



Analysis of the Cognitive Potential of Idiomatic Expressions

E. A. Petrova¹

¹Ufa Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Ufa, Russian Federation

DOI: 10.18255/2412-6519-2025-1-102-112

Research article
Full text in Russian

The research in the field of cognitive sciences shows that language is the basis of human interaction and development. Language is the main instrument of the formation of thinking and cognitive consciousness, and is a means of intercultural communication. This article attempts to study the cognition and pragmatics of idiomatic units, which in the theory of linguistics are considered as units of mental representation. Idiomatic expressions reflect the culture of people, the level of a social life and the development of the society. The methodological basis of the study is theoretical works touching upon the issues of cognitive and linguacultural assessment of idiomatic expressions. It is noted that the study of idiomatic expressions is appropriate from the point of view of their axiological and pragmatic potential, since language is reflected in the content and structure of idioms. Attention is drawn to the fact that idioms are most vividly verbalized in a literary text, which is a special means of expressing and transmitting information and is distinguished by its structure, expressiveness and the use of lexical and stylistic means. It is emphasized that the use of idioms in literature plays an important role, allowing authors to convey the emotional state of characters and reflect the cultural features of the language. It is concluded that idioms perform a communicative and expressive-emotional function in artistic texts.

Keywords: idiom; idiomaticity; axiological aspect; pragmatic aspect; cognition; text; discourse

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Petrova, Elena A. | E-mail: eleina.froloff@yandex.ru
D. Sc. (Philology), Associate Professor

For citation: Petrova E. A. Analysis of the Cognitive Potential of Idiomatic Expressions // Social'nye i gumanitarnye znaniya. 2025. Vol. 11, No. 1. P. 102-112. (in Russ.)



Анализ когнитивного потенциала идиоматических выражений

Е. А. Петрова¹

¹Уфимский юридический институт МВД России, Уфа, Российская Федерация

DOI: 10.18255/2412-6519-2025-1-102-112
УДК 811.111

Научная статья
Полный текст на русском языке

Исследования в области когнитивных наук показывают, что язык является основой человеческого взаимодействия и развития. Язык играет ключевую роль в формировании мышления и когнитивного сознания, а также является средством межкультурной коммуникации. В настоящей статье предпринята попытка исследовать когницию и прагматику идиоматических единиц, которые в теории лингвистики рассматриваются как единицы ментальной репрезентации. В идиоматических выражениях находит отражение культура народа, уровень социальной жизни и развитости общества. Методологической основой исследования являются теоретические работы, затрагивающие вопросы когнитивной и лингвокультурной оценки идиоматических выражений. Отмечается, что изучение идиоматических выражений целесообразно с точки зрения их аксиологического и прагматического потенциала, поскольку язык отражается в содержании и структуре идиом. Идиомы наиболее ярко вербализируются в художественном тексте, который является особым средством выражения и передачи информации и отличается своей структурой, выразительностью и использованием лексических и стилистических средств. Подчеркивается, что использование идиоматических выражений в художественных текстах играет важную роль, позволяя авторам передавать эмоциональное состояние персонажей и отражать культурные особенности языка. Высказывается предположение, что идиоматические выражения выполняют в художественных текстах коммуникативную и экспрессивно-эмоциональную функцию.

Ключевые слова: идиома; идиоматичность; аксиологический аспект; прагматический аспект; когниция; текст; дискурс

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Петрова, Елена Александровна | E-mail: eleina.froloff@yandex.ru
Доктор филологических наук, доцент, заведующий
кафедрой иностранных и русского языков

Для цитирования: Петрова Е. А. Анализ когнитивного потенциала идиоматических выражений // Социальные и гуманитарные знания. 2025. Том 11, № 1. С. 102-112.

Введение

Исследования в области когнитологии и лингвокультурологии показывают, что язык служит фундаментом для изучения человеческого поведения и взаимосвязан с различными сферами деятельности человека. В лингвистике язык позиционируют не только как средство общения в социуме, но и как ключ к пониманию

© ЯРГУ, 2025

Статья открытого доступа под лицензией CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

познавательных функций человеческого мышления. В целом «все наши мысли выражаются посредством языка и языковых единиц» [1], следовательно, язык выполняет не только коммуникативную, но и информативную функцию. Когнитивные процессы, занимающиеся анализом и хранением информации, могут также описываться терминами *интеллектуальные* или *умственные* действия. Эти процессы, известные как когниция, представляют собой основу для понимания того, как люди воспринимают, обрабатывают и используют информацию для решения задач и принятия решений.

