

Оригинальная статья / Original article

УДК 81-23

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-1-29-36>**Фразеологизмы и пословицы с компонентом-фитонимом
в английской лингвокультуре**Ван Ци¹ ✉

¹Белгородский государственный национальный исследовательский университет
ул. Победы, д. 85, г. Белгород 308015, Российская Федерация

✉ e-mail: baghana@yandex.ru

Резюме

Статья посвящена изучению специфики фразеологических единиц и пословиц английской лингвокультуры. Целью работы является осуществление анализа символической специфики фитонимического компонента, входящего в состав фразеологизмов и пословиц, формирующих лингвокультурную картину мира Великобритании.

Методика исследования носит комплексный характер и основана на междисциплинарном подходе, включающем анализ специфики лингвокультуры Великобритании с целью выявления специфических свойств компонентов-фитонимов в составе фразеологических единиц и пословиц, формирующих национальный язык англичан. В ходе исследования были использованы две группы методов: общенаучные методы, к которым относятся анализ и синтез, обобщение, и специальные методы, к которым принадлежат описательный метод, метод компонентного анализа, количественный метод.

Доказано, что символический компонент, входящий в состав фразеологизмов и пословиц, формирует специфические образы в сознании человека, которые вызывают особые ассоциации. Фитонимический компонент в составе фразеологизмов и пословиц в английской культуре является важным строительным материалом, формирующим специфику лингвокультуры в целом. Автор выявляет такие подгруппы фитонимов в составе фразеологизмов и пословиц, как «компонент – дерево», «компонент название дерева», «компонент часть дерева», «компонент плоды дерева» и систематизирует их свойства с позиции лингвокультурологии. В работе утверждается, что качества, типичные для фитонимических компонентов, ассоциируются с человеком и различными аспектами его деятельности.

В результате исследования выявляются такие группы фразеологических единиц и пословиц с компонентом-фитонимом, как «человек», в рамках которой фитонимический компонент описывает внешность, характер, речь человека, а также его умственные способности; «специфика быта человека», подразделяемую на подгруппы «материальный быт» и «нематериальный быт», репрезентирующих особенности материальных и нематериальных ценностей английской лингвокультуры.

Ключевые слова: лингвокультурология; фразеологизм; пословица; компонент-фитоним; английская лингвокультура; символический компонент.

Конфликт интересов: Автор декларирует отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

Для цитирования: Ван Ци. Фразеологизмы и пословицы с компонентом-фитонимом в английской лингвокультуре // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2023. Т. 13, № 1. С. 29-36. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-1-29-36>.

Статья поступила в редакцию 16.01.2023

Статья подписана в печать 27.02.2023

Статья опубликована 15.04.2023

Idioms and Proverbs With a Plant Component in English Language and Culture

Wang Qi¹ ✉

¹ Belgorod State National Research University
85, Pobedy str., Belgorod 308015, Russian Federation

✉ e-mail: baghana@yandex.ru

Abstract

The article is aimed at analyzing the symbolic specificity of the Plant component, being a part of idioms and proverbs, formulating English language and culture ground.

The research methodology is complex and is based two groups of methods, which are general scientific methods group, including analysis and synthesis, generalization, and special methods group, including the descriptive method, the method of component analysis, and the quantitative method.

The research proves that the symbolic component, being the part of idioms or proverbs, make specific images in a person's mind causing special associations. The Plant component in idioms and proverbs especially in modern English culture is an integral part formulating special part of lexis in English culture. The author identifies such subgroups of Plant components as part of idioms and proverbs as "tree components", "tree names components", "tree parts components", "tree fruit components" and systematizes their properties from the standpoint of language and culture symbiosis understanding. The research asserts that the qualities typical for Plant components realization are associated with a person and various aspects of his activity.

The research work results in two groups of idioms and proverbs with a Plant component classification types revealing main aspects of British culture by means of symbolic ideas: the group "man" describing peculiar features of man's appearance, character, speech, mental abilities; and the group "specific features of human life", being subdivided into subgroups "material life" and "immaterial life", representing the features of tangible and intangible values of English language and culture.

