

СИМВОЛЫ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ В ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ

М. Л. Лаптева

*Астраханский государственный университет
(г. Астрахань, Россия)*

Ж. Э. Кинжигалиева

*Астраханский государственный университет
(г. Астрахань, Россия)*

Аннотация. В данной статье в рамках семиотического подхода к современной массовой культуре рассматриваются культурные знаки, которые приобрели символическое значение и получили объективацию в лексико-фразеологической системе русского языка. Анализу подвергаются антропонимические единицы – имена популярных героев книг и фильмов, получивших широкое распространение через каналы массовой коммуникации и расширивших семантическую структуру (Мата Хари, Шерлок Холмс, Пинкертон, мать Тереза, Робин Гуд). Значения рассматриваемых единиц раскрываются в контекстах, также представляющих собой фрагменты текстов массовой культуры. Особое внимание уделяется образам, которые активно тиражируются в дискурсивном пространстве кинематографа. Как особый символ эстетики массовой культуры выделяется Голливуд, получивший репрезентацию во фразеологизмах с символьным компонентом *Какие люди в Голливуде!* и голливудская улыбка.

Ключевые слова: массовая культура, языковой символ, образ, фразеологизм, антропоним, репрезентация, семантическая структура, значение, смысл.

MASS CULTURE SYMBOLS IN LEXICAL-PHRASEOLOGICAL REPRESENTATION

M. L. Lapteva

*Astrakhan State University
(Astrakhan, Russia)*

Zh. E. Kinzhigalieva

*Astrakhan State University
(Astrakhan, Russia)*

Abstract. The article deals the culture signs which acquired the symbolic semantic and got the objectification the lexical-phraseological system of the Russian language in view semiological approach to contemporary mass culture. The article analyzes the anthroponymic units – famous book and movie heroes names which got wide spreading by mass culture channels and increased the semantic structure (*Mata Hari, Sherlock Holmes, Pinkerton, mother Theresa, Robin Hood*). The

meaning of the units in question is revealed in contexts that are also fragments of texts of mass cultures. The work pays special attention to images that are actively replicated in cinematograph discourse field. Hollywood which got representation in phraseological units with symbolic component «Look who's here in Hollywood!» and «the Hollywood smile» is marked out as special mass culture aesthetic symbol.

Keywords: *mass culture, language symbol, image, phraseological unit, anthroponym, representation, meaning structure, meaning, sense.*

В соответствии со сложившимся в настоящее время семиотическим подходом к массовой культуре последняя понимается как особая культурная среда, в которой имплицитно существуют смысловые структуры и модели распознавания значений широкими массами носителей языка. Семиологов, прежде всего, интересует то, как устроено коммуникативное пространство, в котором функционируют и распознаются тексты массовой культуры, при этом проблема массового и элитарного не рассматривается, а эстетическая оценка самим текстам не дается.

В нашем понимании массовая культура представляет собой не столько как систему знаков, сколько некую среду, в которой функционирует нечто как знак. В связи с этим следует рассматривать тексты массовой культуры не как комплексы уже устоявшихся знаков, при изучении которых исследователю необходимо обнаружить явные и скрытые значения, закрепленные за ними объективно, а как процесс семиозиса, в ходе которого тот, кто воспринимает информацию, обнаруживает в некоторых объектах знаковые функции и интерпретирует их в соответствии с определенными кодами, принятыми в системе массовой культуры.

По утверждению В. А. Масловой, «каждый символ должен интерпретироваться только с учетом специфики его функционирования в конкретном социокультурном контексте. Символ, закодированный в контекст разных культур, имеет в них различный смысл» [1, с. 178]. Следовательно, на наш взгляд, возникает необходимость в разграничении (а) культурного знака, получившего смысловое развитие и ставшего символом; (б) фразеологизма как результата оязыковления символа и (в) фразеологизма, содержащего в семантической структуре символичный или квазисимволичный компонент.

По словам Ю. М. Лотмана, «символ никогда не принадлежит какому-либо одному синхронному срезу культуры – он всегда пронзает этот срез по вертикали, приходя из прошлого и уходя в будущее. Память символа всегда древнее, чем память его несимволического текстового окружения» [2, с. 221]. Следует отметить, что в некоторых случаях символ может осознаваться как часть «чужой» культуры и как таковой репрезентироваться в национальном лингвокультурном пространстве в составе инокультурного фразеологизма.

