

ЯЗЫКИ НАРОДОВ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН (С УКАЗАНИЕМ КОНКРЕТНОГО ЯЗЫКА ИЛИ ГРУППЫ ЯЗЫКОВ)/LANGUAGES OF PEOPLES OF FOREIGN COUNTRIES (INDICATING A SPECIFIC LANGUAGE OR GROUP OF LANGUAGES)

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.171.76> EDN: QJCJRET

КУЛЬТУРНЫЙ КОД НАЦИИ В ЗЕРКАЛЕ АНГЛИЙСКИХ МЕТАФОР-ИДИОМ

Научная статья

Мурай О.В.^{1,*}¹ ORCID : 0009-0000-4610-5076;¹ Московский международный университет, Москва, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (murray007[at]mail.ru)

Предложена: 06.08.2026; Принята: 04.09.2026; Опубликовано: 17.09.2026

Аннотация

Статья посвящена исследованию английских метафорических идиом как репрезентантов культурного кода нации — системы маркированных знаков, структурирующих восприятие действительности носителями языка. На материале соматических (с компонентами head, heart, hand) и алиментарных (с компонентами bread, meat, cake) фразеологических единиц, отобранных методом сплошной выборки из фразеологических словарей и корпусов, анализируется, как устойчивые метафоры отражают ценностные ориентации, исторический опыт и особенности мировосприятия англоязычного социума. Особое внимание уделяется оппозиции "Heart vs. Head" как ключевой для английской ментальности, а также гастрономическим образам, вербализующим состояние человека. Исследование выполнено в русле лингвокультурологии и когнитивной лингвистики с привлечением методов компонентного анализа, концептуального моделирования, количественного анализа частотности и контрастивного подхода (сопоставление с русским и немецким языковым материалом). Полученные результаты позволяют реконструировать фрагмент языковой картины мира и выявить культурные доминанты, закреплённые в образной структуре английских идиом.

Ключевые слова: культурный код, метафорическая идиома, лингвокультурология, концептуальная метафора, соматический код, алиментарный код, языковая картина мира.

THE CULTURAL CODE OF A NATION AS REFLECTED IN ENGLISH METAPHORS AND IDIOMS

Research article

Murray O.V.^{1,*}¹ ORCID : 0009-0000-4610-5076;¹ Moscow International University, Moscow, Russian Federation

* Corresponding author (murray007[at]mail.ru)

Suggested: 06.08.2026; Accepted: 04.09.2026; Published: 17.09.2026

Abstract

The article is devoted to the study of English metaphorical idioms as representatives of a nation's cultural code — a system of marked signs that structure native speakers' perception of reality. Using somatic (with components such as 'head', 'heart' and 'hand') and alimentary (with components such as 'bread', 'meat' and cake) idiomatic units, selected by means of a continuous sampling method from idiomatic dictionaries and corpora, the way in which established metaphors reflect the value orientations, historical experience and distinctive traits of the worldview of the English-speaking society is analysed. Particular attention is paid to the opposition 'Heart vs. Head' as key to the English mindset, as well as to gastronomic imagery that verbalises a person's state of mind. The analysis was conducted within the framework of linguocultural studies and cognitive linguistics, using methods of component analysis, conceptual modelling, quantitative frequency analysis and a contrastive approach (comparison with Russian and German linguistic data). The obtained results make it possible to reconstruct a fragment of the linguistic worldview and identify cultural dominants embedded in the figurative structure of English idioms.

Keywords: cultural code, metaphorical idiom, linguocultural studies, conceptual metaphor, somatic code, alimentary code, linguistic worldview.

Введение

В современной лингвистике язык всё чаще понимается не просто как средство коммуникации, а как «зеркало коллективного сознания нации», хранилище её культурной памяти и ценностных ориентаций. Одним из наиболее ёмких воплощений этой идеи являются метафорические идиомы [1]. Они представляют собой не просто образные обороты, а «сжатые нарративы», в которых закодирован многовековой опыт народа, его традиции, верования и социальные нормы. Как справедливо отмечается в исследованиях, «фигуративная структура идиом отражает культурные коды, формирующие языковую картину мира» [11].

В данной статье мы рассмотрим, как именно метафоры-идиомы английского языка служат инструментом реконструкции культурного кода британской и, шире, англоязычной цивилизации. Почему британец в критической ситуации скажет «Keep a stiff upper lip» (держат нос по ветру), а американец — «Bite the bullet» (стиснуть зубы)? И то, и другое означает «мужайся», но за каждой фразой стоит целая эпоха — имперская дисциплина против духа Дикого

Запада. Идиомы — это не просто обороты речи, это цифровые архивы нации. Они хранят ее травмы, победы, страхи и крутильные пристрастия. Как говорил Людвиг Витгенштейн, «границы моего языка означают границы моего мира» [2].