Общеизвестно, что язык постоянно развивается, впитывая в себя новые словосочетания и фразы, что делает его более выразительным и разнообразным. С течением времени определенные фразы выходят из употребления, теряя свою актуальность, другие же, напротив, вплетаются в ткань культуры и языка, становясь его неотъемлемой частью. Изучение словесного наследия разнообразных культур открывает нам окно в их историю и традиции. Лексика, которую мы применяем в повседневной жизни, имеет корни, уходящие в разные временные промежутки: некоторые слова и выражения живут уже веками, в то время как иные возникли совсем недавно. Этот процесс способствует созданию уникальных и метких выражений, известных как идиомы и фразеологизмы.

Исследовательская гипотеза работы исходит из лингвокультурных и когнитивно-прагматических характеристик идиоматических выражений. Обращение к лингвокультурологической и когнитивной моделям заявленных языковых единиц объясняется их значимостью в языковой картине мира в новом формирующемся контексте. Кроме того, использование идиом является одним из языковых приемов, который придает текстам глубокую эмоциональную окраску и делает их более выразительными. Часто идиомы служат для передачи культурологических и исторических аспектов современного общества, поэтому важность точного перевода идиом неоспорима.

В области российской лингвистики термины *идиома* и *фразеология*, согласно Н. Ф. Алефиренко, имеют двойное значение: они указывают как на специализированное направление исследований, так и на сами выражения, встроенные в языковую систему [2, с. 36]. Интересно, что идиомы демонстрируют уникальную способность быть одновременно простыми и сложными. С первого взгляда они могут казаться обычным набором слов, но на деле они функционируют почти как единые слова, выполняя специфическую роль в языке и общении, несмотря на то, что внешне они выглядят как обычные фразы.

В то время как отдельные слова имеют свое уникальное и специфичное значение, объединение их в фразы создает более комплексные структуры, которые не всегда ясно передают первоначальный смысл каждого из слов, входящих в их состав. Это связано с тем, что фразы могут служить тем же целям, что и слова, но без той же ясности и однозначности. Как указывается в исследовании Е. Ф. Арсентьевой [3, с. 10], именно сочетание значений слов во фразе делает ее смысл более сложным. Идиоматические выражения отличаются своей номинативной функцией и уникальной комбинацией слов, отличающими их от простых фраз.

Методы

Методологической базой исследования когнитивного, лингвокультурологического и прагматического потенциала идиоматических выражений послужили следующие общенаучные методы: теоретический анализ, дедуктивный метод, описательный метод, метод интерпретации, контекстуальный анализ.

В сфере лингвистических исследований сегодня особое внимание уделяется изучению идиом, которые рассматриваются как ключевой элемент взаимодействия между человеком и обществом, подчеркивая их значимость в контексте природы языка. А. Н. Баранов подчеркивает, что ландшафт языка постоянно эволюционирует и обогащается новыми социально-культурными различиями, что приводит к обновлению значений многих традиционных лексических элементов, используемых народами на протяжении веков [4, с. 456]. В этом контексте особую роль играют фразеологизмы и идиоматические выражения, которые не только отражают уникальное мировоззрение и культурные особенности народов, но и являются неотъемлемой частью их языковой системы.

Исследование лингвистической природы идиом оправдано с точки зрения изучения механизмов, посредством которых осуществляется обработка поступающей информации, включая разбор методов, с помощью которых анализируются данные, полученные из эмпирического материала. При этом немаловажным представляется индивидуальное восприятие реальности. Речь идет об осмыслении и трактовке языковых образцов, которые непрерывно складываются внутри определенных социальных коллективов. Исследовательское поле также охватывает изучение когниции с точки зрения процессов познания, а также способности к восприятию и интерпретации речи.

Важно отметить, что культурологический анализ идиом играет ключевую роль, поскольку «восприятие мира активно конструируется с помощью языковых шаблонов, характерных для каждой социальной группы» [5, с. 17].

