

У. Я. Билиця,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ

КОДИ КУЛЬТУРИ В ОБРАЗІ ЛЮДИНИ В АНГЛОМОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ (НА МАТЕРІАЛІ КОМПАРАТИВНОЇ ФРАЗЕОЛОГІЇ)

У статті аналізується на матеріалі компаративних фразеологізмів образ людини в англійській картині світу крізь призму культурних кодів, а також уточнюються окремі теоретичні питання, пов'язані із означеною темою. У цьому дослідженні виявляються ті джерела, з яких запозичуються символічні образи для формування засобами досліджуваних одиниць образу людини в англійській картині світу, що загалом дозволяє більш повно описати цей важливий фрагмент будь-якої картини світу.

Ключові слова: компаративний фразеологізм, порівняння, код культури, концепт «людина», лінгвокультурологія, англійська картина світу.

CULTURAL CODES IN THE IMAGE OF A PERSON IN THE ENGLISH LANGUAGE WORLD VIEW (BASED ON THE MATERIAL OF THE COMPARATIVE PHRASEOLOGY)

While cognizing the world people learn much about themselves, their role in the world, other living and inanimate creatures, objects, artifacts, phenomena etc. They always compare themselves with these signs of the surrounding world, providing them with the specific cultural meaning and changing them into the figurative symbols or into the so called «cultural codes».

The total number of these cultural codes form their ideas about the world view in general and themselves as its unique part. The disclosure of these cultural codes concerning people as the central part of the language world view is the main aim of this article, where the main task is to disclose the sources or the system of images with the help of which people form their own image in the English language world view, using English comparative phraseological units.

The choice of the comparative phraseological units is not without grounds, as with the help of these lexical units, which have a comparative character, people can figuratively and emotionally code their image on the basis of the figurative images of living and inanimate nature, objects and other phenomena which surround them. It is assisted by the essence of these units, which are formed on the basis of comparison, and it leads to the possibility of drawing them to the comparative structure of the system images taken from other conceptual spheres of the surrounding world. In the result of the semantic shifts these images in the new phraseological surrounding lose their relations with the referent conceptual sphere and move into the sphere of figurative nominations of a person.

In different research works there are different amounts of cultural codes and subcodes. Some of them differ even terminologically. But it is not essential for us, as the research of a specific part of the language world view through the prism of cultural codes may lead to their different number and their different terminological content. According to the main aim of this research work, which is not only to enlist these cultural codes which are already fundamentally studied, but with the help of the comparative phraseology to demonstrate how these cultural codes take part in the formation of the image of a person in the English language world view, where and how the comparative phraseology borrows the material for the formation of the image of a person in the English language world view.

Key words: comparative phraseological unit, comparison, cultural code, concept «person», linguo-cultural studies, the English language world view.

КОДЫ КУЛЬТУРЫ В ОБРАЗЕ ЧЕЛОВЕКА В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КАРТИНЕ МИРА (НА МАТЕРИАЛЕ КОМПАРАТИВНОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ)

В статье анализируется на материале компаративных фразеологизмов образ человека в англоязычной картине мира сквозь призму культурных кодов, а также уточняются отдельные теоретические вопросы, связанные с указанной темой. В этом исследовании выявляются те источники, из которых заимствуются символы образы для формирования средствами исследуемых единиц образа человека в англоязычной картине мира, что в целом позволяет более полно описать этот важный фрагмент любой картины мира.

Ключевые слова: компаративный фразеологизм, сравнение, код культуры, концепт «человек», лингвокультурология, англоязычная картина мира.

Постановка проблеми. В лінгвістичних дослідженнях останніх десятиліть чільне місце набуло використання антропоцентричного принципу, відповідно до якого людина стала одним із основних об'єктів мовознавчих студій. І це небезпідставно, адже, як стверджують лінгвісти, існують три головні об'єкти пізнання і опису, які належать до світу «Дійсність: 1) людина; 2) навколишній світ (простір та предмети, які його заповнюють) та 3) час [3, с. 14; 4, с. 6-7]. Безперечно, у цій нероздільній тріаді людина як основа всього буття на Землі займає центральне місце.

