

Завьялова Наталья Алексеевна

Zavyalova Natalya Alekseevna

кандидат филологических наук,  
доцент кафедры лингвистики и межкультурной  
коммуникации на иностранных языках  
Уральского федерального университета  
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина

PhD in Philology,  
Associate Professor,  
Department of Linguistics and Professional  
Communication in Foreign Languages,  
Ural Federal University

## СИСТЕМА СВЯЗЕЙ ТЕКСТА, КУЛЬТУРЫ И ЧЕЛОВЕКА НА ПРИМЕРЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ МИКРОТЕКСТОВ В СОВРЕМЕННОЙ ПОВСЕДНЕВНОСТИ

## THE SYSTEM OF RELATIONSHIPS BETWEEN TEXT, CULTURE AND HUMAN BY THE CASE STUDY OF PHRASEOLOGICAL MICROTTEXTS IN MODERN EVERYDAY LIFE

### Аннотация:

В статье рассмотрены идеи о том, что текст, погруженный в разные области социокультурного пространства, связан по разным основаниям с культурой и социумом. Анализируя культурные тексты, автор добавляет собственные феноменологические основания связи между повторяемыми текстами, культурой и человеком. Выводы исследования вскрывают причины разрыва традиционных типов связи. На материале повседневной жизни показаны траектории движения современных культурных паттернов и стратегии их утверждения в массовом сознании. Рассуждая над проблемой текста и культуры, необходимо обозначить соположение этих категорий относительно друг друга. Главный вопрос исследования сформулирован следующим образом: чем текст является для культуры и наоборот? Анализ мнений различных исследователей позволяет сделать вывод, что ответ на поставленный вопрос зависит от того, в какую область социокультурного пространства погружен текст.

### Ключевые слова:

текст, повторяемый текст, фразеологический микротекст, культура, нарратив, знак, коммуникация, ценности, инкультурация, культурная идентичность.

### Summary:

The focal point of the paper is the idea that text is differently correlated with culture and society in different sociocultural environments. Analyzing cultural texts, the author presents the original phenomenological foundations for the relationships between the repeated texts, culture and human. The research reveals the reasons for discontinuity in their traditional relations. Based on everyday situations, the study shows the movement of the modern cultural patterns and the strategies for their approval in the collective consciousness. The paper notes that it is necessary to designate the juxtaposition of text and culture. The main question of the study is the following. What is the text for culture and vice versa? Considering the opinions of various researchers on this issue, the author concludes that the answer to this question depends on the area of sociocultural space where the text is immersed in.

### Keywords:

text, repeated text, phraseological microtext, culture, narrative, sign, communication, values, enculturation, cultural identity.

В мировой культурологии существует немало подходов к изучению соположения текста и культуры. Данная статья посвящена анализу связи микротекста – фразеологической единицы и культуры. Трудно переоценить эвристический потенциал текста как инструмента аккумуляции и трансляции культурных знаний. Фразеологическая единица, будучи единицей фольклорной, представляет собой субстанцию, сближающую различные слои общества. Она облегчает коммуникацию между ними, представляет собой важный культурный капитал, способствует усвоению этических и эстетических норм.

**Текст как компонент коммуникации** находится в центре внимания крупнейшего отечественного философа и культуролога Э.А. Орловой. По мнению ученого, изучение текстов в русле коммуникации предоставляет прочную основу для всего социокультурного знания в целом [1, с. 15]. Фольклорные тексты сыграли важнейшую роль в становлении национальной русской культуры. Развивая данный тезис, ответим на вопрос: что есть социальность для культуры? По мнению известного российского культуролога А.Я. Флиера, существует прямая и обратная связь между всем социальным и культурным [2, с. 113]. Социальность вслед за известным немецким социальным философом Н. Луманом мы определяем через коммуникацию. Н. Луман предлагает рассматривать все общество как своеобразный «аутопойезис коммуникации»: «Даже малейшие личные и неличные встречи – если коммуникация имеет место – представляют собой свершение общества» [3, с. 247]. Ученый полагает, что его идея не оригинальна и восходит своими корнями к высоким образцам немецкой социально-философской мысли: «Даже Кант не делает различия

между общительностью (*Geselligkeit*) и обществом (*Gesellschaft*)» [4, с. 256]. Социальный философ Дж.С. Александер рассматривает речь как социальное действие, обусловленное ситуационно. По мнению исследователя, изучение речи позволяет сделать социальное бессознательное доступным для анализа [5, с. 23]. Можно заключить, что культура и социум – взаимообусловленные понятия, проявляющиеся в актах коммуникации, содержащих тексты.

