 © Авторы статьи / Authors of the article

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/RULB.2026.77.15 EDN: UGBOGV

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ-НАТУРОНИМЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ И ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

Научная статья

Лазарева Н.А.[1, *]

[1] Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (bender_prog[at]inbox.ru)

Предложена: 15.03.2026; Принята: 28.04.2026; Опубликована: 08.05.2026

Аннотация

В статье рассматриваются фразеологизмы с компонентом натуроним в англоязычном экономическом медиадискурсе. Цель исследования состоит в выявлении их структурно-семантических характеристик, коннотативного спектра и прагматических функций в современных медиатекстах экономической и политико-экономической тематики. Материал исследования составил корпус из 424 единиц, извлеченных методом сплошной выборки из англоязычных публикаций 2020–2025 гг. Методологическая основа работы включает метод фразеологической идентификации, структурно-семантический, контекстуально-интерпретационный, дискурсивный и когнитивно-метафорический анализ, а также элементы количественного описания. Научная новизна исследования заключается в комплексном рассмотрении фразеологизмов-натуронимов в экономическом медиадискурсе одновременно в семантическом, коннотативном и прагматическом аспектах. Установлено, что наиболее продуктивными являются фразеологизмы-зоонимы и фразеологизмы с компонентом природные явления или стихийные бедствия, при помощи которых рынок и кризисные явления концептуализируются как живая система, природная сила или самоускоряющийся процесс. Фразеологизмы-космонимы и фразеологизмы-фитонимы представлены менее широко и преимущественно выполняют экспрессивно-оценочную, эвфемистическую и компрессивную функции. Показано, что в корпусе преобладают негативно маркированные единицы, тогда как часть фразеологизмов демонстрирует тенденцию к терминологизации и стандартизации интерпретации экономических событий. Практическая значимость исследования состоит в возможности использования его результатов в курсах лексикологии, медиалингвистики, когнитивной лингвистики, стилистики английского языка и анализа медиадискурса.

Ключевые слова: фразеологизм, натуроним, экономический медиадискурс, англоязычные СМИ, концептуальная метафора, прагматическая функция, коннотация.

NATURE-BASED PHRASEOLOGICAL UNITS IN ENGLISH-LANGUAGE ECONOMIC MEDIA DISCOURSE: STRUCTURAL-SEMANTIC AND PRAGMATIC ASPECTS

Research article

Lazareva N.A.[1, *]

[1] Belgorod National Research University, Belgorod, Russian Federation

* Corresponding author (bender_prog[at]inbox.ru)

Suggested: 15.03.2026; Accepted: 28.04.2026; Published: 08.05.2026

Abstract

The article examines phraseological units with a naturonym component in English-language economic media discourse. The aim of the study is to identify their structural-semantic characteristics, connotative spectrum, and pragmatic functions in contemporary economic and political-economic media texts. The material comprises a corpus of 424 units selected by continuous sampling from English-language publications issued in 2020–2025. The methodological framework combines phraseological identification, structural-semantic, contextual-interpretative, discourse, and cognitive-metaphorical analysis, as well as elements of quantitative description. The scientific novelty of the study lies in the integrated treatment of naturonymic phraseological units in economic media discourse from semantic, connotative, and pragmatic perspectives. The findings show that zoonymic and elemental models are the most productive, conceptualizing the market and crisis phenomena as a living system, a force of nature, or a self-accelerating process. Cosmic and plant-based images are less frequent and mainly perform expressive-evaluative, euphemistic, and compressive functions. The corpus is dominated by negatively marked units, while some phraseological expressions demonstrate a tendency toward terminologization and standardized interpretations of economic events. The practical significance of the study lies in the possibility of applying its results in courses on lexicology, media linguistics, cognitive linguistics, English stylistics, and media discourse analysis.

Keywords: phraseological unit, naturonym, economic media discourse, English-language media, conceptual metaphor, pragmatic function, connotation.