У процесі пізнання навколишнього світу, людина одночасно пізнає і саму себе, мимовільно порівнюючи себе з незліченною кількістю живих істот та неживих предметів, артефактів, явищ, надаючи їм певний культурний зміст і тим самим перетворюючи їх в образні символи або ж у так звані «культурні коди» (термін В.М.Гелії [8]), які знаходять своє відображення у мовній картині світу (далі – МКС). Сукупність цих культурних кодів формує уявлення людини про картину світу загалом, а також про саму себе як про один із її фрагментів. Недаремно в наукових дослідженнях з когнітивної лінгвістики та лінгвокультурології виявленню цих культурних кодів відводиться особливе місце, оскільки вони дозволяють здійснити опис цього світу, а також окремих його фрагментів, яким є людина, більш детально та різносторонньо.

Відтак у цій статті ставиться завдання проаналізувати на матеріалі компаративних фразеологічних одиниць (далі – КФО) англійської мови культурні коди, які беруть участь у формуванні образу людини в англійській картині світу (далі – АМКС). **Основна мета** дослідження полягає не в переліку цих кодів культури, які на сьогоднішній день є достатньо дослідженими, а в спробі співвіднести компаративні фразеологічні номінації людини в АМКС з джерелами їх образної мотивації та формування – живими істотами, рослинами, предметами, артефактами тощо, які в мові реалізуються у вигляді системи кодів культури.

Актуальність дослідження полягає в прогнозованому отриманні відповіді на питання про те, з яких джерел, з яких концептополів АМКС запозичує символічні образи для формування компаративно-фразеологічного образу людини, що загалом дозволить більш повно описати такий важливий фрагмент будь-якої картини світу, яким є людина. Таке дослідження антропоцентричного характеру буде, на наш погляд, певним внеском на шляху до кращого пізнання «людини в мові», а точніше – «людини у фразеології».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В науковій літературі достатньо широко висвітлено питання видів культурних кодів, їх кількості, їх сутності, а також здійснено їх аналіз на матеріалі різних мовних одиниць, зокрема й фразеологіч-

них [1, с. 9–23; 2, с. 9–11; 4, с. 6; 6, с. 79–86; 7, с. 220]. У цих дослідженнях фігурує різна кількість культурних кодів (від 5 до 15), окремі з яких різняться між собою термінологічно. І це цілком закономірно, адже дослідження певного фрагменту МКС крізь призму культурних кодів справді може зумовити як їх різну кількість, так і їх різний зміст.

Тільки в окремих дослідженнях, як наприклад, А.В. Терентьєва [9] та І. І. Туранського [10], здійснено спробу виокремити коди культури безпосередньо на матеріалі КФО англійської мови, проте їх аналіз проведено фрагментарно та безвідносно до концептополя «людина». Відтак наша стаття є спробою заповнити цю прогалину, в чому і полягає новизна цього дослідження.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування результатів дослідження. Якщо виходити із загальнозживаного тлумачення терміну «код», під яким розуміється «система умовних знаків або сигналів для передачі, обробки і зберігання інформації» [13, с. 551], то під терміном «код культури» або «культурний код» в найбільш популярній формі слід, очевидно, розуміти систему знаків або символів для передавання, обробки та зберігання культурної інформації, яка закодована у будь-якому предметі чи явищі матеріальної, духовної культури. Саме тому цілою низкою учених, які займаються дослідженням цієї проблеми, зазначається, що під терміном «культурні коди» слід розуміти систему знаків матеріального та духовного світу, які в процесі освоєння людиною світу втілювали у себе культурні смисли і стали їх носіями і використовуються для кодування нової інформації [2, с. 9–11; 4, с. 5; 7, с. 220; 8, с. 18; 9, с. 68]. Так, зокрема, О. Селівановою культурний код визначається як «мережа членування, категоризації, оцінок інтеріоризованого світу та внутрішнього досвіду людини, зумовлена культурою певного етносу й репрезентована в семіотичних системах природної мови, мистецтва, обрядів, звичаїв, вірувань, а також у нормах моралі, поведінці членів етнічної спільноти» [7, с. 220]. В. В. Красних уподібнює код культури до «сітки», яку культура «накидає» на навколишню дійсність, членує, категоризує, структурує і оцінює його [4, с. 5]. Коди культури, зазначає далі автор, співвідносяться з древніми архетиповими уявленнями людини і власне вони, ці уявлення «кодують». На думку дослідниці, коди культури за своєю природою є універсальними, і властиві людині як *homo sapiens*, проте їх прояви та вагомість кожного з них у певній культурі, а також метафори, в яких вони реалізуються, національно детерміновані й обумовлені конкретною культурою [там же: с. 5]. На питанні, з одного боку, універсальності, а з іншого – національно-культурної детермінованості культурних кодів наголошують також і О. Селіванова [7, с. 220] та А. В. Терентьєв [10, с. 68].