Ключевым понятием для нашего исследования является культурный код. Вслед за Ю.М. Лотманом и В.В. Красных, мы понимаем под ним систему маркированных знаков, которые несут культурно значимую информацию и структурируют восприятие реальности носителями языка [3], [4]. Метафора, в свою очередь, является фундаментальным механизмом мышления, позволяющим осмысливать абстрактные сущности через более конкретный, телесный и культурно-освоенный опыт. Метафорическая идиома представляет собой «точку пересечения» языка, культуры и когниции, где универсальные телесные практики преломляются через уникальную призму национальной истории и аксиологии [10].

Основные результаты

Современные исследователи выделяют 4 базовых типов культурных кодов, наиболее ярко проявляющихся в идиоматике: соматический (телесный), алиментарный (пищевой), пространственный и темпоральный [8], [12]. Анализ этих четырех кодов в английском языке позволяет выявить его ключевые мировоззренческие доминанты. Телесный опыт является первичным для любой культуры, однако его интерпретация глубоко специфична. Выбор термина «идиома» вместо более широких «фразеологизм» или «фразеологическая единица» обусловлен **конкретной лингвистической школой** — в данном случае **школой Н.Н. Амосовой**, представительницей советской и российской фразеологической науки, которая предложила четкое разграничение внутри фразеологического состава языка.

В работах Амосовой фразеологические единицы делятся на две основные группы — фраземы и идиомы. Специфика подхода Амосовой заключается в том, что она предложила **синхронический принцип** анализа фразеологических единиц, изучая отношения слов в контексте и разделяя единицы для логического, семантического и стилистического анализа. В рамках этой школы идиома рассматривается как **минимальная единица с невыводимым значением**, что отличает ее от более широкого понятия фразеологической единицы. Использование термина «идиома» в представленном обосновании опирается на концепцию Наталии Николаевны Амосовой, изложенную в её фундаментальном труде «Основы английской фразеологии» (Ленинград, 1963). Эта работа стала результатом её докторской диссертации и предложила новый, контекстологический подход к изучению фразеологии. Соматическая фразеология английского языка — ценный источник для реконструкции культурных установок англоязычного социума.

Анализ ключевых соматизмов — `head`, `heart`, `hand`, `eye` — позволяет выявить фундаментальные оппозиции английской ментальности. Англоязычная культура, как показывают исследования, подчеркивает приоритет рационального начала. Соматизм `head` (голова) является доминантным, символизируя интеллект, контроль и лидерство, например *to keep one's head* (сохранять спокойствие), *to be head and shoulders above someone* (быть на голову выше). Противопоставление логики и чувств ярко выражено в идиоме *to let one's head rule one's heart* (позволить разуму управлять сердцем). В то же время `heart` символизирует искренность и мужество: *a heart-to-heart talk* (разговор по душам), *lion-hearted* (львиное сердце). Однако, в отличие от восточных культур, где центр чувств может быть иным, в английском `heart` тесно связан с понятием сущности и правды, что отражается в идиоме *in one's heart of hearts* (в глубине души). Английский язык — это поле битвы между эмоциями (Heart) и рассудком (Head). Исследователи констатируют, что в этой битве побеждает холодный разум.

Обсуждение

Пока итальянец или испанец будет страстно жестикулировать, британец скажет «*to let one's head rule one's heart*» (позволить голове управлять сердцем). Выражение «*in one's heart of hearts*» (в глубине души) используется только в исключительных случаях — это интимный код, который редко выносят на публику. В отличие от русской картины мира, где «душа» (soul) — центральный концепт, в английской идиоматике доминирует понятие «Self-made man». Соматизм Hand (рука) здесь символизирует культ действия. Идиома «*to have a hand in something*» (иметь руку в чем-то) и «*hands-on experience*» (практический опыт) — это не просто слова, это манифест протестантской этики, где человек ценится за то, что он сделал руками, а не за то, о чем он мечтал. Соматизм `hand` (рука) символизирует контроль, умение и практическую деятельность. Идиомы *to have a hand in something* (участвовать), *hands-on experience* (практический опыт), *out of hand* (из-под контроля) подчеркивают акцент на «культуре делания» (can-do culture). Символом самостоятельности является идиома *to stand on one's own two feet* (стоять на собственных ногах).