Keywords: language and culture; idioms; proverb; Plant component; English language and culture; symbolic component.

Conflict of interest: The Author declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

For citation: Wang Qi Idioms and Proverbs With a Plant Component in English Language and Culture. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics.* 2023, 13(1): 29–36 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-1-29-36>.

Received 16.01.2023

Accepted 27.02.2023

Published 15.04.2023

Введение

Английский язык в настоящее время признан средством глобальной коммуникации, представляя собой средство для достижения успеха в сфере политики, экономики, юриспруденции, компьютерных технологий, образования. Знание культуры в процессе овладения английским языком, как языком иностранным, представляется нам весьма значимым, так как изучение языка неразрывно связано с

познанием особенностей его культуры. В нашем исследовании анализ проводится с позиции лингвокультурологии, для которой свойственен именно такой подход, сочетающий проведение комплексного исследования взаимоотношений языка и культуры на примере английской лингвокультуры.

На наш взгляд, именно фразеологический состав любого языка как нельзя лучше отражает специфику той или иной

лингвокультуры, так как фразеологизмы были сформированы под влиянием исторического, культурного и языкового типов взаимодействия, и они продолжают функционировать в качестве устойчивых единиц в современной языке.

В ходе нашей работы мы рассматриваем специфику фразеологизмов и пословиц, в состав которых входит компонент-фитоним в современном английском языке. Целью работы является выявление ключевых свойств фразеологизмов и пословиц английского языка с компонентом-фитонимом, формирующих лингвокультурную картину мира британцев. Растения всегда играли значимую часть в жизни человека, предоставляя кров, пищу, предметы быта.

Актуальность исследования обусловлена недостаточной изученностью различных аспектов формирования фразеологической картины мира на примере английской лингвокультуры и необходимостью проведения комплексного лингвокультурного анализа фитонимических элементов в составе английских фразеологизмов и пословиц для выявления специфики их символического компонента.

Материалы и методы

В ходе исследования применялась группа общенаучных методов, к ключевым из которых в рамках данной работы принадлежат анализ и синтез; в группу частных методов входят описательный метод, позволяющий изучить отдельные единицы и понятия языковой системы, структурный метод, способный выявить не только отдельные языковые единицы, но также и провести анализ их структурных взаимоотношений. Практическая часть работы осуществлялась при помощи метода сплошной выборки фразеологических единиц и пословиц, в состав которых входит фитонимический компонент, на материале словарей английского языка.

Результаты и обсуждение

В исследованиях зарубежных ученых отмечается, что «пословицы играют важную роль в процессе изучения английской культуры, именно они по праву называются собранием мыслей мудрых людей» [1]. Пословицы представляют собой результат накопленных знаний, который был приобретен и передается от одного поколения к другому. Важным качеством пословиц является их способность функционирования как неизменных единиц в разных сферах коммуникации: формальной и неформальной. Пословицы используются для передачи богатых культурных традиций, фольклора и ожидаемых моделей поведения. Форма пословиц отличается лаконичностью, что способствует их практическому применению во всех аспектах жизни. Английские исследователи отмечают, что пословицы необходимо анализировать в контексте культуры [2].

В рамках английского языкознания принято выделять такие подтипы пословиц, как: «*proverbial comparisons*» - пословичные сравнения, например, «*as like as two peas*» - похожи как две капли воды; «*proverbial interrogatives*» - пословицы, содержащие вопросительную интенцию, например, «*Does a chicken have lips?*» - риторический вопрос, не требующий ответа, означает, что все итак очевидно; *twin formulas* – так называемые «формулы-близнецы», например, «*The higher the tree, the sweeter the plum*» - чем выше плод, тем он слаще [3].

