

УДК 008.001

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В НЕМЕЦКОЙ КУЛЬТУРЕ

Скачѣва Нина Васильевна, преподаватель кафедры делового иностранного языка, Красноярский государственный аграрный университет (г. Красноярск, РФ). E-mail: sollo_sk@mail.ru

Городищева Анна Николаевна, доктор культурологии, доцент, заведующая кафедрой рекламы и культурологии, Сибирский государственный аэрокосмический университет им. академика М. Ф. Решетнева (г. Красноярск, РФ). E-mail: nauada@mail.ru

Расширение межкультурной коммуникации, изменения геополитической и геокультурной ситуации актуализировали поиски устойчивых факторов описания национальной культуры. Фразеологизмы национальных языков выступают как один из наиболее адекватных механизмов отражения ценностей повседневной национальной культуры. Участвуя в процессах внутрикультурной и межкультурной коммуникации, фразеологизмы кратко выражают сложные образы национальной культуры. Основной задачей исследования фразеологизмов в данной работе становится поиск способов гармонизации межкультурной коммуникации с немецкой культурой. На материалах конкретных языковых ситуаций в истории, политике и литературе показано как социокультурные установки добавляют смыслы индивидуального опыта и личного воображения к общекультурным смыслам фразеологизмов. С позиций лингвокультурологии рассмотрен механизм фиксации в фразеологизмах смыслов основных культурных универсалий национальной немецкой культуры. Высказана гипотеза, что отношения иерархии ценностей культуры придают фразеологизмам соответствующее эмоциональное содержание, закрепляя за отдельными фразами позиции авторитета, правды, адекватности или здравого смысла. Для подтверждения гипотезы методом активного интервьюирования среди носителей немецкого языка на территории Германии летом 2015 года проведен сбор эмпирических данных. Анализ результатов

подтвердил, что в повседневности наибольшее использование имеют аксеологические фразеологизмы, фиксирующие базовые ценности немецкой культуры, – порядок, дисциплина, прилежность, гарантия. Их использование устанавливает межпоколенную трансляцию эталонов национальной культуры. Сделан вывод, что через лингвистические средства создаются условия для неформальной коммуникации носителей национальной культуры, средства культурной идентификации дискурса немецкой культуры в межкультурной среде.

Ключевые слова: фразеологизмы, немецкая культура, культурологический анализ дискурса, ценности национальной культуры, смыслы фразеологизмов.

CULTUROLOGICAL ANALYSIS OF USE OF PHRASEOLOGICAL UNITS IN GERMAN CULTURE

Skacheva Nina Vasilyevna, Instructor of Department of Business Foreign Language, Krasnoyarsk State Agrarian University (Krasnoyarsk, Russian Federation). E-mail: sollo_sk@mail.ru

Gorodishcheva Anna Nikolaevna, Dr of Culturology, Associate Professor, Chair of the Advertisement and Culturology Department, Reshetnev Siberian State Aerospace University (Krasnoyarsk, Russian Federation). E-mail: nauada@mail.ru

Dissemination of cross-cultural communication, change of a geopolitical and geocultural situation actualized investigations of steady factors of the description of national culture. Phraseological units of national languages act as one of the most adequate mechanisms of reflection of values of daily national culture. Participating in processes of intra cultural and cross-cultural communication, phraseological units briefly express difficult images of national culture. Search of ways of harmonization of cross-cultural communication in German culture becomes the main objective of investigation of phraseological units in this work. On materials of concrete language situations in the history, policy and literature, it is shown as sociocultural installations add meanings of individual experience and personal imagination to common cultural meanings of phraseological units. In the context of linguoculturology, the fixing mechanism in phraseological units of meanings of the main cultural universal of national German culture is considered. The hypothesis is expressed that the relations of hierarchy of values of culture give to phraseological units the corresponding emotional content, assigning to separate phrases of a position of the authority, the truth, adequacy or common sense. For confirmation of the hypothesis the method of active interviewing among native speakers of German, in the territory of Germany in the summer of 2015 has carried out collecting empirical data.

The analysis of results has confirmed that in daily occurrence the axiological phraseological units fixing basic values of German culture an order, discipline, diligence, a guarantee have the greatest use. Their use establishes inter-generational broadcast of standards of national culture. The conclusion is drawn that through linguistic means conditions for informal communication of carriers of national culture, means of cultural identification of a discourse of the German culture in the cross-cultural environment are created.

