало себя само", и ему не требовалось дополнительных украшений. *She never brags about her achievements, but everyone respects her. Truly, good wine needs no bush* – Она никогда не хвастается успехами, но все её уважают. Действительно, хорошее вино не нуждается в рекламе.

Pigeon's milk – обозначает нечто абсолютно нереальное, выдуманное и недостижимое. Это аналог русского "голубинового молока" как символа чего-то недостижимого [7]. *His promises were like pigeon's milk – sweet to imagine but impossible to obtain* – Его обещания были как голубиное молоко – приятны в мечтах, но недостижимы. В данном примере метафорическое использование для описания пустых обещаний.

2. Фразеологизмы, которые отражают национальную культуру языка отдельными лексическими компонентами в составе фразеологической единицы: **make the eagle scream** (досл. заставить орла кричать) означает «произносить ура-патриотические речи, превозносить американский образ жизни» и содержит прямой отсыл к национальной символике США, где орёл является центральным элементом герба и олицетворением американских ценностей [2].

Английский фразеологизм **halcyon days** (досл. дни зимородка) описывает идиллический период покоя, счастья и благополучия, часто с ностальгическим оттенком. В средиземноморских странах зимой (часто в декабре) бывает период штиля, который называли "halcyon days" – считалось, что в это время зимородки выют гнёзда на воде [2, с. 215]. Например: *The president spoke fondly of the halcyon days of his first term, ignoring current crises*

– Президент с теплотой вспоминал безоблачные дни своего первого срока, игнорируя нынешние кризисы. Пример ироничного употребления, подчеркивающего контраст между прошлым и настоящим.

Некоторые фразеологизмы обладают интересной особенностью – они включают в себя лексические компоненты, заимствованные из региональных вариантов английского языка, таких как шотландский, ирландский или австралийский. Ярким примером служит выражение **jump at something like a cock at a groser (groset)**, которое образно описывает ситуацию, когда кто-то с энтузиазмом и немедленно хватается за возможность или предложение [8]. Ключевой компонент "**groser/groset**" – крыжовник имеет шотландское происхождение, что придает фразеологизму особый локальный колорит. Не just jumped at the ready penny like a cock at a grosert – Он с жадностью бросился за деньгами (как говорят шотландцы – будто петух, увидевший крыжовник).

Широкое распространение фразеологизмов с компонентом **turkey** в английском языке обусловлено двумя основными причинами: **1. историко-экономическим фактором.** Активная торговля между Англией и американскими колониями в XVI-XVIII веках способствовала проникновению индейки в Европу. Птица, будучи экзотическим товаром из Нового Света, быстро заняла важное место в английской гастрономической культуре; **2. культурным фактором.** Индейка приобрела статус культового праздничного блюда: как главное угощение рождественского стола в Великобритании и как неизменный атрибут Дня Благодарения в США.

Такое уникальное сочетание исторических обстоятельств и культурных традиций сделало индейку значимым концептом, отразившимся в языке через многочисленные фразеологические выражения.

Ярким примером служит выражение **(as) red as a turkey-cock** (досл. **красный как индюк**), которое описывает человека, **покрасневшего от сильных эмоций** – гнева, стыда или смущения – аналог русского **красный как рак** [5], например: The minister turned red as a turkey-cock during the

interview when journalists mentioned his offshore accounts - Министр покраснел, как индюк, во время интервью, когда журналисты заговорили о его офшорах. В современном английском это выражение считается устаревшим – чаще используют **red as a beetroot** (свёкла) или **red-faced**. Однако в литературе и юморе оно сохраняется для образности. Фразеологическое выражение **like turkey voting for Christmas** (досл. **как индюк, который голосует за Рождество**) означает, что человек действует вопреки своим интересам или добровольно соглашается на что-то губительное [7], например: *If small shops accept the megacorporation's terms, it's like turkeys voting for an early Christmas* – Если маленькие магазины примут условия корпорации, это будет добровольным самоубийством.