Наконец, при переводе идиоматических выражений важно передать смысл подобных языковых явлений, принимая во внимание их образность, выполняемую стилистическую функцию, обусловленные определенным контекстом.

Результаты

Идиомы – уникальные языковые конструкции, состоящие из двух и более компонентов, выступающие не просто как наборы слов, а как неделимые единицы, обладающие собственным значением. Их особая роль в структуре языка заключается в том, что они несут в себе особенности, выделяющие их на фоне прочих слов и выражений, позволяя трактовать их как самостоятельные элементы лексики. Однако в современной лингвистике нет четких правил, которые бы определяли, что именно относится к идиомам, поэтому представляется целесообразным остановиться на точках зрения разных ученых.

Так, Н. Ф. Алефиренко предлагает назвать идиомами все устойчивые сочетания, включая поговорки, пословицы, а также сочетания в виде слова и предлога (например, *to shout at*) [2, с. 39]. Другой известный ученый В. В. Виноградов под идиомами или идиоматизмами понимал «устойчивые сочетания, значение которых частично или полностью отличается от значения слов, из которых они состоят» [6, с. 72].

А. И. Смирницкий отмечает, что особенностью идиом является их «эмоциональность, и они не относятся к нейтральному стилю» [7, с. 57]. Т. Г. Добросклонская говорит о том, что значение идиомы «очень часто невозможно понять из значения слов-компонентов» [8, с. 47].

Несмотря на огромное множество определений понятия *идиома*, в них есть некоторые общие характеристики. Все перечисленные авторы едины в том, что идиомы являются устойчивыми словосочетаниями, у которых происходит перенос значения (именно это вызывает трудности с пониманием значения идиом). При этом А. И. Смирницкий отмечает также эмоциональную окрашенность идиом и говорит о том, что в их основе лежит метафора.

В обсуждении процесса формирования идиом интересную точку зрения предлагает Т. З. Черданцева. В ее работах утверждается, что идиомы являются результатом длительного эволюционного процесса. Изначально определенные словосочетания закрепляются в языке, затем они обогащаются метафорическими значениями, превращаясь в неподвижные структуры. Тем не менее Т. З. Черданцева подчеркивает, что идиомы не остаются неизменными; они подвергаются изменениям, что она называет «деформацией». Этот процесс включает в себя разделение идиом на отдельные слова, которые начинают функционировать как независимые единицы значения, что ведет к разрушению их первоначальной фразеологической связности [9, с. 43].

Обратимся к классификации идиом, предложенной зарубежными лингвистами Ч. Фернандо и Р. Флавеллом и основанной на уровне очевидности значения словосочетаний, подкрепив примерами из русского языка. Итак, они предлагают четыре категории [10, с. 18].

1. Словосочетания, значение которых является непосредственным и легко уловимым. Например: *выносить мозг* – навязчиво критиковать, донимать нотациями, изменять сознание и поражать.

2. Конструкции, чье значение скрыто за метафорой, но все же частично угадывается. Например: *все в шоколаде* – по высшему разряду.

3. Фразы, в которых значение не следует логически из значений составляющих их слов. Например: *знать пургу* – обманывать.

4. Идиомы, значение которых полностью отделено от буквальных значений слов, входящих в их состав. Например: *капитан очевидность* – человек, который постоянно говорит банальности.

Одновременно лексиколог М. Маккарти разделяет различные типы идиоматических выражений на категории в зависимости от их лексической гибкости и способности сохранять значение при замене элементов. Во-первых, это так называемые полные идиомы, представляющие собой уникальные сочетания слов, значение которых не может быть выведено путем анализа отдельных слов. Замена любого элемента в таких сочетаниях приведет к потере исходного смысла. Во-вторых, частичные идиомы, обладающие как буквальным, так и переносным значением, но их особенностью является ограниченная возможность замены слов без потери уникального значения. Далее коллокации – группы слов, которые часто используются вместе, образуя стандартные сочетания. В отличие от идиом, элементы в коллокациях можно заменять, не меняя общего значения выражения. И, наконец, *opaque idioms* – идиоматические выражения, чье значение невозможно определить, исходя

из значений составляющих их слов. Эта классификация помогает точнее усвоить устройство языка и механизмы формирования его выражений [11, с. 42].