Keywords: phraseological units, German culture, culturological analysis of a discourse, value of national culture, meanings of phraseological units.

Еще в конце XIX и в первой половине XX века фразеологизмы считались «дешёвыми аксессуарами» – хвастливыми и неоригинальными. Их не рекомендовали использовать даже в качестве пошлых изречений, так как их использование в качестве языкового элемента означало «не что иное, как пустая болтовня, банальность» [9, с. 90]. Однако исследования фразеологизмов, проведенные лингвокультурологической

школой В. Н. Телии показывают, что фразеологизмы обладают культурной и этнической семантикой, содержат несколько информативных блоков, каждый из которых интерпретируется носителем языка [4, с. 164]. Лингвокультурологический дискурс XX–XXI веков показал достаточно сложные и неоднозначные связи между фразеологизмами и национальным менталитетом, ценностями культуры, структурой и семантикой националь-

ного языка [3; 6; 10; 12]. Лингвокультурологический подход в определенной мере может решить проблему современной межкультурной коммуникации, которая, достаточно часто, не может состояться именно по причине языкового барьера, вызванного употреблением в разговорной и письменной речи фразеологизмов национального языка. Актуальность единиц фразеологического фонда для немецкого языка постоянно и успешно исследуется филологами и лингвистами [1], при этом лингвокультурологические исследования раскрывают социокультурные аспекты содержания фразеологического корпуса национального языка. Основной задачей исследования фразеологизмов в данной работе становится поиск способов гармонизации межкультурной коммуникации с немецкой культурой.

Современная коммуникация культурами характеризуется наличием в языках форм антагонизма, когда означаемое языковому выражению из другого языка назначается исходя из установок собственной национальной культуры. Особенно часто такая ситуация встречается в политическом дискурсе, когда «изготовление фраз» [16] происходит спонтанно, в процессе публичного выступления известного политического деятеля. Так, например, фразы В. В. Путина «Котлеты отдельно, а мухи отдельно», В. С. Черномырдина «Хотели как лучше, а получилось как всегда», М. С. Горбачева: «Того, кто опаздывает, наказывает жизнь» – стали в русском языке фразеологизмами, которые понятны только русскому человеку. При этом такие фразы как Железный занавес (eiserner Vorhang), Большой Брат (der große Bruder), зеленая карта (grüne Karte), блю зона (zone bleu) являются широко распространенными [15, с. 42]. В этих условиях задача исследования фразеологизма – выявление социокультурных обстоятельств формирования языковой конструкции по правилам культурологического анализа дискурса, когда принимается, что «язык в процессе коммуникации не только описывает некую реальность за его пределами, но, напротив, сам является агентом трансформаций смысла, формируя и изменяя культурные значения явлений, предметов и объектов в конкретных исторических рамках» [8]. Не всегда можно определить происхождение фразеологизма, чаще всего это просто невозможно. Создателем фразеологизма может

быть как один человек, так и несколько или даже целая нация. Источник фразеологизмов в самом широком смысле – это сама жизнь, это политические, экономические, религиозные и духовные мысли, идеи, замечания, обсуждения. Это культура всего народа и ее отображение в экспрессии и образности речи.

Фразеологизмы – словосочетания (синтагмы), тесно связанные между собой и имеющие целостное значение, так что каждый компонент в отдельности не несет никакого смыслового значения [18, с. 9]. К фразеологизмам относят идиомы, пословицы, поговорки, крылатые слова, клише и т. п. Стилистически фразеологизмы рассматриваются в качестве небрежно-разговорных, так как они изначально представляли выражения низкой разговорной речи [16, с. 198]. Самые знаменитые немецкие писатели относились к фразеологизмам как к «фразам изготовителям», иронически или даже трагически. Томас Манн отказывался в своих произведениях от функциональных глаголов, которые называли Papierdeutsch («канцелярским языком»). Но не только знаменитым политикам (Р. Кеннеди: «Я – житель Берлина») нужна была так называемая универсальная, национальная форма фраз [15, с. 36], но и обычным литераторам, чтобы передать яркую смысловую окраску. Так, на портале переводчиков современного немецкого языка «Немецкий язык, быт и образ жизни глазами русского» приводятся фразеологизмы, которые вошли в национальный язык из произведений немецких авторов: das ist [war] Tells Geschoß – вот это удача! (букв., это выстрел Телля) – Ф. Шиллер «Вильгельм Телль»; der (ge) treue Eckart – верный слуга, верный страж; верный паж (букв, верный Эккарт). В новелле Людвига Тика (Ludwig Tieck, 1799) «верный Эккарт» представлен как символ вассальной верности [2]. А фразеологизмы из романов И. Ильфа и Е. Петрова просто не требуют комментариев: «акробаты пера, виртуозы фарса» – так иронически говорят про журналистов («Двенадцать стульев», 1927), «на блюдечке с золотой каёмкой» – получить то, что нужно, на самых выгодных для себя условиях, «раздача слонов» – о распределении денег, благ («Золотой телёнок», 1931) [13].

