

УДК 811.161.1

DOI: 10.33184/bulletin-bsu-2020.4.30

ГЛОРИФИКАЦИЯ КАК ОСОБЫЙ ТИП ПОЗИТИВНОГО ОБЩЕНИЯ

© Чжан Канкан

Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина
Россия, 117485 г. Москва, ул. Академика Волгина, 6.

Тел.: +7 (910) 448 32 74.

Email: 15522676781@163.com

Глорификация как свойство «возвышающей» коммуникации рассматривается в качестве центрального понятия позитивной коммуникации, которая реализуется рядом иных лингвистических средств, среди которых частотно используются митигация и эвфемизация. Глорификация, выраженная эмоционально-экспрессивными средствами, передает положительно-оценочную семантику в особой, подчеркнутой выразительной форме, кроме того, она представляет собой социально значимый акт, который предназначен не для межличностного взаимодействия, а для ведения публичной коммуникации, которая чаще всего осуществляется в сфере институционального или группового общения и связана с выражением таких позитивных ценностей общества, как преданность, благополучие, единство, доброта, успех, патриотизм, знания, опыт, взаимопомощь, героизм и др.

Ключевые слова: коммуникация, позитивное общение, глорификация, позитивная оценка, эмоция, ценность, социальная значимость.

Введение

Понятие глорификации в русском языке. Глорификация (от лат. *glorificare*) в русском языке толкуется как 'славословие', 'прославление', 'превознесение' и состоит в подчеркнуто положительном отношении к адресату, возвышении тех или иных его качеств [16]. В коммуникации могут находить реализацию различные функции языка, направленные на осуществление глорификационной семантики, состоящей в выражении положительной оценки, в ее акцентировании, подчеркнутости, высокой степени представления. Однако положительная коммуникация реализуется целым рядом иных лингвистических явлений, среди которых глорифицирование занимает особое место. В данной статье явление глорификации рассматривается как особый тип позитивного общения, имеющий особенности употребления и функционирования в системе форм позитивного общения.

Позитивное общение

По определению, представленному в разных словарях и справочниках русского языка, содержание слова *позитивный* тесно связано с семантикой одобрения, полезности, положительности, согласия, утвердительности и имеет такие значения, как 'заслуживающий одобрения, полезный, положительный', 'выражающий согласие, одобрение' [18]; 'относящийся к позитиву'; 'положительный', противопоставленный 'негативному' [6, с. 289], где позитивность – свойство позитивного [1, с. 289]. Эти и другие определения в русском языке позволяют выделить значение положительности как доминирующего признака позитивной коммуникации. В качестве синонимов слова *позитивный* в словарях приводятся прилагательные *благоприятный, действующий, комплиментарный, лестный, одобри-*

тельный, похвальный, сочувственный, утвердительный [1].

Позитивную коммуникацию ученые определяют как «благотворную и желательную форму человеческого взаимодействия» [12, с. 165], которая не означает, однако, что коммуникант всегда соглашается с партнером, но она всегда характеризуется «принятием собеседника, надеждой на благоприятное развитие событий и взаимоотношений» [12, с. 165]. Позитивное общение в жизни человека трактуется также как взаимодействие, основанное на положительных эмоциях, которые являются важной частью личности человека и его речевой деятельности. Позитивные эмоции, которые выражаются в позитивной коммуникации, направлены на результативное взаимопонимание всех участников, представляющее собой наиболее благотворную и желательную форму взаимодействия людей. Структурные компоненты позитивной коммуникации включают в себя позитивные интенции участия в общении, адаптацию к собеседникам и наличие социальной поддержки. Позитивные оценочные компоненты речевого поведения реализуют эмпатическую, эмоциональную, глорификационную функции [19, с. 348] и формируют поле позитивной коммуникации. Перечисленные качества позитивного общения позволяют в его центр поставить максимально позитивную социальную форму взаимодействия – глорификацию партнера по коммуникации.