Вибір у цій статті КФО як фактичного матеріалу для дослідження образу людини в АМКС крізь призму культурних кодів небезпідставний, адже часто саме за допомогою цих мовних знаків порівняльного характеру людина здатна достатньо ємно і влучно, образно й емоційно кодувати свій образ за допомогою символічних образів живої і неживої природи, предметів і явищ навколишнього світу. Цьому сприяє сама сутність цих одиниць, які побудовані на порівнянні, яке передбачає використання в їх компонентному складі крім основи порівняння також і об'єкта порівняння, тобто так званого образу-еталону. Останнім є, як правило, символічний образ певного культурного коду, який втілює в собі ту чи іншу ознаку, властивість, які переносяться на образ людини, як наприклад: *(as) tall as a lamp-post* (артефакт), *to laugh like a hyena* – (зооморфізм) тощо.

Саме образ-еталон, будучи залученим у склад КФО із певної концептосфери, не тільки моделює їх образну основу, їх внутрішню форму, але й виконує роль носія певної культурної інформації, тобто виступає репрезентантом певного культурного коду. Більше того, як зазначає К.І. Мізін, образ-еталон є «ідентифікатором належності КФО до того чи іншого (суб)коду культури» [5, с. 125]. Це положення є важливим для культурно-кодової ідентифікації фактичного матеріалу нашого дослідження, а тому слідом за К.І. Мізіним віднесеність до того чи іншого коду культури здійснюється у цій статті за належністю образу-еталона до певної сфери культури. Завдяки образу-еталону в структурі КФО відбувається процес «перекодування інформації» [5, с. 126], тобто перехід із одного культурного коду в інший, наприклад: «рослина» → «зовнішність людини»: *(as) tall as an oak*; «артефакт» → «інтелект людини»: *(as) smart as a steel trap* тощо і на шляху цього процесу образ-еталон відіграє роль своєрідного «мстка» [5, с. 129]. Фактично саме образ-еталон є одночасно тим «будівельним матеріалом» [3, с. 13], за допомогою якого здійснюється «розбудова» концептополя «людина».

Таким чином, при кодуванні образу людини засобами КФО проходить процес «змішування» або ж «сплетення» концептів один з одним, зокрема, концепту «людина» або ж його субконцептів з іншими концептами, які представляють різні фрагменти картини світу, а відтак і різні культурні коди. «Немає чіткої межі між кодами культури, – пише К.І. Мізін, – вони розмиті, вони постійно перетинаються один з одним. Більше того, між ними постійно здійснюється взаємообмін, взаємопереходи із одного в інший» [5, с. 126].