В массовой культуре символами, вызывающими восхищение лингвокультурного сообщества, становятся, вне всякого сомнения, популярные мульт- и киногерои, музыканты и актеры, признаваемые звездами.

С. Г. Азарян и И. В. Мещерякова утверждают, что «массовая культура имеет пантеон своих героев на телевизионном экране, причем довольно популярных среди части населения той или иной страны. <...> Это, как правило, гангстеры, полицейские, детективы, шпионы, изворотливые мошенники, либо вымышленные персонажи комиксов и мыльных опер. Типичными героями массовой культуры стали Джеймс Бонд, разнообразные секс-бомбы, топ-модели и т.д.» [3]. Следовательно, несложно установить смысловую связь типа *массовая культура – СМИ – телевидение – Джеймс Бонд – агент 007*. Таким образом главный персонаж романов британского писателя Яна Флеминга, вымышленный агент М16 сэр Джеймс Бонд (англ. James Bond), командер ВМФ Великобритании, агент 007, отличительными чертами которого являются авантюризм, решительность, нацеленность на силовое решение конфликтов, а также страсть к женщинам, азартным играм и алкоголю,

благодаря серии фильмов «Агент 007» («бондиана»), снятых по данным романам, становится маркером массовой культуры. Подтверждением является тот факт, например, что актуализированный сериалом образ британского агента приобретает национально-специфическое свойство «массовости» и в некогда популярной песне группы «Блестящие» «Агент 007»: «Я тебе сказала вчера: «Всего хорошего!» / Больше в эти игры играть я не хочу, послушай/ Я не шучу, ведь мне непросто совсем / Любить агента 007». И, наконец, в историко-этимологическом словаре «Русская фразеология» находим: *Агент 007 – (шутл.) ‘О разведчике, шпионе, человеке авантюрного склада характера’* [4, с. 16–17].

Во фразеологическом фонде русского языка выделяется немало фразеологизмов, источником происхождения которых является дискурсивное пространство антропонимики. Расширение семантического потенциала антропонима, ассоциативные и коннотативные смыслы, которыми он «обрастает», «смысловые обертоны» приводят к развитию символического значения данного имени в рамках русского лингвокультурного пространства. Приведем несколько примеров.

Символом авантюризма становится имя *Мата Харри*, принадлежащее легендарной шпионке времен Первой мировой войны, которая была обвинена французскими властями в передаче секретных сведений Германии и казнена. По данным Энциклопедического словаря крылатых слов и выражений В. Серова [5], *Мата Харри* – ‘женщина авантюрного склада характера’. В современной массовой культуре данный образ также активно используется, например, в дискурсивном пространстве кинематографа: 1) *Джейк широко распахнул голубые глаза и с насмешливо-невинным видом посмотрел на девушку. – Но у тебя так прекрасно получается, любовь моя! Ты настоящая Мата Харри. Что бы я без тебя делал? Улучив момент, он опять подступил к Касси и обнял ее (Сериал «Возвращение в Эдем-2» // <http://www.gorod-kino.ru>); 2) – Вы должны нам помочь. – В голосе полковника звучал металл. – Вы произвели на Гурджиева впечатление, и он будет готов с вами встретиться еще не один раз. И вы будете с ним встречаться. И будете выполнять наши задания... Все, Соболина, теперь ты настоящая Мата Харри... (Агентство «Золотая пуля» // <http://www.bookol.ru>).*

Герой детективных рассказов Конан Дойля, сыщик, раскрывающий преступления методом логического анализа – *Шерлок Холмс* – относится к символам массовой культуры также в результате многократного копирования образа в кинематографе. Так, часто иронически или шутливо *Шерлоком Холмсом* называют ловкого, проницательного детектива, сыщика или человека, демонстрирующего наблюдательность или аналитичность мышления [4, с. 766]. Например: 1) – Ты пахнешь сиренью. Ее много в нашем парке. Ты, наверное, долго сидела, раз запах такой насыщенный. Но ты моя неугомонная девочка и не умеешь сидеть без дела... да и мороженое ты любишь, – с улыбкой произнес Андрей. – Ты мой *Шерлок Холмс*, – расцеловала мужа девушка. – И так хорошо меня знаешь... (О. Лунная. Кофе с корицей); 2) – Ах ты мой *Шерлок Холмс!* Ты же меня все равно всегда найдешь... – С сегодняшнего дня я снимаю с себя это почетное звание, – самокритично заявила Вика (Т. Морозова. Три грации).