Фразеологизмы, прежде всего, это отражение субъективно важных физических, психических, социальных ситуаций и эмоциональное

состояние человека. «В числовом порядке самые значительные группы фразеологизмов – это фразеологизмы, относящиеся к человеческой психике, а также человеческим отношениям: похвала и порицание, счастье и беда, любовь и ненависть, успех и неудача, поражение, разоблачение, смерть, болезнь, раздор, глупость, разрушение, трудности, обман, меланхолия, гнев, помощь и т. п.» [14, с. 17]. Подавляющее большинство фразеологизмов относятся к предельным состояниям человека – смерть, болезнь, беда, поражение, разрушение и др. [14, с. 18]. В конкретной языковой ситуации, обусловленной обстановкой и социокультурными установками говорящего или пишущего, фразеологизм может к общекультурным смыслам добавить смыслы индивидуального опыта и личного воображения. Значение фразеологизма сохраняется, но при этом редуцируется смыслами индивидуального опыта и личного воображения респондента, отражая экспрессивно-оценочное и ценностное отношение к означаемому.

С позиций культурологии фразеологизмы закрепляют в языке смыслы основных культурных универсалий, которые появились вследствие определенных исторических событий или сформировались в процессе социокультурной динамики. Национальную окраску фразеологизмам передают экспрессивность, коннотация, усиление выражения и т. д., но и дополнительные семантические признаки или дифференцирующие и конкретизирующие семы [14, с. 18]. Например, фразеологизм *bei jemandem auf den Busch klopfen* может означать не только «разведывать, выведывать, разнюхивать», но и в несколько осторожном смысле – «разведывать искусными вопросами – зондировать почву»; *sich bei jemandem lieb Kind machen* означает не только «угождать кому-либо», но и «выслуживаться перед кем-либо»; *seine Haut zu Markte tragen* означает не только «предлагать себя на рынке труда, зарабатывать деньги на панели» но и «рисковать последним ради кого-либо». Эти смыслы соотносятся с контекстом сообщения, в котором употребляются фразеологизмы, и при отсутствии знаний дискурса немецкой культуры в межкультурной среде могут быть истолкованы как оскорбления.

Фразеологизмы выполняют еще одну из важных функций национального языка – функ-

цию номинации. При этом «фразеологическая номинация – это не рациональное наименование референта, а экспрессивно-ценящая, коннотативная» [14, с. 17]. То есть аксиологическая. Именно этот фактор особо подчеркивается в работах, изучающих фразеологизмы: В. Н. Телия [12], М. Я. Крымской [5] и т. д. Отмечается, что ценностные понятия, такие как добро, зло, моральная и юридическая справедливость, долг, совесть, достоинство, честь личности и т. д. есть не что иное, как отражение культуры каждого народа, – всё это влияет на фразеобразование. Следуя аналитической модели культурологического дискурса, отметим, что ценностные отношения в культуре имеют определяющую роль в появлении фразеологизмов. Отношения иерархии ценностей культуры придают фразеологизмам соответствующее эмоциональное содержание, закрепляя за отдельными фразами позиции авторитета, правды, адекватности или здравого смысла в определенных временных рамках [8]. Так, ценности немецкой культуры – *Ordnung* (порядок), традиционная «немецкая добродетель» *Gehorsam* (послушание), *Pflicht* (долг), *Unterordnung* (подчинение), *Disziplin* (дисциплина), *Sparsamkeit* (бережливость) – являлись стандартами для воспитания в семье и школе в течение XV–XIX веков [7] и закрепились как авторитетные ценности для немецкого общества.

