

Оригинальная статья / Original article

УДК 81'33

<https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-1-62-69>**Фразеологизмы и поговорки с компонентом-онимом как отражение национальной культуры****Я. В. Лазарева¹** ✉

¹Белгородский государственный национальный исследовательский университет
ул. Победы, д. 85, г. Белгород 308015, Российская Федерация

✉ e-mail: yana.lazareva.82@inbox.ru

Резюме

Актуальность исследования определяется необходимостью проведения комплексного анализа фразеологизмов и поговорок, функционирующих в современной русской лингвокультуре, формирующих национальную картину мира. Целью работы является выявление характерных свойств, типичных для фразеологизмов и поговорок, содержащих в своем составе такой компонент, как оним. Методика исследования базируется на междисциплинарном подходе и включает общенаучные и специальные методы. В группу общенаучных методов входят анализ и синтез, а также обобщение. Эти методы применяются с целью систематизации теоретического и практического материала исследования. К группе специальных методов принадлежат: метод моделирования, позволяющий выявить специфические лингвокультурные свойства фразеологических единиц и поговорок в рамках русской культуры; метод компонентного анализа, при котором выделяются семантические признаки и лексико-семантические варианты многозначных слов; дефиниционный метод, применяемый при получении лексикографической информации о значении исследуемой языковой единицы. Фразеологизмы и поговорки, включающие компонент-оним, отражают специфику национального русского характера и дают возможность определить ключевые свойства лингвокультурной картины мира русского народа. В работе анализу подвергается лингвокультурная специфика фразеологизмов и поговорок с компонентом-онимом, подразделяемых на следующие типы: мифонимы, хрононимы, агонимы, литературные онимы, исторические онимы, антропонимы. Доказано, что все типы фразеологизмов и поговорок с компонентом-онимом функционируют в современном русском языке и являются маркерами культурно-значимой информации, отражающей специфику русской лингвокультуры. В ранг наиболее продуктивных типов фразеологических единиц с компонентом-онимом входят антропонимы; хрононимы не являются продуктивным явлением для современной русской лингвокультуры.

Ключевые слова: лингвокультурология; фразеологизм; поговорка; компонент-оним; современная русская культура.

Конфликт интересов: Автор декларирует отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

Для цитирования: Лазарева Я. В. Фразеологизмы и поговорки с компонентом-онимом как отражение национальной культуры // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2023. Т. 13, № 1. С. 62-69. <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-1-62-69>.

Статья поступила в редакцию 01.02.2023

Статья подписана в печать 20.02.2023

Статья опубликована 15.04.2023

© Лазарева Я. В., 2023

Names Components as Part of Idioms and Proverbs: Language and Culture Peculiarities

Yana V. Lazareva¹ ✉

¹Belgorod State National Research University
85, Pobedy str., Belgorod 308015, Russian Federation

✉ e-mail: yana.lazareva.82@inbox.ru

Abstract

The relevance of the research is determined by the comprehensive analysis of idioms and paroemias functioning in modern Russian language formulating the national character. The aim of the research is to identify the characteristic features typical for idioms and paroemias containing names component. The research methodology is based on an interdisciplinary approach and includes general scientific and special methods. The group of general scientific methods includes analysis and synthesis, as well as generalization to systematize theoretical and practical material. The special methods group includes the modeling method to identify specific linguistic and cultural properties of idioms and paroemias typical for Russian culture; the method of component analysis to provide semantic features analysis and to give lexical and semantic variants of words with several meanings; a definitional method to obtain lexicographic information dealing with the meaning of the language unit. Russian idioms and paroemias with Names components reflect the specific features of the national Russian character and make it possible to determine the key properties of the Russian mentality. The research deals with the analyses idioms and paroemias with the Names component having been divided into the following group types: mythonyms, chrononyms, hagionyms, literary onyms, historical onyms, anthroponyms. According to the author, all types of idioms and paroemias with the Name component function in modern Russian and are markers of culturally significant information reflecting the specifics of Russian culture. All in all, the authors rank anthroponyms as the most productive Name components types, while chrononyms are not a productive phenomenon.

