

ЖАННА КРАСНОБАЄВА-ЧОРНА / ZHANNA KRASNOBAYEVA-CHORNA

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-7819-8094>

Донецький національний університет імені Василя Стуса (Вінниця)

Кваліфікація цінності у лінгвістиці

The Qualification of Value in a Linguistics

Ключові слова: категорія цінності, оцінка, фразема, фраземна аксіологічна опозиція, фраземне значення, ціннісна картина світу

KEYWORDS: category of value, evaluation, phraseme, phrasemic axiological opposition, phrasemic meaning, axiological world's image

ABSTRACT: The article establishes the constitutive features of value in a linguistics with the projection of the phrasemics of single-structured and multi-structured languages (based on the success value). The object is the category of value in its multilevel and multi-dimensional. The subject of the research is the phrasemes with evaluative semantics in the Ukrainian, Russian, English and German. The value in phrasemics is described by the method of parametric analysis of the phraseme semantic structure with accentuation of evaluative macrocomponent and the method of ideographic grouping. The basic unit of analysis is phraseme axiological opposition, regarded as a unity of two phraseme blocks: the first is formed by phrasemes, semantics of which correlates with the values, and the second is made up by phrasemes, semantics of which correlates with non-values. The nature of value provides for the appeal to the antinomy, thus actualizing the clash of axiological and non-axiological, compatible with the binary opposition of good – bad.

1. Постановка проблеми

Не втрачають своєї актуальності в XXI столітті питання про ментальне підґрунтя мови, про специфіку пізнавальних процесів та особливості формування мовних картин світу. Внесок сучасної лінгвістики в опрацювання цієї проблематики пов'язаний із вивченням мовних категорій, позиціонованих як особливий формат знання, за допомогою якого людина впорядковує отриману інформацію про світ і про себе. Останнім часом наукова парадигма визначується зростанням інтересу до понять цінності (див. (Андреев 2017; Каминская 2017; Ваєва 2017)) та ціннісної картини світу (Карасик 1996; Краснобаєва-Чорна 2016; Сергеева 2003). Встановлення конститутивних ознак цінності в лінгвістиці з проектуванням на фраземіку¹ одно- та різносистемних

¹ Терміни «фраземіка» та «фразема» вжито в статті як синоніми до термінів «фразеологія» та «фразеологізм», «фразеологічна одиниця» відповідно.

мов (на матеріалі цінності успіх) досі не поставало предметом окремої розвідки, що зумовлює актуальність та визначає мету статті.

Об'єктом дослідження виступає категорія цінності в її багаторівневості та різноаспектності. Предметом постають фрази з оцінною семантикою, добрані шляхом суцільного обстеження з авторитетних фразеологічних видань української (СФУМ), російської (ФСРЯ), англійської (ODI) та німецької (DI) мов.

2. Поняття цінності: кваліфікаційні основи у лінгвістиці

У свідомості людини, на думку М. Болдирева, структурований світ відображений системою аксіологічних категорій 'добре' і 'погано'. Йдеться про формування оцінних категорій, оцінну категоризацію світу. Останню дослідник витлумачує як групування об'єктів і явищ за характером їхньої оцінки в класи та категорії, тобто систему оцінних категорій (статичний аспект), або мисленнєве співвіднесення об'єкта або явища з певною оцінною категорією (динамічний аспект) (Болдирев 2002). Під час оцінної категоризації провідну роль відіграє людина з індивідуальним баченням і суб'єктивною оцінкою об'єктів. Кожен член мовної спільноти є унікальною, неповторною особистістю, наділеною здатністю оцінювати довкілля адекватно власному світовідчуттю. В цьому виявлюваний суб'єктивний характер оцінної категоризації. О. Гаврилова констатує, що динамічний процес оцінної категоризації ґрунтований на порівнянні з найкращим зразком відповідних категорій. Порівнює сама людина з опертям на універсальну систему цінностей (Гаврилова 2005, 104). Універсальні або колективні цінності відображені в соціальних нормах, стандартах поведінки, культурних традиціях тощо. Отже, природа оцінних категорій визначується індивідуальною та колективною системами цінностей.