В лингвокультурологии принципиальной теоретической основой является тезис о том, что языковая информация о системе ценностей свидетельствует об особенностях мировосприятия народа [6, с. 51], и именно языковая коммуникация дает возможность описания действительности с сохранением смыслов культуры. В рамках данного подхода рассматриваются особые языковые конструкции – концепты. Концепт «отражает категориальные и ценностные характеристики знаний о некоторых фрагментах мира. В концепте заключаются признаки, функционально значимые для соответствующей культуры» [9, с. 127]. При всей консервативности концептов культуры выявляются и их скрытые смыслы, которые оказывают существенное влияние на формирование «объективных истин» или ценностей «здравого смысла». Так, в немецкой культуре *Ordnung* (порядок) – это безопасность, надежность, предсказуемость будущего, наличие четких правил [7].

В такой интерпретации «здоровый смысл» при нарушении жизненного равновесия должен был сформировать или изменить культурные значения жизненных явлений. Что и произошло, когда в период существования Веймарской республики перед приходом к власти национал-социалистов в 30-е годы XX века, в условиях страха перед политическим хаосом, «порядок» стал соотноситься с концептом немецкой культуры – *Sicherheit*. Имя данного концепта не имеет однозначного соответствия в русском языке и может быть описательно передано как «состояние безопасного, надежного существования, защищенного от опасности или вреда; уверенность, определенность, достоверность, гарантия» [17, с. 54]. Сыграв на «здоровом смысле», используя в предвыборной программе концепт *Ordnung* (порядок), национал-социалистическая рабочая партия Германии получила большинство голосов на выборах 1932 года [7, с. 131]. Реальное употребление фразеологизмов в повседневной речи зависит от конкретных культурных ситуаций, исторической эпохи, политической ситуации и т. п. Поэтому к первичному смыслу фразеологизма, заложенному в нем изначально, по мере его освоения в речи добавляются дополнительные оттенки значений, которые обусловлены как семантическими, так и прагматическими факторами языкового понимания.

Нами был проведен сбор эмпирических данных в непосредственной работе с носителями языка на территории Германии летом 2015 года (метод активного интервьюирования, респондентов – 30 человек, возраст от 30 до 50 лет, мужчины и женщины, различного профессионального уровня – рабочие, офисные работники и социального статуса – семейные и холостяки). Информантам задавались прямые вопросы: «Знаете ли вы фразеологизмы или поговорки немецкого языка? Какие ценности немецкой культуры они описывают?». Анализ ответов на вопросы позволил выделить смысловые единицы и понятия, отражающие ценности немецкой культуры. Вот некоторые из них:

- *ohne Fleiß, kein Preis* (досл. без старания, нет награды) – немецкий эквивалент русской поговорки «Без труда не вытянешь и рыбку из пруда». Выражение указали все респонденты. В данном выражении присутствует слово *Fleiß* (прилежность, усердие, старание) и респонденты посчитали, что оно относится к материальным ценностям.

- *erst die Arbeit, dann das Vergnügen* (досл. сначала работа, потом удовольствие) – русский аналог – «Кончил дело – гуляй смело». Выражение встречалось три раза, один из опрошенных отнес данное выражение к духовным ценностям. Работа в немецкой культуре – уверенность в будущем, в завтрашнем дне, поэтому сначала непременно нужно сделать дело, а потом отдыхать.

- *lieber den Spatz in der Hand als die Tauben auf dem Dach* (досл. лучше воробей в руках, чем голубь на крыше) – русский аналог – «Лучше синица в руках, чем журавль в небе». Данное выражение встречалось четыре раза. Выражение показывает важность гарантии в немецкой культуре, гарантии в сегодняшнем и завтрашнем дне.

- *halte dein Geld zusammen* (досл. держи деньги вместе). **Выражение указали все респонденты.** На первый взгляд, оно подтверждает существующий стереотип о том, что немцы скупые. Но это всего лишь отражение порядка, дисциплины и уверенности в себе. Немец никогда не потратит всю заработную плату сегодня, зная, что ему жить еще целый месяц, поэтому такое отношение к деньгам. Выражение относится к материальным ценностям.

