

УДК 811.134.2

Мед Наталья Григорьевна, доктор филологических наук, профессор. Санкт-Петербургский государственный университет, Россия, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9.199034. natalia_med@mail.ru

Med, Natalia Grigorievna, Full Doctor of Philology (Linguistics), professor. Saint Petersburg State University, Universitetskaia nab., 7–9, 199034 Saint Petersburg, Russian Federation. natalia_med@mail.ru

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИСПАНСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

LINGUO-CULTURAL POTENTIAL OF SPANISH PHRASEOLOGICAL UNITS

Аннотация. Статья посвящена исследованию испанских фразеологизмов в лингвокультурологическом ракурсе, изучающем язык в культурологической и антропологической перспективах. При исследовании национально-культурной специфики фразеологического состава языка основное внимание уделяется образному основанию фразеологизма, обычно представленному метафорами, принадлежащими к различным кодам культуры. Культурологическая составляющая, отражающая национально-культурное своеобразие фразеологизмов, включает в себя элементы материальной и духовной культуры, присущие тому или иному этносу, донаучные знания о мире, национальные символы, отсылки к прецедентным феноменам и пр. В статье рассматриваются испанские фразеологизмы, формирующие национальную языковую картину мира, и относящиеся к антропному, соматическому, гастрономическому, музыкальному кодам культуры, а также фразеологизмы, источником которых являются испанские прецедентные имена и тексты. Исследованные фразеологизмы также являются форматорами разнообразных оценочных значений, включая общие и частные оценки, что позволяет выявить ценностные приоритеты испанского языкового сознания.

Ключевые слова: испанский язык; лингвокультурология; фразеология; национально-культурная специфика; культурный код; прецедентные феномены; оценочное значение.

Abstract. The study examined Spanish phraseological units in the context of cultural linguistics. The latter analyses language from the perspective of cultural studies and anthropology. While studying national and cultural specificity of the phrasicon, the main focus is on the image base of a phraseological unit. Metaphors belonging to different cultural codes usually represent this base. Reflecting national and cultural uniqueness of the phraseological unit, the cultural component includes elements of material and spiritual culture, which are inherent to a particular ethnicity, pre-scientific knowledge about the world, national symbols, references to the precedent phenomena, etc. Spanish phraseological units, which formed national worldview and belonged to the anthropic, somatic, gastronomic, musical codes of culture, and the phraseological units based on Spanish precedent names and texts were in focus of the current study. The analyzed phraseological units are also the formators of different evaluating meanings including general and particular evaluations, which help to expose evaluation priorities of Spanish linguistic consciousness.

Keywords: Spanish language; cultural linguistics; phraseology; national and cultural specificity; cultural code, precedent phenomena; evaluating meaning.

Язык следует рассматривать как вербальный код культуры, как ее творца, поскольку материальная и духовная культура находят свое выражение именно в языке [12, с.15–26]. В термин «культура» Э. Сепир вкладывал 3 смысла: 1. Культура понимается как своего рода продукт материальной или духовной деятельности человека, закрепленный традициями и временем. 2. Культура подразумевает определенный свод правил поведения в обществе, обусловленный его ценностными ориентирами. 3. Культура понимается как цивилизация, отражающая как общечеловеческие знания, установки, взгляды на жизнь, так и сугубо национальную специфику [17, с. 23–24; 466–470]. Именно это определение культуры и является основным для лингвокультурологического фокуса нашего исследования.