О. Бабаєва витлумачує цінності з погляду категорії оцінки – акту людської свідомості, що полягає в порівнянні предметів, зіставленні їхніх властивостей, визначенні ролі в життєдіяльності суб'єкта, його результатів, закріплених у свідомості та в мові як позитивне, негативне або нейтральне ставлення, та норми – стану, співвідносного з позитивною оцінкою соціуму та надаваного предмету оцінки його представниками (Бабаєва 2002). На думку Бабаєвої, включаючи предмети у власну діяльність, людина намагається отримати інформацію не тільки про їхні об'єктивні якості та властивості, а й відчуває до них суб'єктивне оцінне ставлення. Постаючи об'єктами ціннісного ставлення, предмети розглядаються як носії цінності, а результатом оцінного ставлення до предмету є оцінка. На основі оцінок виникає норма. Багаторазове повторення оцінки формує оцінний стереотип – певну стійку реакцію (схвалення, осуд або байдужість) на одні й ті самі ситуації.

Н. Федосюткіна переконана, що цінність у мові виявлювана словами-цінностями – мовними засобами, що виражають індивідуальні уявлення про цінне. Психолінгвістична теорія слова дозволяє розглядати слово-цінність не тільки як носій загальносистемного значення, але і як засіб доступу до єдиної інформаційної системи людини. Слово-цінність інтерпретоване як покликання на концепт «важливості / цінності». Ціннісні ознаки є стійкими, проте визначення ступеня їх «цінності» один щодо одного (тобто ієрархія) характеризується динамічністю. Виходом на визначальні ціннісні ознаки постають слова-цінності: любов, дружба, сім'я, щастя, гроші, робота, життя, здоров'я, мир, спокій (Федосюткіна 2005), наповнені певним набором ознак, які виступають одночасно покликаннями на інші визначальні цінності. На думку О. Маринової, ставлення до духовних цінностей, змішування етичних оцінок (з мінуса на плюс та навпаки), розмитість основних моральних категорій демонструють атрибутивні сполучення з акцентуванням актуальної сполучуваності слова (напр. здоровий цинізм, позитивний егоїст, нерозумна чесність) (Маринова 2017, 281).

Г. Абдикеримова зауважує, що ціннісну семантику тексту можна презентувати аксіологічною картою, ґрунтованою на шкалі цінностей із виокремленням етичної, правової, естетичної, інтелектуальної, нормативної тощо різновидів оцінки (Абдикеримова 2015, 205).

Цінності виконують координувальну (між людиною та світом об'єктів), стимулювальну (спрямовують діяльність), дидактичну та регулювальну функції в механізмах життя, а також відіграють роль фундаментальних норм, виражають смисли культури, впливають на зацікавлення й мотиви дій людей (Лінгвістика 2011, 29) тощо. Отже, в мовній свідомості відображається картина світу – образ дійсності як динамічна система дискретних ментальних утворень, які фіксують значущі для людей фрагменти реальності. Через історичні, географічні й етнопсихологічні особливості народів картина світу завжди визначується національно-культурною специфікою, яка встановлюється на тлі єдності загальнолюдського під час світосприйняття.

3. Теоретико-прикладний аспект цінності у фраземіці

3.1. Формування цінності

Складниками процесу формування цінності постають: суб'єкт-оцінювач, об'єкт-носії цінності, оцінка й ціннісне осмислення. Оцінка як вихідний пункт визначає особливе бачення світу, формує його ціннісну картину. Оцінний підхід до об'єкта накладається на пізнання його реальних властивостей,

зв'язків і функцій. До кола об'єктів оцінки входить все, що стосується життєдіяльності людини. Найважливішою особливістю оцінки є суб'єктивний чинник, який взаємодіє з об'єктивним. Ціннісне осмислення, встановлення значущості, відбувається під час оброблення знань досвіду (і закріпленого у фраземіці) як мисленнєвий діалог: формується під впливом реальної життєвої практики за наявності внутрішньої активності людини та світу ідеалів.