В рамках семиотического подхода [6, с. 126] тексты нередко определяются как **знаки культуры**. В роли знака текст участвует в важнейшем процессе **трансляции культурных ценностей** из поколения в поколение. М.К. Петров указывает на тяжелые последствия отсутствия значимых знаков для общества [7, с. 30]. Языковой знак предлагает своим пользователям общий понятийный аппарат, который способствует пробуждению национального самосознания. Социальный культуролог Ф.И. Минюшев высоко оценивает роль языковых единиц в трансляции человеческого опыта, способствующих закреплению полезного и позитивного знания в памяти народа [8, с. 14–15]. Культурные тексты воспроизводят социальные нормы, которые обслуживают потребности общества. Нередко культурные фольклорные тексты не подвергаются рефлексии, но занимают важное место в фонде народной памяти, представляя собой автоматически усвоенные смысловые горизонты.

Обращаясь к истокам человечества, известный российский культуролог А.А. Пелипенко указывает на тождественность культуры и текста как компонента **речевой деятельности**, воплощенного в партиципации – чувстве экзистенциального природнения с иноположенным другим. При этом ученый подчеркивает превосходство культурного заряда в речевых актах над бессознательными выкриками животных [9, с. 148]. Мы полагаем, что использование фразеологических единиц манифестирует собой мысленную партиципацию к первому автору выражения. Находясь в кризисной ситуации, действующий субъект мысленно соединяется с автором и преодолевает болезненную раздвоенность, одиночество, неукорененность в окружающем мире.

В рамках исследования мы предприняли попытку самостоятельно описать связи между текстом и культурой, применяя для своего анализа популярные **повторяемые** тексты. В качестве текстов мы используем аналог *крылатых слов* в трактовке Вал.А. Лукова и Вл.А. Лукова в монографии «Тезаурусы II», где анализируемые явления представлены в виде социальных и культурных паттернов, разделяемых представителями культурной общности. Анализируемые паттерны подлежат реализации в определенных жизненных ситуациях, имеют мощную идеологическую составляющую [10, с. 85]. Социокультурные паттерны способствуют интеракции субъектов с наименьшими затратами. Нередко подобные паттерны актуализируются в критических ситуациях, ситуациях выбора.

В трактовке Ю.М. Лотмана анализируемые тексты определяются как **тексты культуры**. По мнению ученого, для текстов культуры характерна письменная фиксация, поскольку носители культуры осуществляют осознанный выбор между тем текстом, который может быть записан, и тем, который подлежит лишь устной передаче [11, с. 134]. Однако в дописьменных культурах также существуют особые критерии текста, которые ученый определяет следующим образом: «в устных культурах текстам... приписывается обязательная сверхорганизация в форме **пословицы, афоризма с определенными структурными признаками** (Выделено авт. – Н. З.)» [12]. Далее ученый подчеркивает, что с развитием современных средств массовой коммуникации письменная фиксация вновь становится факультативным признаком культурного текста, а на первое место выходит «сверхязыковая организация высказывания».