Лингвокультурологический подход к изучению фразеологизмов «базируется на постулате об интеракции культуры и языка как двух разных семиотических систем, в результате которой осуществляется формирование культурно обусловленной фразеологической подсистемы естественного языка, в которой любой фразеологизм обретает статус знака “языка культуры”» [2, с. 8]. В. А. Маслова писала, что «природа значения фразеологизмов тесно связана с культурными коннотациями,

фоновыми знаниями носителя языка, с практическим опытом личности, с культурно-историческими традициями народа, говорящего на данном языке. Фразеологизмы прямо (в денотате) или опосредованно (через соотношенность ассоциативно-образного основания с эталонами, символами, стереотипами национальной культуры) несут в себе культурную информацию о мире, социуме. Поэтому фразеологизмы — своего рода «кладезь премудрости» народа, сохраняющая и воспроизводящая менталитет народа и его культуру» [4, с. 278]. Фразеология, по замечанию В. Н. Телия, является «наиболее культуросоносным составом языка, служащим своего рода транслятором культуры» [11, с. 11]. Именно В. Н. Телия были разработаны основные понятия лингвокультурологии, к которым она относит понятия «культура», «текст культуры», «тезаурус культуры», «код культуры», «символярий культуры», «культурная коннотация», «культурно-языковая компетенция», и т.д. [10, с. 13–24].

В данной статье мы остановимся на фразеологизмах испанского языка, обладающих ярко выраженной национально-культурной спецификой. Как отмечала В. Н. Телия, основным способом воплощения национально-культурной специфики фразеологизмов является образное основание, которое может

включать культурно маркированные реалии, а основным способом указания на данную специфику — «интерпретация образного основания в знаковом культурно-национальном «пространстве» данного языкового сообщества. Такого рода интерпретация и составляет содержание культурно-национальной коннотации» [9, с. 215]. Остановимся на некоторых типах национально и культурно обусловленных фразеологизмов испанского языка.

1. ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ, СООТНОСЯЩИЕСЯ С ИСПАНСКИМИ ПРЕЦЕДЕНТНЫМИ ТЕКСТАМИ

Фразеологизм **“Tanto monta”** («все едино, что одно, что другое») является частью девиза Католических Королей Изабеллы и Фердинанда **“Tanto monta, monta tanto”**, означавшего единение корон Кастилии и Арагона: *Si no tienes coñac, échale un chorrito de güisquí, que tanto monta* [13, p.741–742]. «Если у тебя нет коньяка, налей ему немного виски, не все ли равно». Знаменитая фраза из IX главы 2-ой части романа М. Сервантеса **«Дон Кихот» “Con la iglesia hemos dado, Sancho”** (Мы наткнулись на церковь, Санчо) несколько в видоизмененном виде **“Con la iglesia hemos topado”** используется обычно в тех случаях, когда существует церковный запрет на тот или иной вид деятельности, хотя в самом романе данная фраза воспринимается буквально, поскольку в поисках дворца Дульсинеи Дон Кихот и Санчо действительно наткнулись на здание церкви. Источником происхождения речевой формулы **“Todos a una, como los de Fuenteovejuna”** (букв. «все как один, как те из Фуэнтеовехуна») является текст одноименной драмы Лопе де Вега (1614), в котором воспевается подвиг жителей деревушки Фуэнтеовехуна, единодушно восставших против жестокого командора. Фразеологизм **“Las bodas de Camacho”** (букв. свадьба Камачо) используется для выражения положительной оценки, характеризующей любое событие, празднество, выделяющееся роскошью, размахом, обилием вкусной еды. Происхождение этого фразеологизма связано с XX–XXI главами второй части **«Дон Кихота»**, где повествуется о несостоявшейся свадьбе Китерии с богачом Камачо и о свадебной трапезе, которая могла бы насытить целое войско: *“Para celebrar la buena marcha de la empresa, el jefe nos ha invitado a una comilona espléndida. Parecían las bodas de Camacho”* [13, p. 429–430]. «Чтобы отметить успехи предприятия, шеф пригласил нас на роскошный банкет. Прямо как на Маланьину свадьбу».

2. ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ, ВКЛЮЧАЮЩИЕ НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ИМЕНА

Среди вербальных прецедентных имен можно выделить прежде всего Дон Кихота, главного героя бессмертного романа М. Сервантеса **«Хитроумный идальго Дон Кихот Ламанчский»**, имя которого используется во фразеологическом компаративе, характеризующем наивного, благородного идеалиста: **“portarse como un quijote”** (букв. «вести себя как Дон Кихот»). С другой стороны, большой объем романа и сложность восприятия самого текста послужили созданию отрицательной этической оценки «нудный, скучный»: **“ser más pesado que el Quijote”** (букв. «быть более тяжелым, чем Дон Кихот»). Даже имя Росинанта, клячи Дон Кихота, задействуется в испанских сравнениях со значением отрицательной эстетической оценки «чрезвычайно худой человек»: **“ser más flaco que el caballo de Don Quijote”** (букв. «быть более тощим, чем лошадь Дон Кихота»). Как отмечает Ю. А. Рылов, имя оруженосца Дон Кихота, Санчо Пансы, используется преимущественно со значением «практичный человек, без идеалов» (**“como Sancho Panza”**), а также при характеристике толстого человека [6, с. 82]. Эталонем храбрости для испанцев, и следовательно, источником положительной этической оценки является имя собственное национального героя Испании,

одного из самых выдающихся деятелей Реконксты, Родриго Диас де Вивара, по прозвищу Сид, воспетого в поэме **«Песнь о моем Сиде»** (XII в.): **“ser más valiente que el Cid”** (букв. «быть храбрее, чем Сид»). Имя Ласарильо, бродяги и оборванца, главного героя знаменитого анонимного плутовского романа XVI в. **«Жизнь Ласарильо с Тормеса»**: его невзгоды и злключения стало использоваться в качестве образа-эталона отрицательной эстетической оценки «грязный человек»: **“tener más mierda que los pies del Lazarillo”** (букв. «иметь больше дерьма, чем ноги Ласарильо»).

Имя главного героя одноименной комедии испанского драматурга Агустина Морето (1618–1669) **«el lindo don Diego»** (букв. красавчик дон Диего) используется для отрицательной характеристики тщеславного, влюбленного в себя мужчины, слишком много времени уделяющего своей внешности: *“¡Por ahí va el lindo don Diego, todo compuesto y creyéndose que todo el mundo se da la vuelta para mirarlo por lo guapo que es”* [13, p. 264]. «Вот идет наш красавчик, просто вылитый дон Диего, разодетый и воображающий, что все на него оглядываются, любуются его красотой».

3. ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ, ВКЛЮЧАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ НАРОДНОЙ МИФОЛОГИИ, ПОВЕРИЙ, ПРИМЕТ, ДОНАУЧНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ЧЕЛОВЕКЕ И ОКРУЖАЮЩЕМ ЕГО МИРЕ

Вспыльчивый, раздражительный человек уподобляется легендарному чудовищу в виде дракона, предположительно из Галисии или Леона, связанному со временами языческих культов **“Fiera Corrupia”** (букв. зверь Коррупия): *“Ten cuidado con Juan, porque cuando se enfada se pone hecho una fiera corrupia y no se sabe cómo va a reaccionar”* [13, p. 342]. «Остерегайся Хуана, потому что когда он сердится, то становится свирепым, как зверь, и никто не знает, как он дальше будет реагировать». Среди персонажей испанской мифологии можно отметить домового Мартинико. Так, в Кастилии этот домовый живет в некоторых домах, хулиганит, шумит, прячет вещи членов семьи, но всегда помогает им в решении трудных жизненных вопросов. В Арагоне, когда детей укладывают спать, призывают Мартинико, отвечающего за сновидения: **“Ya viene Martinico”** («вот идет Мартинико») [8, с.180].