3.2. Дефініція цінності

Цінність – аксіологічна категорія, що характеризується значущістю, інтенційністю та біполярністю, що передбачають обов'язкове апелювання до антиномії «цінність – нецінність», тобто актуалізацію зіткнення сфер ціннісного й неціннісного, сумісних із бінарною опозицією «добре – погано» (напр., мир – війна, успіх – невдача, правда – обман, здоров'я – хвороба тощо). Поняття «добре» і «погано» імплікують наявність одне одного і формують навколо себе семантичний простір, репрезентований певним набором мовних засобів (у нашому дослідженні – фраземами).

3.3. Методи вивчення цінності у фраземіці

Опис цінностей у фраземіці актуалізує метод параметричного аналізу семантичної структури фраземи з акцентуацією оцінного макрокомпонента та метод ідеографічного групування, що передбачає формування фраземосемантичних груп і підгруп. Основною одиницею аналізу постає фраземна аксіологічна опозиція, під якою розуміємо єдність двох блоків, репрезентованих фраземами: перший становлять фраземи, семантика яких корелює з цінностями, а другий – фраземи, семантика яких корелює з нецінностями.

3.4. Структурна організація цінності у фраземіці

Цінність має тривірневу структуру, опрацьовану Л. Баєвою (Баєва 2004, 21–26) у рамках екзистенційної аксіології й адаптовану до аналізу у лінгвістиці, зокрема у фраземіці:

1) рівень осмислення втілює усвідомлення суб'єктом причини того, чому той чи той об'єкт має важливе значення. На ньому виявлено те, що в зовнішніх об'єктах і їхніх властивостях буде пріоритетним для суб'єкта. Пошук смислу постає основою цінності, презентованої в статті вихідною

інформацією цінності успіх із психологічних, соціологічних і лінгвокультурологічних студювань (див. (Бакштановский 1997; Каслова 2010; Колкутина 2007).

Успіх визнано однією з безперечних цінностей суспільства з інтерпретацією успіху як:

а) критерію оцінки особистості: що більше людина досягає в певній сфері діяльності, то більше в неї влади, престижу, слави, грошей, то вище її становище в суспільстві, то спокійніше її «моральне самопочуття», то більшою мірою вона незалежна. Успіх визначає статус «багатства і могутності», однак не виключає наявності певних зусиль особистості або момент везіння. Важливим чинником успіху постає визнання іншими, що зміцнює гідність особистості та посилює почуття самоповаги. Можна констатувати, що успіх певним чином вписуваний у контекст життєвого шляху особистості та використовуваний у системі самооцінок і самоідентифікації.

Процес самоідентифікації особистості спрямований на реалізацію та породження особистісних ціннісних настанов: успіх розглядається не стільки як кінцевий варіант діяльності, а як процес, значна частина якого перебуває в майбутньому, прогнозованому стані (особистісна модель успіху). Модель успіху завдяки багатогранності індивідуальної «примірки» погоджена з характером (цінності-норми), сутнісним змістом діяльності особистості (цінності-потреби) і залишає за собою варіативність розвитку подій. Модель успіху реалізує функцію ідентифікації, що має значення для індивіда, і функцію легітимації соціального порядку, значущого з погляду соціального цілого. Формування атрибуції «Я-успішний» як кінцевого продукту ціннісних орієнтирів є каталізатором особистісного розвитку. Асиметрія атрибуції успіху полягає в постулаті: успіх приписуваний власним якостям, а неуспіх – ситуативним чинникам.

Студювання самоатрибуції успіху Б. Вайнера й Е. Кукла (Вайнер 1970) засвідчують, що стійкий тип особистості мотивацію успіху пояснює через рівень здібностей і докладених зусиль із високим рівнем ситуативної самосвідомості, а, отже, інтенсивністю пережитих відчуттів; для нестійкого типу відправним є рівень везіння і складність поставлених завдань за досить низького рівня самосвідомості та слабого забарвлення інтенсивності відчуттів.