Наше исследование продиктовало необходимость понимать рассматриваемый объект более широко. В объект исследования включены и рекламные слоганы, и цитаты известных персон. В корпус анализа входят явления, которые обладают огромным культурным потенциалом, имеют **устойчивую воспроизводимую** структуру, но не являются отдельным высказыванием, а представляют собой целостное произведение. Обратимся к примеру всем известной песни на английском языке «Happy Birthday to You». С переходом к рыночной экономике и интенсификацией контактов с западными партнерами все чаще и чаще на российских детских праздниках звучит эта песенка, пусть и с русскими словами, но на англосаксонский мотив. Что скрывается за этим весельем? Посредством заученных повторяемых культурно-коммуникативных формул (идиом, песен, слоганов) англосаксонские культурные паттерны встраиваются в сознание населения глобального мирового сообщества. В эпоху электронной коммуникации данный процесс приобрел огромные масштабы. Культурная диффузия, осуществляемая при помощи культурных агентов – повторяемых текстов, представляет огромное поле для исследования. Мы делаем попытку вскрыть механизмы культурного воздействия на представителей современных цивилизаций, проводимую посредством внедрения подобных текстов. Это воздействие осуществляется на тонком уровне **рекреационной культуры**, когда сознание расслаблено и настроено на получение положительного опыта. В этот момент посредством предъявления «престижных» западных образцов англосаксонские культурные паттерны встраиваются в поп-культуру и находят своих ценителей по всему миру. Осуществление данных механизмов требует детального анализа.

Анализируемые тексты манифестируют собой способы проявления активности как отдельных индивидов, так и целых наций. Фольклорное текстологическое освоение повседневности сопряжено с целым комплексом решаемых мировоззренческих задач по отношению к искусству, человеку, природе, науке и другим проявлениям социокультурной действительности. Оно способствует гуманистическому осмыслению повседневности, результатом которого является обретение смыслового горизонта и укрепление духа на индивидуальном и групповом уровнях.

Эффективность описания и интерпретации текстов культуры в сопоставительном ключе обуславливает конструктивно-целостную разработку представлений о ценностях, формирует представления о соотношении личности и общества, способствует критической интерпретации социокультурной действительности. Анализ текстов культуры в сопоставительном ключе позволяет преодолеть поверхностные и узкие рамки, навязываемые определенной культурой, способствует познавательной рефлексии над противоречивыми мировоззренческими вопросами.

Исследование соотносится с многочисленными развивающимися направлениями современной философии культуры, культурологии и социологии культуры, основной фокус внимания которых направлен на выявление когнитивных механизмов с целью установления как общих закономерностей концептуализации действительности, так и ее национально и культурно обусловленных специфических черт. Социально-политическая нестабильность современности делает актуальными любые, в том числе и культурологические, попытки выявления возможных разногласий, лежащих в основе столкновения и конфликтов представителей различных культур. При таком подходе результаты исследования соотносятся с такими областями культурологии, как динамика культуры, базовые механизмы трансляции культурных ценностей, семиотика и аксиология культуры, индивидуальная и социальная инкультурация, методы культурологических исследований, категориальный аппарат культурологии.

Культурные и социальные паттерны, зафиксированные фразеологией, представляют собой ритуализированные коммуникативные ситуации. Они обозначают поведенческие навыки, ролевые модели, на которые ориентируются члены социума. Под их влиянием индивид готов выработать собственные жизненные сценарии, поведенческие тактики. Фольклорные микротексты представляют собой своеобразные сигнальные носители культуры. Понимание данных сигналов способствует пониманию культурного процесса в целом. Освоение данных сигналов обеспечивает приспособление индивида на более высоком уровне, на уровне культуры, представляющей собой сложную систему заученных поведенческих моделей и норм.

Индивид, использующий фразеологические микротексты, выстраивает отношения с другими, обнаруживая при этом собственное своеобразие. Фразеологические микротексты формируют эндогенное культурное единство нации и народа. В условиях, когда люди ощущают непреодолимую тягу к микропочве, небольшим дружеским группам, фразеология удачно функционирует как объединяющая сила. Воспитательная функция фразеологии реализована в единстве дискурсивных и дисциплинарных практик. Ряд выражений можно рассматривать как инструменты репрессивных практик, предписывающих субъекту определенную манеру поведения, типичные схемы опыта. Фразеология выстраивает и организует коллективное тело, обеспечивая идентификацию субъекта с некоторой группой, способствует контролю жизненного процесса на основе повторяемых первичных образцов-габитусов. Тексты народной культуры образуют иммунную оболочку, укореняя человека в безграничном информационном потоке современности.

