

Пинчукова Наталья Владимировна

ОППОЗИЦИЯ КОНЦЕПТОВ NEW EUROPE - OLD EUROPE В МАСС-МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ США

Статья посвящена исследованию образа Европы в масс-медийном дискурсе США в начале XXI века. Образ Европы рассматривается как концептуальная система, представленная в виде бинарной оппозиции NEW EUROPE - OLD EUROPE. В статье раскрывается понятие принципа бинарной оппозитивности, который лежит в основе принципа отражения мира в сознании человека. Основное содержание статьи представляет собой анализ и сопоставление концептов NEW EUROPE и OLD EUROPE.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/1-2/41.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 1(55): в 2-х ч. Ч. 2. С. 147-151. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/1-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

Список литературы

1. **Barack Obama on Crime** [Электронный ресурс]. URL: http://www.ontheissues.org/Domestic/Barack_Obama_Crime.htm (дата обращения: 26.10.2015).
2. **Brown W. H. JR.** The Story of a Street Person [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nytimes.com/1991/09/08/magazine/l-the-story-of-a-street-person-473091.html> (дата обращения: 30.10.2015).
3. **Bush Outlines Goals to Fight Climate Change** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cnn.com/2008/POLITICS/04/16/bush.climate/index.html> (дата обращения: 20.10.2015).
4. **Dunlap K.** Underprivileged Hopeful in Obama's Uplifting Agenda [Электронный ресурс]. URL: http://www.insidebayarea.com/localnews/ci_11486244 (дата обращения: 26.10.2015).
5. **Goldberg J.** 'Look... It's My Name on This': Obama Defends the Iran Nuclear Deal [Электронный ресурс]. URL: <http://www.theatlantic.com/international/archive/2015/05/obama-interview-iran-isis-israel/393782/> (дата обращения: 26.10.2015).
6. **'Historic Godfather' of Camorra Clan Arrested in Spain** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.france24.com/en/20090127-historic-godfather-camorra-clan-arrested-spain-> (дата обращения: 04.11.2015).
7. **Holder R.** A Dictionary of Euphemisms. USA: Oxford University Press, 1996. 321 p.
8. **London Rocked by Terror Attacks** [Электронный ресурс]. URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/4659093.stm> (дата обращения: 04.11.2015).
9. **Mainstream Politicians Finally Starting to Talk About Renewable Energy & Energy Independence** [Электронный ресурс]. URL: https://www.organicconsumers.org/old_articles/corp/ind.php (дата обращения: 26.10.2015).
10. **Mariner J.** An Alternative Set of Interrogation Procedures [Электронный ресурс]. URL: <http://writ.lp.findlaw.com/mariner/20060911.html> (дата обращения: 26.10.2015).
11. **Mellowes M.** The Black Church [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pbs.org/godinamerica/black-church/> (дата обращения: 30.10.2015).
12. **New Jersey Governor's Budget Includes Progressive Revenue Options** [Электронный ресурс]. URL: http://www.taxjusticeblog.org/archive/2009/03/new_jersey_governors_budget_in.php#.Vjznq2t0oeV (дата обращения: 04.11.2015).
13. **Richardson H.** Drop in 'Good-Rated' Childminders [Электронный ресурс]. URL: news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/education/7582563.stm (дата обращения: 26.10.2015).
14. **The United Nations Fourth World Conference on Women** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/plat1.htm> (дата обращения: 30.10.2015).
15. **'Worst Economic Downturn' in 50 Years** [Электронный ресурс]. URL: news.bbc.co.uk/2/hi/business/1625245.stm (дата обращения: 30.10.2015).

SOCIAL AND POLITICAL EUPHEMISMS IN THE ENGLISH POLITICAL DISCOURSE

Pastukhova Oksana Dmitrievna
Chelyabinsk State University
oksana-galaxy7@mail.ru

The article describes social and political euphemisms in the English political discourse which become increasingly prevalent in the speech of the representatives of power. In this group of euphemisms the author identifies and describes the most important subgroups of euphemistic vocabulary and provides examples of their use in speech. The research focuses on finding euphemisms-synonyms in the English political discourse. The findings justify the thesis that using politically correct words and euphemisms is an integral component of the modern political discourse.

Key words and phrases: euphemism; political discourse; substitution; euphemistic vocabulary; English language.