Keywords: *linguoculturology; phraseology; paroemia; Names component; modern Russian culture.*

Conflict of interest: *The Author declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.*

For citation: Lazareva Y. V. Names Components as Part of Idioms and Proverbs: Language and Culture Peculiarities. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika = Proceedings of the Southwest State University. Series: Linguistics and Pedagogics.* 2023, 13(1): 62–69 (In Russ.). <https://doi.org/10.21869/2223-151X-2023-13-1-62-69>.

Received 01.02.2023

Accepted 20.02.2023

Published 15.04.2023

Введение

Понятие культурно-значимой информации «связано с главным в самопознании – с выделением из всего существующего общечеловеческих ценностей и тех ориентиров, которые выстраивают иерархию ценностей в конкретной культуре на том или ином этапе её развития» [1].

Вопросы изучения специфики фразеологических единиц продолжают интересовать исследователей самых различных отраслей языкознания: лингвокульту-

турологии, социолингвистики, этнолингвистики и др. Исследование русских идиом, пословиц, поговорок и загадок тесно связано с комплексным изучением русского языка и русской культуры. Значимый вклад в развитие фразеологии русской лингвокультуры внесли такие исследователи, как В.В. Виноградов, А. А. Потебня, А. В. Кунин, Н. Н. Амосова, В. Н. Телия, Н. М. Шанский, Н. Ф. Алефиренко, М.Л. Ковшова и другие.

Целью нашего исследования является выявление специфики фразеологизмов

и паремий с компонентами-онимами, отражающими особенности русской лингвокультуры. При таком подходе ключевым является этнолингвистический метод изучения невербальных знаков в контексте русской культуры. Необходимо отметить, что проведение анализа идиом и паремий во многих аспектах затрудняется спецификой этимологии той или иной единицы.

С позиции лингвокультурологического подхода паремии и идиомы понимаются как некие вербальные маркеры культурной информации, которая воплощена в «форму содержания и/или форму выражения двусторонних языковых сущностей» [2].

Под идиомой понимаются единицы языка, которые обладают двухкомпонентной структурой и утратили свое лексическое значение и обрели слитное, фразеологическое значение. Высокая степень переосмысления составляющих компонентов, образность, устойчивость и воспроизводимость входят в ранг ключевых свойств идиом. В свою очередь, пословицы и поговорки представляют собой единицы языка малого жанра русского фольклора. Пословицы характеризуются как логически и синтаксически завершенные суждения, обладающие формой иносказания; часто пословицы представляют собой нравоучения и обладают яркой ритмико-интонационной оформленностью. Поговорки отражают некоторые ситуации, явления, события из жизни человека и, как правило, поучают без назиданий. Загадки, в свою очередь, представляют собой короткие игровые тексты, в которых какой-либо предмет намеренно описывается в усложненной форме, часто загадки базируются на принципе сходства между предметами.

Традиционное для фразеологии положение о свойственной её знакам культурно-национальной специфике в настоящее время подвергается критике. Акцент в рамках анализа современных исследований, посвященных вопросам вы-

явления особенностей фразеологии и паремий, в современной лингвистике ставится на «установление универсальных моделей, лежащих в основе внутренней формы идиом, пословиц, поговорок, на выявление общих тенденций в определении значения, на том, на сколько велик национальный ресурс в той или иной национальной фразеологии» [3]. Также характерно «к неоправданному преувеличению доли национального компонента в пословичном фонде языка. Часто квалифицируются как исконные, т.е. национально специфические, такие пословицы, которые имеют абсолютные аналоги в других языках» [4].

Материалы и методы

Объектом исследования является фразеологический фонд русского языка, а именно фразеологизмы и паремии, отражающие специфику русской лингвокультуры. Фактическим материалом исследования послужили словари русского языка, представляющие собой базу для выявления фразеологизмов и паремий с компонентом-онимом. Подборка практической части исследования осуществлялась при помощи метода целенаправленной выборки из словарей, составленных такими исследователями, как В.И. Даль, В.М. Мокиенко, Т.Г. Никитина, Е.К. Николаева, Л.А. Лебедева, А.В. Суперанская за период XX-XXI вв. В работе также применялись описательно-аналитический метод, сравнительный метод, метод контекстуального и количественного анализа. Комплексная методика исследования позволила выявить наиболее и наименее продуктивные фразеологизмы и паремии с компонентом-онимом в современном русском языке и охарактеризовать их свойства с позиции лингвокультурологии.