Из вышесказанного можно сделать вывод, что идиомы – это стабильные выражения, которые условно можно разделить на две категории. К первой категории относятся идиомы, чье значение можно интерпретировать из составляющих конститuentов, то есть смысл которых не требует дополнительного контекста. Например, *teacher's pet* – любимчик учителя. Ко второй категории относятся идиомы, значение которых не так очевидно и требует дополнительного объяснения или контекста для понимания. Например, идиома *let your hair down* переводится не как *потерять волос*, а как *расслабиться*, чей смысл можно понять из следующего контекста: *Don't worry about your work. Let your hair down and enjoy the party.*

В дискуссии о языковых образах особого внимания заслуживают метафоры. Они уникальны тем, что позволяют представить одну концепцию через призму другой, сопоставляя различные объекты. В отличие от метафор, идиомы не всегда основываются на сравнении, хотя их корни часто уходят к метафорическому сравнению.

Рассматривая пословицы и идиомы, стоит подчеркнуть, что пословицы более насыщены культурным смыслом и мудростью. Они могут быть использованы в разговоре частично, при этом сохраняя свою смысловую полноту. Например, упоминание фразы *It was the last straw* немедленно вызывает у слушателя понимание полного контекста, даже без необходимости проговаривать всю пословицу целиком – *It was the last straw that broke the camel's back* [12, с. 70].

Мы также считаем, что в классификацию можно добавить идиомы-форенизмы, которые особенно распространены в молодежном сленге. Например, *словить хайп* – привлекать к себе внимание, раскручивая какое-то скандальное событие; *айл би бэк* – я вернусь!

Исследование когнитивной нагрузки идиом невозможно без изучения их аксиологического и прагматического потенциала. Аксиологический потенциал идиом связан с их ценностной нагрузкой и выражением авторской оценки. Так, они могут нести в себе определенные нравственные, культурные или эстетические ценности, отражая авторский подход к теме или явлению. Использование определенных идиоматических выражений может создавать атмосферу эмоциональной окраски, усиливать выразительность высказывания, помогая тем самым передать определенные эмоциональные оттенки.

В соответствии с вышеизложенными размышлениями можно сделать вывод о том, что идиомы являются уникальными языковыми конструкциями, обладающими рядом специфических черт. Концепция идиоматичности была изучена многими исследователями. Так, Л. Блумфильд выделяет их выраженную идиоматичность, стабильность и наличие разнообразных коннотаций, формирующих их образное значение [13, с. 39].

Другие ученые, такие как М. М. Копыленко и З. Д. Попова, постулируют идею о том, что значение идиомы нельзя интерпретировать простым суммированием значений ее конститuentов [14]. Примечательно, что практически все ученые, в чье исследовательское поле попало изучение идиом, отмечают, что особенность идиоматических единиц заключается в их уникальности, из-за которой невозможно вывести значение отдельных слов в их составе. Они также указывают на то, что использование идиом в определенных ситуациях придает дополнительные ню-

ансы смысла, такие как оценочные суждения, модальные значения и эмоциональная окраска, благодаря чему обогащается первоначальное значение. Этот процесс, получивший название коннотации, предполагает возникновение дополнительных ассоциаций и значений в контексте использования идиомы, что помогает преодолеть ее смысловую ограниченность. Исходя из анализа взаимосвязей между языком, его культурным и историческим контекстом, можно выделить значимую роль коннотаций.

В лингвистике также ведутся дискуссии относительно состава идиоматического корпуса. Так, Л. П. Смит, В. П. Жуков и Н. М. Шанский настаивают на включении в него всех форм стойких выражений. Вместе с тем другие исследователи, такие как Н. Н. Амосова, А. И. Смирницкий, предпочитают ограничивать фразеологию только специфическими категориями. В этом контексте В. В. Виноградов выделяется своим мнением о том, что пословицы и поговорки не следует относить к фразеологизмам, аргументируя это их предположно-структурной особенностью и отсутствием прямой семантической связи со словами [6, с. 243]. Напротив, Н. М. Шанский утверждает, что пословицы и поговорки представляют собой уникальные категории, отличающиеся своеобразной структурой и семантической насыщенностью, поскольку они представлены конститuentами с так называемым гибким значением, присущим идиомам [15].