УДК 81-2

Статья посвящена исследованию образа Европы в масс-медийном дискурсе США в начале XXI века. Образ Европы рассматривается как концептуальная система, представленная в виде бинарной оппозиции NEW EUROPE – OLD EUROPE. В статье раскрывается понятие принципа бинарной оппозитивности, который лежит в основе принципа отражения мира в сознании человека. Основное содержание статьи представляет собой анализ и сопоставление концептов NEW EUROPE и OLD EUROPE.

Ключевые слова и фразы: картина мира; образ; концепт; бинарная оппозиция; когнитивные признаки концепта.

Пинчукова Наталья Владимировна
Амурский государственный университет
pinnat12@mail.ru

ОППОЗИЦИЯ КОНЦЕПТОВ NEW EUROPE – OLD EUROPE В МАСС-МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ США

В последние годы в гуманитарной науке стало популярным исследование не отдельных концептов, а их оппозиций. При этом в современной концептологии и когнитивистике используются различные термины для обозначения данного феномена: концептуальная оппозиция, антиконцепт, семантически сопряжённые категории, бинарные концепты, бинарная оппозиция. Рассмотрим последний термин.

Принцип бинарной оппозитивности лежит в основе принципа отражения мира в сознании человека, поскольку сама природа предопределяет двоичность окружающей нас действительности, например: два полушария мозга, два глаза, два уха, две руки, две ноги. Универсальность принципа бинарной оппозитивности применима и при описании картины мира.

Так, по мнению Т. В. Цивьян, картина мира может быть представлена с помощью пространственных (вверх – вниз, правый – левый, восток – запад, далёкий – близкий), временных (день – ночь, зима – лето), количественных, этических и других противопоставленных параметров [4, с. 5]. Аналогичной точки зрения придерживается Ю. М. Малинович, который отмечает, что бинарная оппозиция отражает двоичность восприятия человеком мира как единого и неделимого целого. Эта двоичность воспринимается как единство противоположностей, переходящих одна в другую: мир и антимир, верх и низ, тела и антитела, Южный и Северный полюс [2, с. 61]. Причём считается, что левая часть оппозиции маркирована положительно, а правая – отрицательно. Например: счастье – несчастье, жизнь – смерть, левый – правый, хорошее – плохое.

Целью статьи является исследование образа Европы, существующего в политическом сознании американского лингвокультурного сообщества, который реализуется в форме, приближенной к бинарной оппозиции: Новая Европа – Старая Европа.

Под образом в данной статье понимается один из типов концепта, который имеет характеристики, свойственные последнему, а именно: ментальную природу, сложную структуру, культурный отпечаток, ценностную составляющую. Вербализованный образ находит своё отражение в концепте или концептах; в последнем случае он представляет собой концептуальную систему, одним из видов которой является бинарная оппозиция.

Материалом исследования послужили языковые конструкции, объективирующие концепты OLD EUROPE и NEW EUROPE и которые были отобраны методом сплошной выборки из интернет-версий американских газет и журналов: «The New York Times», «Forbes», «Newsweek», «Time», «The Washington Times», «The Washington Post», «BusinessWeek», «The Wall Street Journal», «Los Angeles Times», «USA Today». Хронологические рамки исследования охватывают период с 2003 по 2012 год.

Перейдём к анализу вышеуказанных концептов.

1. Концепт OLD EUROPE (старая Европа)

Термин «Old Europe» используется в масс-медийном дискурсе США с 2003 года для обозначения европейских стран, которые не поддержали вторжение в Ирак, в частности Франции и Германии. Впоследствии он стал использоваться экспертами и журналистами для определения коалиции ведущих стран Европы. Это выражение было воспринято как колкость по отношению к «склеротичной» и старомодной Западной Европе. Оно стало своего рода знаком, особенно после раскола, возникшего между Францией и Германией и странами Центральной и Юго-восточной Европы, недавно вступившими в НАТО и Европейский Союз или претендующими на вхождение в данные организации.

Однако разделение по признаку «проамериканизма-антиамериканизма» – это не единственный параметр противопоставления «старой» и «новой» Европы. Вторым критерий – позиция по отношению к России: за «новой» Европой закрепилась репутация наиболее антироссийски настроенного сегмента внутри Евросоюза [1].