б) мотивації особистості: якщо суспільство сприяє лідерству, змагальності та відбору кращих зразків (тобто формовано такий соціальний порядок, в якому перевага надавана соціальним інвестиціям лідерства та досягненню успішності), то це збільшує потенціал особистості й суспільства, розширює спектр можливостей і розвитку. У межах цього аспекту актуалізовано проблему успіху як співвідношення духовних і матеріальних цінностей, що розкривається в диспозиційних категоріях чесності та нечесності, справедливості та несправедливості, а також у поняттях працьовитості, гідності, грошоловства, марнославства тощо. Спрямованість на успіх може призвести

до певних форм психічних розладів: до поведінки, подібної на манію (успіхо-залежність), до фобій (страх неуспішності) і до психічної блокади, пов'язаної з довільними і примусовими процесами, насильством над собою;

2) рівень значущості – рівень субстанційного змісту, який об'єднує внутрішній і зовнішній світи суб'єкта та характеризується мінливістю і непостійністю, пояснюваною домінуванням суб'єктивної ознаки. Відповідно категорійні межі мають дифузний характер, що передбачає наявність між ними перехідних ділянок, які забезпечують недискретний характер категорійного простору. Аналіз цінності вимагає врахування особливостей її репрезентації на конкретному мовному рівні. Так, фраземіка передбачає виділення типовіших і найбільш сталих змістових ознак категорії цінності, які виокремили та зафіксували носії мови. У фраземіці структура цінності «успіх» визначається фраземною аксіологічною опозицією «Наявність успіху – відсутність успіху», сформованою двома антонімічними парами фраземосемантичних груп:

1) 'досягти успіху' (добувати (здобувати) / добути (здобути) [собі] лаврів (лаври); виходити / вийти на перші ролі; рос. пробивать [прокладывать, пролагать] себе дорогу [путь]; далеко пойти [уйти]; англ. come (get, go) up in the world; go into orbit; make one's mark; sweep the board; get there, розм.; bring home the bacon, розм.; go a long way (2); go places, розм. (2); нім. gut abschnneiden (abgeschnitten haben); gut ankommen (bei j-m); es zu etwas bringen; fein heraus sein; sein Glück machen; den Vogel abschießen; auf einen grünen Zweig kommen; sie hat viel Ankratz, розм.) і 'не мати успіху, зазнати невдачі' (каша скисла; летіти (іти) / полетіти (ніти) догори дном (дригом, ногами і т. ін.); летіти / полетіти до дідька (до біса, к бісу і т. ін.); сідати / сісти в калюжу; сісти маком; лишитися (залишитися, остатися і т. ін.) з носом, жарт.; лопатися / лопнути як (мов, ніби і т. ін.) мильна булька (бульбашка, банька і т. ін.), жарт.; лопнути як обруч на діжці, жарт.; облизати макогона (макогін, м'яло), ірон.; рос. сломать себе шею [голову]; давать промах [промашку]; карта бита; свихнуть <себе> шею; поломать [сломать] зубы (1); идти ко дну (1); идти на дно (1); англ. come off second(-)best; come to nothing (naught); draw a blank; fall by the wayside; fall flat; hit the mark; lose one's (the) battle; a stroke of bad luck; take a (the) knock; bite the dust; hit (strike) pay dirt, розм.; go to the wall (1); come a cropper (2); нім. schlecht abschnneiden (abgeschnitten haben); übel (schlecht) d(a)ran sein; bei j-m auf Eisen beißen; den kürzeren ziehen; in die Maschen geraten; ihm blüht kein Weizen; auf keinen grünen Zweig kommen; schön ankommen, ірон.; Schliff backen, фам.; elf zu werfen (1); keine Seide bei etw. Spinnen (2));

2) 'створювати комусь необхідні умови для досягнення успіху' (виводити / вивести на орбіту; розчистити шлях (путь); рос. прокладывать [пролагать, проторять] дорогу [путь]; англ. be the making of smb. (1); нім. j-m (einer Sache) den Weg (die Wege) ebnen) і 'перешкоджати комусь у досягненні успіху'

(вставляти (встромляти) / вставити (встромити) палиці (палицю, палки) в колеса; підставляти / підставити ногу (ніжку); англ. *steal the limelight (spotlight); steal the show*, розм. (2); нім. *j-s Pfad kreuzen; j-m den Weg verlegen (vertreten, verlaufen)*).