Еще в начале XX века в России имели популярность анонимные книги о приключениях проницательного и удачливого американского детектива *Пинкертон*. Большой тираж этих книг, выпускаемых сериями, сделал образ Пинкертон настолько популярным, что антропоним Пинкертон становится именем нарицательным, обозначая любого удачливого сыщика, а впоследствии начинает употребляться только иронически, применительно к детективу, в чьем профессионализме и успехе следует усомниться. Таким образом, массовизация образа влияет на распространение его отрицательного символического прочтения. Например: *Я не сторонница крайних мер, вы знаете, и если вы дадите мне слово, что остановитесь, я никому ничего не расскажу. – Да что вы можете рассказать,*

Нат Пинкертон в юбке! Чем вы мне угрожаете? Думаете, я вас боюсь? (Александра Маринина. Иллюзия греха (1996) – НКРЯ).

В языке закрепляется и номинация **пинкертоновщина** – ‘низкопробная детективная литература, а также манера поведения, типичная для детективов-любителей или плохих профессионалов (ирон.)’ [5].

Казалось бы, символами массовой культуры становятся не только образы, получившие негативную оценку, но и образы, сохранившиеся в языковой памяти членов лингвокультурного сообщества с положительной коннотацией. Так, символом доброты и отзывчивости можно назвать *мать Терезу*. Фразеологическое значение единицы **мать Тереза** – ‘деятельная, отзывчивая женщина, которая всячески стремится помочь близким’ – сформировалось в дискурсивном пространстве инокультурной антропонимики и связано с деятельностью католической монахини, основательницы женской монашеской конгрегации «Сестры Миссионерки Любви», занимающейся служением бедным и больным. Однако такие символы добра не столько популярны в современной массовой культуре, через каналы которой пропагандируются иные модели поведения – жесткого, прагматичного, а порой и циничного. Сравним: 1) *Блогер Кпор написал, что «да уж очень интересно будет посмотреть, как Елена будет просить Путина о повышении зарплаты учителям и закрытии «Дома 2», прям не певица, а Мать Тереза», а вот Denver отметил, что «Благородство, честность и открытость Елены Ваенги уже набило оскомину»* (<http://www.uznayvse.ru>); 2) *С точки зрения бизнеса – <...> всегда можно сказать, что это не моя целевая аудитория. А я никому не обещал быть матерью Терезой, и пытаться вытаскивать из болота и тащить вверх тех, кто не только неплатёжеспособен (это не главное), но и морально к этому не готов (а вот это куда важнее)* (<http://fincake.ru>).

Широкую известность имеет имя *Робин Гуда* – героя английских народных баллад, грабившего богатых и отдававшего награбленное бедным, защитника угнетенных. Тиражируемость этого образа (в том числе в кинематографе) делает его символом благородства, а фразеологизм **Робин Гуд** закрепляется в языке в значении – ‘благородный разбойник, борец за правое дело, отчаянно смелый и бескорыстный, защитник слабых и обиженных’ [4, с. 596-597]. В современных электронных средствах массовой информации нередко происходит «эксплуатация» таких образов и «подкуп» ими зрителей, что в целом является характерным для массовой культуры приемом. Например: *Ролик, на котором телеведущий Сергей Светлаков выступает в роли Робина Гуда на дороге, собрал в YouTube тысячи просмотров. Как выяснили журналисты программы «Развод по-русски», это была пиар-акция, но какая красивая!* (<http://www.ntv.ru>).