Результаты и обсуждение

В процессе изучения идиом, пословиц, поговорок в рамках российского языкознания принято выделять культурно

маркированные компоненты и анализировать символику их значения, например: *крест, кровь, рука, сердце* и др.

Часто анализ национальной специфичности фразеологизмов сводится к цели выявления уникальных лексических символов, называющих культурно-содержащие реалии, например такие, как: *самовар, гармонь, матрешка*; а также отдельных персонажей русской культуры, таких как *Емеля, царевна Несмеяна, царь Горох* и др.

Отечественный исследователь М.Л. Ковшова отмечает, что «культурная маркированность образа *царя Гороха* подвергается сомнению, так как в некоторых европейских странах существует аналог – *Бобовый король*» [5]. Образы смеховой культуры и комичности власти одновременно возникли в рамках русской и европейской культур, что также нашло своё отражение в языках. Многие исследователи при сопоставлении различных фразеологических картин мира выявляют больше универсалий, нежели уникалий.

Лингвокультурный анализ позволяет описать семантику идиом и паремий определенной культуры во взаимосвязи с ее архетипом, стереотипами, символами. Паремии и идиомы исследуются как знаки в семиотической форме, в которых хранится культурно значимая информация.

В нашем исследовании анализу подвергаются идиомы и паремии с компонентами онимами. Важным аспектом в ходе работы является тот факт, что собственные имена, функционирующие в идиомах и паремиях, не обладают лицом, однако они осуществляют специфичную, культурно-маркированную функцию связи языка и культуры. При помощи онимов актуализируется смысл, закрепленный за определенным персонажем того или иного слоя русского общества.

В ходе исследования мы выделяем такие типы собственных имен, входящих в состав идиом и паремий, как: *мифонимы, хрононимы, агионимы, литературные онимы, исторические онимы, антро-*

понимы, которые являются культурно значимой информацией. Понятие культурно-значимой информации «связано с главным в самопознании – с выделением из всего существующего общечеловеческих ценностей и тех ориентиров, которые выстраивают иерархию ценностей в конкретной культуре на том или ином этапе её развития» [6].

В результате культурной референции в персонаже актуализируется та значимость характера, которой в определенной культуре уделяется особое внимание. Извлеченная из слоёв культуры информация коррелирует со словесными знаками языка и фольклора – идиомами и паремиями, добавляется в их семантику в виде особого категориального компонента – культурной коннотации.

В зависимости от принадлежности собственных имён к паремиям и идиомам мы выделяем *мифонимы, хрононимы, агионимы, литературные онимы и собственно антропонимы*.

Антропонимы включают в себя личные имена, патронимы, фамилии, прозвища, например: *Иван, Николавна, Тарасиха* и др. Под *хрононимом* понимается имя собственное, предназначенное для названия промежутка времени в народном календаре. Часто *хрононимы* в русской лингвокультуре связаны с церковно-календарными именами, например: *Петров, Юрьев, Никола* и др. Под *мифонимом* понимается имя собственное, предназначенное для названия героев мифов, языческих богов и демонов, предметов, которые наделяются народом сакральным значением, например: *Зевс, Геракл, Баба-Яга, Дед Мороз* и др. К *агионимам* относятся имена собственные, называющие персонажей из сказаний Ветхого и Нового Заветов, например: *Ной, Адам, Ева, Иуда* и др. К *литературным онимам*, в свою очередь, принадлежат персонажи мировой литературы, кинофильмов, например: *Гамлет, Буратино, Карлсон* и др.

Необходимо отметить, что в традиционных пословицах и поговорках литературные онимы отсутствуют. В ранг ис-

торических онимов входят имена собственные, называющие существовавших в реальности исторических лиц, например: *Цезарь, Наполеон, Стенька Разин, Ленин* и др.

В загадках часто употребляются известные в культуре имена персонажей или придумываются искусственные онимы, например:

«Свет Кащей, господин Кащей сто лет людей кормил, гулять ходил головку сломил – кости выкинул, псы не понюхали» [5].

Для русской современной лингвокультуры хрононимы не являются продуктивным явлением, но в рамках художественной литературы данный тип онимов превалирует, например:

1. Январь: *Васильев день, авсень, таусень, Новый год:*

– *«На Васильев вечер лить олово, свинец, воск» – гадать на Новый год* [7];

– *«На Васильев вечер дня прибывает на куриный шаг»* [8].