Успіх у фраземіці набуває характеристик 'значний' (стояти на передових позиціях; рос. *далеко пойти [уйти]*; англ. *get on like a house on fire* (1); нім. *das Große Los gezogen (gewonnen) haben*) і 'випадковий' (рос. *на ура* (2); англ. *the luck of the draw*; нім. *ihm lacht das Glück*). В англійській фраземіці актуалізовано також якісні та кількісні ознаки успіху: 'швидкоплинний' (англ. *a flash in the pan* (1)); 'змінний' (англ. *snakes and ladders* (2)); 'неочікуваний' (англ. *hit the jackpot*, розм.; *a stroke of (good) fortune (luck)*); 'перший' (англ. *get to (reach) first base (with smb., smth.)*, амер. розм.); 'потрійний' (англ. *the hat trick*); 'можливий' (англ. *a lucky dip* (2)).

Успішний початок справи передають фраземи *ламати (проламувати, розбивати і т. ін.) / зламати (проламати, розбити і т. ін.) лід (кригу)*; рос. *легко на руку*; англ. *get smth. off the ground*; успішний перебіг справи – фраземи *діло в шляпі*, фам.; рос. *раздувать кадило*, прост. (1); англ. *gain ground* (2); *go all the way* (2); успішне завершення справи – фраземи *діло вигоріло; справа вигоріла*, прост.; *доходить / дійти до пунтя*; рос. *дело в шляпе*, прост.; нім. *zu Essig werden*; втрату віри в успішність справи – фраземи рос. *почва колеблется под ногами; почва [земля] уходит [ускользает] из-под ног*; нім. *den Boden verlieren; der Boden wich unter seinen Füßen*.

Об'єктом успіху або невдачі постають: а) людина (англ. *a golden boy; a golden girl* ('людина, що має успіх') і англ. *all ran* (2), розм.; *a lame duck*, розм. (1) ('невдаха')); б) товари (англ. *go like a bomb*, розм. (2); *go (go off, sell) like hot cakes*, розм. ('мати успіх, розкуповуватися')); в) шанси (рос. *акції упали [пали]*; нім. *seine Aktien fallen*, розм. ('шанси на успіх зменшуються'); рос. *акції повышаются [поднимаются]*; нім. *seine Aktien steigen*, розм. ('шанси на успіх збільшуються'); англ. *stand to gain (to win); one's stock is high* ('наявність шансів на успіх'); англ. *be out of the running* ('відсутність шансів на успіх')); г) вистава (нім. *kein Lampenlicht vertragen* ('не мати успіху (про п'єсу)') і под.;

3) р і в е н ь п е р е ж и в а н н я передбачає перевагу на ґрунті чуттєво-емоційного ставлення й екзистенційно-інтелектуального міркування. Цінність сприймається людиною суб'єктивно відповідно до її унікального життєвого досвіду і через певні усталені переживання відображається у фраземіці. Переживання, що мають негативні підстави, інколи мають послідовніше виражене значення порівняно з переживаннями задоволення та радості (гіпотеза про пейоративний характер фраземіки). Між об'єктами дійсності та їхньою оцінною номінацією завжди стоїть людина та її система цінностей. За Н. Арутюною, «для того щоб оцінити об'єкт, людина повинна «пропустити» його через себе» (Арутюнова 2010, 181). Без переживання немає цін-