Контрастные исследования показывают, что в других лингвокультурах (например, русской или узбекской) эти же соматизмы могут нести иные, более коллективистские или эмоциональные коннотации [7]. Еда и национальная кухня — специфическая область культуры, которая активно вербализуется в языке. Алиментарный код английских идиом, проанализированный на материале 256 фразеологических единиц, демонстрирует устойчивую метафорическую модель — «Гастрономические образы — это состояние человека» [11]. Эта модель структурируется через несколько ключевых фреймов. При описании физических параметров человека используются лексемы, обозначающие пищу и атрибуты кулинарии, для характеристики телосложения и здоровья. Голод и сытость вербализуются через антропоморфные и артефактные метафоры, отражая базовую потребность в еде и даже состояние опьянения. Эмоциональное состояние человека соответствует идиомам алиментарного кода, которые передают удовольствие, уверенность или страдание. Этот фрейм подразделяется на три основных слота:

1. Слот «Удовольствие» (Pleasure). Идиомы этого слота используют гастрономические образы для выражения удовольствия, радости и наслаждения жизнью. Например, *Life is not all beer and skittles* — «жизнь — это не только пиво и кегли» (т.е. жизнь — это не только сплошное удовольствие и развлечения); *to have one's cake baked* — «иметь свой пирог испечённым» (т.е. быть обеспеченным, успешным); *to have one's bread buttered on both sides* — «иметь хлеб, намазанный маслом с обеих сторон» (т.е. быть в выигрышном положении, иметь всё).

2. Слот «Уверенность» (Confidence). В этом слоте гастрономические метафоры передают чувство уверенности, полноты сил. Например, *'full of beans'* — «полный бобов» (т.е. энергичный, полный жизни, в хорошем настроении).

3. Слот «Страдание/Унижение» (Suffering/Humiliation). Здесь идиомы с компонентами еды, напротив, передают негативные эмоции — горечь, страдание, унижение. Например, *'eat the bread of affliction'* — «есть хлеб скорби/унижения» (т.е. терпеть лишения, жить в страдании). В этой идиоме ключевая лексема *'bread'* (хлеб), которая обычно имеет положительную коннотацию (источник пищи и энергии), в данном контексте приобретает отрицательный смысл. Другой пример, *'eat one's heart out'* — «грызть своё сердце» (т.е. сильно страдать, тосковать, завидовать). Лексема *'eat'* здесь получает метафорическое значение «терзать», и антропоморфная метафора связывает эмоциональное состояние с сердцем. Или, *'humble pie'* — «смиранный пирог» (т.е. унижение, вынужденное признание своей неправоты; выражение *'to eat humble pie'* означает «проглотить обиду, унизиться»). В идиоме заложена семантика бедности и отсутствия материальных благ — это блюдо считалось пищей бедняков.

Как отмечает Т.А. Солдаткина, образная структура этих идиом отражает культурные коды. Ключевыми компонентами в них являются лексемы, обозначающие пищу и процесс её потребления (*'eat'*, *'feast'*, а также *'cake'*, *'ale'*, *'beer'*, *'bread'*, *'doughnuts'*), которые в зависимости от контекста могут иметь как положительную, так и отрицательную коннотацию. Особый интерес представляет концепт *'bread'* (хлеб) в английских поговорках. Исследование 2023 года показывает, что в английском фольклоре *'bread'* выступает не только как символ благосостояния и базовой потребности, но и как инструмент сравнения, символ христианской религии (Божий дар) и даже как элемент мифологии (хлеб как наказание за грехи) [6]. Это указывает на глубокую связь алиментарного кода с религиозными и социальными доминантами культуры. Исследование 2023 года показало, что концепт BREAD (ХЛЕБ) в английском фольклоре — это не просто «всему голова». В английских поговорках хлеб — это символ наказания (мифологический код) и одновременно инструмент классового неравенства (социальный код). В то время как в русской культуре хлеб — это святое (дар Божий), в английской — это часто мера прагматизма (*'bread is the staff of life'* — хлеб это основа жизни, но только если ты его заработал) [5].