Основываясь на критерии стилистического приема, на котором сформирована та или иная пословица, принято выделять: пословицы, основанные на аллитерации, например, «*Forgive and forget*» - «с глаз долой из сердца вон»; пословицы, базирующиеся на принципе параллельных конструкций, например, «*While the grass grows, the horse starves*» - все время ждать надоедает; пословицы, сформированные на основе рифмы, например, «*No herb will cure love*» - Тот, у кого нет детей, не знает, что такое любовь; послови-

цы, которые основываются на эллиптических конструкциях, например, «*As the tree, so the fruit*» - яблочко от яблоньки не далеко падает [4].

В нашем исследовании мы исследуем пословицы с компонентом-фитонимом, уделяя особое внимание образу, который создается благодаря компоненту-фитониму. Символьный компонент в составе пословицы формирует те или иные образы растений в сознании пользователей. Эти изображения обязательно вызывают конкретные ассоциации, например, это может быть дерево, цветок, какой-то фрукт и так далее.

В нашей работе мы выявили такие подгруппы компонентов-фитонимов в составе пословиц, как:

- компонент – *дерево* например, «*as the tree falls, so shall it lies*» [2] - как корабль назовешь, так он и поплывет;

- компонент *название дерева*, например, «*great oaks grow from little acorns*» [4] - каждый дуб был когда-то жёлудем = большое дело вырастает из малого;

- компонент *часть дерева*, например, «*root*» - корень, «*leaves*» - листья, «*thorn*» - шип: «*a thorn in one's side*» [4] - источник постоянного раздражения или неприятностей; «*to walk on thorns*» [2] - находиться в мучительном состоянии;

- компонент *плоды дерева*, например, «*fruit*» - фрукт: «*A tree is known by its fruit*» [1] - человек известен по своим делам, «*apple*» - яблоко, «*a rotten apple spoils the barrel*» [5] – буквально «гнилое яблоко портит бочонок», в русском языке соответствует пословице «одна паршивая овца всё стадо портит».

В нашем исследовании фитоним в составе фразеологизмов и пословиц позволил выявить специфику определенных качеств, приписываемых человеку благодаря сравнению с тем или иным фитонимическим компонентом. Часто пословицы представляют собой высказывания с номинациями растений, которые по своей

сути являются отражением самих людей, а также их опыта, мыслей и чувств.

Практический материал исследования позволил нам выявить две группы фразеологизмов и пословиц с компонентом-фитонимом, описывающих человека и специфику его быта.

1. Группа «человек» в нашем исследовании включает в себя фразеологизмы и пословицы с компонентом-фитонимом, описывающие внешность и характера человека, а также его умственные способности.

Следует отметить, что в рамках английской лингвокультуры фитоним *grass* – *трава* часто применяется относительно простых людей, иногда носит уничижительный оттенок, например фразеологизм *Grass roots* – *трава* – изначально описывал низшие слои английского общества - крестьян. В современном английском языке фразеологизм *Grass roots* часто используется политиками для описания избирателей с низким уровнем дохода, например:

I refer to the ordinary people, you are grass roots of modern England [6] – Я обращаюсь к вам, обычные люди, избиратели, которые нуждаются в поддержке.

Часто фитонимические компоненты, входящие в состав фразеологизмов и пословиц, служат строительным материалом для создания внешнего образа человека, например:

«*Don't judge a tree by its bark*» [7] - внешность обманчива,

«*As fresh as a daisy*» [8] - буквально «свеж как маргаритка», употребляется по отношению к нетерпеливому человеку, полному энтузиазма.

«*As like as two peas in a pod*» [7] - буквально «похожи как две горошины в одном стручке», употребляется относительно похожих внешне людей.

«*The fairest rose at last withered*» [9] - даже самая красивая роза завянет. Данная пословица описывает неизбежность старения и потери привлекательности женщин с возрастом.

Умственные способности человека так же, как и его внешние качества, описываются в английской лингвокультуре при помощи компонентов-фитонимов в составе фразеологизмов, например:

«*to know how many beans make five*» [8] – «сколько нужно бобов чтоб получилось пять».

Следует отметить, что изначально существовал вариант «*to know how many blue beans make five white ones*» [3] – знать, сколько синих фасолин составляют пять белых, и разумный ответ был – пять (когда кожица очищена). Данный фразеологизм употребляется по отношению к человеку, который способен быстро, четко и грамотно решить проблемы, описывает высокие умственные способности.