Печень и почки во многих культурах считались символом жизненных сил и храбрости [18, p.188]. Данное символическое значение нашло свое отражение в испанских фразеологизмах **“ser de/ tener (muchos) hígados/riñones”** (букв. «иметь/много печени/почек») *“¡Qué tíos! —piensa,—¡hay que tener muchos riñones!”* [14, p.50]. «Вот это мужики! — думает он, — нужно быть очень храбрым!». Представления средневековой медицины о том, что черная желчь, находящаяся в печени и селезенке, является источником меланхолии и злости отражаются во фразеологизме, характеризующем злого человека: **“tener malos hígados”** (букв. «иметь плохую печень»).

4. НАЦИОНАЛЬНЫЕ КУЛЬТУРНЫЕ СИМВОЛЫ

Важным элементом испанской культуры, и, следовательно, культурной доминантой можно считать корриду, связанную с риском, азартом и смертью. В ней, по словам Ф. Гарсиа Лорки, заключается глубинный смысл испанской философии: «Любой ребенок знает, что Франция похожа на кофейник, а Италия — на сапог, что Индия слоновьим хоботом легко трогает Цейлон, что Швеция и Норвегия — две кудлатые собачки в ледяном море, а Исландия — цветок розы на щеке глобуса. И если не дети, неспособные это представить, то мы, взрослые, знаем, поскольку нам объяснили, что Испания похожа на растянутую шкуру быка. Не на анаконду как Чили, а на шкуру животного, и

животного священного. Эта причуда географического символа отражает самое глубинное, яркое и цельное в испанском характере» [1, с. 93].

Термины тавромахии как культурной доминанты могут выражать оценочные смыслы, например, использоваться в интеллектуальной оценке: **“tener más sentido que un toro”** (букв. «иметь больше разума, чем бык»). Только хитрый и осторожный бык может победить врага, поэтому умный и предусмотрительный человек уподобляется быку. Фразеологизм **“desecho de tiente”** («отбракованный бык, не годящийся для корриды») служит для выражения отрицательной этической оценки, обозначая никчемного, бесполезного человека, сурово порицаемого в испанском менталитете. Из языка тавромахии пришли такие фразеологизмы как **“el primer espada”** (букв. первый матадор, перен. важная персона), **“no hay quinto malo”** (букв. «пятый плохим не бывает»), означающий, что любое событие, связанное с числом 5, будет хорошим, поскольку в корриде обычно наиболее зрелищным считается бой с предпоследним, пятым быком, чтобы долго сохранять внимание публики [13, p. 515]. Широко употребительна метафора **“torero”** (тореро) с семантическим компонентом «качественно, профессионально делающий свое дело», характеризующая ярких, талантливых, мужественных людей, одновременно являясь комплиментом привлекательным мужчинам. Ритуальная фраза тореро **“Dejadme solo”** (букв. «Оставьте меня одного»), начинающего последнюю, самую опасную терцию корриды (tercio de muerte), используется в тех случаях, когда человек смело решается на действие, связанное с риском и опасностью, и действует в одиночку. Фразеологизм положительной этической оценки **“vergüenza taurina”** («совесть тореро») характеризует человека, которому свойственны отвага, честь, чувство собственного достоинства. Это высший моральный и эстетический кодекс настоящего испанца [15, p. 68].

Музыкальный код испанской культуры связан прежде всего с фламенко и хотой, считающимися культурными символами Испании. Фразеологизм **“ponerse flamenco”** («быть высокомерным, важничать»), по одной из версий, ведет свое происхождение от особых горделивых поз и движений танцоров. Петенера, песня в стиле фламенко, характеризуется романтической возвышенностью, поэтому фразеологизм **“salir por peteneras”** (букв. «выступать петенерами») означает витиеватую манеру вести разговор и приукрашать его излишними деталями: **“Cuéntame la verdad y no me salgas por peteneras, como haces siempre”** [13, p. 642]. «Скажи мне всю правду и не ходи вокруг да около, как всегда». Представления о жизнерадостном арагонском танце хотя отражаются во фразеологизме эмоциональной оценки **“tener el cuerpo de jota”** (букв. «иметь фигуру хоты»), характеризуя веселого, желающего повеселиться человека.

5. ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ, ВКЛЮЧАЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ МАТЕРИАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

Фразеологизмы с гастрономическим компонентом являются одним из важных фрагментов испанской языковой картины мира, характеризующая человека и окружающий его мир с позиции национального мировидения [5].

Среди закусок национальной испанской кухни главным деликатесом считается хамон (сыровяленый свиной окорок), представленный в зависимости от способа приготовления и породы свиней двумя разновидностями: **jamón serrano** (хамон серрано, букв. «горный хамон») и **jamón ibérico/pata negra** (букв. «иберийский хамон/черная нога»). Испанское языковое сознание выделяет в данном гастрономическом образе как положительные, так и отрицательные характеристики. Так, превосходные вкусовые качества хамона, создающие положительную гедонистическую оценку, стимулируют появление

общей положительной оценки во фразеологизме **“pasarlo jamón”** (букв. «провести время подобно хамону», перен. «отлично провести время»): **“Hoy estuvimos toda la tarde en la cervecería bailando y lo pasamos jamón”** [19, p. 140]. «Сегодня мы весь вечер танцевали в пивном баре и отлично провели время».

Фразеологизмы **“estar jamón”** (букв. «быть хамоном») и **“jamón serrano”** (букв. «горный хамон») формируют положительную эстетическую оценку: **“¡Rebonita, jamón serrano!”** [16, p. 162]. «Красавица, настоящая красавица!» (букв. «горный хамон»). Ассоциации с внешним видом свисающего с потолка окорока во фразеологизме **“estar más colgado que un jamón”** (букв. «быть более подвешенным, чем хамон») приводят к формированию отрицательной эмоциональной оценки «вялый, рассеянный, понурый, бессильный». Восклицательный фразеологизм **“¡Y un jamón! (con chorreras)!”** (букв. «И хамон! (с жабо!)», перен. «Дудки! Еще чего!») обычно используется в диалогических единствах для выражения иронического отрицания, а также по отношению к чрезмерным просьбам собеседника, приблизительно как в русском «а может, еще шнурки погладить?!» Использование в подобных контекстах лексемы «хамон» представляется вполне оправданным, поскольку он является достаточно дорогим деликатесным продуктом, а его дополнительное украшение в виде кружевного жабо усиливает абсурдность и неуместность просьбы: **“¿Que fue Carlos el que lo dijo?! Y un jamón! Fue Javier, que estaba yo delante”** [13, p. 823]. «Что, разве это сказал Карлос? Еще чего! (букв. «И хамон!») Это сказал Хавьер, я же сидел впереди»; **“¿Que te preste el coche para el fin de semana? ...Sí, hombre...! Y un jamón!”** [13, p. 823]. «Ты хочешь, чтобы я одолжил тебе машину на выходные?... Ну да, дружище...! Может, еще шнурки погладить?!» (букв. «И хамон!»).