И третий критерий, на который указывает российский историк, специалист по странам Восточной Европы О. Неменский, заключается в том, что бывшие соцстраны, возвращаясь в Европу, стремились «вернуться к христианским ценностям и культурному общению. Однако... на деле оказалось, что основные ценности современного Запада носят принципиально антитрадиционалистический, нехристианский и даже внекультурный характер» [Там же].

Таким образом, под термином «Старая Европа» понимаются «старые» члены Европейского союза, которые не поддержали американское вторжение в Ирак в 2003 году.

На долю вербализаций концепта OLD EUROPE в американских СМИ приходится 476 контекстов, в ходе анализа которых были выявлены ядерные и периферийные признаки концепта.

Полевая структура концепта OLD EUROPE может быть представлена в следующем виде (в скобках фиксируется количество контекстов, объективирующих каждый признак):

Ядро: отрицательное отношение со стороны США (55).

Ближняя периферия: поддержка хороших отношений с США (43), противление политике США (42), малозначительность (33), демографический кризис (33), противление войне в Ираке (30), Старая Европа – это Франция и Германия (27), напряжённость отношений с Новой Европой (24).

Дальняя периферия: упорство (18), нерешительность (18), глупость (18), привлекательность для инвестиций (17), замедленное экономическое развитие (17), бюрократия (16), самодовольство (13), борьба (13), болезнь (12), страх (12), привлекательность (11).

Крайняя периферия: умирание (6), здоровье (6), Старая Европа – это страны-основатели Евросоюза (6), яркость (1), солнечная система (1), чудовище (1), дом (1), свалка (1), латиноамериканский аромат (1).

Для описания макроструктуры концепта OLD EUROPE выявленные когнитивные признаки были распределены по основным структурным компонентам концепта – образному содержанию, информационному содержанию и интерпретационному полю (процентный показатель представляет собой долю каждого структурного компонента в макроструктуре концепта).

Образное содержание (316 – 66,4%)

Перцептивный образ (6 – 1,3%)

Зрительный образ (5 – 1%): яркость (1); солнечная система (1); чудовище (1); дом (1); свалка (1).

Обонятельный образ (1 – 0,3%): латиноамериканский аромат (1).

Когнитивный образ (310 – 65%): отрицательное отношение со стороны США (55); поддержка хороших отношений с США (43); противление политике США (42); противление войне в Ираке (30); напряженность отношений с Новой Европой (24); нерешительность (18 кон.); упорство (18); глупость (18); самодовольство (13); борьба (13); страх (12); болезнь (12); умирание (6); здоровье (6).

Информационное содержание (33 – 6,9%)

Старая Европа – это Франция и Германия (27); Старая Европа – это страны-основатели Евросоюза (6).

Интерпретационное поле (127 – 26,7%)

Энциклопедическая зона (66 – 13,9%): демографический кризис (33), бюрократизм (16), замедленное экономическое развитие (17).

Оценочная зона (44 – 9,2%): малозначительность (33), привлекательность (11).

Утилитарная зона (17 – 3,6%): привлекательность для инвестиций (17).

2. Концепт NEW EUROPE (новая Европа)

Как и термин «Old Europe», термин «New Europe» используется в масс-медийном дискурсе США с 2003 года. Энциклопедия *Farlex* определяет «New Europe» как термин, используемый политическими аналитиками в Соединенных Штатах для обозначения европейских пост-коммунистических стран. Под «новизной» этих стран понимается не продолжительность времени, на протяжении которого они были независимы, но тот факт, что они только недавно вновь обрели статус капиталистических государств с демократической формой правления.

Таким образом, под термином «Новая Европа» понимают страны Центральной и Восточной Европы, недавно получившие членство в европейских структурах: Чехия, Венгрия, Польша, Румыния, Словакия, Словения, Эстония, Латвия, Литва.

Объём выборки контекстов, репрезентирующих концепт NEW EUROPE в американских СМИ, составляет около 293. Посредством анализа контекстов были выявлены признаки исследуемого концепта.

Полевая структура концепта NEW EUROPE может быть представлена в следующем виде (в скобках фиксируется количество объективаций данного признака):

Ядро: приверженность политике США (38), напряженность отношений со Старой Европой (30).