Английский язык богат фразеологизмами с названиями домашних птиц: *goose, chicken, cock, duck*, что напрямую связано с историческим развитием сельского хозяйства в Англии. Это явление объясняется несколькими факторами: 1) традиционным укладом жизни – разведение птицы было важной частью английского фермерского хозяйства; 2) близостью человека к природе – наблюдая за повадками птиц, люди создавали меткие сравнения; 3) народной смекалкой – многие выражения возникли как яркие метафоры из крестьянского быта. Например: **cook one's (own) goose** – погубить себя, подорвать свои позиции; совершить фатальную ошибку, ведущую к краху [7], например: *By ignoring the market trends, the company cooked its own goose and went bankrupt* – Компания сама себя погубила, проигнорировав тренды; **tame as a chicken** – крайне послушный, покорный, безропотный [7]; **live like a fighting cock** – жить в роскоши и комфорте, быть избалованным [7], например: *These influencers live like fighting cocks while their followers count pennie* – Эти блогеры живут как короли, пока их подписчики считают копейки.

Национальное восприятие образов домашних птиц в разных культурах имеет существенные различия. Например, английские фразеологизмы с компонентом **pigeon** приобретают особые смысловые оттенки: **a clay pigeon**

(досл. **глиняный голубь**) означает легкую цель и человека в уязвимом положении [7]; **shoot at a pigeon and kill a crow** (досл. **стрелять в голубя, а убить ворону**) используется в ситуациях, когда цель не достигнута или, когда действия привели к совершенно иным последствиям [7].

Образ петуха в английском языке используется для описания человека, характеризующегося агрессивностью, задиристостью и безрассудной храбростью, например: **the cock of the school** – главный задира или неформальный лидер в школе; ученик, который доминирует над другими [7], например: *The prefects strutted like cocks of the walk until the day the juniors rebelled* – Старшеклассники важничали, как петухи, пока младшие не устроили бунт; **a fighting cock** описывает человека, который любит провоцировать конфликты, а также неуступчив и готов драться за свои интересы [7], например: *The senator behaves like a fighting cock, attacking opponents instead of debating policies* – Этот сенатор ведёт себя как петух на ринге: атакует оппонентов вместо дискуссий.

3. Фразеологизмы, которые отражают национальную культуру через модели фразеологических единиц. Иными словами, свободные словосочетания описывали особенности быта, культуры и истории народа: **high tea** – это британская традиция позднего дневного приёма пищи (обычно между 17:00 и 19:00), который включает в себя сытные блюда, чай и десерты. Вопреки распространённому заблуждению, это не аристократический "afternoon tea" (с изысканными сэндвичами и сладостями), а рабочий ужин. Термин появился среди фабричных работников и фермеров Северной Англии и Шотландии. После тяжёлого труда люди нуждались в калорийной еде, а не в изысканных бутербродах. Например: *Don't confuse afternoon tea at The Ritz with a Yorkshire high tea – the latter involves shepherd's pie!* – Не путайте послеобеденный чай в "Ритце" с йоркширским "high tea" – последний включает "пастуший пирог"!

Фразеологизм **in a fog** означает состояние растерянности, непонимания. Это выражение уходит корнями в британскую метеорологическую

реальность и культурные ассоциации, связанные с туманом. Лондон и другие города Великобритании исторически страдали от густых туманов. В таких условиях видимость падала до нуля, люди буквально терялись в тумане, что породило метафору "**быть в замешательстве**". В викторианскую эпоху туман стал символом загадочности и неопределённости в литературе: Чарльз Диккенс использовал туман как метафору социальной несправедливости, а Артур Конан Дойл делал лондонский туман атрибутом тайн и преступлений. Например: *The flu left me in a fog for days – I couldn't even remember my phone number* – После гриппа я несколько дней был как в тумане – даже номер телефона не мог вспомнить.

Национально-культурная специфика фразеологизмов может выражаться через: буквальное значение компонентов, когда прямое значение словосочетания отражает уникальную ситуацию, характерную для культуры народа-носителя языка и образную основу – на базе этой ситуации формируется переносное (идиоматическое) значение [5, с. 13]. Такие фразеологизмы могут рассказать об исторических фактах или событиях, например: **as well be hanged (or hung) for a sheep as a lamp** – “семь бед – один ответ”, смысл в том, что если наказание ждет уже за овцу, то можно и ягненка прихватить. То есть, если результат один и он уже ждет, можно не сдерживаться в поступках. Речь идёт о суровом законодательном акте старой Англии, согласно которому за кражу овцы предусматривалась высшая мера наказания – смертная казнь через повешение.

Фразеологизм **save for a rainy day** – "откладывать на чёрный день". В сельской Англии дождь означал невозможность работать в поле (посев, сбор урожая, уход за скотом). В такие дни доходы прекращались, но расходы на еду и содержание семьи оставались, поэтому приходилось откладывать зерно, деньги или припасы, чтобы пережить непродуктивные периоды. Фразеологизм раскрывает ключевые ценности английской культуры: прагматизм, ответственность, климатический фатализм. Например: *Our company always keeps 3 months' worth of operating costs in reserve – it's our way*

of saving for a rainy day – Наша компания всегда держит запас на 3 месяца работы – это наш способ подготовиться к кризису.