Такое качество, как глупость и отсутствие ума у человека передается в английской фразеологии при помощи фитонимического компонента *tree* – *дерево*, например:

«*out of your tree*» – чрезвычайно глупый, тупой:

Well, he is out of the tree! How could he say all this [10] – Он чрезвычайно глуп! И как он мог сказать все это.

Фитонимы в составе фразеологизмов и пословиц часто являются средством наделения определенных качеств характера человеку, например:

«*Oaks may fall when reeds stand the storm*» [7] – буквально «Буря валит дубы, а тростник может устоять», в русском языке соответствует пословице «мал да удал». Приведенная пословица построена на принципе противопоставления внешних и внутренних качеств деревьев *Oak* – *дуб* и *reed* [10] – *тростник*, а, следовательно, и человека.

«*Every bean has its black*» [11] – дословно «у каждого боба есть свое пятно». Употребляется в значении «у каждого есть свои недостатки».

«*An apple doesn't fall far from the tree*» [5] – яблоко от яблони не далеко.

«*Couch potato*» [4] – фразеологизм с компонентом-фитонимом *potato* – *кар-*

тофель. Употребляется относительно ленивого человека, который предпочитает большую часть времени лежать на диване, смотреть телевизор, при этом ест вредную пищу.

Следует отметить, что в современном английском языке функционируют также фразеологические единицы с компонентом-фитонимом, заимствованные из американского варианта английского языка, например:

«*a shrinking violet Fig*» [9] – буквально «сморщившийся фиолетовый инжир», обозначает застенчивого человека:

He's such a shrinking violet Fig [7] – Какой-же он застенчивый!

I am not exactly a shrinking violet, but I don't have the guts to say what you said to her [6] – И не такой уж я тихоня, но у меня не хватает смелости сказать ей то, что ты сказал.

Группа «специфика быта человека» в нашем исследовании анализируется, принимая во внимание социологический подход. Быт с позиции социологии рассматривается с двух сторон: материальной и духовной позиции.

Исследование материальной стороны быта включает в себя изучение средств, служащих для удовлетворения материальных потребностей человека в процессе приготовления пищи, изготовления одежды, постройки жилья и других материальных потребностей. В свою очередь, духовная сторона быта имеет тесную связь с материальной и связана с удовлетворением духовных потребностей человека. В ранг духовной стороны быта входят такие аспекты человеческой деятельности, как воспитание детей, отношения между людьми, усвоение информации, традиции и обычаи общества.

Важно отметить, что быт и его специфика всегда обусловлены спецификой исторического развития общества, в быту много определяется групповыми и индивидуальными условиями жизни человека. Для определения специфики быта необходимо учитывать особенности группы

лиц, его составляющих. Обычно такие союзы людей являются немногочисленными образованиями и относятся к типу малых групп. В ранг наиболее частотных форм объединения людей в такие союзы является семья или группы по определенным интересам, например, группы подростков, группы молодежных компаний.

Анализ продуктивности фитонимических компонентов в составе фразеологических единиц и пословиц, символизирующих элементы быта в рамках английской лингвокультуры, показал, что подгруппа «нематериальные элементы быта» является преобладающей.

Часто в основе пословицы с компонентом-фитонимом заложена идея, которая передает собой мудрый совет, передаваемый в форме нематериальных ценностей. Например, компонент *Fruits* – *фрукты* ассоциируется с достижениями человека, говорит о его успешности:

- «*Forbidden fruit is the sweetest*» [11] - запретный плод сладок в двойне. Рассматриваемая пословица употребляется в ситуации, когда человек после длительных испытаний наконец-то достиг успеха.

- «*Life is just a full bowl of cherries*» [4] - буквально «жизнь – тарелка вишни», в русском языке имеет аналог - жизнь – малина, что обозначает иметь жизнь полную радостей и быть довольным.