Испанская тортилья (разновидность омлета с картофелем, похожая на запеканку) также относится к наиболее распространенным национальным испанским закускам, хотя может также подаваться и в качестве основного блюда. Во фразеологизмах с данной лексической единицей испанское языковое сознание вычленяет прежде всего внешний вид данного блюда и особенности его приготовления. Так, например, в основе фразеологизма **“hacer(se) una tortilla”** (букв. «сделаться тортильей», перен. «расшибиться, разбиться») заложено сходство с разваливающейся на куски тортильей из-за неумелых действий хозяйки: **“Ten cuidado, porque si resbalas y te caes al abismo, te haces tortilla”** [19, p. 274]. «Будь осторожен, если поскользнешься и упадешь в пропасть, разобьешься (букв. «сделаешься тортильей»)». Резкая перемена мнения или изменение положения дел ассоциируются с процессом переворачивания тортильи на сковороде с тем, чтобы она пропеклась с обеих сторон, что находит свое отражение во фразеологизме **“dar(le) la vuelta a la tortilla”** (букв. «перевернуть тортилью», перен. «полностью изменить мнение, ситуацию»): **“Tú has dicho que nos invitabas a cenar a todos, no quieras ahora dar la vuelta a la tortilla diciendo que lo has dicho de broma...”** [13, p. 174]. «Ты говорил, что приглашаешь всех нас на ужин, не означает ли это, что ты дал задний ход (букв. «перевернул тортилью») и просто пошутил?». Одним из самых знаменитых традиционных блюд иберийской кухни является паэльля, основное блюдо из риса с добавлением рыбы (мяса, курицы), морепродуктов, зелени и различных специй. Во фразеологии испанского языка это вкусное блюдо служит источником формирования отрицательной эстетической оценки «прыщавый человек» и представлено фразеологизмом **“tener más granos que una paella”** (букв. «иметь зерен больше, чем в паэльле»), **“ser una paella de granos”** (букв. «быть паэльлей с зернами»).

Элементы материальной культуры могут отражаться и в названиях городов (астионимов). Так, фразеологический компаратив **“estar más harto que Tarragona de pescado”** (букв. быть более пресыщенным, чем Таррагона рыбой) выражает эмоциональную оценку, характеризующую состояние усталости,

пресыщенности чем-либо. Данное значение связано с тем, что Таррагона, второй по величине город провинции Каталонии, является крупным портом на Средиземном море и славится средиземноморской кухней и обилием рыбных ресторанов.

6. НАИМЕНОВАНИЯ ЧЕЛОВЕКА И АНТРОПНЫЙ КОД КУЛЬТУРЫ

Сравнение **“ser más chulo que los de Bilbao”** (букв. «быть более гордым, чем жители Бильбао», перен. «быть очень гордым») основано на представлениях о басках, как об очень гордом и свободолюбивом народе.

Свойственная галисийцам уклончивость, отражается в поговорке **“Si te encuentras a un gallego por la escalera nunca sabes si sube o baja”** (букв. «Если ты увидишь галисийца на лестнице, ты никогда не узнаешь, поднимается он или спускается»); **“Como soy gallego ni pago ni niego”** («Так как я галисиец, то я не плачу, но и не отказываюсь»). В текстах художественной литературы часто обыгрывается эта черта галисийцев. Например: **“—¿Dónde le dejó usted? — ¿Dónde le han encontrado? — Usted ejerce de gallego, pero yo también lo soy [20, p. 33]. «А где вы его оставили? — А вы где его нашли? — Вы похожи на галисийца, но я-то как раз галисиец».**

Каталанцам приписывается чрезмерная бережливость, которая фиксируется в номинации этической оценки **“ser catalán”** («быть жадным»): **“— Oye, que con esta ronda me he**

quedado pelado. — Tranquilo, Roberto, que luego pagamos todas unas rondas. — No, si lo decía porque contribuirais, porque no me... — Roberto, no seas **catalán**, tronco”[17, p.109]. «Слушай, с этой пьянкой я остался на бобах. — Спокойно, Роберто, потом мы тоже заплатим. — Да нет, я говорю это, чтобы вы тоже раскошались, потому что мне не... — Роберто, старик, не будь жадиной» (букв. «каталанцем»).

Фразеологизм **“Mandar más que Franco”** (букв. «приказывать больше, чем Франко») характеризует властных руководителей, а негативные представления о бывшем председателе правительства Испании Фелипе Гонсалесе (1982–1996), обладателе пухлых губ, отражаются во фразеологизме **“tener más morro que Felipe González”** (букв. «иметь губы больше, чем у Фелипе Гонсалеса», перен. «быть бессовестным»).