Проанализируем связь повторяемых текстов с важнейшими социальными и культурными явлениями повседневности.

**Тексты как компонент социализации и инкультурации.** Ряд ученых определяют изучение простейших этикетных формул как приоритетное направление по сравнению с изучением знаменательных слов в лексиконе маленьких детей. Социализация и инкультурация на более зрелом этапе также выстраиваются по пути овладения прецедентными текстами, что является предпосылкой к адекватному участию личности в культурной жизни.

**Тексты как компонент культурной идентичности.** Устойчивые коммуникативные формулы востребованы различными субкультурами. Известный российский ученый Б.Ю. Норман с тревогой говорит о проблемах современного русского языка, отраженных в языке молодежной субкультуры пользователей интернета, обращая при этом внимание на новые молодежные коммуникативные формулы: «Переход к массовому использованию компьютеров ударил по нормам орфографии и пунктуации, казавшимся до тех пор незыблемыми. <...> ...молодые люди с удовольствием пишут друг другу по электронной почте: “Превед!” вместо “Привет!” и “Атски жжет!” вместо “Адски жжет” (т. е. “сильно задевает”). <...> ...в этом “самодельном” языке сложилась своя культура, своя идеология» [13, с. 4–5]. Поскольку культурная идентичность подразумевает самореализацию личности не только в нормативных аспектах, к проявлениям культурной идентичности следует отнести и устойчивые обороты с использованием ненормативной лексики.

**Тексты как характеристика социальной группы.** Тексты отражают мировоззренческие ориентиры, тревогу об экзистенциальной безопасности индивидов, формируют стратегии операционных действий (*fake it till you make it* – «притворяйся, пока не достигнешь результата»), описывают поляризацию общественных групп (*birds of a feather flock together* – «рыбак рыбака видит издалека»).

**Тексты как компонент культуры, детерминированной экономико-политической структурой.** В данном случае следует учитывать позиции философов-марксистов, которые рассматривают культурную динамику по двум взаимосвязанным основаниям «базис – надстройка», где материальный базис определяет идеологическую надстройку. Рассмотрим следующие примеры. «**Круглая сумма на квадратные метры**» (рекламный слоган банка «Демидов»), «Молодым – своя **жизнь-площадь**. Жилой дом “на Индустрии”» (рекламный слоган программы ипотеки «Газпромбанка»). «**Двойной удар: быстрая ипотека и снижение цены на квартиру**» (рекламный слоган «Газпромбанка»). «**Выжми из бизнеса все! 200 способов повысить продажи и прибить**» [14]. «В подавляющем большинстве бизнесов продажи представляют собой настоящий **черный ящик**» [15]. «Только в бизнесе – соль, остальное – ноль» [16, с. 34]. Особое внимание в рамках данной сферы привлекает взаимосвязь культуры и власти, репрезентированной в текстах: «**Дальний Восток становится ближним**» [17], «**Европейцы в поисках “своего угла”: откуда берется стремление жителей ЕС к независимости?**».

Продолжая осмысление темы «коммуникация и политика», отметим **магические** свойства политико-экономических текстов преодолевать времена и смену режимов. Рассмотрим следующий пример. В 2006 г. в Москве в Музее Московского Кремля состоялась выставка «Дары вождям», на которой были представлены подарки советским вождям, от В.И. Ленина до М.С. Горбачева. Куратор выставки Н. Ссорин-Чайков в своей статье «Gift/Knowledge Relations at the Exhibition of Gifts to Soviet Leaders» («Отношение дара/знания на выставке подарков советским вождям») анализирует записи в книге отзывов посетителей выставки. В отзывах находим многочисленные коммуникативные штампы, характерные для эпохи СССР: «the state was giving us the opportunity to implement Lenin’s slogan, ‘Study, study and, one more time, study’» («государство давало нам возможность осуществить девиз Ленина “Учиться, учиться и еще раз учиться”») [18, р. 180]; «*thanking the state and Stalin for ‘our happy childhood’ and ‘happy life’*» («спасибо товарищу Сталину за наше “счастливое детство” и “счастливую жизнь”») [19, р. 182]. Даже кратковременное предъявление предметов ушедшей эпохи вызвало бурный всплеск идиоматических реакций.