А.В. Кунин говорит о нескольких источниках происхождения исконно английских фразеологических единиц, основанных на английских реалиях, связанных с именами ученых, писателей, также о фразеологизмах, связанных с астрологией и карикатурами, в которых отражаются традиции и обычаи английского народа, взятые из сказок, фразеологические единицы терминологического происхождения [2, с. 112-115]. В.Н. Телия, исследуя, как культура влияет на понимание фразеологизмов, выделяет следующие основные источники, из которых черпается их значение: 1) лексические единицы и фразеологизмы, обладающие дополнительным смысловым подтекстом, выходящим за рамки буквального значения; 2) устойчивые образы, концепты и речевые формулы, сформировавшиеся под влиянием библейских текстов и церковной традиции; 3) совокупность знаний и представлений, сложившихся как в национальной, так и в мировой культуре в процессе исторического развития; 4) уникальные явления материальной и духовной культуры, характерные для конкретного этноса и зафиксированные в справочных изданиях [4, с. 240]. Фразеологизм **talk turkey** – говорить прямо, честно и по делу, без лишних предисловий или уклончивости [9]. Этот фразеологизм, связанный с Днем благодарения, призывает к откровенному и честному разговору, особенно когда собеседник увильивает, шутит невпопад или пытается скрыть правду. Легенда гласит, что индеец, обманутый при дележе птиц (получивший невкусных воронов вместо индеек), потребовал прекратить уловки и перейти к сути дела, сказав: "Stop talking birds, let's talk turkey" – "Прекрати меня обманывать, давай поговорим серьезно". Таким образом, фраза стала синонимом призыва к прямоте и серьезности в разговоре.

Английский фразеологизм **to be no spring chicken** (не первой молодости, немолодой) появился еще в 18 веке [7]. В то время еще не было инкубаторов для цыплят, и маленькие птенцы не выживали в холод. Именно

поэтому цыплят не выращивали зимой, и первые появлялись только весной. Их мясо стоило очень дорого, некоторые продавцы пытались выдать тушку старой курицы за мясо весеннего цыпленка. Понимающие покупатели говорили, что это не весенний цыпленок. Со временем этот фразеологизм стал очень популярным. “Charles is a handsome man, but he is no spring chicken” – “Чарльз очень симпатичный мужчина, хотя он уже и немолод”.

A nest of singing birds (досл. гнездо певчих птиц) служил поэтическим фразеологизмом для обозначения **плеяды английских лирических поэтов елизаветинской эпохи (XVI век)** [7].

Перу Шекспира принадлежит фразеологизм **know a hawk from a handsaw** – понимать, что к чему [7].

Можно сделать вывод, что фразеологизмы, содержащиеся в своем составе натуронимы, часто отражают национальную культуру и передают уникальные особенности языка, присущие конкретному народу. Были обнаружены фразеологические единицы, прототипы которых уходят вглубь времен, но несмотря на это они остаются актуальными и в наше время. Такие фразеологизмы – это своеобразные свидетели прошлого, отражающие историю и культуру народа, использующего язык. Многие из них имеют аналоги в других культурах, что отражает единство человеческого опыта. Осознание культурного подтекста языка делает общение и восприятие текстов гораздо проще. Важно учитывать лингвострановедческий компонент и видеть в выражениях не только «буквальный» смысл. Изучение национально-культурной специфики устойчивых выражений позволяет глубже понять их образность.

© Чекулай И.В., Прохорова О.Н., Пугач В.С., Лазарева Н.А., 2025

Список источников

1. Алефиренко Н.Ф. Фразеология в свете современных лингвистических парадигм: монография. Москва: ЭЛПИС, 2008. – 270 с.
2. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка: учебник для ин-тов и фак. иностр. яз. М. – Дубна: Высш. шк.; Феникс, 1996. – 381 с.
3. Мокиенко В.М. Славянская фразеология: учеб. пособие для вузов по спец. «Рус. яз. и лит. М.: Высш.шк., 1989. – 286 с.