Несомненно, что анализ идиом невозможен без изучения их функций, а именно: коммуникативной, номинативной, познавательной, прагматической и других. Особый интерес представляет исследование прагматического потенциала идиом, поскольку они, как правило, используются в дискурсе с целевой установкой установления контакта, передачи конкретной информации, убеждения собеседника, создания определенной атмосферы или эмоционального настроения. Кроме того, употребление идиом улучшает понимание и восприятие сообщения, делает дискурс более экспрессивным.

Изучение прагматического потенциала идиом, на наш взгляд, целесообразно рассмотреть на примерах их функционирования в художественном дискурсе, представляющем собой когнитивный процесс. Отличие текста художественного произведения в сравнении с другими типами текста, по мнению В. П. Белянина, состоит в том, что он «представляет собой личностную интерпретацию действительности. Писатель описывает те фрагменты действительности, с которыми он знаком; развивает такие соображения, которые ему близки и понятны; использует языковые элементы и метафоры, которые наполнены для него личностным смыслом» [16, с. 55].

Схожую идею высказывает В. А. Пищальникова: «Художественный текст можно определить как коммуникативно-направленное вербальное произведение, обладающее эстетической ценностью, выявленной в процессе его восприятия» [17, с. 3].

Мы полагаем, что художественный текст – это своего рода слепок с реальной жизни, но слепок не объективный, а отражающий индивидуально-авторскую картину мира и его интенцию. В процессе прочтения и осмысления текста авторская картина мира пересекается с картиной мира читателя, и в этом причудливом переплетении и происходит постижение и переосмысление авторской интенции.

По нашему мнению, художественный дискурс представляется оптимальным средством вербализации идиоматических выражений, поскольку, как утверждает

В. В. Бабайцева, в произведениях названного характера «активизируются те языковые конструкции и единицы, которые участвуют в формировании конкретики предметного мира, приобретающего статус не просто пространственной рамки событий, а этапа художественного познания» [18, с. 146–148].

Идиомы, в силу своей эмоциональной экспрессивности, не только придают дискурсу колорит, но и выступают своеобразным скрепом между автором и читателем, позволяя последнему глубже погрузиться в атмосферу произведения и лучше понять внутренний мир персонажей.

Несомненно, в художественных произведениях посредством идиом отражаются личные взгляды автора и его персонажей, а также культурно-специфический фон того или иного общества. Таким образом, идиомы манифестируют уникальность каждого литературного произведения, делая его не только средством передачи заложенной в него темы и ремы, но и инструментом взаимодействия с миром читателя.

Использование идиоматичных выражений писателями часто направлено на достижение нескольких целей: они не только выражают эмоции и отношение персонажей к событиям, но и отражают языковые реалии и социокультурные особенности. Как утверждает М. А. Махмудова, они «играют ключевую роль в представлении культурного контекста, делая его более доступным и понятным для читателя, тем самым углубляя его погружение в текст и раскрывая его многослойность через оригинальные словесные конструкции» [19, с. 12].

Проанализировав эмпирический материал, мы пришли к выводу, что художественные дискурсы часто содержат скрытый смысл, который авторы вкладывают в свои работы, обходясь без прямого использования языковых структур. Они изобилуют метафорами и символами, которые пронизывают текст на различных уровнях. Авторы, обращаясь к идиомам, стремятся обогатить свои произведения, внося в них уникальные элементы и раскрывая персонажей под необычными углами, зачастую неожиданными для читателей. Таким образом, идиомы служат для того, чтобы придать тексту выразительность за счет ассоциативных образов, что приводит к формированию его эстетической целостности. Более того, так как идиоматические выражения имеют сжатую структуру, то возможно вложить в текст сложные идеи, используя минимум слов.

На наш взгляд, художественный текст отличается довольно пестрой содержательно-фактуальной информацией, а следовательно, и коммуникативной интенцией, представленной в виде психолингвистической (вербальной и невербальной) реакции на ситуацию. В связи с этим автор художественного произведения отбирает и организует языковые средства, исходя из того, чтобы они не только передавали его смысл, но и, что более важно, вызывали у адресата эмоциональную реакцию на него и настоящее эстетическое наслаждение, что самым непосредственным образом связано с прагматической функцией художественного текста, которая определяется как приобщение читателя к мыслям и системе эстетических оценок адресанта.