- *das Leben ist kein Ponyhof* (досл. жизнь – это не прогулка на пони!) – русский аналог – «Жизнь – это вам не русская сказка». Указал только один опрошенный и отнес данное выражение к духовным ценностям. В жизни важна прилежность, поэтому нельзя жить без правил и порядка.

- *wer im Glashaus sitzt, sollte nicht mit Steinen werfen* (досл. тот, кто сидит в стеклянном доме, не должен бросаться камнями) – выражение встречалось два раза. Выражение относится к социальным ценностям.

- *was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr* (досл. чему Ванюша не научился, Ваня никогда не познает) – русский аналог – «Чему смолodu не научился, того и под старость не будешь знать», выражение встречалось два раза. Все в жизни должно быть по порядку, и с раннего возраста необходимо уже знать определенные вещи.

- *alles hat ein Ende, nur die Wurst hat zwei* (досл. у всего бывает конец, только у сосиски их два). Выражение указали все респонденты. То есть «все должно однажды прекратиться», если не так, то это выходит из общего порядка.

- der frühe Vogel fängt den Wurm (досл. ранняя птица ловит червя) – «Кто рано встает, тому Бог подает». Выражение указали все респонденты. Здесь отображается ценность порядка и дисциплины во всем [11].

В каждом из полученных ответов отмечались фразеологизмы, отражающие ценности национальной культуры, и более 50 % названных фразеологизмов напрямую или косвенно относятся к понятиям порядок, дисциплина, прилежность, гарантия. Каждый из опрашиваемых отметил, что постоянно, каждодневно используют фразеологизмы в своей речи, порой даже не замечая этого.

Наше исследование показало, что наиболее используемыми являются фразеологизмы, отра-

жающие базовые ценности национальной культуры. Данные фразеологизмы отражают ценности немецкой культуры, независимо от статуса, возраста и профессии респондента, а их использование устанавливает межпоколенную трансляцию эталонов национальной культуры. Таким образом, аксиологические фразеологизмы мотивированы для современного носителя немецкого языка трансляционной функцией культуры, которая через лингвистические средства фиксирует базовые ценности культуры, создает условия для неформальной коммуникации носителей национальной культуры, средства культурной идентификации дискурса немецкой культуры в межкультурной среде.

Литература

1. Борисова Т. И. Фразеологические единицы с национально-культурными элементами семантики в речи носителей современного немецкого языка [Электронный ресурс] // Изв. Саратов. ун-та. – Нов. сер. – Сер. Филология. Журналистика. – 2008. – № 2. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/frazeologicheskie-edinitsy-s-natsionalno-kulturnymi-elementami-semantiki-v-rechi-nositeley-sovremennogo-nemetskogo-yazyka> (дата обращения: 12.03.2016).
2. Имена известных людей в составе фразеологизмов и некоторые дополнения [Электронный ресурс] // Немецкий язык, быт и образ жизни глазами русского. – URL: <http://subscribe.ru/archive/job.lang.deutschland/200305/05003816.html> (дата обращения: 12.03.2016).
3. Карасик В. И. Языковая кристаллизация смысла. – Волгоград: Парадигма, 2010. – 428 с.
4. Ковшова М. Л. Как с писаной торбой носиться: принципы когнитивно-культурологического исследования идиом // Фразеология в контексте культуры. – М.: Яз. рус. культуры, 1999. – 336 с.
5. Крымская М. Я. Семантический и лингвокультурологический анализ фразеологизмов со значением процесса речи в русском и французском языках: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2005. – 334 с.
6. Маслова В. А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студентов вузов. – 3-е изд., испр. – М.: Акад., 2007. – 204 с.
7. Медведева Т. С. Ценности немецкого народа: история и современность [Электронный ресурс] // Вестн. УдМГУ. – 2010. – № 5–3. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/tsennosti-nemetskogo-naroda-istoriya-i-sovremennost> (дата обращения: 10.03.2016).
8. Переверзев Е. Современный культурологический анализ дискурса [Электронный ресурс] // Современный дискурс-анализ: науч. журн. – Вып. 1, т. 1. – URL: <http://discourseanalysis.org/ada1/st5.shtml> (дата обращения: 10.03.2016).
9. Пименова М. В. Концептуальные исследования и национальная ментальность // Гуманитарный вектор. – 2011. – № 4 (28). – С. 126–132.
10. Пименова М. В. Этногерменевтика языковой наивной картины внутреннего мира человека: монография. – Кемерово: Кузбассвузиздат; Landau: Verlag Empirische Pädagogik, 1999. – 262 с. – (Этнориторика и этногерменевтика; вып. 5).
11. Скачева Н. В. Значимость аксиологических фразеологизмов в культуре // Проблемы современной аграрной науки: мат-лы междунар. заоч. науч. конф. / отв. за вып.: А. А. Кондрашев, Ж. Н. Шмелева. – Красноярск: Краснояр. гос. аграр. ун-т, 2015. – С. 216–220.
12. Телия В. Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – М.: Яз. рус. культуры, 1996. – 288 с.
13. Фразеологизмы И. Ильфа, Е. Петрова [Электронный ресурс] // Фразеологический калейдоскоп: веб-сайт – URL: http://svb.ucoz.ru/load/frazeologizmy_i_ilfa_e_petrova/16 (дата обращения: 12.03.2016).