Самый яркий пример того, как культурный код взрывает реальность, случился в начале 2024 года. Когда принцесса Уэльская Кейт Миддлтон исчезла из публичного пространства после операции, британские таблоиды растиражировали статью, где анонимные «друзья королевской семьи» заявили, что она занимается *'picking up the pieces of a broken home'* (собирает осколки разрушенного дома). Для русского уха это звучит как трагедия. Но лингвистический анализ показал, что в британском культурном коде идиома *'to pick up the pieces'* означает не драму, а рутинную работу по восстановлению порядка [9]. Для британца это клише из разряда «засучить рукава и навести порядок». Скандал возник именно из-за несовпадения культурных кодов. Британцы поняли это как «она приходит в себя», а мир прочитал это как «её жизнь рушится». Этот случай доказывает, что метафоры-идиомы — это мины замедленного действия в межкультурной коммуникации. Современные исследования фиксируют трансформацию культурных кодов под влиянием глобализации и цифровых медиа. Динамика концептуальных метафор, в том числе в английском языке, проявляется в появлении гибридных выражений, кодовых переключений и переосмыслений традиционных идиом.

Однако, как подчеркивают ученые, в цифровой среде происходит не просто разрушение традиционных метафор, но их адаптация и реконтекстуализация, при которой глубинные культурные схемы могут сохраняться, обретая новые формы выражения. Вопреки страхам лингвистов, цифровая среда не стирает культурные коды, а превращает их в мемы. В 2024–2025 годах в английском сегменте TikTok наблюдается бум на «деконструкцию» старых идиом. Идиома *'to beat around the bush'* (ходить вокруг да около) переосмысливается в контексте свиданий как *'stop beating around the bush and ask her out'*. Появляются гибриды с искусственным интеллектом, например *'That bot is cooking'* (сленговое использование алиментарного кода для обозначения создания качественного контента). Современные исследования фиксируют, что глубинная схема «контроля» (заложенная в соматизмах) и схема «выгоды» (заложенная в алиментарных метафорах) остаются неизменными. Меняется лишь «упаковка», вместо газетных штампов приходят короткие видео, но британский прагматизм нигде не исчезает.

Заключение

Анализ метафорических идиом английского языка позволяет реконструировать фундаментальные черты культурного кода нации, а именно приоритет рационального над эмоциональным, ориентацию на индивидуальную активность и контроль (соматический код), а также прагматическое отношение к материальным ценностям, закодированное в гастрономических образах. Метафора-идиома выступает здесь как когнитивный механизм, который не просто отражает, но и активно формирует национальную картину мира. В условиях глобализации изучение этого пласта лексики становится особенно актуальным, так как позволяет не только понять глубинные основы английской ментальности, но и проследить динамику культурных кодов в современном цифровом пространстве.

Английские метафоры-идиомы — это не мертвые реликты прошлого. Это живая нейросеть, которая управляет восприятием 1,5 миллиарда людей. Поняв, что за образом *'stiff upper lip'* (несгибаемая верхняя губа) стоит целая история колониализма и выживания, а за *'bread and butter'* (хлеб с маслом) — базовая английская уверенность в завтрашнем дне, мы начинаем видеть мир глазами носителя языка. Мы не просто говорим на языке — язык говорит на нас, используя метафоры как пароль к нашему подсознанию. Расшифровав этот пароль, мы получаем ключ к пониманию того, почему британец улыбается, когда ему плохо, и почему он никогда не жалуется на погоду (ведь есть идиома *'it's raining cats and dogs'*, чтобы просто констатировать факт, а не ныть).

**Конфликт интересов**

Не указан.

Рецензия

Волошина Т.Г., Белгородский государственный
национальный исследовательский университет, Белгород
Российская Федерация
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.171.76.1>

Conflict of Interest

None declared.

Review

Voloshina T.G., Belgorod State National Research
University, Belgorod Russian Federation
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2026.171.76.1>