Отже, коди культури – це ті джерела або ж та система символічних образів, з яких фразеологія, в тому числі і компаративна на позначення людини, запозичує образи для свого формування. Наш фактичний матеріал дозволяє виокремити такі культурні коди, що беруть участь у формуванні компаративно-фразеологічного образу людини в АМКС:

1) біоморфний культурний код, що репрезентує образ людини за допомогою образів диких та свійських тварин, птахів, комах, рослин тощо. Цей культурний код, який є у складі компаративно-фразеологічних номінацій людини в АМКС найбільш представленим, може бути поділений на два субкоди:

а) зооморфний (або анімалістичний) культурний код, що базується на використанні символічних образів із сфери тваринного світу. Активне вживання зооморфізмів у складі КФО пояснюється тим, що з самого початку історії людства тварини співіснували з людиною, в яких вона бачила щось знайоме, знаходила явні або приховані риси та ознаки, спільні зі своїм світом. Відтак тривалі спостереження людини за тваринами, за їх поведінкою лягли в основу цілого ряду порівнянь, які згодом закріпились і стали стійкими КФО.

Необхідно відзначити, що майже кожна ознака, властивість людини в АМКС уподібнюється аналогічним ознакам та властивостям, характерним тваринам, наприклад, «впертість» – як у мула або ж осла: *(as) stubborn as a mule / a donkey*; «жадібність» – як у вовка: *(as) greedy as a wolf*; «мовчазність» – як у риби: *(as) dumb as a fish*; «легковажність, бездумність» – як у метелика: *(as) light as butterfly*; «веселість, життєрадісність» – як у жайворонка: *(as) cheerful as a lark*; «повільність» – як у черепахи: *as slow as a tortoise*; «відданість, вірність» – як у собаки: *(as) devoted as a dog*; «метушливість» – як у курки: *to behave like a hen with one chicken*; «пихатість, високомірність» – як в індики: *to strut / to swell like a turkey-cock* тощо.

Символізм низки образів зооморфного коду є у складі КФО на позначення людини, з одного боку, універсальним, як наприклад: «боягузливість» – *(as) timid as a hare* (англ.) – *ängstlich wie ein Hase* (нім.) – *боязкий як заць* (укр.); «дурість» – *as silly as a goose* (англ.) – *dumm wie eine Gans* (нім.) – *дурна як гуска* (укр.) тощо, а з іншого боку – національно-специфічним. Так, наприклад, в англійській лінгвокультурі зооморфізм *(serpent)* «змія, змія» символізує «розум» людини – *as wise as a serpent*, а в інших лінгвокультурах, зокрема, в українській, російській – «підступність»: *підступний /-я як змія /-я* (укр.), *как змея подколотная* (рос.), що свідчить про специфічне світобачення та світорозуміння цих етносів.

б) флороморфний (або **фітоморфний, фітонімний**) **культурний код**, що базується на образах із сфери рослинного світу. Цей культурний код представлений у складі КФО значно менше, ніж зооморфний, проте це не применшує його значимість у формуванні компаративно-фразеологічного образу людини в АМКС. Так, за допомогою метафоричного використання символічних образів зі світу флори у складі КФО вербалізуються різні ознаки і властивості людини: *(as) tall as a tree / an oak* – «високий зріст»; *(as) fair as a rose / a lily* – «краса дівчини / жінки»; *(as) like as two peas (in a pod)* – «схожість»; *to shake / shiver / tremble like a (an aspen) leaf* – «страх» тощо.

2) предметно-артефактний (іноді **об'єктний**) **культурний код**, що репрезентує компаративно-фразеологічний образ людини за допомогою символізму різноманітних навколишніх неживих предметів, речей, не створених людиною, а також артефактів, які є результатом її праці і які представляють собою, наприклад, предмети із сфери побуту, житла, одягу тощо. Символізм цих предметів та артефактів, що переноситься на людину, виникає у результаті асоціювання людини з їх формою, зовнішнім виглядом чи функціональними ознаками згаданих, як наприклад: *(as) round as a barrel* (форма); *(as) lean as a rake, (as) ugly as a scarecrow* (зовнішній вигляд), *(as) changeable as weathercock* (функціональна ознака) тощо.