14. Černyševa Irina I. Aktuelle Probleme der deutschen Phraseologie // Deutsch als Fremdsprache. – 1984. – Heft 1. – P. 17–22. (In German.).
15. Donalies Elke. Basiswissen Deutsche Phraseologie. – Tübingen und Basel: A. Francke Verlag, 2009. – 126 p. (In German.).
16. Fleischer Wolfgang. **Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache.** – 2 Rev Enl Edition, durchgesehene und ergänzte Auflage. – Tübingen: Niemeyer, 1997. – 299 p. (In German.).
17. Pross H. Was ist heute deutsch? Wertorientierungen in der Bundesrepublik. – Reinbek bei Hamburg, 1982. – 158 p. (In German.).
18. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. – Duden, Band 11: neu bearbeitete und aktualisierte Auflage. – Berlin: Dudenverlag, 2013. – 962 p. (In German.).
19. Stein, Stephan. Formelhafte Sprache. Untersuchungen zu ihren pragmatischen und kognitiven Funktionen im gegenwärtigen Deutsch. – Frankfurt am Main: Peter Lang, 1995. – 375 p. (In German.).

References

1. Borisova T.I. Frazеологические единицы с национальнo-культурными элементами семантики в речи носителей современного немецкого языка [Phraseological units with national and cultural elements of semantics in the speech of modern German language speakers]. *Izvestiya Saratovskogo universitetata. Novaya seriya. Seriya Filologiya. Zhurnalistika [Izvestiya of Saratov University. New Series. Series: Philology. Journalism]*, 2008, no. 2. (In Russ.). Available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/frazeologicheskie-edinitsy-s-natsionalno-kulturnymi-elementami-semantiki-v-rechi-nositeley-sovremennogo-nemetskogo-yazyka> (accessed 12.03.2016).
2. Imena izvestnykh lyudey v sostave frazeologizmov i nekotorye dopolneniya [Names of the famous people as a part of phraseological units and some additions]. *Nemetskiy yazyk, byt i obraz zhyni glazami russkogo [German, life and way of life through the eyes of the Russian]*. (In Russ.). Available at: <http://subscribe.ru/archive/job.lang.deutschland/200305/05003816.html> (accessed 12.03.2016).
3. Karasik V.I. Yazykovaya kristallizatsiya smysla [Language crystallization of sense]. Volgograd, Paradigma Publ., 2010. 428 p. (In Russ.).
4. Kovshova M.L. Kak s pisanoy torboy nosit'sya: printsipy kognitivno-kul'turologicheskogo issledovaniya idiom [How take care for as for the apple of one's eye: principles of cognitive and culturological research of idioms]. *Frazeologiya v kontekste kul'tury [Phraseology in the context of culture]*. Moscow, Languages of the Russian Culture Publ., 1999. 336 p. (In Russ.).
5. Krymskaya M.Ya. Semanticheskiy i lingvokul'turologicheskii analiz frazeologizmov so znacheniem protsessa rechi v russkom i frantsuzskom yazykakh. Dis. kand. filol. nauk [The semantic and lingvokulturological analysis of phraseological units with value of process of the speech in the Russian and French languages. Dr. philol. sci. diss]. Moscow, 2005. 335 p. (In Russ.).
6. Maslova V.A. Lingvokul'turologiya: uchebnoe posobie dlya studentov vuzov [Lingvokulturology: manual for students of higher education institutions] Moscow, Akademiya Publ., 2007. 204 p. (In Russ.).