Ближняя периферия: противление политике США (15), поддержка хороших отношений с США (15), энергичность (12), планирование бывших социалистических стран вступить в ЕС (12), открытость для иммиграции (12), принятие восточноевропейских стран в ЕС (12), улучшение экономической ситуации (12).

Дальняя периферия: убежденность в необходимости поддержки Новой Европы со стороны США (9), смелость (9), эгоцентричность (9), возрождение националистических идей (9), территориальное расширение (9), выгодное место для инвестиций и кредитования (9), сходство со Старой Европой (6), болезненность (6), борьба с финансовым кризисом (6), негативное отношение к социализму (6), бывшие социалистические страны Центральной и Восточной Европы (6), предприимчивость (6), либеральность (6), процветание (6), несоответствие идеалам (6), самостоятельность (6), беспокойство (6).

Крайняя периферия: наличие признака цвета (3), наличие положительных качеств (3), приверженность экономическим реформам (3), привлекательность для инвесторов (3), радостное волнение (3).

Для описания макроструктуры концепта NEW EUROPE выявленные когнитивные признаки были распределены по основным структурным компонентам концепта – образному содержанию, информационному содержанию и интерпретационному полю.

Образное содержание (200 – 69,7%)

Перцептивный образ (3 – 1%).

Зрительный образ (3 – 1%): наличие признака цвета (3).

Когнитивный образ (197 – 68,6%): приверженность политике США (38), напряженность отношений между Новой Европой и Старой Европой (30), противление политике США (15), поддержка хороших отношений с США (15), энергичность (12), планирование бывших социалистических стран вступить в Европейский Союз (12), убежденность в необходимости поддержки со стороны США (9), эгоцентричность (9), смелость (9), сходство со Старой Европой (6), болезненность (6), самостоятельность (6), беспокойство (6), борьба с финансовым кризисом (6), негативное отношение к социализму (6), наличие положительных качеств (3), радостное волнение (3), приверженность экономическим реформам (3), привлекательность для инвесторов (3).

Информационное содержание (18 – 6,3%):

принятие восточноевропейских стран в ЕС (12);

бывшие коммунистические страны Центральной и Восточной Европы (6).

Интерпретационное поле (75 – 26%)

Энциклопедическая зона (42 – 15%): территориальное расширение (9), открытость для иммиграции (12), возрождение националистических идей (9), улучшение экономической ситуации (12).

Оценочная зона (24 – 8,4%): предприимчивость (6), либеральность (6),

процветание (6), несоответствие американским идеалам (6).

Утилитарная зона (9 – 3,1%): привлекательность для инвестиций (9).

Сравнительный анализ результатов исследования концептов OLD EUROPE и NEW EUROPE позволяет сделать вывод, что содержание концепта NEW EUROPE в СМИ США более разнообразно (29 когнитивных признаков по сравнению с 22 признаками). В то же время, концепты имеют 5 сходных когнитивных признаков: *противление политике США, поддержка хороших отношений с США, привлекательность для инвестиций, болезнь, борьба.*

Ядерные признаки концепта NEW EUROPE – *приверженность политике США* (38), *напряжённость отношений со Старой Европой* (30). Оба признака относятся к образному компоненту концепта. Последний признак свидетельствует о тесной связи концептов NEW EUROPE и OLD EUROPE, а также о том, что последний концепт является в данной концептуальной паре доминантным, так как когнитивный признак *напряжённость отношений с Новой Европой* (24) имеет меньшую яркость по сравнению с зеркальным признаком в содержании концепта NEW EUROPE и отнесён к ближней периферии. Первый ядерный признак несёт положительную оценку, второй – обладает нейтральной оценочностью.

Ядерный признак концепта OLD EUROPE – *отрицательное отношение со стороны США* (55) – относится к образному компоненту и несёт нейтральную оценку.

Ближняя периферия концепта NEW EUROPE включает в себя следующие признаки: *противление политике США* (15), *поддержка хороших отношений с США* (15), *энергичность* (12), *планирование бывших социалистических стран вступить в ЕС* (12), *открытость для иммиграции* (12), *принятие восточноевропейских стран в ЕС* (12), *улучшение экономической ситуации* (12). Первые четыре признака относятся к когнитивному образу образного компонента макроструктуры концепта. Пятый и седьмой – к энциклопедической зоне интерпретационного поля. Шестой – к информационному содержанию концепта.