Использование идиом становится ключевым в достижении этой цели, обогащая текст и внося в него определенное своеобразие. Это объясняется тем, что идиомы обладают способностью не только называть и описывать, но и передавать более «глубокие аспекты и контексты, добавляя произведению многослойность

и текстурность, что делает его запоминающимся и значимым» [20, с. 33]. Отсюда возникает интерес к изучению вербализации идиом в художественном дискурсе, поскольку они позволяют раскрыть индивидуальность писателя, его эмоциональный мир и взгляды на описываемые события.

Однако неправильное использование идиом может привести к искажению фактуальной информации и интерпретации описываемых событий. Идиоматические обороты часто служат не просто для отображения действительности, но и для выражения личных взглядов или чувственных нюансов. Они могут содержать нотки сарказма, осуждения или насмешки, обогащая язык уникальной эмоциональной глубиной. Например, идиома *чернильная душа* намекает на бюрократическую натуру с ноткой пренебрежения, в то время как *шишка на ровном месте* отсылает к человеку, который не выделяется и не имеет большого значения.

Использование стилистически насыщенных идиоматических выражений может значительно усилить их выразительность. Применение фигуративного языка, включая метафоры и аналогии, способствует углублению эмоционального содержания сообщений. Например, идиома *отставной козы барабанщик* имеет отрицательную коннотацию и используется часто для создания иронии в отношении героев произведения. Как в классической, так и современной литературе ее используют когда говорят о людях, которые не любят трудиться и готовы выполнять даже самую никчемную работу. Так, Максим Горький в пьесе «На дне» упоминает героя Алешку, которого автор представляет как *«ваше превосходительство, отставной козы барабанщик»*. Или, например, Виктор Грошев в своей книге «Продавец газет» пишет о командире в отставке, которого захотели снова привлечь к службе. Но тот сказал, что *лучше найти другого командира, так как он теперь – продавец газет, отставной козы барабанщик*.

Или пример из произведения Василия Сахарова «Большой погром»: *А этим летом он обязан вновь рыскать вдоль европейских и английских берегов, выжигать рыбацкие деревни, захватывать пленных, брать на бордаж корабли и всячески кошмарить католиков*.

Используемая метафора *кошмарить*, чья семантика означает *беспокоить*, придает оценочному суждению автора еще «большую глубину и насыщенность» [21, с. 98]. Следовательно, идиоматические обороты могут играть роль эвфемизмов, обеспечивая возможность для более тонкого и скрытого выражения мыслей и информации.

Использование идиоматических выражений часто обусловлено стремлением соответствовать культурным нормам, этическим кодексам или религиозным убеждениям, где они выступают как метафоры, поскольку включают в себя метафорические образы. Например, выражение *как сквозь землю провалился* является ярким примером такого метафорического образа, поскольку его в силу своей эмоциональной окраски довольно часто можно встретить в художественных текстах. Кроме того, идиомы могут использоваться для создания контрастных образов в тексте.

Проанализируем еще отрывок из произведения Сомерсета Моэма «Театр».

Бедный ягненок, – подумала Джулия, – верно, сегодня самый знаменательный день в его жизни. Будет на седьмом небе от счастья, когда начнет рассказывать об этом. Он станет героем в своей конторе, и все от зависти лопнут.

В приведенном отрывке автор использовал сразу несколько идиом. Первая идиома (*бедный ягненок*) выполняет роль задания темы, реализуя функцию проспективного коррелята, связывающего воедино все предложения отрывка. Следующая идиома (*Будет на седьмом небе от счастья*) располагается в середине, осуществляя при этом когезивную функцию развития темы, и способствует ее раскрытию от зачина до конца. И, наконец, последняя идиома (*все от зависти лопнут*) содержит вывод из того, о чем шла речь на всем протяжении отрывка.