Список литературы / References

1. Амирбекова А.Б. Языковая картина мира народа как отражение коллективного сознания (когнитивный аспект) / А.Б. Амирбекова // Молодой ученый. — 2018. — № 41 (227). — С. 94–96.
2. Витгенштейн Л. Логико-философский трактат / Л. Витгенштейн. — Москва: Наука, 2009. — 224 с.
3. Красных В.В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология : курс лекций / В.В. Красных. — Москва: Гнозис, 2002. — 284 с.
4. Лотман Ю.М. Семиосфера / Ю.М. Лотман. — Санкт-Петербург: Искусство-СПб, 2000. — 704 с.
5. Плисов Е.В. Образ хлеба в русской, немецкой и английской картинах мира / Е.В. Плисов // Образ хлеба в русской, немецкой и английской картинах мира. — 2024. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-hleba-v-russkoy-nemetskoj-i-anglijskoj-kartinah-mira>. (дата обращения: 06.08.26)
6. Филиппова С.В. Культурные коды: семантика хлеба в английских пословицах и поговорках / С.В. Филиппова // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. — 2023. — № 4. — С. 236–249. — DOI: 10.29025/2079-6021-2023-4-236-249.
7. Цепкова А.С. Сопоставительный анализ соматизмов в английском и русском языках / А.С. Цепкова // КиберЛенинка. — 2023. — № 2. — DOI: 10.24412/2500-1000-2023-2-2-109-113
8. Al-Shuaibi J.T. An Analysis of Heart and Head Metaphors in English and Arabic / J.T. Al-Shuaibi // Dirasat: Human and Social Sciences. — 2025. — Vol. 53, № 3. — P. 7609.
9. Jäkel O. The metaphorical conception of mind: "Mental activity is manipulation" / O. Jäkel // Trends in linguistics. Studies and monographs. — 1995. — № 1. — P. 197–229.
10. Sanford D. Idiom as the intersection of conceptual and syntactic schemas / D. Sanford // Language and Cognition. — 2014. — Vol. 6, № 4.
11. Soldatkina T.A. Metaphorical conceptualization in the English idioms that belong to the alimentary code / T.A. Soldatkina // International E-journal of Advances in Social Sciences. — 2020. — Vol. 6, № 16. — DOI: 10.18769/ijasos.785994
12. Wharton T. Pragmatics and emotion / T. Wharton. — Cambridge: Cambridge University Press, 2023. — 250 p.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Amirbekova A.B. Yazy'kovaya kartina mira naroda kak otrazhenie kolektivnogo soznaniya (kognitivny'j aspekt) [The linguistic worldview of a people as a reflection of their collective consciousness (cognitive aspect)] / A.B. Amirbekova // Young Scientist. — 2018. — № 41 (227). — P. 94–96. [in Russian]
2. Vitgenshtejn L. Logiko-filosofskij traktat [Logico-philosophical treatise] / L. Vitgenshtejn. — Moscow: Nauka, 2009. — 224 p. [in Russian]
3. Krasny'x V.V. E'tnopsixolingvistika i lingvokul'turologiya : kurs lekcij [Ethnopsycholinguistics and linguoculturology: a course of lectures] / V.V. Krasny'x. — Moscow: Gnozis, 2002. — 284 p. [in Russian]
4. Lotman Yu.M. Semiosfera [Semiosphere] / Yu.M. Lotman. — Saint Petersburg: Iskustvo-SPB, 2000. — 704 p. [in Russian]
5. Plisov E.V. Obraz xleba v russkoj, nemeczkoy i anglijskoj kartinax mira [The image of bread in Russian, German, and English worldviews.] / E.V. Plisov // <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-hleba-v-russkoy-nemetskoj-i-anglijskoj-kartinah-mira>. — 2024. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-hleba-v-russkoy-nemetskoj-i-anglijskoj-kartinah-mira>. (accessed: 06.08.26) [in Russian]
6. Filippova S.V. Kul'turny'e kody': semantika xleba v anglijskix posloviczax i pogovorkax [Cultural codes: the semantics of bread in English proverbs and sayings] / S.V. Filippova // Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics. — 2023. — № 4. — P. 236–249. — DOI: 10.29025/2079-6021-2023-4-236-249. [in Russian]
7. Cepkova A.S. Sopostavitel'ny'j analiz somatizmov v anglijskom i russkom yazy'kax [Comparative analysis of somatisms in English and Russian] / A.S. Cepkova // CyberLeninka. — 2023. — № 2. — DOI: 10.24412/2500-1000-2023-2-2-109-113 [in Russian]
8. Al-Shuaibi J.T. An Analysis of Heart and Head Metaphors in English and Arabic / J.T. Al-Shuaibi // Dirasat: Human and Social Sciences. — 2025. — Vol. 53, № 3. — P. 7609.
9. Jäkel O. The metaphorical conception of mind: "Mental activity is manipulation" / O. Jäkel // Trends in linguistics. Studies and monographs. — 1995. — № 1. — P. 197–229.
10. Sanford D. Idiom as the intersection of conceptual and syntactic schemas / D. Sanford // Language and Cognition. — 2014. — Vol. 6, № 4.
11. Soldatkina T.A. Metaphorical conceptualization in the English idioms that belong to the alimentary code / T.A. Soldatkina // International E-journal of Advances in Social Sciences. — 2020. — Vol. 6, № 16. — DOI: 10.18769/ijasos.785994



12. Wharton T. Pragmatics and emotion / T. Wharton. — Cambridge: Cambridge University Press, 2023. — 250 p.