 © Авторы статьи / Authors of the article

Введение

Экономический медиадискурс относится к числу наиболее образно насыщенных разновидностей современной публичной коммуникации. Как отмечает Н. Ю. Чечина, образные средства в экономических текстах не только облегчают интерпретацию абстрактных процессов, но и задают определённую модель их оценочного восприятия [6, С. 106-107]. О. Н. Новикова и Ю. В. Калугина показывают, что кризисная экономическая повестка особенно активно воспроизводит языковые конструкции, ориентированные на драматизацию и концептуальное упорядочение сложных рыночных явлений [3, С. 345, 352]. В этом контексте примечательны фразеологизмы, поскольку сочетают семантическую ёмкость, оценочность и устойчивость употребления.

Особый интерес в этом отношении представляют фразеологизмы с компонентом натуроним, то есть устойчивые единицы, включающие номинации объектов и явлений природы. Вслед за А. В. Куниным, фразеологические единицы понимаются как устойчивые сочетания лексем с полностью или частично переосмысленным значением [2, С. 89]. В числе их существенных признаков в работе учитываются также воспроизводимость и устойчивость. Вместе с тем, как показывает В.Н. Телия, фразеологические единицы особенно показательны в тех случаях, когда образное основание языкового знака соотносится с культурно значимой ассоциацией и тем самым формирует прагматический эффект [4, С. 214-215, 233]. Именно поэтому натуронимные компоненты представляют интерес не только как образные элементы, но и как средство интерпретации экономической реальности.

Цель исследования — выявить структурно-семантические характеристики, коннотативный спектр и прагматические функции фразеологизмов с компонентом натуроним в англоязычном экономическом медиадискурсе. Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

1) определить состав и основные группы натуронимных компонентов;

2) установить преобладающие коннотативные модели;

3) описать прагматические эффекты данных единиц в медиаконтексте.

Методы и принципы исследования

Материал исследования составил корпус из 424 фразеологизмов с компонентом натуроним, отобранных методом сплошной выборки из англоязычных медиатекстов экономической и политико-экономической тематики за 2020–2025 гг. В корпус включались единицы, обладающие признаками воспроизводимости в медиаречи и содержащие компоненты, соотносимые с животным миром, растительностью, космическими объектами, природными явлениями и стихийными процессами. Источниками послужили публикации англоязычных СМИ, освещающие вопросы макроэкономики, финансовых рынков, инфляции, бюджетной политики и инвестирования; в качестве иллюстративных контекстов использовались, в частности, материалы Reuters и The Guardian [10], [11], [13], [14]. В выборку включались только те контексты, в которых фразеологическая единица выполняла интерпретационную, оценочную или прагматически значимую функцию в описании экономической ситуации.

Теоретической основой исследования выступают труды по фразеологии, когнитивной теории фразеологизма и критическому анализу. Как утверждают Дж. Лакофф и М. Джонсон, «the essence of metaphor is understanding and experiencing one kind of thing in terms of another» [8, С. 5]. Эта установка принципиальна для анализа экономического медиадискурса, в котором абстрактные процессы осмысляются через более наглядные природные, пространственные и поведенческие сценарии. В свою очередь, по наблюдению Дж. Чартерис-Блэка, фразеологизм в публичной коммуникации выполняет не только когнитивную, но и убеждающую функцию, поскольку структурирует интерпретацию события и влияет на восприятие адресата [7, С. 243-253].

В работе использовались следующие методы: метод фразеологической идентификации, структурно-семантический анализ, контекстуально-интерпретационный анализ, дискурсивный анализ, когнитивно-метафорический анализ, а также элементы количественного описания. При интерпретации материала учитывались семантика натуронимного компонента, характер контекста употребления, оценочность и коммуникативная установка медиатекста. Такое сочетание методов позволило описать исследуемые единицы одновременно как структурно устойчивые языковые образования, как средство концептуализации экономической реальности и как инструмент прагматического воздействия на адресата.