2. Февраль: *«На Трифоно звездисто» – поздняя весна»* [5].

3. Май: *«Не хвались на Юрьев день посевом, хвались на Николин день травой»* [8].

4. *«Декабрь: «Варвара мостит, Савва (5 декабря) гвозди острит, Никола (6 декабря) прибывает» – Первые заморозки и мороз, вода в реках застывает* [9].

Часто хрононимы входят в состав пословиц, поговорок, загадок, идиом, например:

1. *«Глеб с Борисом, а хлеб у них с анисом»* [5].

2. *«Тепло светит солнышко, да Авдотьей поглядывает: либо дождь, либо снег»* [10].

3. *«Корми меня до Ивана, сделаю из тебя пана» (пчела: пчелы пьют нектар цветов или их кормят сахарным сиропом всю весну, а 24 июня – день Ивана Купала)* [11];

4. *«Как на Маланьину свадьбу» – наготовить впрок (по старинному обычаю в ночь со дня святой Мелани на день св.Василия готовилось большое ко-*

личество еды, которой угощали всех желающих) [12].

Для русской лингвокультуры характерной особенностью является высокочастотное применение *мифонимов*. Загадки с *мифонимами* интерпретируются в мифологическом и фольклорном слоях русской культуры. Например, имя *Баба-Яга* в составе загадки: *«Стоит Яга, во лбу рога – воронца у печи»* [5] – вызывает в памяти сказочный образ, который нашел отражение во всех видах русского искусства – живописи, скульптуре, кино, анимации, театре, балете, песне.

Многие имена в загадках выполняют функцию «строительного материала и являются формами личных имён, фонетическая модель которых часто продиктована рифмой» [5], например:

«Пицца Мамыра, ни хвоста, ни рыла; по земле ходит, земли не видит; по земле шагает, по четверти хватает» – Мамыра – производная от Маммий, Мамморий [13].

Что касается *агионимов*, то «агионимы в загадках интерпретируются в религиозном слое культуры; в процессе референции агионимов к пространству культуры у имён образуются культурные коннотации, которые добавляются в семантику загадок и могут служить опорой в её разгадывании» [14].

Например, в загадке про пчелу: *«Летит птица крутоносенькая, несёт тафту крутожёлтенькую, еще та тафта ко Христу годна» – пчела* [15]; агионим в данном случае служит подсказкой. Известно, что из воска делают свечи для служб в церкви и в данном случае *агионим* активизирует знание понятий о религии.

Мифонимы и *агионимы* часто входят в состав пословиц и поговорок, например:

1. *«Богат, как Крёз, а живёт, как пёс!»* [8] – *мифоним* *Крёз* выступает эталоном богатого человека, которого противопоставляют бедному псу.

2. *«Атримида страшит Демиду, а Кирило её и в рыло»* [1] – поговорка, сю-

жет которой строится на смешливом пересечении сюжетных линий мифов. Артемида – звучное имя, подходящее по рифме и ритму. Стилистический троп аллюзия подчеркивает воинственность, свойственную для Артемиды, что в данном случае символизирует домашние ссоры придирки жены к мужу (в приведенном примере именуемый Демидом). Добровольным участником таких ссор является Кирило, который рифмуется с «рыло». Интересно отметить, что такая же рифма прослеживается еще и в других поговорках:

– «Ездил в пир Кирило, да подарен там в рыло» [7].

– «Жаль Кирилла, а побережь ему рыла» [8].

– «Кирилла не отворачивает от чарки рыло» [5].

Литературные и исторические онимы практически не встречаются в пословицах и поговорках, также как они отсутствуют в традиционных загадках. Однако в загадках для маленьких детей намеренно добавляются имена персонажей из любимых мультфильмов, например:

«Человек немолодой, вот с такущей бородой. Обижает Буратино, Артемона и Мальвину, и вообще для всех людей он отъявленный злодей. Знает кто-нибудь из вас, кто же это? – (Барабас)» [1].

Идиомы, включающие в свой состав литературные онимы, образно описывают цепочку событий, передают отношение к окружающей действительности, выражают эмоциональное состояние персонажей, например: «Как Отелло ревнив»; «Как Квзимодо уродлив» [7].