ності, оскільки тільки в ньому виявлювана її найвища сутність – втілення смисло-значущості. Переживання постає здатністю, завдяки якій суб'єкт відчуває «як має бути», чого йому не вистачає для цього. Отже, цінність є феноменом переживання й осмислення своєї суб'єктивності у світі об'єктів у напрямку до нової якості. Так, успіх у фраземіці постає об'єктом побажання в роботі, в якійсь справі (*Б о ж е т о б і п о м о ж и, с и н у!* (Панас Мирний); рос. *Б о г п о м о ч ь в а м, д р у з ь я м о и, И в б у р я х, и в ж и т е й с ь к о м г о р е, В к р а ю ч у ж о м, в п у с т ы н н о м м о р е И в м р а ч н ы х п р о п а с т я х з е м л и* (А. Пушкин); англ. [*Broadbent*] *My plan, sir, will be to take a little money out of England and spend it in Ireland.* [*Tim*] *More power to your elbow!* (G. H. Show); нім. „*Üb er w o h l j a s a g t? D a v o n h ä n g t a l l e s a b*“. – „*G u c k m a l, i c h d r ü c k e b e i d e D a u m e n*“. *Sie zeigt ihm ihre winzigen, zu Fäusten geballten Hände* (W. Bredel)). В українській фраземіці успіх постає також предметом власної гордості за власні успіхи або об'єктом заздрості (*л а в р и н е д а ю т ь с п а т и (с п о к о ю, п о к о ю і т. і н.)*, жарт. (1; 3): *В н а в ч а н н і в и я в л я в в е л и к і у с п і х и і р а д і в, к о л и й о г о х в а л и л и. З і ш к і л ь н о ї п а р т и л а в р и н е д а в а л и с п а т и* (З журналу); *П и с а в в і н [к н я з ь] і н а с т а р о с т і л і т з н а ч н о к р а щ е, н і ж В а л у є в, я к о м у н е д а в а л и с п о к о ю л а в р и р о м а н і с т а* (В. Канівець), пор. рос. *л а в р ы с п а т ь н е д а ю т (Л а в р ы Б а б о р ы к и н а н е д а ю т м н е с п а т ь: п и ш у п о в е с т ь и з м о с к о в с ь к о й ж и з н и* (А. Чехов)).

Невдача набуває ознак неминучості (*п и ш и [в с е] п р о п а л о (З е м л я в і д м о р о з у т р і с к а є, к о р і н ь у п ш е н и ц і р в е. А п о р в а л о к о р і н ь, п и ш и п р о п а л о. П е р е с і в а й* (В. Кучер); рос. *п и ш и п р о п а л о (— М н е В е р е т а б о л ь ш е н р а в и т я с я; з н а е т е, в н е й е с т ь ч т о - т о т а к о е н е т р о н у т о е, к а к п е р е х о д о т в ч е р а ш н е й д е в о ч к и к з а в т р а ш н е й б а р ы ш н е. Т о г д а п и ш и п р о п а л о в с е, п о т о м у ч т о н а ч н е т ь с я е т о ж е м а н с т в о д а к р и в л я н ь е* (Д. Мамин-Сибиряк)), безнадійності та приреченості (*п р о п а щ е д і л о (— Ї й ж е б о г у, я ї ї н е п у с к а в! А в ж е д е ж і н к а в м і ш а є т ь с я, т о й п р о п а щ е д і л о* (І. Нечуй-Левицький); нім. *der Bart ist ab, розм. фам. (Für den ist der Bart ab. Der hat seine Rolle bei uns ausgespielt* (W. Bredel)). Водночас невдачі можна переносити мужньо, не падаючи духом (англ. *make the best of a bad job (The will was read, and it appeared that she had left everything she had to her companion... the family thought there was nothing to do but make the best of a bad job and went back to London* (W. S. Maugham)).

Інтерпретація аналізу. Цінність успіх визначувана незначною перевагою негативної оцінки в українській, російській і німецькій мовах ('наявність успіху' (45%) – 'відсутність успіху' (55%)) і домінуванням позитивного оцінного блоку в англійській фраземіці. В українській і російській мовах увагу здебільшого акцентовано на наявності / відсутності успіху, а в англійській і німецькій – ще й на ознаках успіху, різновидах успішних дій і контролі за успішністю. Це засвідчує інтегральність атрибуції успіху, що відображає взаємозв'язок ціннісних орієнтацій, особистісних характеристик і поведінкової стратегії людини.