4. Телия В.Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Языки русской культуры, 1996. – 288 с.
5. Шарая О.В. Национально-культурная специфика немецкой флористической фразеологии: дисс. ... к. филол. н. М., 2005. – 364 с.
6. Верещагин Е.М., Костомаров, В.Г. Язык и культура. Три лингвистические концепции: лексического фона, рече-поведенческих тактик и сапиентемы / под ред. и с послесловием академика Ю.С. Степанова. – М.: Индрик, 2005. – 1040 с.
7. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь. М.: Русский язык, 1984. – 942 с.
8. Oxford idioms. Dictionary for learners of English. Oxford: Oxford University Press, 2006. – 470 p.
9. Cambridge International Dictionary of Idioms. Cambridge: Cambridge University Press, 1998. – 587 p.
10. Арсентьева Е.Ф. Русско-английский фразеологический словарь. Казань: Хэтер, 1999. – 318 с.
11. Квеселевич Д.И. Современный русско-английский фразеологический словарь. М.: Астрель; АСТ, 2002. – 624 с.

References

1. Alefirenko Nikolai F. Frazeologija v svete sovremennyh lingvisticheskikh paradigm [Phraseology in the light of modern linguistic paradigms]: A Monograph. M.: ELPIS, 2008. – 270 p.
2. Kunin A.V. Kurs frazeologii sovremennogo anglijskogo jazyka [The course of phraseology of modern English]: a textbook for students and teachers of foreign lang. M. – Dubna: Higher School; Phoenix, 1996. – 381 p.
3. Mokiyenko V.M. Slavjanskaja frazeologija [Slavic Phraseology]: Textbook for Universities. Higher School; 1989. – 286 p.
4. Teliya V.N. Russkaja frazeologija: semanticheskij, pragmaticheskij i lingvokul'turologicheskij aspekty. [Russian phraseology: semantic, pragmatic and linguoculturological aspects.] Moscow: Languages of Russian Culture, 1996. – 288 p.
5. Sharaya O.V. Nacional'no-kul'turnaja specifika nemeckoj floristicheskoy frazeologii [National and cultural specifics of German floristic phraseology]: dissertation ... cand. philol. scien. M., 2005. – 364 p.
6. Vereshchagin E.M., Kostomarov V.G. Tri lingvisticheskie koncepcii: leksicheskogo fona, reche-povedencheskih taktik i sapientemy [Language and culture. Three linguistic concepts: lexical background, speech-behavioral tactics and sapientema] / ed. and with an afterword by academician Yu.S. Stepanov. – M.: Indrik, 2005. – 1040 p.
7. Kunin A.V. Anglo-russkij frazeologicheskij slovar' [English-Russian phraseological dictionary.] Moscow: Russkiy yazyk Publ., 1984. – 942 p.
8. Oxford idioms. Dictionary of English. Oxford: Oxford University Press, 2006. – 470 p.
9. Cambridge International Dictionary of Idioms. Cambridge: Cambridge University Press, 1998. – 587 p.
10. Arsentieva E.F. Russko-anglijskij frazeologicheskij slovar'. [Russian-English phraseological dictionary.] Kazan: Hater, 1999. – 318 p.
11. Kveselevich D.I. Sovremennij russko-anglijskij frazeologicheskij slovar' [Modern Russian-English phraseological dictionary.] Moscow: Astrel; AST, 2002. – 624 p.

**Чекулай
Игорь Владимирович**

доктор филологических наук, профессор, Белгородский
государственный национальный исследовательский
университет, Белгород, Россия
chekulai@bsu.edu.ru

Chekulai
Igor Vladimirovich

doctor of philology, professor, Belgorod state national research university, Belgorod, Russia
chekulai@bsu.edu.ru

Прохорова
Ольга Николаевна

доктор филологических наук, профессор, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия
olgitsa2010@yandex.ru

Prokhorova
Olga Nikolaevna

doctor of philology, professor, Belgorod state national research university, Belgorod, Russia
olgitsa2010@yandex.ru

Пугач
Владимир Сергеевич

кандидат филологических наук, доцент, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия
pugach@bsuedu.ru

Pugach
Vladimir Sergeevich

candidate of philology, Associate Professor, Belgorod state national research university, Belgorod, Russia
pugach@bsuedu.ru

Лазарева
Наталья Александровна

аспирант кафедры английской филологии и межкультурной коммуникации, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия
nata.lazareva@mail.ru

Lazareva
Natalya Aleksandrovna

postgraduate student of the department of English philology and intercultural communication, Belgorod state national research university, Belgorod, Russia
nata.lazareva@mail.ru