- «*Every rose has its thorn*» [7] - нет роз без шипов. В анализируемой пословице подчеркивается мысль о том, что успех не мыслим без преодоления трудностей. Подобная мысль прослеживается и в другой английской пословице - «*Under the thorn grows the roses*» [6] - буквально «под шипами растут розы».

- «*Don't let the grass grow round your feet*» [7] - буквально «Не позволяй траве расти вокруг твоих ног» означает не терять времени зря, делать что-то без задержки. В данной пословице используется фитоним *grass* – *трава* в описании жизненных проблем, промедлений.

- «*Weeds grow apace*» [4]- буквально «Сорняки растут быстро», что означает «плохие новости приходят быстро». Фитонимический компонент *Weeds* – *сорняки* в данном случае сравнивается с неприятными новостями.

- «*A drowning man will catch a straw*» [5] - буквально «утопающий за соломинку схватится».

- «*There's a small choice in rotten apples*» [4] - буквально «среди гнилых яблок выбор невелик», соответствует русской пословице «хрен редьки не слаще».

Компонент-фитонимом, символизирующий нематериальные элементы быта, часто входит в состав фразеологических единиц в английской лингвокультуре, например:

- «*carrot and stick*» [11] – дословно «морковка и палка», соответствует в русском языке фразеологизму «кнул и пряник». Значение данного фразеологизма обусловлено его этимологией. Идея фразеологизма состоит в том, чтобы предложить ослу морковку и заставить его двигаться, а далее использовать палку – в качестве силы, если он отказывается сдвинуться с места. Тем самым была сформирована идея о том, какую стратегию лучше использовать для воспитания – путем наказаний и поощрений.

Некоторые фразеологизмы были заимствованы из американского варианта английского языка, например:

- «*hear something on the grapevine*» [3] - буквально «услышать что-то от виноградной лозы». Значение анализируемого фразеологизма продиктовано историческими особенностями – когда во время гражданской войны в США во время трансляции новостей говорили «*passed by grapevine telegraph*». В современном английском языке этот фразеологизм имеет значение «услышать что-то из неофициальных источников, слушать сплетни» [5].

Подгруппа «материальные элементы быта» является менее продуктивной в рамках анализа функционирования фразеологических единиц и пословиц с ком-

понентом-фитонимом, формирующих лингвокультурную картину мира английской культуры.

Примеры:

«*Corn is the staff of life*» [1] - Хлеб – всему голова;

«*Corn in Egypt*» [5] - существенные запасы (о еде). Анализируемый фразеологизм был заимствован из наставлений престарелого Иакова своим сыновьям из Книге Бытия. В данном случае фитонимический компонент *Corn* – кукуруза употребляется в значении «хлеб», то есть «пища».

Фразеологизм «*Apple pie order*» [6] - в английской лингвокультуре употребляется в значении «быть в идеальном порядке», например:

His room is a mess, her's in Apple pie order [7] – В его комнате жуткий беспорядок, а вот ее комната – в идеальном порядке.

Пословицы, содержащие в своем составе компонент-фитоним, также отражают специфику материального быта английской лингвокультуры, например:

«*Money is the root of all evil*» [4] - деньги – корень зла. В рассматриваемой пословице компонент «*Root*» - корни употребляется относительно источника проблем.

Выводы

Таким образом, вопросы, связанные с изучением специфики фразеологических единиц, не теряют своей актуальности в современной лингвокультурологии.

В нашем исследовании были проанализированы фразеологические единицы и пословицы, в состав которых входит такой компонент, как фитоним. Практический материал работы позволил выявить такие наиболее продуктивные фитонимические компоненты, как «компонент дерево», «компонент название дерева», «компонент часть дерева», «компонент плоды дерева», что позволило систематизировать их свойства с позиции лингвокультурологии.