Ближняя периферия концепта OLD EUROPE включает в себя следующие признаки: *поддержка хороших отношений с США* (43), *противление политике США* (42), *малозначительность* (33), *демографический кризис* (33), *противление войне в Ираке* (30), *Старая Европа – это Франция и Германия* (27), *напряжённость отношений с Новой Европой* (24). Первый, второй, пятый и седьмой из указанных признаков относятся к образному компоненту, а именно – к когнитивному образу концепта. Третий и четвёртый признаки относятся соответственно к оценочной и энциклопедической зонам интерпретационного поля концепта. Шестой – к информационному содержанию.

Удельный вес образного содержания концепта NEW EUROPE на 3,3% превышает вес соответствующего компонента концепта OLD EUROPE. Стоит отметить, что когнитивные образы анализируемых концептов содержат как идентичные признаки, например, *поддержка хороших отношений с США*, *противление политике США*, *напряжённость отношений между Старой Европой и Новой Европой*, *борьба*, *болезненность*, так и антонимические признаки: *противление политике США* (OLD EUROPE) и *приверженность политике США* (NEW EUROPE), *страх* (OLD EUROPE) и *смелость* (NEW EUROPE), *умирание* (OLD EUROPE) и *энергичность* (NEW EUROPE).

Объём информационного содержания в макроструктуре исследуемых концептов практически одинаков: в макроструктуре концепта OLD EUROPE к нему относится 6,9% когнитивных признаков, в макроструктуре концепта NEW EUROPE – 6,3%. Информационное содержание двух концептов включает в себя сведения о том, какие страны входят в тот или иной политический блок Европы.

Интерпретационное поле в двух концептах имеет почти равный вес: OLD EUROPE – 26,7%, NEW EUROPE – 26%, – что свидетельствует о том, что оба данных концепта подвергаются переосмыслению в равной степени. В интерпретационном поле концептов наиболее заметна энциклопедическая зона (OLD EUROPE – 13,9%, NEW EUROPE – 15%), объединяющая когнитивные признаки, характеризующие признаки концепта, требующие знакомства с ними на базе опыта, взаимодействия с денотатом концепта [3, с. 111]. О Новой Европе и Старой Европе в национальном американском сознании содержится примерно одинаковое количество информации. Оценочная зона концепта NEW EUROPE составляет 8,4%, оценочная зона концепта OLD EUROPE – 9,2%. Следовательно, Старая Европа подвергается оценке в большей степени, чем Новая Европа. В оценочной зоне концепта NEW EUROPE преобладают когнитивные признаки, несущие положительную оценку, тогда как в оценочной зоне концепта OLD EUROPE наблюдается равное количество признаков, несущих положительную и отрицательную оценку. Разница в объёме утилитарной зоны несущественна: в концепте NEW EUROPE её объём – 3,1%, в концепте OLD EUROPE – 3,6%. Когнитивные признаки данной зоны выражают знания, связанные с возможностью и особенностями использования денотата концепта для каких-либо практических целей [Там же, с. 112]. Утилитарная зона двух исследуемых концептов содержит один признак – *привлекательность для инвестиций*.

В ходе исследования все выявленные когнитивные признаки концептов были распределены на 3 группы: когнитивные признаки положительной оценки, когнитивные признаки отрицательной оценки и когнитивные признаки нейтральной оценки. В концепте NEW EUROPE было выявлено 17 признаков положительной оценки, 5 признаков отрицательной оценки и 9 признаков нейтральной оценки. В концепте OLD EUROPE было выявлено 7 признаков положительной оценки, 15 признаков отрицательной оценки и 6 признаков нейтральной оценки. Таким образом, в концепте NEW EUROPE преобладают признаки положительной оценки, тогда как в концепте OLD EUROPE преобладают признаки отрицательной оценки.

Рекуррентность концепта OLD EUROPE (частотность его языковых репрезентаций в речи) на 183 репрезентации больше, чем рекуррентность концепта NEW EUROPE, что свидетельствует о большей актуальности первого концепта в когнитивном сознании американского общества.