4. Висновки

Отже, 1) цінність вимірювана в системі «можливих оцінок» на різних рівнях мови; 2) цінність має релятивний характер, виявлюваний через зв'язок із нецінністю, тобто розкриття змісту цінності, її структурної організації залежить від опозитивної одиниці; 3) цінність складається з різних темпоральних і генетичних прошарків і є динамічним явищем, оскільки її зміст і структура, взаємозв'язки з іншими цінностями залежать від змін у свідомості людини та суспільства; 4) цінність, репрезентована фраземами, реалізує феномен особистісної та суспільної значущості, підтверджуючи тезу про унікальність сприйняття цінності, переживання її окремим суб'єктом, наповнення суспільно значущим смислом, що втілює єдність одиничного та всезагального в ціннісній картині світу; 5) остання постає осмисленням світу людиною, його фрагментів і статусу людської особистості в цьому світі через оцінну категоризацію в опозиції цінностей і нецінностей.

Бібліографія

- ABDIKERIMOVA, G. (2015), Kategoriya otsenki kak sostavlyayushchaya kartiny mira v sredstvakh massovoy informatsii. V: Przeglad Wschodnioeuropejski. VI/1, 197–208. [Абдикеримова, Г. (2015), Категория оценки как составляющая картины мира в средствах массовой информации. В: Przeglad Wschodnioeuropejski. VI/1, 197–208.]
- ANDREYEV, A. (2017), Tsennosti v sovremennom rossiyskom obshchestve. V: Przeglad Wschodnioeuropejski. VIII/2, 359–366. [Андреев, А. (2017), Ценности в современном российском обществе. В: Przeglad Wschodnioeuropejski. VIII/2, 359–366.]
- ARUTYUNOVA, N. D. (1999), Yazyk i mir cheloveka. Moskva. [Арутюнова, Н. Д. (1999), Язык и мир человека. Москва.]
- БАБАУЕВА, Ye. V. (2002), Otrazheniye tsennostey kul'tury v yazyke. V: Kasnkin V. B. (red.), Yazyk, kommunikatsiyai sotsial'naya sreda. Voronezh. 2, 25–34. [Бабаева, Е. В. (2002), Отражение ценностей культуры в языке. В: Кашкин, В. Б. (ред.), Язык, коммуникация и социальная среда. Воронеж. 2, 25–34.]
- БАЕВА, L. V. (2004), Tsennosti izmenyayushchegosya mira: ekzistentsial'naya aksiologiya istorii. Astrakhan'. [Баева, Л. В. (2004), Ценности изменяющегося мира: экзистенциальная аксиология истории. Астрахань.]
- БАЕВА, L. (2017), Values of Mediasphere and E-Culture. В: Przeglad Wschodnioeuropejski. VIII/1, 173–184.
- ВАКШТАНОВСКИЙ, V. I./СОГОМОНОВ, Yu. V. (1997), Etika politicheskogo uspekha. Tyumen'/Moskva. [Бакштановский, В. И. / Согомонов, Ю. В. (1997), Этика политического успеха. Тюмень/Москва.]
- BOLDYREV, N. (2002), Yazykovyye mekhanizmy otsenochnoy kategorizatsii. V: Fesenko, T. A. i dr. (red.), Real'nost', yazyk i soznaniye. 2. Tambov, 360–369 [Болдырев, Н. (2002), Языковые механизмы оценочной категоризации. В: Фесенко, Т. А. и др. (ред.), Реальность, язык и сознание. 2. Тамбов, 360–369.]
- FEDOSYUTKINA, N. S. (2005), Slova-tsennosti kak sredstvo dostupa k tsennostnoy kartine mira: Eksperimental'noye issledovaniye. Kursk. [Федосюткина, Н. С. (2005), Слова-ценности как средство доступа к ценностной картине мира: Экспериментальное исследование. Курск.]