Как можно заметить, в приведенных в статье примерах наблюдаются различные метафоры, принадлежащие к определенным кодам культуры (антропный, зооморфный, гастрономический, музыкальный). Согласно В. В. Красных, «код культуры может быть определен как “сетка”, которую культура “набрасывает” на окружающий мир, членит, категоризирует, структурирует и оценивает его» [3, с. 5–6]. Являясь по своей сути универсальными, коды культуры находят свое воплощение во фразеологизмах, маркированных национально-культурной спецификой, формируя национальную языковую картину мира.

Список литературы:

1. Гарсиа Лорка Ф. Выступление по аргентинскому радио // Иностранная литература. 1998. № 6. С. 93–95.
2. Зыкова И. В. Концептосфера культуры и фразеология: теория и методы лингвокультурологического изучения. М.: ЛЕНАНД, 2015. 380 с.
3. Красных В. В. Коды и эталоны культуры (приглашение к разговору) // Язык, сознание, коммуникация. Сб. статей. М.: МАКС Пресс, 2001. С. 5–19.
4. Маслова В. А. Homo lingualis в культуре. М.: Гнозис, 2007. 320 с.
5. Мед Н. Г. Национально-культурная специфика испанских фразеологизмов с гастрономическим компонентом // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей. Вып. 50. М.: МАКС Пресс, 2014. С. 216–222.
6. Рылов Ю. А. Очерки испанской антропонимии. Воронеж: Воронежский государственный университет, 1997. 91 с.
7. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М.: Прогресс, 1993. 654 с.
8. Сингаевская А. В. Национально-культурное своеобразие испанских фразеологизмов с компонентом-антропонимом // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 4 (34). Ч. II. С. 178–184.
9. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. 288 с.
10. Телия В. Н. Первоочередные задачи и методологические проблемы // Фразеология в контексте культуры. М.: Языки русской культуры, 1999. С. 13–24.
11. Телия В. Н. От редактора // Культурные слои во фразеологизмах и в дискурсивных практиках. М.: Языки славянской культуры, 2004. С. 9–15.
12. Толстой Н. И. Язык и народная культура // Очерки по славянской мифологии и этнолингвистике. М.: Индрик, 1995. С. 15–26.
13. Buitrago Jiménez A. Diccionario de dichos y frases hechas. Madrid: Espasa, 2004. 1038 p.
14. Cela C. J. La colmena. Madrid: Alianza Editorial, 1992. 330 p.
15. Dios Luque Durán J., Manjón Pozas F. J. Fraseología, metáfora y lenguaje taurino // Léxico y fraseología. Granada: Método Ediciones, 1998. P. 42–70.
16. López García A., Morant R. Gramática femenina. Madrid: Cátedra, 1995. 263 p.
17. Mañas J. A. Historias del Cronen. Barcelona: Ed. Destino Clásicos Contemporáneos Comentados, 1998. 239 p.
18. Rioduero Diccionario. Símbolos. Madrid: Ediciones Rioduero, 1983. 231 p.
19. Varela F., Kubarth H. Diccionario fraseológico del español moderno. Madrid: Gredos, 1994. 294 p.
20. Vázquez Montalbán M. Asesinato en Prado del Rey y otras historias. Barcelona: el Periódico, 1993. 95 p.

References:

- Buitrago Jiménez A. *Diccionario de dichos y frases hechas*. Madrid, Espasa Publ., 2004. 1038 p. (in Spanish)
- Cela C. J. *La colmena*. Madrid, Alianza Publ., 1992. 330 p. (in Spanish)
- Dios Luque Durán J.; Manjón Pozas F. J. *Fraseología, metáfora y lenguaje taurino. Léxico y fraseología*. Granada, Método Publ., 1998, pp. 42–70. (in Spanish)
- García Lorca F. *Vistuplenie po argentinskomu radio (Speech on the Argentinian Radio). Inostrannaia literatura (Foreign Literature)*, 1998, no. 6, pp. 93–95. (in Russian)
- Krasnikh V. V. *Kodi i etaloni kulturi (priglasenie k razgovoru) (Codes and Standards of culture (An Invitation to Talk). Yazik, soznanie, kommunikatsia (Language, Consciousness, Communication)*. Moscow, MAKS Press Publ., 2001, pp. 5–19. (in Russian)