Исторические онимы представляют собой некий код, который отражает специфику определённого временного периода, например: *Мамай, Пушкин, Котовский* и др.:

«А кто платить будет? Пушкин?» [5] – в данном случае имя Пушкин представляет собой образ нарицательный, а вся конструкция является риторическим вопросом.

В паремиях и идиомах исторические метафоры могут создаваться на основе вымышленных персонажей, например: «царь Москович», «Мыр-царь» и др.

Антропонимы также входят в состав пословиц, поговорок, загадок, идиом русского языка, например:

1) «Горе, что муж Григорий: хоть бы болван, да Иван» [11];

2) «У злой Натальи все люди каналы» [5];

3) «Без Ивана Петровича изба не строится» [1];

4) «Стоит Егорка в красной ермолке» (малина) [4];

5) «Как умная Маша поступать» – делать всё рассудительно, но без нужного результата [5];

6) «Алёха сельский» – о глупом, невежественном, хвастливом человеке [9].

В загадках, пословицах, поговорках и идиомах русского языка с компонентами антропонимами описание мира погружено в специфику культуры.

Выводы

Таким образом, фразеологизмы и паремии представляют собой особую часть состава русского языка, отражающего его национальную специфику. Фразеологические единицы и паремии, в состав которых входят именные компоненты, входят в ранг продуктивных единиц, функционирующих в современном русском языке и русской культуре. Исследуемые компоненты в составе фразеологизмов, загадок, пословиц и поговорок в полной мере реализуют менталитет социума, репрезентируют историю и культуру страны. Идиомы, загадки, пословицы, поговорки представляют собой отражение русской национальной культуры мира посредством языковых единиц. Такие типы собственных имён, как *мифонимы, хрононимы, агионимы, литературные онимы, исторические онимы, антропонимы* являются носителями культурно значимой информации, они формируют лингвокультурную картину мира, отражающую, в свою очередь, специфику

русского менталитета. Практическая часть исследования позволила выявить наиболее и наименее продуктивные типы онимов в составе фразеологизмов в современном русском языке. К наиболее продуктивным типам для современной русской лингвокультуры относятся *антропонимы*, при этом подгруппа *личные имена* превалирует над подгруппой *фамилии и прозвища*, а также *мифонимы* и *агионимы*, которые в большей степени входят в состав пословиц и поговорок,

нежели фразеологические единицы. Для *мифономов* характерной особенностью является следование определенной фонетической модели, что продиктовано необходимостью рифмы. Такой тип, как *хрононимы*, входит в ранг наименее продуктивных типов фразеологических единиц с компонентом-онимом. *Хронимы* практически не употребляются в современном русском языке, а функционируют в произведениях художественной литературы.

Список литературы

1. Ковшова Л.М. Лингвокультурологический метод во фразеологии: коды культуры. Москва: Либроком, 2016. С. 65–98.
2. Телия В.Н. О феномене воспроизводимости языковых выражений // Язык. Сознание. Коммуникация: сб. статей / отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. М.: МАКС Пресс, 2005. Вып. 30. С. 4–42.
3. Дронов П.С. Очерки по культурным трансферам во фразеологии. М.: Институт языкознания РАН, 2018. С. 24–28.
4. Иванов Е.Е., Ломакина О.В., Петрушевская Ю.А. Национальная специфичность пословичного фонда: основные понятия и методика выявления // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 996–1035.
5. Ковшова Л.М. Лингвокультурологический анализ идиом, загадок, пословиц и поговорок: Антропоцентрический код культуры. М.: ДЕНАНД, 2022. С. 26–187.
6. Ковшова Л.М., Гудков Д.Б. Словарь лингвокультурологических терминов. М.: Гнозис, 2018. 65с.
7. Суперанская А.В. Словарь народных форм русских имён. М.: URSS, 2017. С. 88–187.
8. Эмирова А. М. Русская фразеология в коммуникативно-прагматическом освещении. Симферополь: ООО «Издательство «Научный мир», 2020. С. 65–109.
9. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка. М.: URSS, 2021. С. 68–95.
10. Аникин В.П. Русские пословицы и поговорки. М.: Художественная литература, 1988. 109 с.
11. Васильева Н.В. Собственное имя в мире текста. М.: Академия гуманитарных исследований, 2005. С. 65–98.
12. Даль В.И. Пословицы русского народа. М.: Гослитиздат, 1959. 98 с.
13. Лебедева Л.А. Устойчивые сравнения русского языка. Краткий тематический словарь. Краснодар: Изд-во Кубанского государственного университета, 2003. 118 с.
14. Мокиенко В.М., Никитина Т.Г., Николаева Е.К. Большой словарь русских пословиц. М.: ЗАО «ОЛМА Медиа групп, 2010. 85 с.
15. Рыбникова М.А. Загадки. М.: Academia, 1932. 202 с.