В позитивном общении глорификация как один из основных способов коммуникативного возвышения достигается совокупностью языковых и речевых инструментов, позволяющих не просто поддерживать коммуникативный баланс между адресантами и адресатами, избегать конфликтов и создавать гармонию, но применять ликовозвышающие речевые приемы, основанные на социаль-

ном возвышении. Эти инструменты по своим качествам отличаются от иных форм мелиоративной речи [11; 21], основанной на языковых единицах, обладающих «преимущественно позитивной оценочной окраской» и позволяющих «представить высказываемое в благоприятном свете» [15, с. 97].

Глорификация в ряду мелиоративных форм речи

Глорификацию в семантическом плане принято рассматривать как использование в речи языковых единиц с положительной оценкой, на основании чего ее относят к числу иных мелиоративов – лексических единиц, «в семантике которых присутствуют семы положительных эмоций» [11, с. 5]. Мелиоративное общение связано с позитивной семантикой, семантикой улучшения. Мелиорация в лингвистике обладает следующими характеристиками: 1) это чистое семантическое значение; 2) лексические единицы, в семантике которых присутствуют семы положительных значения [11, с. 5]; 3) речевая стратегия оптимизации, улучшения общения [5; 11]; 4) процесс замены одного языкового знака другим [22, с. 5].

Как и другие мелиоративные формы речи (митигация, эффемизация), глорификация используется в общении с целью передачи положительного значения высказывания.

Митигация как «коммуникативная категория, основным содержанием которой являются стратегии иллокутивного смягчения, служащие оптимизации речевого контакта» [17, с. 161] представляет собой широкое понятие, коррелирующее не только с негативной, но и с позитивной вежливостью. Как явление, нацеленное на смягчение содержания высказывания, митигация имеет целью изменение содержания в сторону позитивности, нейтрализацию агрессии, грубости, невежливости и других видов негативного содержания высказываний. Она связана с категорией вежливости и употребляется в этикетных речевых жанрах, что составляет коммуникативную специфику митигации.

Эффемизация – это явление, которое существует на уровнях формы и функции единиц в речи. Как явление позитивной коммуникации, эффемизация реализуется в речи путем замены слова или выражения с отрицательным значением или коннотацией иным вариантом. А. С. Карпова подчеркивает, что «эффемизация является процессом вторичной номинации с установкой на уменьшение негативного эффекта наименования» [10, с. 152]. Под эффемизмами ученые понимают также окказиональные, индивидуально-контекстные замены одних слов другими с целью искажения или маскировки подлинной сущности обозначаемого» [2, с. 22]. Эффемизация имеет функциональную природу, которая диктует выбор формы слов и выражений. Приведем для примера случаи замены обценных и табуированных номинаций, взаимозамены русских

и иноязычных вариантов: «задержать» вместо «арестовать»; «летальный исход» вместо «смерть»; «новообразование» вместо «опухоль» и др.

В отличие от указанных мелиоративных форм глорификация относится исключительно к сфере позитивного общения. Семантика глорификации связана с установкой не просто на нейтрализацию или уменьшение негативного эффекта наименования, а на подчеркнутое и интенсивное выражение позитивной ценности в направлении от семантики положительной оценки – к акцентированной, гиперположительной семантике [7, с. 111].

Целью глорификации как способа ликовозвышающего речевого поведения является достижение максимально позитивного коммуникативного фона, и в этом случае наиболее эффективными для достижения целей позитивной коммуникации становятся эмоционально-экспрессивные средства языка. В психолингвистике эмоциональная экспрессия рассматривается как стремление говорящего к максимальному самовыражению, описанию своих реальных или моделируемых позитивных чувств и вербализации позитивной оценки; в традиционной лингвистике – через описание набора языковых единиц, передающих субъективное отношение говорящего к содержанию или получателю речи.