Основные результаты

Проведенный анализ показывает, что в англоязычном экономическом медиадискурсе наиболее продуктивны фразеологизмы-зоонимы и фразеологизмы с компонентом природные явления или стихийные бедствия. Они формируют базовые сценарии объяснения динамики рынка: рынок может мыслиться как субъект с предсказуемым типом поведения (bull market, bear market), а кризис или инфляционный всплеск — как неконтролируемая природная сила (perfect storm, snowball effect, dark clouds on the horizon). Такой тип моделирования согласуется с выводами современных исследований экономической метафоры, в которых фиксируется высокая частотность зооморфных и природоморфных схем в описании рыночных процессов [1, С. 105-106], [3, С. 345, 352], [5, С. 554-555, 567].

Распределение натуронимных компонентов по основным семантическим группам представлено в таблице 1.

 © Авторы статьи / Authors of the article

Таблица 1 - Распределение натуронимных компонентов

DOI: https://doi.org/10.60797/RULB.2026.77.15.1

Группа натуронимного компонента	Количество		Типичные единицы (примеры)
	n	%	
Зоонимы	196	46,2	bull market; bear market; take the bull by the horns; hawkish/dovish
Природные явления и стихийные бедствия	134	31,6	perfect storm; snowball effect; dark clouds on the horizon; tip of the iceberg
Космонимы / астронимы	60	14,2	out of the blue; black hole
Фитонимы / флоронимы	34	8,0	low-hanging fruit; seed money; bear fruit

Зоонимные фразеологизмы образуют наиболее устойчивый и частотный слой корпуса (см. табл. 1). Единицы bull market и bear market функционируют не только как яркие образные выражения, но и как стандартизированные интерпретационные клише, быстро маркирующие направление рыночной динамики.

(1) «… investors now bracing for a potential bear market in the benchmark S&P 500 index» [10].

В данном случае зооним организует восприятие снижения как типового сценария давления и спада. Высокая степень воспроизводимости подобных единиц подтверждает тенденцию к терминологизации натуронимных образов в экономической журналистике, на что указывает и А.Э. Буженинов при анализе концепта market в англоязычном инвестиционном дискурсе [1, С. 105-106].

Фразеологизмы со значением природных явлений и стихийных бедствий преимущественно актуализируют сценарии кризиса, турбулентности и нарастания риска.

(2) «On the surface, there is a perfect storm for price pressures to keep building ...» [11].

В выражении a perfect storm совокупность разнородных причин сводится к образу единой стихии.

(3) «Analysts ... said the snowball effect was one of the reasons for the stock market drop ...» [13].

Фразеологизм snowball effect репрезентирует механизм самоускорения негативных последствий. Подобные единицы усиливают драматизацию сообщения, повышают эмоциональную вовлечённость адресата и создают эффект естественности кризисных процессов, что соответствует наблюдениям над деструктивным экономическим медиадискурсом [3, С. 352], [6, С. 567].

Космонимные и фитонимные компоненты встречаются реже, однако выполняют важные функции смысловой компрессии и оценочного фреймирования.

(4) «... the UK still faces a £100bn black hole in the public finances ...» [14].

Фразеологизм black hole в общественно-экономической риторике обозначает дефицит, непрозрачное поглощение ресурсов или финансовую «дыру». В подобных случаях природный образ не только конкретизирует абстрактный экономический смысл, но и задаёт оценку — тревожную, полемически заострённую или прагматически нейтральную [3, С. 345, 352], [9, С. 514-515, 531-532].

(5) «... the first green shoots in manufacturing ...» [12].

Фразеологизм green shoots в экономическом медиадискурсе обозначает первые, пока ещё хрупкие признаки восстановления, роста или стабилизации. Образ молодых побегов позволяет в сжатой форме передать идею начальной, неустойчивой позитивной динамики и одновременно задать осторожно-оптимистическую оценку.