Розшифрування символізму переважною більшістю предметів, артефактів у складі КФО на позначення людини в АМКС не складає якихось труднощів, проте в окремих випадках цей символізм є достатньо затемненим, як наприклад: *(as) cold as a wagon tire* – амер. сленг. черствий, бездушний як автопокришка, *(as) crooked as a corkscrew / a crankshaft* – амер. розм. дуже нечесний, непорядний (досл.: кривий, зігнутий як **штопор** / як **колінвал**), що свідчить про етнокультурну специфіку і навіть лакунарність цих одиниць.

3) антропоморфний (часто **соматичний** або **тілесний**) **культурний код**, що репрезентує образ людини за допомогою використання у компонентному складі КФО назв різних частин її тіла, наприклад: *(as) long as one's arm, to know smth. like the palm of one's hand, two heads are better than one* тощо. Певна частина КФО містить в собі слова-соматизми, запозичені із тваринного світу, як наприклад: *(as) crooked as a dog's hind leg / a ram's horn, (as) white as (a) (whale-, whale's) bone / ivory* тощо. Загалом соматичний культурний код визнається найбільш древнім, адже пізнання навколишнього світу та його усвідомлення людина почала із самої себе, оскільки власне тіло є для неї найбільш близьким, а тому з ним порівнюють, коли говорять про щось максимально знайоме. Більше того, частини людського тіла відзначаються ясністю своїх функцій, а відтак, їх іменування характеризуються легкістю переосмислення.

4) міфологічно-релігійний культурний код, що репрезентує образи релігійних та міфологічних уявлень людини, які в хронологічному плані виявляються на першому місці, проте які і сьогодні використовуються в компаративних номінаціях людини в АМКС, як наприклад: *(as) false as hell, (as) ugly as sin / a witch, (as) pale as death* та інші.

Достатньо широко представлений у складі КФО компонент **devil** (*чорт*), що має ще дохристиянське походження. Цей образ в англійській як і в інших лінгвокультурах втілює в собі зло, а тому КФО із цим компонентом мають здебільшого негативну конотацію. Як правило, вони виражають вади людини, наприклад: *(as) ugly as the devil* – «страшний вигляд», *(as) cross as the devil, to be like the devil looking Over Lincoln* – «злість, лють» тощо.

І тільки окремі КФО із даним компонентом виражають позитивні риси людини в АМКС, як наприклад: «розумність» – *(as) clever as the devil*, «працьовитість» – *to work like the devil*, «енергійність» – *(as) active as the devil*.

Фактичний матеріал свідчить про те, що в багатьох КФО на позначення людини фігурують антропоніми релігійного та міфологічного походження, що дозволяє розглядати їх у складі онімійного коду.

5) онімійний культурний код, що репрезентує компаративно-фразеологічний образ людини антропонімами та топонімами, на основі чого в цьому коді можна виокремити відповідно **антропонімійний** та **топонімійний** субкоди. Що стосується символічних образів антропонімійного походження, то вони можуть представляти собою:

– *власні імена біблійного та міфологічного походження: (as) old as Adam* [бібл.]; *(as) old as Methuselah* [бібл.: згідно книги Буття, предок Ноя, що прожив 969 років]; *(as) wise as Solomon* [бібл.: відповідно до Старого завіту ізраїльський цар (965–928 до н.е.), славився надзвичайною мудрістю]; *(as) rich as Croesus* [міфол.: останній цар Лідії в Малій Азії, (595–546 до н.е.)];

– *суто англійські власні імена, пов'язані як із сьогоденням, так і з попередніми періодами історії англійських країн, а також запозичені із англійської літератури: as game as Ned Kelly* – [Ned Kelly – знаменитий австралійський розбійник, що жив у другій половині XIX ст. та відзначався надзвичайною хоробрістю] [11, с. 78]; *to behave like John Bull* – [John Bull – глузливе іменування англійців, яке походить із одного із англійських сатиричних памфлетів] [12, с. 560], *(as) pleased as Punch* – [Punch – традиційний персонаж вуличного англійського лялькового театру] [13, с. 92]; *to laugh like little Audrey* – [Audrey – персонаж в одній із комедій В.Шекспіра] [12, с. 10] та інші.