В трудах профессора В. И. Шаховского указывается, что эмоциональные/эмоциогенные средства речевого общения формируют поле позитивной коммуникации и могут рассматриваться в качестве важнейшей функции глорификации [19, с. 348]. Ликовозвышающие тактики глорифицирующей коммуникации направлены на выражение положительных эмоций говорящего, на эмоциональное воздействие на коммуникативного партнера, выражение положительной оценки в адрес предмета речи. Анализ материала показал, что ситуации позитивного взаимодействия коммуникантов часто тесно связаны с выражением семантики глорификации, которая рассматривается как эмоциональный фактор коммуникации, заключающийся в повышении самооценки речевых партнеров в результате их общения друг с другом [20, с. 289]. Однако, несмотря на очевидность связи между позитивной коммуникацией и положительными эмоциями, положительные эмоции могут использоваться в неэкологичном общении [8], а доминирующей формой позитивного общения могут выступать неэмоциональные формы [4].

Функциональная специфика глорифицирующих речевых действий состоит в том, что она направлена на повышение коммуникативного статуса участников общения. Данное свойство глорификации часто сводится к принципу эмоционального баланса [14], который служит языковым инструментом достижения и возможного поддержания коммуникативного взаимодействия между адресантами и адресатами, создания атмосферы гармонии между ними [13]. Указанные свойства делают

возможным использование в качестве глорифицирующих тактик речевых жанров комплимента, лести, а также речевых актов похвалы. Однако, по нашему мнению, эти свойства соответствуют понятию глорифицирования лишь в том случае, если они имеют признак публичности (см. выше семантику слова *глорификация*). Так, похвала в межличностном общении не может рассматриваться как глорифицирование, в то время как похвала гражданина страны в речи политического лидера или члена трудового коллектива его руководителем отвечает принципу публичности. См., например, материалы торжественных выступлений российских руководителей разного уровня, представленных на официальных сайтах: <http://www.kremlin.ru/>; <https://www.putin-today.ru/>; <https://tass.ru/>; <https://russian.rt.com/>; <http://www.people.com.cn/>; <http://www.cyoul.com/>; <http://www.gmw.cn/>; <http://xh.xhby.net/>: *разрешите поблагодарить вас за плодотворный, созидательный труд на благо нашей компании; каждый из вас внес свой весомый вклад в общее дело борьбы с преступностью, это наша общая победа; все вы очень яркие, одаренные, состоявшиеся, безусловно, люди. Ваши достижения делают честь России.*

Целью глорификации как способа ликовозвышающего речевого поведения является достижение максимально позитивного коммуникативного фона, и в этом случае эффективными для достижения целей позитивной коммуникации становятся эмоционально-экспрессивные средства языка. Стилистические приемы выражения эмоционального аспекта глорификации в позитивном общении включают в себя такие средства, как лексический эпитет, метафоры, сравнения: *глубокоуважаемый; самый главный, самый народный, самый родной праздник; высокая честь; беспрецедентный героизм; ваша доблесть как знамя; вы генерал мирного фронта; ваш высочайший профессионализм; высокая честь и невероятная ответственность.*

Средства глорифицирования важны для достижения наивысшего уровня эмоциональной адаптации коммуникантов. Но в этом случае речь идет не о межличностном эмоциональном взаимодействии между говорящим и объектом позитивной оценки, а о создании благоприятного эмоционального фона для оценки действий, поступков, труда человека как члена общества или трудового коллектива. Глорифицирование в этом случае означает высшую степень одобрения деятельности или достижений человека, восхищение ими, возведение их в ранг образцовых, достойных подражания для последователей. Происходит «вписывание» положительных качеств отдельного человека или коллектива в систему ценностей общества, отождествление их с высшими достижениями, которые признаются положительными в данном социуме.

Социально-ценностный аспект глорификации

Глорификацию мы рассматриваем как социально значимый акт, который предназначен не для межличностного взаимодействия, а для публичной коммуникации, которая чаще всего осуществляется в сфере институционального или группового общения.