Коннотационный спектр выявленных единиц и соотнесённые с ним прагматические эффекты обобщены в таблице 2.

Таблица 2 - Коннотационный спектр и типичные прагматические эффекты

DOI: https://doi.org/10.60797/RULB.2026.77.15.2

Коннотация	Количество		Типичный прагматический эффект
	n	%	
Негативная	248	58,5	Драматизация риска; мобилизация внимания; повышение тревожности
Нейтральная	126	29,7	Терминологизация; стандартизация описания; смысловая компрессия

 © Авторы статьи / Authors of the article

Коннотация	Количество		Типичный прагматический эффект
	n	%	
Позитивная	50	11,8	Фрейм роста; мотивация; эвфемизация

Примечание: n = 424

С точки зрения коннотации в корпусе доминируют негативно маркированные единицы. Это объясняется спецификой новостного экономического дискурса, ориентированного на освещение кризисов, рисков, потерь и конфликтов. Нейтральные употребления чаще связаны с терминологизированными единицами, а позитивные — с моделями роста, прибыльности или стартового потенциала. Иначе говоря, фразеологизмы-натуронимы выполняют в экономическом медиадискурсе не только образно-репрезентативную, но и аксиологическую функцию [3, С. 345, 352], [5, С. 567], [9, С. 531-532].

Обсуждение

Полученные результаты позволяют уточнить представление о натуронимном компоненте как о регулярном механизме смысловой организации англоязычного экономического медиадискурса. С одной стороны, высокая продуктивность зоонимных и стихийных моделей свидетельствует о тенденции к концептуализации рынка и кризисных явлений через сценарии поведения, борьбы, давления и разрушительной природной динамики. С другой стороны, менее частотные космонимные и фитонимные единицы показывают, что даже периферийные образные модели сохраняют значимый интерпретационный потенциал, обеспечивая компрессию смысла, эвфемизацию или акцентирование оценочного аспекта сообщения. Тем самым натуронимные фразеологизмы выступают не как случайный выразительный элемент, а как устойчивый инструмент когнитивного и прагматического структурирования медиатекста.

Прагматически исследуемые единицы реализуют четыре основные функции. Во-первых, оценочную: фразеологизм концентрирует авторскую или редакционную интерпретацию ситуации. Во-вторых, интерпретационную: событие включается в знакомый адресату сценарий. В-третьих, воздействующую: образ усиливает тревогу, мобилизует внимание или, напротив, смягчает восприятие. В-четвёртых, коммуникативно-компрессивную: сложный экономический процесс передаётся через компактную формулу. В совокупности это делает фразеологизмы-натуронимы важным инструментом медиаконструирования экономической реальности [4, С. 44, 214-215, 233], [7, С. 243-253].

Заключение

Проведённое исследование показало, что фразеологизмы с компонентом натуроним образуют значимый и функционально нагруженный пласт англоязычного экономического медиадискурса. Их использование обеспечивает высокую степень образной интерпретации экономических процессов и способствует формированию устойчивых моделей восприятия рынка, кризиса, инфляции и финансового риска.

Установлено, что наиболее продуктивными в исследуемом корпусе являются фразеологизмы с компонентами зооним, а также единицы, восходящие к образам природных явлений и стихийных процессов. Именно они задают базовые сценарии осмысления экономической динамики как поведенческого, конфликтного либо природно-деструктивного процесса. Космонимные и фитонимные компоненты представлены менее широко, однако сохраняют выраженный оценочный, эвфемистический и компрессивный потенциал.

Выявлено также, что в корпусе преобладают негативно маркированные единицы, что соответствует общей логике новостного экономического дискурса, ориентированного на освещение кризисов, потерь, угроз и нестабильности. Вместе с тем часть натуронимных фразеологизмов демонстрирует тенденцию к терминологизации и функционирует как средство стандартизированной интерпретации экономических событий.