- López García A.; Morant R. *Gramática femenina*. Madrid, Cátedra Publ., 1995. 263 p. (in Spanish)
- Mañas J. A. *Historias del Cronen*. Barcelona, Destino Clásicos Publ., 1998. 239 p. (in Spanish)
- Maslova V. A. *Homo lingualis v culture (Homo Lingualis in Culture)*. Moscow, Gnosis Publ., 2007. 320 p. (in Russian)
- Med N. G. Natsionalno-kulturnaya spetsifika ispanskikh frazeologizmov s gastronomitseskim komponentom (National-cultural Specificity of Spanish Phraseologisms with the Gastronomic Component). *Yazik, soznanie, kommunikatsia (Language, Consciousness, Communication)*. Vol. 50. Moscow, MAKS Press Publ., 2014, pp. 216–222. (in Russian)
- Rioduero *Diccionario. Símbolos*. Madrid, Rioduero Publ., 1983. 251 p. (in Spanish)
- Rylov Yu. A. *Otserki ispanskoy antroponimii (Essays on Spanish Anthroponymy)*. Voronezh: Voronezh State University Publ., 1997. 91 p. (in Russian)
- Sapir E. *Izbrannie trudi po iazikoznaniuu i kulturologii (Selected Writings in Language and Cultural Linguistics)*. Moscow, Progress Publ., 1993. 654 p. (in Russian)
- Singaevskaya A.V. Natsionalno-kulturnoe svoeobrazie ispanskikh frazeologizmov s komponentom-antroponimom (National-cultural Identity of the Spanish Phraseological Units with Component-anthroponym). *Filologitseskie nauki. Voprosi teorii i praktiki (Philological sciences. Questions of Theory and Practice)*, 2014, no. 4 (34), P. 2, pp. 178–184. (in Russian)
- Teliia V. N. Ot redaktora (From the Editor). *Kulturnie sloi vo frazeologizmakh i v diskursivnikh praktikakh (Cultural Strata in Phraseological Theories and Discursive Practices)*. Moscow, Languages of Russian culture Publ., 2004, pp. 9–15. (in Russian)
- Teliia V. N. Pervootserednie zadatsi i metodologitseskie problemi (Priorities and Methodological Problems). *Frazeologia v kontekste kulturi (Phraseology in the Context of Culture)*. Moscow, Languages of Russian culture Publ., 1999, pp. 13–24. (in Russian)
- Teliia V. N. *Russkaya frazeologia. Semantitseskii, pragmatitseskii i lingvokulturologitseskii aspekti (Russian Phraseology. Semantic, Pragmatic and Linguocultural Aspects)*. Moscow, Languages of Russian Culture Publ., 1996. 288 p. (in Russian)
- Tolstoi N. I. Yazik i narodnaia kultura (Language and Folk culture). *Otserki po slavianskoi mifologii i etnolingvistike (Essays on Slavic mythology and Ethnolinguistics)*. Moscow, Indrik Publ., 1995, pp.15–26. (in Russian)
- Varela F.; Kubarth H. *Diccionario fraseológico del español moderno*. Madrid, Gredos Publ., 1994. 294 p. (in Spanish)
- Vázquez Montalbán M. *Asesinato en Prado del Rey y otras historias*. Barcelona, el Periódico Publ., 1993. 95 p. (in Spanish)
- Zykova I. V. *Kontseptosfera kultury i frazeologiya: teoriia i metody lingvokulturologitsekogo izutseniya (The Concept of Culture and Phraseology: Theory and Methods of Linguocultural Studies)*. Moscow, LENAND Publ., 2015. 380 p. (in Russian)