У складі КФО на позначення людини в АМКС також представлені **топонімійні власні назви**, які здатні теж набувати символічного значення, наприклад: *to fight like Kilkenny cats* – [Kilkenny – одне із міст Великобританії] [12, с. 330]; *to walk like a Virginia fence* – [Virginia – один із штатів США]; *to grin as a Cheshire cat* – [графство Cheshire – топонім на карті Великобританії; вираз походить із казки Л. Керрала «Alice's Adventures in Wonderland»] [12, с. 442] тощо.

б) агентивний (іноді **професійний**) **культурний код**, що репрезентує у складі КФО назви осіб за родом діяльності, професії, фаху, звання, заняття, ремесла тощо: *(as) busy as a one-armed paper-hanger, (as) drunk as a beggar / a sailor / a tinker, to swear like a stevedore / a truck driver / a trooper, to live like a king / a lord* та інші.

Семантика подібних КФО, їх емоційно-оцінна конотація значною мірою зумовлена тим соціально закріпленим, причому доволі часто, негативним ставленням англійського етносу до представників подібних професій, звань, що зумовлює цілісну негативну оцінність подібних одиниць.

На завершення, варто зауважити, що в образній основі КФО на позначення людини в АМКС фігурують також **інуїтські культурні коди**, як наприклад:

7) ландшафтно-географічний (або **просторовий**) **культурний код**, що репрезентує у складі КФО ландшафтні та географічні образи: *(as) old as the hills / mountains, (as) steady as a rock, (as) changeable as the sea* тощо;

8) астрономічний культурний код, що представляє предмети, явища астрономічного характеру: *(as) different as heaven and earth, (as) clear as the sun in the sky, (as) changeable as the moon, to look like a full moon* тощо;

9) анемічний (або **природоморфний**) **культурний код**, що репрезентує у складі КФО символічні образи явищ природи: *(as) black as thunder / a thunderstorm / a thunder cloud, (as) fast / quick / swift as lightning / wind, (as) right as rain, to run like hurricane, to have a face like thunder* тощо;

10) гастрономічний культурний код, який представляє символічні образи продуктів харчування: *(as) polite as a pie, (as) keen as mustard, as flat as a pancake, (as) dry as biscuit, (as) white as sugar, (as) nutty as a fruitcake* тощо;

11) речовинно-мінералогічний культурний код, який містить назви речовин, рідин, металів, мінералів: *(as) hard as flint / granite, (as) heavy as lead, (as) neat as wax, (as) pale as chalk, (as) black as a coal, to swim like a stone* тощо;

12) квантитативний культурний код, що репрезентує у компаративах кількісні показники, які виражаються числівниками і сприяють насамперед гіперболізації значення таких виразів: *to look like a million dollars, to look like thirty cents, to know smb / smth as well as one knows one's ten fingers* тощо.

Дуже рідкісними є КФО, у яких представлені такі коди культури, як: **13) темпоральний**: *(as) big as a minute, to be as if he were born yesterday*; **14) метричний**: *to have a face as long as a mile, (as) long as a mile*; **15) діяльнісний**: *to cry as if one has been stuck, to be not as black as one is painted*.