Полученные результаты могут быть использованы в исследованиях англоязычного медиадискурса, фразеологии и когнитивной метафоры, а также в преподавании лексикологии, стилистики, медиалингвистики и когнитивной лингвистики.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Буженинов А.Э. Метафорическая и метонимическая репрезентация концепта Market в англоязычном инвестиционном дискурсе / А.Э. Буженинов // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. — 2024. — Т. 30. — № 2. — С. 105–112. — DOI: 10.18287/2542-0445-2024-30-2-105-112.

2. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка / А.В. Кунин. — Москва : Высшая школа, 1996. — 381 с.

 © Авторы статьи / Authors of the article

3. Новикова О.Н. Метафора банковского кризиса 2023 г. как составляющая экономического дискурса / О.Н. Новикова, Ю.В. Калугина // Неофилология. — 2024. — Т. 10. — № 2. — С. 345–353. — DOI: 10.20310/2587-6953-2024-10-2-345-353.

4. Телия В.Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В.Н. Телия. — Москва : Языки русской культуры, 1996. — 288 с.

5. Хуонг Т.Т.Ч. Деструктивный экономический медиадискурс: опыт анализа русских и зарубежных СМИ / Т.Т.Ч. Хуонг, К.Е. Барабошкин, А.Б. Нургазина // Медиалингвистика. — 2023. — Т. 10. — № 4. — С. 554–567. — DOI: 10.21638/spbu22.2023.407.

6. Чечина Н.Ю. Метафоризация экономической лексики в медиадискурсе современного китайского языка / Н.Ю. Чечина // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. — 2023. — № 11 (879). — С. 104–110.

7. Charteris-Black J. Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis / J. Charteris-Black. — Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2004. — 241 p.

8. Lakoff G. Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. — Chicago : University of Chicago Press, 1980. — 256 p.

9. Malyuga E.N. Euphemisms in South African English economic discourse: Socio-cultural aspects / E.N. Malyuga, B. Tomalin // Russian Journal of Linguistics. — 2024. — Vol. 28. — № 3. — P. 512–534. — DOI: 10.22363/2687-0088-39076.

10. Analysis-Whispers of S&P 500 bear market grow louder as U.S. stock decline continues // Reuters. — 2022. — URL: https://www.reuters.com/business/whispers-sp-500-bear-market-grow-louder-us-stock-decline-continues-2022-05-09/ (accessed: 31.03.2026).

11. Europe’s consumers face rising prices but the ECB is unfazed // Reuters. — 2021. — URL: https://www.reuters.com/world/europe/europes-consumers-face-rising-prices-ecb-is-unfazed-2021-05-07/ (accessed: 31.03.2026).

12. Euro zone economy growth accelerates to seven-month high in March, PMI shows // Reuters. — 2025. — URL: https://www.reuters.com/markets/europe/euro-zone-economy-growth-accelerates-seven-month-high-march-pmi-shows-2025-03-24/ (accessed: 31.03.2026).

13. ‘Snowball’ derivatives feed China’s stock market avalanche // Reuters. — 2024. — URL: https://www.reuters.com/markets/asia/snowball-derivatives-feed-chinas-stock-market-avalanche-2024-01-23/ (accessed: 31.03.2026).

14. Rachel Reeves tells cabinet UK still faces £100bn black hole over next five years // The Guardian. — 2024. — URL: https://www.theguardian.com/uk-news/2024/oct/15/rachel-reeves-tells-cabinet-uk-still-faces-100bn-black-hole-over-next-five-years (accessed: 31.03.2026).