Итак, исследовав образ Европы, существующий в политическом сознании американского лингвокультурного сообщества, можно сделать вывод, что данный образ представляет собой концептуальную систему в виде оппозиции, приближенной к бинарной: NEW EUROPE – OLD EUROPE, – образующую антонимическую пару в американском масс-медийном дискурсе с позитивной оценкой в левой части.

Список литературы

1. Волхонский Б. Перерождение «новой» Европы [Электронный ресурс]. URL: http://www.intelros.ru/pdf/Rus_journal_11_08/8.pdf (дата обращения: 15.08.2015).
2. Малинович Ю. М. Функционально-семантические категории бинарной оппозиции (лингвофилософский очерк) // Текстовая реализация функционально-семантических категорий и полей. Ростов-на-Дону: ИПО ПИ ЮФУ, 2011. С. 50-69.
3. Попова З. Д. Когнитивная лингвистика. М.: АСТ; Восток – Запад, 2007. 314 с.
4. Цивьян Т. В. Модель мира и её лингвистические основы. Изд-е 3-е, испр. М.: КомКнига, 2006. 280 с.

**THE OPPOSITION OF THE CONCEPTS NEW EUROPE – OLD EUROPE
IN THE MASS MEDIA DISCOURSE OF THE USA**

Pinchukova Natal'ya Vladimirovna
Amur State University
pinnat12@mail.ru

The article is devoted to the research of the image of Europe in the mass-media discourse of the USA at the beginning of the XXI century. The image of Europe is considered as the conceptual system, presented in the form of the binary opposition NEW EUROPE – OLD EUROPE. The author reveals the notion of the binary opposition principle, which underlies the principle of reflection of the world in human consciousness. The main content of the article is the analysis and comparison of the concepts and NEW EUROPE and OLD EUROPE.

Key words and phrases: world view; image; concept; binary opposition; cognitive features of the concept.

УДК 81:39

Статья посвящена сопоставительному исследованию психолингвистических характеристик восприятия значения русских и английских идиоматических концептов «бедность / poverty» представителями русского лингвокультурного сообщества. В статье приводится детальный анализ психолингвистических исследований, посвященных проблемам восприятия и распознавания идиоматического значения. На основе анализа лингвистических экспериментов были выявлены ассоциативные реакции, семантическая интерпретация которых обозначила особенности репрезентации идиоматического значения, отражающие стереотипные представления русскоязычных студентов об англоязычном лингвокультурном сообществе в сравнении с сообществом, к которому они себя относят.

Ключевые слова и фразы: идиоматическое выражение; психолингвистический подход; ассоциативные реакции; идиоматическое значение; семантическая интерпретация; концепт.

Полякова Елена Владимировна, к. филол. н., доцент
Таганрогский институт имени А. П. Чехова (филиал)
Ростовского государственного экономического университета (РИНХ)
polyak.lena@mail.ru

**ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВОСПРИЯТИЯ ЗНАЧЕНИЯ РУССКИХ
И АНГЛИЙСКИХ ИДИОМАТИЧЕСКИХ КОНЦЕПТОВ**

Разнообразный спектр устойчивых выражений, называемых идиомами, отражает трудности, с которыми сталкиваются как носители языка, так и инофоны, встречаясь с этим явлением в актах коммуникации. В этих «терминологических джунглях» (выражение А. Ланглотц) [21, р. 2] неизменным остается признание того, что идиоматические выражения представляют собой сложные знаки, характеризующиеся спецификой формы и значения, а также прагматическими и социокультурными особенностями. Идиомы признаются конвенциональными выражениями, поскольку входят в словарный состав конкретного языка и выполняют специфические дискурсивно-коммуникативные функции. Основными характеристиками, влияющими на психологические особенности восприятия идиоматических выражений, являются:

1. Устойчивость выражения [1, с. 54-68] и признание его представителями лингвокультурного сообщества, называемое в западной традиции институционализацией (institutionalization).

2. Сочетание двух или более лексем, объединенных общим значением, называемое раздельноформленностью [Там же, с. 68-90] или композиционностью выражения (compositeness). Пословицы и поговорки, а также фразовые глаголы, согласно этому критерию, также относят к идиоматическим конструкциям [19]. Следует отметить, что ряд исследователей не признают композиционный характер идиом и считают, что общее значение идиоматического выражения представляет собой семантическое расширение по сравнению со значением его отдельных лексических компонентов [17, р. 275].