- GAVRILOVA, Ye. (2005), Otsenochnyye kategorii «good» i «bad» v sovremennom angliyskom yazyke. Tambov. [Гаврилова, Е. (2005), Оценочные категории «good» и «bad» в современном английском языке. Тамбов.]
- KAMINSKAYA, T. (2017), Eksplikatsiya tsennostey v rossiyskom mediadiskurse: kolumnist i adresat. V: Przegład Wschodnioeuropejski. VIII/2, 367–376. [Каминская, Т. (2017), Экспликация ценностей в российском медиадискурсе: кolumnист и адресат. В: Przegład Wschodnioeuropejski. VIII/2, 367–376.]
- KARASIK, V. I. (1996), Kul'turnyye dominanty v yazyke. V: Karasik, V. I. (red.), Yazykovaya lichnost': kul'turnyye kontsepty. Volgograd/Arkhangel'sk, 3–16. [Карасик, В. И. (1996), Культурные доминанты в языке. В: Карасик В. И. (ред.), Языковая личность: культурные концепты. Волгоград/Архангельск, 3–16.]
- KASLOVA, A. A./CHERNOVA, N. A. (2010), Kontsept USPEKH / SUCCESS v russkoy i angliyskoy yazykovoy kartine mira. V: Politicheskaya lingvistika. 2(32), 176–180. [Каслова, А. А./Чернова, Н. А. (2010), Концепт УСПЕХ / SUCCESS в русской и английской языковой картине мира. В: Политическая лингвистика. 2(32), 176–180.]
- KOLKUTINA, V. P. (2007), Tsennostnyy kharakter sotsial'nogo mifa. Tsennost' «uspek». V: Ledvanov, M. Yu. (red.), Sovremennyye naukoemykiye tekhnologii. 3. Moskva, 74–77. [Колкутина, В. П. (2007), Ценностный характер социального мифа. Ценность «успех». В: Ледванов, М. Ю. (ред.), Современные наукоемкие технологии. 3. Москва, 74–77.]
- KRASNOBAJEVA-CHORNA, Zh. V. (2016), Lihvofrazemna aksiologiya: paradyhmal'no-katehoriynyy vumir. Vinnytsya. [Краснобаєва-Чорна, Ж. В. (2016), Лінгвофраземна аксіологія: парадигмально-категорійний вимір. Вінниця.]
- Lingvistika... (2011), Lingvistika i aksiologiya: etnosemiometriya tsennostnykh smyslov. Moskva. [Лингвистика... (2011), Лингвистика и аксиология: этносемиометрия ценностных смыслов. Москва.]
- MARINOVA, Ye. (2017), Tsennostnyye oriientiry novogo vremeni skvoz' prizmu aktual'noy sochetayemosti slova. V: Przegład Wschodnioeuropejski. VIII/2, 273–282. [Маринова, Е. (2017), Ценностные ориентиры нового времени сквозь призму актуальной сочетаемости слова. В: Przegład Wschodnioeuropejski. VIII/2, 273–282.]
- SERGEYEVA, L. (2003), Problemy otsenochnoy semantiki. Moskva. [Сергеева, Л. (2003), Проблемы оценочной семантики. Москва.]
- WEINER, B./KUKLA, A. (1970), An attributional analysis of achievement motivation. B: Journal of Personality and Social Psychology. 15(1), 1–20.
- Джерела
- BILONozHENKO, V. M./GNATYUK, I. S./DYATCHUK, V. V. et al. (eds.) (2003), Slovnyk frazeolohizmiv ukrayins'koyi movy. Kuiv. [Білоноженко, В. М./Гнатюк, І. С./Дятчук, В. В. та ін. (уклад.) (2003), Словник фразеологізмів української мови. Київ.]
- МОЛОТКОВ, А. І. (red.) (1987), Frazeologicheskyy slovar' russkogo yazyka. Moskva. [Молотков, А. И. (ред.) (1987), Фразеологический словарь русского языка. Москва.]
- SCHEMANN, H. (2011), Deutsche Idiomatik: Wörterbuch der deutschen Redewendungen im Kontext. Berlin/Boston.
- SIEFRING, J. (ed.) (2004), Oxford Dictionary of Idioms. Oxford.