Телевидение и кино являются культурными пространствами, где появляются, а затем и распространяются продукты современной массовой культуры, число которых неизменно увеличивается. Отметим, что все активнее в русском языке используется слово **концепт-арты** – рисунки, определяющие визуальную эстетику фильма, в частности, образы персонажей. Многие образы киногероев получают настолько удачными, что входят в наше сознание, в том числе и языковое: *человек-паук, доктор Стрэндж, робокоп, рагнарек, Халк, красавица и чудовище и др.* Все это вымышленные, активно тиражируемые персонажи, быстро набравшие популярность и ставшие символами массовой культуры. Например, Халк – герой комиксов, мультфильмов и кинофильмов – символ силы, скорости, неуязвимости: *Вспомнив сериал, герой которого в минуту опасности преображался в зеленого монстра, я восторженно выкрикнул: «Incredible Hulk!» «Невыносимый Халк», – неправильно, но точно перевел довольный Довлатов* (Александр Генис. Довлатов и окрестности (1998) – НКРЯ). В современном спортивном дискурсе имя вымышленного персонажа употребляется в перифразе **уральский Халк**, которым устойчиво называют известного российского бойца Ивана Штыркова: **Уральский**

Халк готов провести бой с Магой Исмаиловым, **Уральский Халк** проиграл впервые в карьере и др. (новостные ленты).

Благодаря научно-фантастическому фильму режиссера Д. Кэмерона «Аватар», впервые вышедшему на экран в 2009 году, визуализируется в массовой культуре и изначально сакральный образ **аватара**. Напомним, что **аватар** – это объект индуизма, ведической религии, брахманизма, где он трактуется как земное воплощение, инкарнация Божества.

Однако обратим внимание на следующий контекст: *Что там думает русский язык? **Аватар** – сетевой образ человека. «Образ» – неодушевленное имя существительное, а вот «аватар» – одушевленное. Это как «манекен» и «труп» – мертвые, а «кукла» и «мертвец» – живые. «Аватар» означает «воплощение», но кто или что воплощается в Сети? Ведь **аватар** автору не тождествен. Глеб был убежден, что **аватар** – сложный синтез нескольких сущностей. Как минимум трех [Алексей Иванов. Комьюнити, 2012 – НКРЯ].*

В данном примере герой пытается решить своего рода «лингвистическую загадку» и отнести существительное *аватар* к разряду одушевленных или неодушевленных, и семантический показатель в данном случае является весьма спорным, поскольку в компьютерном жаргоне аватаром называется ‘персонаж некоей виртуальной реальности, компьютерной игры, представляющий некоего действительно существующего (обычно управляющего им) человека, игрока’ [Викисловарь]. Другое употребление лексемы *аватар* тоже характерно для компьютерного (сетевого) дискурса – ‘маленькое изображение, представляющее определенного человека (пользователя) в виртуальной реальности (форумах, блогах, ICQ и т. д.), наиболее полно отражающее сущность, внешность, характер обладателя’ [6].

Символом эстетики массовой культуры можно назвать Голливуд, откуда в Россию в свое время пришли и приходят до сих пор стандарты красоты, модные веяния, различные ценности. Являясь центром американской киноиндустрии, так называемой фабрикой звезд, Голливуд ассоциируется в языковом сознании рядовых носителей русского языка с чем-то дорогим, роскошным, привлекающим внимание и в то же время недостижимым и т.п.

В одной из песен популярной в конце 80-х-начале 90-х гг. XX века группы «Комбинация» звучат слова: *Пусть наши мальчики немножко подождут, / Огнями манит нас далекий Голливуд. / Пусть Голливуд запомнит наши имена, / К тебе вернемся мы, любимая страна. / **Какие люди в Голливуде**, / Сплошные звезды, а не люди* (муз. А. Кривицкого, ст. Л.А. Рубальской). Фраза *Какие люди в Голливуде!*, впервые употребленная в дискурсивном пространстве популярной песни, приобретает широкую степень употребительности, становится репрезентантом концепта «Приветствие» и используется как шутливо-ироническое восклицание при неожиданной встрече: ***Какие люди в Голливуде! Не ожидал тебя здесь встретить!*** (из устной речи). Несмотря на то что Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений Э. Серова отмечает только одно значение данного выражения, анализ контекстного употребления говорит в пользу формирования еще одного – ‘(публ.) Восторженная реплика по поводу выхода очередного фильма, поступившей новости из мира кино, шоу-бизнеса и под.’. Например: 1) «**Какие люди в Голливуде!**» – воскликнул уругвайский кинокритик Альваро Санхурхо, увидев в титрах одного из американских фильмов 40-х годов среди артистов, исполнявших второстепенные роли, имя Фиделя Кастро (Невское время, № 200(1603), 31.10.1997 г.); 2) «**Какие люди в Голливуде!**» На экраны страны выходит зубодробительный блокбастер Брэда Берда «Миссия невыполнима: Протокол Фантом» – 4-я часть популярной франшизы про суперагентов с участием суперзвезды Голливуда Тома Круза (<http://www.tribuna.ru>); 3) **Какие люди в**