Целью глорифицирующей коммуникации является возвышение социального статуса человека, констатация его значимости для общества, важности выполняемой им работы как высшего проявления потребностей общества. Как и в других ситуациях позитивной коммуникации, глорификация включается в себя стилистический механизм повышения самооценки речевых партнеров в результате их общения друг с другом [20, с. 289], но в то же время – это способ актуализации положительных ценностей общества и включения участников коммуникации в систему ее высших образцов. Например: *смелость, отвага, героизм, подвиг – вот этапы, которые проходят люди, получающие награду Родины; хочу искренне поблагодарить вас за плодотворный, созидательный труд, за преданность своей стране, своему делу, поблагодарить за впечатляющие результаты, которых вы добились; Ваш талант ученого, педагога, высокопрофессионального инженера – важный вклад в развитие экономики нашей страны; Вы человек, который все эти годы всей душой был предан военному делу.*

Лексическая семантика средств глорификации позволяет установить систему положительных ценностей [9], передающих представление о социально значимых качествах деятельности современного человека, которые вызывают уважение к нему в обществе:

<...> хочу искренне поблагодарить вас за плодотворный, созидательный труд, за преданность своей стране, своему делу, поблагодарить за впечатляющие результаты, которых вы добились (Речь президента России В. В. Путина на церемонии вручения государственных наград выдающимся гражданам России, 21 мая 2015).

У нас есть все для успеха: наша великая история, колоссальные ресурсы, мужество, трудолюбие и интеллектуальный потенциал нашего великого народа (Речь президента России В. В. Путина по случаю Нового года, 31 декабря 2007 г.).

Социальные ценности – свойства предмета речи, имеющие особую важность, значимость, пользу, полезность для общества, тесно связанные с историей, экономикой, культурой страны, нормами поведения, которые в ней оцениваются как одобряемые и желательные [3]: *Новый год – один из самых любимых наших праздников. Он добрый и, несмотря на зимнюю погоду, по-настоящему теплый праздник. Он объединяет нас вокруг наших главных ценностей: это любовь к детям, к родителям, к своим близким, к своему дому, к своей стране* (Речь президента России В. В. Путина по случаю Нового года, 31 декабря 2005 г.).

Для русской культуры большую значимость имеют концепты *подвиг* и *герой*. Они закреплены в русской паремииологии: *лучше умереть героем, чем жить трусом; герой трусу не товарищ; герой за славой не гонится; на героя и слава бежит; герой – за Родину горой; герой никогда не умрет – он вечно в народе живет; не тот герой, кто награду ждет, а тот герой, кто за народ идет* и др. Они используются в торжественных речах для выражения высокой степени положительной оценки: *совершить подвиг во славу Родины; подвиг (заслуга) его будет жить в веках; за великими подвигами следует великая слава; решение было настоящим подвигом любви; бесстрашный подвиг; подвиг делает тот, кто вперед идет* и др.

Выражение концепта «герой» тесно связано с семантикой значительных усилий и борьбы (*битва, бой, борьба, поле брани*), с семантикой восхваления (*слава, заветы, доблесть, Родина*), с моральными качествами русских людей: *преданность, верность слову, не оглядываться, не кичиться, самоотречение, подвижнический труд* и др. Концепт *подвиг* (*доблестное, важное для многих людей действие; героический поступок, совершенный в трудных условиях*) в работах разных ученых связывается с такими понятиями и явлениями, как *бой, война; герой, героизм; известность, слава, почет; смерть врага; отсутствие страха; движение вперед; ум; гибель за Родину и товарища; труд*.

На основе данного анализа концептов «герой» и «подвиг» нами были установлены тесные связи между двумя концептами. Выражение героизма в большой степени осуществляется посредством подчеркивания положительных качеств личности, которые в том числе включают самопожертвование, жертвенную составляющую личности, преданность стране и народу, готовность принести себя в жертву ради спасения других.