7. Medvedeva T.S. Tsennosti nemetskogo naroda: istoriya i sovremennost' [Values of the German people: history and present time]. *Vestnik UdmGU [Bulletin of Udmurt State University]*, 2010, no. 5-3. (In Russ.). Available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/tsennosti-nemetskogo-naroda-istoriya-i-sovremennost> (accessed 10.03.2016).
8. Pereverzev E. Sovremennyy kul'turologicheskii analiz diskursa [Modern culturological analysis of a discourse]. *Sovremennyy diskurs-analiz [Modern discourse analysis]*, iss. 1, vol. 1. (In Russ.). Available at: <http://discourseanalysis.org/ada1/st5.shtml> (accessed 10.03.2016).
9. Pimenova M.V. Kontseptual'nye issledovaniya i natsional'naya mental'nost' [Conceptual researches and national mentality]. *Gumanitarnyy vektor [Humanitarian vector]*, 2011, no. 4 (28), pp. 126-132 (In Russ.).
10. Pimenova M.V. Etnogermenevtika yazykovoy naivnoy kartiny vnutrennego mira cheloveka. **Monografiya [Ethnohermeneutics of a language naive picture of an interior. Monograph]**. Kemerovo, Kuzbassvuzizdat Publ.; Landau, Verlag Empirische Pädagogik, 1999. 262 p. (In Russ.).
11. Skacheva N.V. Znachimost' aksiologicheskikh frazeologizmov v kul'ture [The importance of axiological phraseological units in culture]. *Problemy sovremennoy agrarnoy nauki: materialy mezhdunarodnoy zaochnoy nauchnoy konferentsii [Problems of modern agrarian science: materials international correspondence scientific conference]*. Responsible for number are A.A. Kondrashev, Zh.N. Shmeleva. Krasnoyarsk, Krasnoyarsk State Agrarian University Publ., 2015, pp. 216-220. (In Russ.).

12. Teliya V.N. Russkaya frazeologiya: Semanticheskiy, pragmaticheskiy i lingvokul'turologicheskiy aspekty [Russian phraseology: Semantic, pragmatical and linguaculturological aspects]. Moscow, Yazyki russkoy kul'tury Publ., 1996. 288 p. (In Russ.).
13. Frazеologizmy I. Il'fa, E. Petrova [Phraseological units]. *Frazеologicheskiy kaleydoskop [Phraseological kaleidoscope]*. (In Russ.). Available at: http://svb.ucoz.ru/load/frazеologizmy_i_ilfa_e_petrova/16 (accessed 12.03.2016).
14. Černyševa, Irina I. Aktuelle Probleme der deutschen Phraseologie [actual problems of the German phraseology]. *Deutsch als Fremdsprache [German as a foreign language]*. 1984, Heft 1, pp. 17-22. (In German.).
15. Donalies Elke. Basiswissen Deutsche Phraseologie [Basics German phraseology]. Tübingen und Basel, A. Francke Verlag Publ., 2009. 126 p. (In German.).
16. Fleischer Wolfgang. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache [Phraseology of the actual German language]. 2 Rev Enl Edition, durchgesehene und ergänzte Auflage. Tübingen, Niemeyer Publ., 1997. 299 p. (In German.).
17. Pross H. Was ist heute deutsch? Wertorientierungen in der Bundesrepublik [What is German today? Value orientations in the federal republic]. Reinbek bei Hamburg, 1982. 158 p. (In German.).
18. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik [Phrases. Dictionary of the German phraseology]. Duden, Band 11: neu bearbeitete und aktualisierte Auflage. Berlin, Dudenverlag Publ., 2013. 962 p. (In German.).
19. Stein Stephan. Formelhafte Sprache. Untersuchungen zu ihren pragmatischen und kognitiven Funktionen im gegenwärtigen Deutsch [Stereotyped language. Investigations to pragmatic and cognitive functions into actual German]. Frankfurt am Main, Peter Lang Publ., 1995. 375 p. (In German.).