Голливуде! «Вечеринка в стиле Голливуд!» – это яркая звездная программа для тех, кто хотел бы почувствовать себя настоящей звездой! (<http://www.perfect.by>).

Следует вспомнить еще одно устойчивое выражение, в значении которого символический компонент связан с образом Голливуда – **голливудская улыбка**. Прежде всего, компонент голливудский вызывает ассоциации с голливудскими актерами, чьи улыбки отличаются белизной ровных рядов зубов. Такая улыбка становится, с одной стороны, эталоном красоты и внешней привлекательности, вежливости обращения, а с другой стороны, искусственности и несоответствия внутреннему содержанию и настроению человека. Сравним: 1) *Инстинкт подсказывал мне, что я обязана улыбаться, задавать встречные вопросы и вообще поддерживать разговор. Когда я наконец заперла за собой дверь в номере и вернула себе нормальное выражение лица, расставшись с вымученной голливудской улыбкой, сразу же позвонил телефон* (Срочное погружение // «Домовой», 04.03.2002 г. – НКРЯ); 2) *Сама эта мысль показалась Вале смешной и нелепой. Она вспомнила благородного офисного работника с зализанной шевелюрой и безупречно начищенными ботинками, с дурацкой голливудской улыбкой и никому не нужной вежливостью – и засмеялась* (Татьяна Тронина. Русалка для интимных встреч (2004) – НКРЯ). Несложно заметить, что в обоих представленных контекстах выражение **голливудская улыбка** вступает в синтагматические связи с лексемами с отрицательной коннотацией: **вымученная голливудская улыбка, дурацкая голливудская улыбка**. В Национальном корпусе русского языка нами обнаружено всего 15 вхождений, содержащих рассматриваемое выражение. При этом в 7 случаях оно функционирует в контекстах «стоматологической» тематики (*идеальная голливудская улыбка, белоснежная голливудская улыбка, стоматолог сделал ей голливудскую улыбку и т.п.*), а в остальных случаях – как репрезентант атрибута вежливости.

Отмечая роль улыбки и смеха в русском коммуникативном пространстве, стоит сослаться на работы И. А. Стернина, в которых не раз подчеркивалось, что характерными особенностями членов русского лингвокультурного сообщества в этом плане является бытовая неулыбчивость, поскольку русский человек не видит в улыбке коммуникативного смысла, воспринимая ее как отражательный, симптоматический сигнал настроения-благополучия в материальном плане [7, с. 98]. Подтверждением этой мысли может стать паремиологический фонд русского языка, где народные представления активно поддерживают отношение «против» смеха: **Шутка до добра не доводит. И смех наводит на грех. Иной смех плачем отзывается. Это смех перед слезами. Смехом сыт не будешь** и мн. др. Не зафиксировано нами и фразеологизмов, репрезентирующих позитивное отношение к смешному или положительно характеризующих эту область. Интересен тот факт, что в русском языке все фразеологизмы, объектом фразеологической номинации которых является область смешного (смех, улыбка, юмор и т.п.), носят инокультурный характер и отмечены отрицательными лингвокультурными коннотациями. Сравним: **гомерический хохот** – книжн. ‘неудержимый, громкий раскатистый смех’, **мефистофельская улыбка** – ‘коварная улыбка’; **мефистофелевский хохот** – ‘злорадный, сатанинский смех’; **сардонический смех** – книжн. ‘злостный, желчный, едкий, язвительный смех’; **саркастическая улыбка** – ‘улыбка, исполненная сарказма, горькая, насмешливая, презрительная’; **улыбка авгуров** – ‘обмен улыбками людей, хорошо понимающих друг друга’; **американский юмор** – ‘юмор, не содержащий скрытого смысла, пошлый, натуралистичный, тупой’; **английский юмор** – ‘странный, не вызывающий веселья и смеха’ [8, с. 124].