Список литературы на английском языке / References in English

1. Buzheninov A.E. Metaforicheskaya i metonimicheskaya reprezentatsiya kontsepta Market v angloyazichnom investitsionnom diskurse [Metaphorical and metonymic representation of the concept Market in English-language investment discourse] / A.E. Buzheninov // Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriya, pedagogika, filologiya [Bulletin of Samara University. History, Pedagogy, Philology]. — 2024. — Vol. 30. — № 2. — P. 105–112. — DOI: 10.18287/2542-0445-2024-30-2-105-112. [in Russian]

2. Kunin A.V. Kurs frazeologii sovremennogo angliiskogo yazika [A Course in Modern English Phraseology] / A.V. Kunin. — Moscow : Visshaya shkola, 1996. — 381 p. [in Russian]

3. Novikova O.N. Metafora bankovskogo krizisa 2023 g. kak sostavlyayushchaya ekonomicheskogo diskursa [The metaphor of the 2023 banking crisis as a component of economic discourse] / O.N. Novikova, Yu.V. Kalugina // Neofilologiya [Neophilology]. — 2024. — Vol. 10. — № 2. — P. 345–353. — DOI: 10.20310/2587-6953-2024-10-2-345-353. [in Russian]

4. Teliya V.N. Russkaya frazeologiya: semanticheskii, pragmaticheskii i lingvokulturologicheskii aspekti [Russian Phraseology: Semantic, Pragmatic, and Linguocultural Aspects] / V.N. Teliya. — Moscow : Yaziki russkoi kulturi, 1996. — 288 p. [in Russian]

5. Khuong T.T.Ch. Destruktivnii ekonomicheskii mediadiskurs: opit analiza russkikh i zarubezhnikh SMI [Destructive economic media discourse: an analysis of Russian and foreign mass media] / T.T.Ch. Khuong, K.E. Baraboshkin, A.B. Nurgazina // Medialingvistika [Medialinguistics]. — 2023. — Vol. 10. — № 4. — P. 554–567. — DOI: 10.21638/spbu22.2023.407. [in Russian]

6. Chechina N.Yu. Metaforizaciya e'konomicheskoj leksiki v mediadiskurse sovremennogo kitajskogo yazy'ka [Metaphorization of economic vocabulary in the media discourse of the modern Chinese language] / N.Yu. Chechina // Bulletin of Moscow State Linguistic University. Humanities. — 2023. — № 11 (879). — P. 104–110. [in Russian]

7. Charteris-Black J. Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis / J. Charteris-Black. — Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2004. — 241 p.

8. Lakoff G. Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. — Chicago : University of Chicago Press, 1980. — 256 p.

9. Malyuga E.N. Euphemisms in South African English economic discourse: Socio-cultural aspects / E.N. Malyuga, B. Tomalin // Russian Journal of Linguistics. — 2024. — Vol. 28. — № 3. — P. 512–534. — DOI: 10.22363/2687-0088-39076.

10. Analysis-Whispers of S&P 500 bear market grow louder as U.S. stock decline continues // Reuters. — 2022. — URL: https://www.reuters.com/business/whispers-sp-500-bear-market-grow-louder-us-stock-decline-continues-2022-05-09/ (accessed: 31.03.2026).

11. Europe’s consumers face rising prices but the ECB is unfazed // Reuters. — 2021. — URL: https://www.reuters.com/world/europe/europes-consumers-face-rising-prices-ecb-is-unfazed-2021-05-07/ (accessed: 31.03.2026).

 © Авторы статьи / Authors of the article

12. Euro zone economy growth accelerates to seven-month high in March, PMI shows // Reuters. — 2025. — URL: https://www.reuters.com/markets/europe/euro-zone-economy-growth-accelerates-seven-month-high-march-pmi-shows-2025-03-24/ (accessed: 31.03.2026).

13. ‘Snowball’ derivatives feed China’s stock market avalanche // Reuters. — 2024. — URL: https://www.reuters.com/markets/asia/snowball-derivatives-feed-chinas-stock-market-avalanche-2024-01-23/ (accessed: 31.03.2026).

14. Rachel Reeves tells cabinet UK still faces £100bn black hole over next five years // The Guardian. — 2024. — URL: https://www.theguardian.com/uk-news/2024/oct/15/rachel-reeves-tells-cabinet-uk-still-faces-100bn-black-hole-over-next-five-years (accessed: 31.03.2026).