Описанное свойство текстов долго храниться в памяти представителей разных поколений было использовано организаторами церемонии открытия Олимпиады в Сочи в 2014 г. Обратим внимание на кадры с церемонии открытия, где с целью передачи духа эпохи сценаристами умело вводятся тексты-лозунги из ушедших эпох (рис. 1).

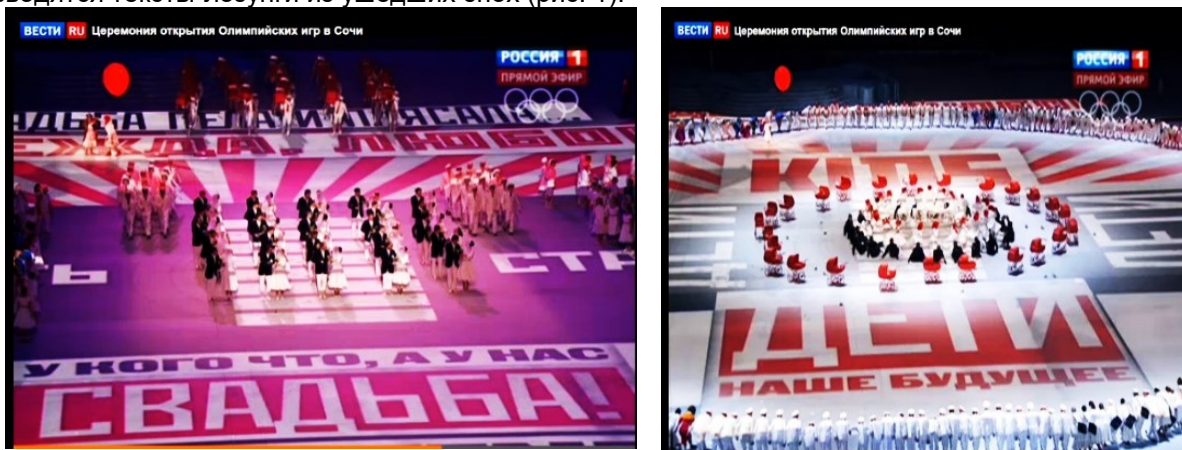


Рисунок 1 – Повторяемые тексты на церемонии открытия Олимпийских игр в Сочи в 2014 г.

Вспоминая страницы Великой Отечественной войны, мы нередко обращаемся к коммуникативным формулам «вечная память», «могила неизвестного солдата». Подобные выражения отчетливо передают дух эпохи на страницах литературных произведений: «...*один за другим погибали петушихинские мужики “смертью храбрых” уже за польские, венгерские, чехословацкие города и села*» [20, с. 106]. «*Лошади в колхозе выполняли “квалифицированную работу”. Основной тягловой силой на сенокосе были быки*» [21, с. 123]. «*Такая вот “радость со слезами на глазах” владела деревней Петушихой в тот великий день*» [22, с. 154].

**Тексты как компонент культуры, связанной с социальными практиками.** В рамках данного подхода следует анализировать пространственную и временную спецификацию социальных групп, исходя из следующих критериев: территориальный, гендерный, возрастной, профессиональный, религиозный. Тексты, характерные для того или иного места, диалекта, говора, способны выступать яркой иллюстрацией представителей социума, использующего тот или иной языковой код. Передавая **территориальные** лингвистические различия, многие авторы нередко используют тексты в качестве **косвенной** характеристики персонажей, наделяя их реалистичными вербальными чертами: «...*“из-под пятницы суббота”*, как говорили петушихинцы про неряшливо одетых» [23, с. 90], «*Кого ж ишшо ба́ловать? Стар хочет спать, а молодой – играть*» [24, с. 96], «...*собирались ватагой, человек по пять-семь, а то и больше, и с шумом-гамом шли “зорить друштушек”*. Так называли мы дроздов, которых в лесу было видимо-невидимо» [25, с. 128], «*Был он высок, как говорили в Петушихе о таких людях, “полтора Ивана”*» [26, с. 170].