Популярный образ всегда приспособлен к массовому потреблению, то есть ориентирован на возможности и потребности обывателя. Такой образ зачастую лишен какой-либо глубокой содержательности, не представляет собой нравственной

ценности, носит преходящий характер, но в определенное время имеет коммерческий успех.

Хотя современный человек окружен многообразным миром артефактов, далеко не все из них приобретают символическое значение. Символические объекты культуры всегда служат для передачи определенных идей и ценностей. Интересным объектом массовой культуры является кукла Барби, ставшая со времени ее создания еще в 50-х годах XX века одним из наиболее популярных артефактов американской культуры, который затем завоевал мировой рынок, в том числе и российский. Конечно, прежде всего, кукла Барби воплощает в себе ценности и представления американской культуры, так называемой американской мечты – мечты о красивой и обеспеченной жизни. Кукла сосредоточена на нарядах, развлечениях, живет в красивом интерьере, празднично проводит время, выбирает друзей и т.п. Она становится иконой стиля, символом красоты.

Однако образ куклы Барби при всей его популярности чужд русской культуре. Подтверждая сказанное, приведем в пример фразеологизм **кукла американская** – ‘о женщине развязного поведения, ведущей свободный образ жизни, злоупотребляющей косметикой и т.п.’ [9, с. 16]. Скорее всего, оборот **кукла американская**, если и не возник, то получил актуализацию в дискурсивном пространстве кинофильма «Родня» (1981 г.): [Марья Васильевна] Ты посмотри, на кого ты похожа! **Кукла американская!** Да если тебя умыть, сама знаешь, че получится! В представленном контексте выражение **кукла американская** используется по отношению к женщине, злоупотребляющей косметикой. В мотивационной базе такого смыслообразования роль играют оба компонента фразеологической единицы. Объективная логика происходящих семантических изменений обнаруживается в процессе взаимопроникновения некоторых смыслов лексических единиц: *кукла* → ‘женщина’ и *американская*, т.к. Америка воспринимается в качестве символа западной культуры, возводящей в культ независимое, свободное поведение. Также можно предположить, что образную основу выражения составляет стереотипное представление именно о кукле Барби.

Подводя итог, скажем, что популярные герои книг и фильмов, вызывающие наибольшее восхищение и удивление членов лингвокультурного сообщества и тиражируемые через средства массовой коммуникации, нередко становятся символами, получающими языковую объективацию, лексико-фразеологическую репрезентацию. Задача исследователя – проследить, какие образы неоднократно используются в культурном пространстве, подвергаются массовизации и каким образом изменяется с учетом культурных трансформаций семантическая структура языковых символов.

Список источников и литературы

1. Маслова В. А. *Ното lingualis в культуре*. М.: Гнозис, 2007. 320 с.
2. Тхорик В. И., Фанян Н. Ю. *Лингвокультурология и межкультурная коммуникация*. М.: ГИС, 2006. 206 с.
3. Азарян С. Г., Мещерякова И. В. *Массовая культура: точки соприкосновения с телевизионным экраном [Электронный ресурс] // Аналитика культурологии. 2010. Вып. 3 (18). URL: <http://analiculturolog.ru/journal/archive/item/581-mass-culture-of-common-ground-of-television-screens.html> (дата обращения: 30.10.2019).*
4. Бирих А. К., Мокиенко В. М., Степанова Л. И. *Русская фразеология: историко-этимологический словарь*. М.: Астрель : АСТ : Хранитель, 2007. 926 с.
5. *Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений / авт.-сост. В. Серов. М.: Локид-Пресс, 2005. 880 с.*