Как лингвистическая категория оценка тесно связана с человеком и все обновляющимися видами его деятельности, выражает физическую и психическую природу человека. Оценка как семантическое понятие подразумевает ценностный аспект значения языковых выражений. Позитивные ценности являются универсальными регуляторами социального поведения граждан, указывают на систему ее высших оценок.

В поле позитивной коммуникации при выражении глорификации попадают такие языковые единицы, которые обладают позитивной семантикой, считаются выражением высших позитивных ценностей общества: *преданность, благополучие, единство, доброта, успех, патриотизм, знания, опыт, взаимопомощь, героизм* и др.

Глорификация может выражаться непосредственно, при помощи прямого указания на славу как публичное утверждение высших позитивных качеств и действий человека, а также увековечение памяти о них: *Слава солдатам 45-го! Слава наро-*

ду-победителю! Слава России!

Анализ исследуемого нами материала показал, что глорификация имеет такие важные признаки, как публичность, выражение общественных положительных ценностей. Это проявляется также в жанрах тоста и поздравления в групповой коммуникации. Так, семейные торжества также предполагают глорифицирование адресата речи. Однако это происходит не в межличностной бытовой коммуникации, а в условиях групповой коммуникации, в которой проявляются все признаки глорифицирующей речи.

На основе данных аргументов глорификация рассматривается как особый вид позитивно-оценочных речевых действий. Как свойство «возвышающей» коммуникации глорификация, выраженная эмоционально-экспрессивными средствами, передает положительно-оценочную семантику в особой подчеркнуто выразительной форме, что обеспечивает получение коммуникативного эффекта позитивной коммуникации. Кроме того, она представляет собой социально значимый акт, который предназначен не для межличностного взаимодействия, а для публичной коммуникации, которая чаще всего осуществляется в сфере институционального или группового общения и связана с выражением позитивных ценностей общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Александрова З. Е. Словарь синонимов русского языка: Практический справочник. 11-е изд., перераб. и доп. М.: Русский язык, 2001. 568 с.
2. Арапова Н. С. Эвфемизмы // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. М.: Сов. энциклопедия, 1990. 685 с.
3. Арутюнова Н. Д. Аксиология в механизмах жизни и языка // Проблемы структурной лингвистики: сб. ст. / под ред. В. П. Григорьева. М.: Наука, 1984. С. 5–24.
4. Бигунова Н. А. Иллокутивные функции речевых актов положительной оценки // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2013. Вып. 2. С. 7–13.
5. Волошина М. В. Функционально-прагматические характеристики категории мелиоративности в современном французском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2010. 26 с.
6. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов: Изд. 5-е, испр-е и доп. Назрань: изд-во «Пилигрим», 2010. 486 с.
7. Ионова С. В. Семантика глорификации в концепции «возвышения языком» // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2018. №4. С. 97–117. URL: www.tverlingua.ru
8. Ионова С. В. Эмоциональные эффекты позитивной формы общения // Вестник РУДН. Сер.: Лингвистика, 2015. №1. С. 20–30.
9. Карасик В. И. Языковые ключи. Волгоград Парадигма, 2007. 520 с.
10. Карпова А. С. Об эвфемистической функции фразеологических единиц // Актуальные вопросы филологии и методики преподавания: Межвуз. сб. Ч. 1. Ростов-н/Д., 2001. С. 152–156.
11. Коробова Н. В. Мелиоративные коммуникативные стратегии современной английской речи: на мат-ле британского ареала: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Нижний Новгород, 2007. 16 с.
12. Леонтович О. А. Позитивная коммуникация: постановка проблемы // Вестник РУДН. Сер.: Лингвистика, 2015. №1. С. 164–177.