**Возрастная** специфика отражена в выборе специфических коммуникативных единиц представителями социума. В случаях, когда старшее поколение предпочитает традиционные устойчивые коммуникативные формулы, молодое поколение склонно проявлять себя в форме **языковой игры** с текстами. Явление языковой игры с русскими фразеологизмами было подробно освещено в статье Т.А. Гридиной, В.В. Полухиной «Игровой фразеологический дискурс молодежного жаргона» [27]. В рамках данной статьи анализируются выражения-контаминаты, например: *жизнь прожить – не два байта переслать*, *старый глюк лучше новых двух*, *свой блейзер ближе к телу* и многие другие.

**Профессиональная** специфика заключается в том, что для представителей разных профессий характерны собственные профессиональные социолекты: язык врачей, педагогов, водителей со свойственными им устойчивыми выражениями. Микротексты-термины составляют основу подобных социолектов. В качестве примера можно привести социологические научные термины: *фокус-группа*, *включенное наблюдение*, *культурная идентичность*.

Повторяемые тексты активно востребованы рекламой. Известный американский социальный психолог Р. Чалдини в своей работе описывает интересный социопсихолингвистический опыт, когда фраза *“even a penny will help”* (даже пенни поможет), добавленная в конце просьбы пожертвовать деньги на центр по борьбе с раком, увеличила сборы контрольной группы на 10 % по сравнению с группой, участники которой не добавляли данную фразу в конце своей просьбы [28, р. 599]. Ж. Бодрийяр, рассуждая о феномене языка потребления, указывал на «аффективные коннотации», которые призвана возбуждать в сознании марка товара [29, с. 159–160].

В сфере российской рекламы находим многочисленные примеры перефразированных пословиц и поговорок: *каков бриф – такой и креатив*; *каков бюджет – таков сюжет*; *плох тот рекламщик, который не мечтает стать клиентом*; *бойся клиента креативного как человека негативного*; *в гостях хорошо – а дома сметы писать, договоры составлять*; *главный бухгалтер не Тимошка – в дизайне сечет немножко* (примеры с портала AdMe.ru).

Популярная тенденция российской рекламы – игра с текстами-формулами – востребована и в странах постсоветского пространства СНГ. Обратимся к примеру узбекской фирмы, специализирующейся на приготовлении и доставке плова, выходящей на российский рынок. Рекламная кампания данной фирмы построена на взаимодействии англоязычных текстов-формул из популярных песен американской эстрады **и визуальных образов** (рис. 2). Отметим интересный рекламный ход узбекских маркетологов: для выхода на российский рынок они используют язык и культурные модели англосаксонского социокультурного пространства (точнее, американского). Думается, что здесь проявляется механизм «аффективной коннотации» по Ж. Бодрийяру, когда в сознании российских потребителей данный продукт связан с престижной американской поп-культурой.



Рисунок 2 – Образцы рекламных постеров узбекской фирмы «Плов № 1»



Проанализированные примеры свидетельствуют о том, что отношения между текстом и культурой постоянно усложняются. Текст и культуру связывают отношения, сопоставимые с вооружением и театром военных действий. Тексты-орудия ведут борьбу за кошелек, социокультурную и религиозную идентичность обывателей, являясь «культурными микробами», «якорями», «экономическими агентами» и «культурными генами». Что влечет за собой подобное усложнение отношений для человека? Ответ на этот вопрос находим у Г. Зиммеля, который указывал на отставание сознания человека от технического прогресса [30, с. 482]. Развивая идею Г. Зиммеля, отметим, что культурные достижения-тексты современности, «разрастаясь в самосущие ряды», зачастую не соотносятся с возможностями человека воспринимать информацию в крупном объеме. Подобные насыщенные культурные пласты остаются не проясненными для человека, стремящегося отгородиться от этого потока. Описываемый процесс приводит к разрыву отношений между текстом, культурой и человеком.