Следовательно, происходит ступенчатое развертывание темы всего повествования. С семантической точки зрения все идиоматические выражения скреплены между собой проспективно-ретроспективными связями. Таким образом, на основании вышеизложенного мы полагаем, что идиоматические выражения исполняют роль средств организации не только дискурса, но и мысли, ибо с их помощью удастся выделить главное и привлечь к этой информации внимание читателя. Изложенные гипотезы позволяют нам предположить, что идиоматические выражения отражают определенные ментальные категории. Отсюда следует, что их уместно интерпретировать как логико-речевые образования, которые представляют собой формы мыслительного процесса и являются формами речевой коммуникации.

Выводы

Подводя общий итог исследования, можно сделать ряд выводов. Итак, язык имеет антропологическое влияние, поскольку он служит средством для обмена информацией с учетом разнообразия его форм и методов, многочисленных жанров и стилей, а также эмоционального воздействия на реципиента. Таким образом, прагматическая функция языка опосредуется через его взаимосвязь с социальной составляющей. В процессе эволюции языка появляются новые фразы и выражения, в частности и идиоматические выражения, обогащающие язык и делающие его более экспрессивным. Некоторые идиоматические выражения становятся анахронизмами, а другие – неологизмами. Использование идиом в художественном дискурсе позволяет передавать чувства и мысли персонажей, создавать своеобразную тему-рематику аранжировку текста и отражать культурные особенности языка. Кроме того, освоение лексического пласта на примере идиоматических выражений различных языков позволяет лучше изучить их лингвокультурологический фон.

Ссылки

1. Петрова Е. А. Структурно-семантические особенности варваризмов (на примере профессиональной речи сотрудников органов внутренних дел) // Вестник Уфимского юридического института МВД России. 2021. № 1. С. 172–181. EDN GPUNQU.
2. Алефиренко Н. Ф. Фразеология в свете современных лингвистических парадигм М.: Эллипс, 2008. 271 с.
3. Арсентьева Е. Ф. Лекции по фразеологии английского языка. М.: Наука, 2004. 44 с.
4. Баранов А. Н. Аспекты теории фразеологии. М.: Знак, 2008. 656 с.
5. Вендина Т. И. Введение в языкознание. М.: Высшая школа, 2001. 288 с.
6. Виноградов В. В. Лексикология и лексикография. Избранные труды. М.: Наука, 1977. 312 с.

7. Смирницкий А. И. Лексикология английского языка. М.: МГУ, 1998. 260 с.
8. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов М.: УРСС, 2005. 288 с.
9. Черданцева Т. З. Язык и его образы: Очерки по итальянской фразеологии. Изд. 3-е. М.: Издательство ЛКИ, 2010. 168 с.
10. Fernando C., Flavell R. On Idiom: Critical Views and Perspectives // Exeter Linguistic Studies. 1981. Vol. 5. P. 18–48.
11. McCarthy M. Vocabulary. Oxford: Oxford University Press, 1990. 173 p.
12. Эльжуркаева М. Я. Проблемы перевода фразеологических единиц // Филологические науки в России и за рубежом: материалы II Междунар. науч. конф. СПб.: Реноме, 2013. С. 106–109.
13. Блумфильд Л. Дескриптивная лингвистика. М.: ЭЛПИС, 2008. 272 с.
14. Копыленко М. М., Попова З. Д. Очерки по общей фразеологии. Фразеосочетания в системе языка. Изд. 2. М.: URSS, Либроком, 2010. 192 с.
15. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка. М.: Высшая школа, 1969. 232 с.
16. Белянин В. П. Психолингвистические аспекты художественного текста. М.: Изд-во МГУ, 1988. 121 с.
17. Пищальникова В. А. Проблемы лингвоэстетического анализа художественного текста. Барнаул: АГУ, 1984. 59 с.
18. Бабайцева В. В. Избранное. М.; Ставрополь: Изд-во СГУ, 2010. 399 с.
19. Юсупова М. А., Махмудова М. А. Стилистика фразеологических единиц в английском и русских языках // Ученые записки Худжандского государственного университета им. академика Б. Гафурова. Гуманитарные науки. 2016. № 1. С. 101–104. EDN WGCBKD.
20. Петрова В. А. Перевод окказиональных фразеологизмов в общественно-политических текстах электронных английских СМИ // Ученые записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. 2016. № 1. С. 7. EDN VSFFJV.
21. Seidl J. English idioms. Oxford: Oxford University Press, 1988. 267 с.