Компоненты-фитонимы, являясь частью фразеологических единиц и пословиц современного английского языка, вызывают определенные образы в сознании человека и ассоциируются с различными аспектами его деятельности. Анализ продуктивности фитонимических компонентов в составе фразеологических единиц и пословиц в современном английском языке позволил определить ключевые группы тематики образов, ассоциирующихся с фитонимами, к которой принадлежат такие группы, как: «человек» и «предметы быта». Фитонимический компонент в составе фразеологизмов и пословиц группы «человек» передает специфические черты внешности, характера, речи и умственных способностей человека. В свою очередь, группа «предметы быта», подразделяемая на подгруппы «предметы материального быта» и «предметы нематериального быта» позволяет определить материальные и духовные ценности в рамках английской лингвокультуры.

Список литературы

1. Alrajhi A. S. Static infographics effects on the receptive knowledge of idiomatic expressions // Indonesian Journal of Applied Linguistics. 2020. № 2. P. 315-326.
2. Bradbury N. M. Transforming Experience into Tradition: Two Theories of Proverb Use and Chaucer's Practice // Oral Tradition. 2002. №17. P. 261-289.
3. Adelina C., Suprayogi S. Contrastive analysis of English and Indonesian idioms of human body // Linguistic and Literature Journal. 2020. №1. P. 21-26.
4. Siefring J. The Oxford Dictionary of Idioms. New York : Oxford University Press, 2004. 352 p.

5. Ayto J. *Oxford Dictionary of Idioms (Oxford Quick Reference)*. London : Oxford University Press, 2020. 448p.
6. EnglishDom / All you need is love. URL: <https://www.englishdom.com/blog/poslovicy-all-you-need-is-love-pogovorki-o-lyubvi-v-anglijskom-yazyke/> (дата обращения: 22.01.2023).
7. Yule G. *The study of language*, Cambridge University Press. Cambridge : Cambridge University Press, 2017. 112 p.
8. Fauconnier G., Turner M. *Rethinking Metaphor*. New York: Cambridge University Press, 2008. 32 p.
9. Lingualeo Blog. URL: <https://corp.lingualeo.com/ru/2016/10/25/12-angliyskih-poslovits/> (дата обращения: 29.01.2023).
10. Gibbs R. W. *The Cambridge Handbook of Metaphor*. New York: Cambridge University Press, 2008. 564 p.
11. Wang S. G. *New English Idioms Dictionary*. Beijing: China Renmin University, 2011. 199 p.

References

1. Alrajhi A. S. Static infographics effects on the receptive knowledge of idiomatic expressions. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, 2020, no. 2, pp. 315-326.
2. Bradbury N. M. Transforming Experience into Tradition: Two Theories of Proverb Use and Chaucer's Practice. *Oral Tradition*, 2002, no. 17, pp. 261-289.
3. Adelina C., Suprayogi S. Contrastive analysis of English and Indonesian idioms of human body. *Linguistic and Literature Journal*, 2020, no. 1, pp. 21-26.
4. Siefring J. *The Oxford Dictionary of Idioms*. New York : Oxford University Press, 2004. 352 p.
5. Ayto J. *Oxford Dictionary of Idioms (Oxford Quick Reference)*. London: Oxford University Press, 2020. 448p.
6. English Dom / All you need is love. Available at: <https://www.englishdom.com/blog/poslovicy-all-you-need-is-love-pogovorki-o-lyubvi-v-anglijskom-yazyke/> (accessed 22.01.2023).
7. Yule G. *The study of language*, Cambridge University Press. Cambridge: Cambridge University Press, 2017. 112 p.
8. Fauconnier G., Turner M. *Rethinking Metaphor*. New York: Cambridge University Press, 2008. 32 p.
9. Lingualeo Blog. Available at: <https://corp.lingualeo.com/ru/2016/10/25/12-angliyskih-poslovits/> (accessed 29.01.2023).
10. Gibbs R. W. *The Cambridge Handbook of Metaphor*. New York: Cambridge University Press, 2008. 564 p.
11. Wang S. G. *New English Idioms Dictionary*. Beijing: China Renmin University, 2011. 199 p.

Информация об авторе/ Information about the Author

Ван Ци, ассистент кафедры второго иностранного языка, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация, e-mail: baghana@yandex.ru

Wang Qi, Assistant of the Department of Second Foreign Language, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russian Federation e-mail: baghana@yandex.ru