13. Леонтьев В. В. Глорификация и языковые средства ее выражения (на мат-ле англ. яз.) / мат-лы междунар. науч. конф., г. Волгоград, 12-14.04. 2010. Волгоград: изд-во ВолГУ, 2010. С. 500–503.
14. Леонтьев В. В. Эмоциональный фактор глорификации в межкультурной коммуникации (на примере речевого акта «Compliment») // Язык и общество в зеркале культуры: мат-лы Междунар. науч. конф. Астрахань: АГУ, Изд. дом «Астраханский университет», 2010. С. 200–204.
15. Мехов Д. В. Лингвистические и социокультурные аспекты мелиорации // Омский научный вестник. 2014. №4(131). С. 97–100.
16. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка: мат-лы для лексической разработки заимствованных слов в русской литературной речи. Изд. 3-е. / под ред. А. Н. Чудинова. СПб.: изд. В. И. Губинского, 1910. 676 с.
17. Тахтарова С. С. Коммуникативная личность в параметрах смягчения (на мат-ле художественной коммуникации) // Вестник Челябинского гос. ун-та. Сер. «Филология. Искусствоведение». 2008. Вып. 21. №16(117). С. 158–165.
18. Толковый словарь русского языка / под ред. Д. В. Дмитриева. М.: АСТ, Астрель, 2003. 1578 с.
19. Шаховский В. И. Диссонанс экологичности в коммуникативном круге: человек, язык, эмоции. Волгоград: ИП И. Л. Поликарпов, 2016. 512 с.
20. Шаховский В. И. Лингвистическая теория эмоций. М.: Гнозис, 2008. 416 с.
21. Шувалов В. И. Стилистические аспекты мелиорации // Прагматика слова: межвуз. сб. науч. трудов. М.: МГПИ им. В. И. Ленина, 1985. С. 62–68.
22. Шувалов, В. И. Мелиоративы в лексике современного немецкого языка: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. М., 1978. 168 с.

Поступила в редакцию 01.10.2020 г.

После доработки – 14.12.2020 г.

DOI: 10.33184/bulletin-bsu-2020.4.30

GLORIFICATION AS A SPECIAL TYPE OF POSITIVE COMMUNICATION© **Zhang Kangkang***Pushkin State Russian Language Institute
6 Academician Volgin Street, 117485 Moscow, Russia.**Phone: +7 (910) 448 32 74.**Email: 15522676781@163.com*

Glorification as a property of “uplifting” communication is considered as the central concept of positive communication, which is implemented by a number of other linguistic means among which the mitigation and euphemization are often used. Glorification expressed by emotionally expressive means conveys positive-evaluative semantics in a special, emphasized expressive form. Moreover, it is a socially significant act that is intended not for interpersonal interaction, but for conducting public communication, which is most often carried out in the field of institutional or group communication and is associated with the expression of the positive value of society. The analysis of the studied material showed that when expressing glorification, the field of positive communication includes such linguistic units that have positive semantics and which are considered to be expression of the highest positive values of society, such as loyalty, well-being, unity, kindness, success, patriotism, knowledge, experience, mutual assistance, heroism, and others.

Keywords: communication, positive communication, glorification, positive assessment, emotion, value, social significance.

Published in Russian. Do not hesitate to contact us at bulletin_bsu@mail.ru if you need translation of the article.