6. Аватар [Электронный ресурс] // Викисловарь : [сайт]. [2004–2019]. URL: <https://ru.wiktionary.org/wiki/аватар> (дата обращения: 01.11.2019).
7. Стернин И. А. Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры // Этнокультурная специфика языкового сознания: сб. науч. ст. / отв. ред. Н. В. Уфимцева; РАН, Ин-т языкознания. М., 1996. С. 97–112.
8. Лаптева М. Л. «Свое» и «Чужое» в когнитивно-дискурсивном пространстве русской фраземики. М.: Кнорус ; Астрахань: Астрахан. ун-т, 2016. 212 с.
9. Лаптева М. Л. «Чужое» в «своем» фразеологическом пространстве: познавательный словарь-справочник. Астрахань: Издатель Сорокин Роман Васильевич, 2019. 204 с.

References

1. Maslova V. A. *Homo lingualis v kul'ture: monografiya* [Homo lingualis in the culture]. Moscow, Gnozis Publ., 2007. 320 p.
2. Thorik V. I., Fanyan N. Yu. *Homo lingualis v kul'ture: monografiya* [Linguoculturology and intercultural communication]. Moscow, GIS Publ., 2006. 206 p.
3. Azaryan S. G., Meshcheryakova I. V. *Massovaya kul'tura: tochki sopri-kosnoveniya s televizionnym ekranom* [Mass culture: areas of common interest with television screen]. Journal of Analytics culturology, 2010, no 3 (18). Available at: <http://analiculturolog.ru/journal/archive/item/581-mass-culture-of-common-ground-of-television-screens.html> (accessed 30 October 2019)
4. Birikh A. K., Mokiyeenko V. M., Stepanova L. I. *Russkaya frazeologiya. Istoriko-etimologicheskii slovar'*. [Russian phraseology. Historic-etymological dictionary]. Moscow, Astrel Publ.: AST Publ., 2007. 926 p.
5. Birikh A. K., Mokiyeenko V. M., Stepanova L. I. *Russkaya frazeologiya. Istoriko-etimologicheskii slovar'* [Encyclopaedical dictionary of winged words and phrases]. Comp. by V. Serov. Moscow: Lokid-Press Publ., 2005. 880 p.
6. *Svobodnaya entsiklopediya «Vikislovar'»* [Wiktionary]. Available at: <https://ru.wiktionary.org/wiki/аватар> (accessed 1 November 2019).
7. Sternin I. A. *Kommunikativnoye povedeniye v strukture natsional'-noy kul'tury* [Communications behavior in national culture structure]. Trudy RAN Etnokulturnaya specifika yazykovogo soznaniya [Proc of the Russian Academy of Sciences, Institute of linguistics "Ethnocultural specificity of linguistic consciousness"]. Moscow, 1996. pp.97-112.
8. Lapteva M. L. «Chuzhoye» v «svoem» frazeologicheskom prostranstve: poznavatel'nyy slovar'-spravochnik [“Own” and “Alien” in the cognitive discursive Russian phrasemics space. Moscow, Knorus Publ., Astrakhan, ID Astrakhan University Publ., 2016. 212 p.
9. Lapteva M. L. «Chuzhoye» v «svoem» frazeologicheskom prostranstve: poznavatel'nyy slovar'-spravochnik [“Alien” in the “Own” phraseological space: cognitive dictionary-book of reference]. Astrakhan, Sorokin Roman Vasil'evich Publ., 2019. 204 p.

Сведения об авторах

Лаптева Мария Леонидовна,
доктор филологических наук, доцент,
заведующий кафедрой современного
русского языка ФГБОУ ВО «Астраханский
государственный университет»
(e-mail: hohlina2004@yandex.ru).

Кинзигалиева Жанна Эркиновна,
аспирант кафедры современного русского
языка ФГБОУ ВО «Астраханский
государственный университет»
(e-mail: utezhanova@gmail.com).

Information about the Authors

Lapteva Maria Leonidovna,
Doctor of Philology, Associate Professor, head
of the Department of modern Russian
language of Astrakhan State University
(e-mail: hohlina2004@yandex.ru).

Kinzhigalieva Zhanna Erkinovna,
Postgraduate student of the Department of
modern Russian language of
Astrakhan State University
(e-mail: utezhanova@gmail.com).