Часто лінгвісти, які займаються проблемою культурних кодів, виокремлюють ще й так звані **кологративний культурний код**, який репрезентує у складі фразеологізмів образи, пов'язані із символікою кольору. Такими у складі КФО, очевидно, могли б бути одиниці типу *(as) red as a lobster, (as) blue as bilberry, (as) white as snow*, які відображають в образі людини різноманітні колірні ознаки її обличчя, очей, волосся тощо, або ж навіть її більш абстрактні ознаки, як наприклад, «підлість аморальність» – *(as) black as night*, «недосвідченість» – *(as) green as grass* тощо. Проте подібні одиниці не вписуються в обрану нами у цій статті методологію визначення певного культурного коду, відповідно до якої ідентифікатором такої кодової належності є у складі КФО об'єкт порівняння, тобто образ-еталон, а не основа порівняння. А об'єкти порівняння, як це видно у вищенаведених прикладах, хоча й імплікують у собі ознаки кольору, належать все-таки до різних культурних кодів (зооморфного, фітоморфного, речовинного), але аж ніяк – до кологративного. Відтак у цьому випадку може ставитися питання тільки про те, які культурні коди беруть у формуванні колірних ознак зовнішності людини або ж навіть окремих рис її характеру.

Висновки. Пізнаючи навколишній світ та визначаючи своє місце у ньому, людина здавна зіставляла себе з незліченною кількістю живих істот та неживих предметів, артефактів, явищ, надаючи їм певний культурний смисл і тим самим перетворюючи їх в образні символи або ж у так звані «культурні коди». В результаті такого зіставлення в АМКС сформувався компаративно-фразеологічний образ людини, у якому представлені символічні образи різноманітних сфер навколишньої дійсності – живої і неживої природи, предметів та артефактів, явищ природи та астрономічних об'єктів, речовин і мінералів тощо. Найбільша питома вага (майже 85 %) у цьому образі людини припадає на біоморфний та предметно-артефактний культурні коди.

Перспективу даного дослідження може складати більш детальний аналіз питання універсальності та національної специфічності прояву культурних кодів в образі людини в АМКС, його обумовленості англомовною лінвокультурою.

Література:

1. Багаутдинова Г. А. Человек во фразеологии: антропоцентрический и аксиологический аспекты : автореф. дис.... доктора филол. наук: 10.02.20 / Г. А. Багаутдинова. – Казань, 2007. – 45 с.
2. Гудков Д. Телесный код русской культуры: материалы к словарю / Д. Гудков, М. Ковшова. – М.: Гнозис, 2007. – 288 с.
3. Денисенко С. Н. Код культуры і моделювання дійсності (на матеріалі фразеології) / С. Н. Денисенко, І. О. Тараба // Мова і культура. – К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. – Вип. 15. – Т. I (155). – С. 11–15.
4. Красных В. В. Коды и эталоны культуры (приглашение к разговору) / В. В. Красных // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / [отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов]. – М.: МАКС Пресс, 2001. – Вып. 19. – С. 5–19.
5. Мізін К. І. Людина в дзеркалі компаративної фразеології: монографія / К. І. Мізін. – К.; Кременчук: Щербатих О. В., 2011. – 448 с.
6. Пименова М. В. Коды культуры и проблема классификации концептов / М. В. Пименова // Язык. Текст. Дискурс: Научный альманах. / под ред. проф. Г. Н. Манаенко. – Ставрополь: Изд-во ПГЛУ, 2007 – Вып. 5. – С. 79–86.
7. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. / О. Селіванова. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – 716 с.
8. Теля В. Н. Фразеология в контексте культуры. / В. Н. Теля – М.: Изд-во «Языки русской культуры», 1999. – 336 с.
9. Терентьев А. В. Адъективные компаративные фразеологические единицы как языковая универсалия (на материале английского языка): дис.... канд. филол. наук: 10.02.04 / А. В. Терентьев. – Нижний Новгород, 1997. – 352 с.
10. Туранский И. И. Семантическая категория интенсивности в английском языке / И. И. Туранский – М.: Высш. шк., 1990. – 173 с.
11. Англо-український словник компаративної фразеології / К. І. Мізін. – Кременчук: Щербатих О. В., 2010. – 120 с.
12. Англо-український фразеологічний словник [уклад. К. Т. Баранцев]. – К.: Знання, 2005. – 1056 с.
13. Великий тлумачний словник сучасної української мови. / Уклад. і головн. ред. В. Т. Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2009. – 1736 с.
14. Longman Dictionary of English Idioms. – Lnd: Longman, 1980. – 387 p.