REFERENCES

1. Aleksandrova Z. E. Slovar' sinonimov russkogo yazyka: Prakticheskii spravochnik [Dictionary of synonyms of the Russian language: Practical handbook]. 11 ed., pererab. i dop. Moscow: Russkii yazyk, 2001.
2. Arapova N. S. Evfemizmy. Lingvisticheskii entsiklopedicheskii slovar'. Ed. V. N. Yartseva. Moscow: Sov. entsiklopediya, 1990.
3. Arutyunova N. D. Problemy strukturnoi lingvistiki: sb. st.. Ed. V. P. Grigor'eva. Moscow: Nauka, 1984. Pp. 5–24.
4. Bigunova N. A. Vestnik Baltiiskogo federal'nogo universiteta im. I. Kanta. 2013. No. 2. Pp. 7–13.
5. Voloshina M. V. Funktsional'no-pragmaticheskie kharakteristiki kategorii meliorativnosti v sovremennom frantsuzskom yazyke: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Voronezh, 2010.
6. Zherebilo T. V. Slovar' lingvisticheskikh terminov: 5 ed. ispr-e i dop. [Dictionary of linguistic terms: 5th ed. rev. and ext.]. Nazran': izd-vo «Pilgrim», 2010.
7. Ionova S. V. Mir lingvistiki i kommunikatsii: elektronnyi nauchnyi zhurnal. 2018. No. 4. Pp. 97–117. URL: www.tverlingua.ru
8. Ionova S. V. Vestnik RUDN. Ser.: Lingvistika, 2015. No. 1. Pp. 20–30.
9. Karasik V. I. Yazykovye klyuchi [Language keys]. Volgograd Paradigma, 2007.
10. Karpova A. S. Aktual'nye voprosy filologii i metodiki prepodavaniya: Mezhdvuz. sb. Pt. 1. Rostov-n/D., 2001. Pp. 152–156.
11. Korobova N. V. Meliorativnye kommunikativnye strategii sovremennoi angliiskoi rechi: na mat-le britanskogo areala: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Nizhnii Novgorod, 2007.
12. Leontovich O. A. Vestnik RUDN. Ser.: Lingvistika, 2015. No. 1. Pp. 164–177.
13. Leont'ev V. V. Glorifikatsiya i yazykovye sredstva ee vyrazheniya (na mat-le angl. yaz.) / mat-ly mezhdunar. nauch. konf., g. Volgograd, 12-14.04. 2010. Volgograd: izd-vo VolGU, 2010. Pp. 500–503.
14. Leont'ev V. V. Yazyk i obshchestvo v zerkale kul'tury: mat-ly Mezhdunar. nauch. konf. Astrakhan': AGU, Izd. dom «Astrakhanskii universitet», 2010. Pp. 200–204.
15. Mekhov D. V. Omskii nauchnyi vestnik. 2014. No. 4(131). Pp. 97–100.
16. Slovar' inostrannykh slov, voshedshikh v sostav russkogo yazyka: mat-ly dlya leksicheskoi razrabotki zaimstvovannykh slov v russkoi literaturnoi rechi [Dictionary of foreign words included in the Russian language: materials for the lexical development of borrowed words in Russian literary speech]. 3 ed.. Ed. A. N. Chudinova. Saint Petersburg: izd. V. I. Gubinskogo, 1910.
17. Takhtarova S. S. Vestnik Chelyabinskogo gos. un-ta. Ser. «Filologiya. Iskusstvovedenie». 2008. No. 21. No. 16(117). Pp. 158–165.
18. Tolkoviy slovar' russkogo yazyka [Explanatory dictionary of the Russian language]. Ed. D. V. Dmitrieva. Moscow: AST, Astrel', 2003.
19. Shakhovskii V. I. Dissonans ekologichnosti v kommunikativnom krugе: chelovek, yazyk, emotsii [Dissonance in communicative sustainability: people, language, emotions]. Volgograd: IP I. L. Polikarpov, 2016.
20. Shakhovskii V. I. Lingvisticheskaya teoriya emotsii [Linguistic theory of emotions]. Moscow: Gnozis, 2008.
21. Shuvalov V. I. Pragmatika slova: mezhdvuz. sb. nauch. trudov. Moscow: MGPI im. V. I. Lenina, 1985. Pp. 62–68.
22. Shuvalov, V. I. Meliorativ v leksike sovremenno nemetskogo yazyka: dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.04. Moscow, 1978.

*Received 01.10.2020.**Revised 14.12.2020.*