### Ссылки:

1. Орлова Э.А. Социология культуры : учеб. пособие для вузов. М. ; Киров, 2012. 575 с.
2. Флиер А.Я. Развитие теории исторической динамики культуры: взаимодействие социального и культурного факторов // Знание. Понимание. Умение. 2016. № 3. С. 109–116. <http://dx.doi.org/10.17805/zpu.2016.3.9>.
3. Луман Н. Дифференциация / пер. с нем. Б. Скуратова. М., 2006. 320 с.
4. Там же. С. 256.
5. Александер Дж.С. Аналитические дебаты: понимание относительной автономии культуры [Электронный ресурс] // Социологическое обозрение. 2007. Т. 6, № 1. С. 17–37. URL: [sociologica.hse.ru/data/2011/03/14/1211459200/6\\_1\\_2.pdf](http://sociologica.hse.ru/data/2011/03/14/1211459200/6_1_2.pdf) (дата обращения: 03.01.2014).
6. Савинков В.С. Над строками одного произведения // Культура и текст. 2017. № 1 (28). С. 125–142.
7. Петров М.К. Язык, знак, культура / вступ. ст. С.С. Неретиной. Изд. 2-е, стер. М., 2004. 328 с.
8. Минюшев Ф.И. Социология культуры : учеб. пособие. 2-е изд., испр., доп. М., 2009. 254 с.
9. Пелипенко А.А. Искусство в зеркале культурологии. СПб., 2009. 318 с.
10. Луков Вал.А., Луков Вл.А. Тезаурусы II. Тезаурусный подход к пониманию человека и его мира : науч. моногр. М., 2013. 640 с.
11. Лотман Ю.М. Избранные статьи в трех томах. Т. I. Статьи по семиотике и типологии культуры. Таллин, 1992. 475 с.
12. Там же.
13. Норман Б.Ю. Русский язык в задачах и ответах : сб. задач. М., 2011. 384 с.
14. Парабеллум А., Мрочковский Н. Выжми из бизнеса все! 200 способов повысить продажи и прибыль. СПб., 2011. 192 с.
15. Парабеллум А., Мрочковский Н. Бизнес без правил. Как разрушать стереотипы и получать сверхприбыль. СПб., 2012. 192 с.
16. Ильинский И.М. Образовательная революция. М., 2002. 592 с.
17. Лукьянов Ф. Дальний Восток становится ближним [Электронный ресурс] // Россия в глобальной политике. 2013. 11 дек. URL: <http://www.globalaffairs.ru/redcol/Dalnii-Vostok-stanovitsya-blizhnim-16239> (дата обращения: 11.12.2017).
18. Ssorin-Chaikov N. Gift/Knowledge Relations at the Exhibition of Gifts to Soviet Leaders // *Laboratorium*. 2013. Vol. 5, no. 2. P.166–192.
19. Ibid. P. 182.
20. Ильинский И.М. Живу и помню : документальная повесть. М., 2014. 232 с.
21. Там же. С. 123.
22. Там же. С. 154.
23. Там же. С. 90.
24. Там же. С. 96.
25. Там же. С. 128.
26. Там же. С. 170.
27. Гридина Т.А., Полухина В.В. Игровой фразеологический дискурс молодежного жаргона // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Русская филология». 2007. № 2. С. 18–23.
28. Cialdini R.B., Schroeder D.A. Increasing Compliance by Legitimizing Paltry Contributions: When Even a Penny Helps // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1976. Vol. 34, no. 4. P. 599–604. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.34.4.599>.
29. Бодрийяр Ж. Система вещей / пер. с фр. С.Н. Зенкина. М., 1995. 168 с.
30. Зиммель Г. О сущности культуры / пер. А.М. Руткевича // Зиммель Г. Избранное. Т. 1. Философия культуры. М., 1996. 671 с.