References

1. Kovshova L.M. *Lingvikulturilogiteski metod vo frazeologii: kodi kulturi* [Linguistic and cultural method in phraseology: codes of culture]. Moscow, Librocom Publ., 2016. pp. 65–98.
2. Teliya V.N. [On the phenomenon of reproducibility of linguistic expressions. Language. Consciousness. Communication]. Moscow, 2005, issue 30, pp. 4–42. (In Russ.).
3. Dronov P.S. *Otcerki po kulturnim transferam vo frazeologii* [Essays on cultural transfers in phraseology]. Moscow, Institute of Linguistics RAS Publ., 2018. pp. 24–28.
4. Ivanov E.E., Lomakina O.V., Petrushevskaya Yu.A. Nacional'naya specifichnost' poslovnogo fonda: osnovnye ponyatiya i metodika vyyavleniya [National specificity of the proverbial fund: basic concepts and methods of identification]. *Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika = Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Theory of Language. Semiotics. Semantics*, 2021, vol. 12, no. 4, pp. 996 – 1035.
5. Kovshova L.M. *Lingvoculturologitceski analiz idiom, zagadok, poslovits i pogovorok: antropocentričeski kod kulturi* [Linguoculturological analysis of idioms, riddles, proverbs and sayings: Anthropocentric code of culture]. Moscow, DENAND Publ., 2022. pp. 26–187.
6. Kovshova L.M., Gudkov D.B. *Slovar lingvoculturologitceskih terminov* [Dictionary of linguistic and cultural terms]. Moscow, Gnosis Publ., 2018. 65 p.
7. Superanskaya A.V. *Slovar narodnih form russkih im'en* [Dictionary of folk forms of Russian names]. Moscow, URSS Publ., 2017, pp. 88–187.
8. Emirova A.M. *Russkaja frazeologi's v kommunikativno-progmatitceskom osveshenii* [Russian phraseology in the communicative and pragmatic]. Simferopol, ООО "Publishing house "Scientific world" Publ., 2020, pp. 65–109.
9. Shansky N.M. *Frazeologi'z sovremennogo russkogo jazika* [Phraseology of the modern Russian language]. Moscow, URSS Publ., 2021, pp. 68–95.
10. Anikin V.P. *Russki's poslovitsi i pogovorki* [Russian proverbs and sayings]. Moscow, Fiction Publ., 1988. 109 p.
11. Vasilyeva N.V. *Sobstenni'e imena v mire teksta* [Own name in the text world]. Moscow, Academy of Humanitarian Studies Publ., 2005, pp. 65–98.
12. Dal V.I. *Poslovitsi russkogo naroda* [Proverbs of the Russian people]. Moscow, State edition of fiction Publ., 1959. 98p.
13. Lebedeva L.A. *Ustoitcivi'e sravneni'a russkogo jazika. Kratkii tematitceski slovar* [Stable comparisons of the Russian language. Brief thematic dictionary]. Krasnodar, Publishing House of the Kuban State University Publ., 2003. 118 p.
14. Mokienko V.M., Nikitina T.G., Nikolaeva E.K. *Bolshoi slovar russkih poslovits* [Big dictionary of Russian proverbs]. Moscow, ZAO OLMA Media Group Publ., 2010. 85 p.
15. Rybnikova M.A. *Zagadki* [Puzzles]. Moscow, Academia Publ., 1932. 202 p.

Информация об авторе / Information about the Author

Лазарева Яна Владимировна, аспирант кафедры романо-германской филологии и межкультурной коммуникации, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация,
e-mail: yana.lazareva.82@inbox.ru

Yana V. Lazareva, Post-Graduate Student of the Department of Romano-Germanic Philology and Intercultural Communication, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russian Federation,
e-mail: yana.lazareva.82@inbox.ru