

оригинальная статья

<https://elibrary.ru/fhsswa>

Когнитивные и структурно-семантические особенности неологизмов с профессиональным компонентом в современном английском языке

Хатламаджиян Маргарита Аршалуйсовна

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Россия, Ростов-на-Дону

<https://orcid.org/0000-0002-3638-3256>

Margarita22@yandex.ru

Аннотация: Произведен анализ неолексем с профессиональным компонентом в современном английском языке с целью выявления структурно-семантических особенностей неологических единиц и исследования восприятия, концептуализации индивидуумом новых слов через духовно-практическую деятельность, приводящую к обновлению картины мира. Применены дефиниционный, словообразовательный, семантический виды анализа, использованы методы когнитивно-дискурсивной интерпретации, прием сплошной выборки, метод количественных подсчетов, описания и систематизации. Материалом послужили неологизмы с профессиональным компонентом в количестве 180 единиц. В настоящем исследовании предлагается классификация неологизмов по роду профессиональной деятельности на 6 лексико-семантических групп: 1) неолексемы с компонентами лексико-семантических полей *бизнес, предпринимательство*; 2) неолексемы с компонентом лексико-семантического поля *офис*; 3) неолексемы с компонентами лексико-семантических полей *IT-технологии, социальные сети*; 4) неолексемы с компонентом лексико-семантического поля *медицина*; 5) неолексемы с компонентом лексико-семантического поля *сфера услуг*; 6) неолексемы с компонентом лексико-семантического поля *научная деятельность*. Данные лексико-семантические группы объединены внутриязыковыми связями на основе взаимообусловленных коннотативных оттенков. Выдвигается положение о том, что многие неологизмы имеют метафорическую основу, которая служит инструментом создания выразительных образов. Отмечено очевидное и закономерное свойство неологических единиц – их эмотивность и оценочность. Эмотивное содержание неолексем служит для четкой передачи мыслей и чувств индивидуума, в то время как оценочность продиктована прагматической функцией неолексем и включает в себе информацию об отношении говорящего к денотату. Обосновывается гендерно нейтральная природа неолексем с профессиональным компонентом. Универсальный характер образов в основе неологизмов свидетельствует о ментальных переменах в обществе, у которого на вершине ценностного пространства находится стремление к уравниванию гендерных ролей. На основании исследовательского анализа установлено, что интердискурсивность пронизывает все лексико-семантические поля английского неологического пространства. Гетерогенность неолексем объясняется комплексным характером деятельности индивидуума, постигающего сложный и многогранный мир, что, в свою очередь, характеризует антропоцентрически ориентированную природу неологических единиц. Актуальность темы исследования определяется стремительным развитием различных сфер жизни социума, неизбежно сказывающемся на характере современного коммуникативного взаимодействия и языковой картины мира в целом.

Ключевые слова: неологизм, профессиональный компонент, английский язык, когнитивные особенности, структура, семантика

Цитирование: Хатламаджиян М. А. Когнитивные и структурно-семантические особенности неологизмов с профессиональным компонентом в современном английском языке. *СибСкрипт*. 2024. Т. 26. № 1. С. 22–36. <https://doi.org/10.21603/sibscript-2024-26-1-22-36>

Поступила в редакцию 07.08.2023. Принята после рецензирования 09.10.2023. Принята в печать 16.10.2023.

full article

Cognitive, Structural, and Semantic Features of Professional Neologisms in Modern English

Margarita A. Khatlamadzhijan

Rostov State University of Economics (RINH), Russia, Rostov-on-Don

<https://orcid.org/0000-0002-3638-3256>

Margarita22@yandex.ru

Abstract: This article describes 180 modern English neologisms with a professional component. Their structural and semantic features reveal how native speakers perceive and conceptualize new words through spiritual and practical activities, thus adjusting their worldview to the changing reality. The research involved the methods of definitional analysis, word formation, semantic assay, and cognitive-discursive interpretation, as well as various standard linguistic and statistical methods. The material was classified according to the type of professional activity. These lexical and semantic groups were united by intralinguistic links based on interrelated and interdependent connotative shades of meaning. Many neologisms demonstrated a metaphorical basis, which served as a tool for creating expressive images. All the neological units were emotive and evaluative. The emotive content conveyed the thoughts and feelings of the speaker, while the evaluative content was associated with the pragmatic function and contained information about the speaker's attitude to the denotation. Most professional neologisms were gender-neutral. The universal nature of the images behind the neologisms probably testifies to the current mental changes in a society that values gender equality. Interdiscursivity appeared to permeate all lexical and semantic fields of the English neological space. The heterogeneity reflected the complex activity the speaker performs in an attempt to comprehend a complex and multifaceted environment, which, in turn, gives the neological units an anthropocentric character. The relevance of the research is determined by the rapid development of various social spheres, which inevitably affects the modern communication and the linguistic worldview in general.

Keywords: neologism, professional component, English language, cognitive features, structure, semantics

Citation: Khatlamadzhijan M. A. Cognitive, Structural, and Semantic Features of Professional Neologisms in Modern English. *SibScript*, 2024, 26(1): 22–36. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/sibscript-2024-25-1-22-36>

Received 7 Aug 2023. Accepted after peer review 9 Oct 2023. Accepted for publication 16 Oct 2023.

Введение

Лексика языка реагирует на стремительное развитие всех сфер человеческого общества, непрерывно пополняясь, обогащаясь и обновляясь новыми лексическими единицами и новыми значениями для уже существующих в языке единиц. Согласно Л. С. Выготскому, слово – живая субстанция и живое знание, воплощающее в себе единство обобщения и общения, коммуникации и мышления [Выготский 1982]. На основании этих тезисов изучение новых лексических единиц требует двуаспектного подхода: с одной стороны, обращения к аспекту образования и развития неологизмов, с другой – анализа их функционирования.

В разные периоды в языкознании актуальным оставался вопрос об участии языка в дифференциации материального мира и общественно-исторического опыта его выразителей. Очевидно, что процесс членения происходит в результате ословливания мира

[Караулов 1976; Кубрякова 2012] или же номинативной деятельности, в результате которой происходит укоренение фрагментов опыта познания и деятельности индивидуума в лексическом пласте языка.

Следует помнить, что процесс переработки вербального и невербального деятельностного опыта человека одной своей ипостасью обращен к образу мира носителя языка, а другой – к его национально-культурной картине мира. Как верно заметили Е. М. Верещагин и В. Г. Костомаров, слово – это зеркало жизни нации [Верещагин, Костомаров 1980].

Творческая сущность языка, его способность, как губки, впитывать многообразные общественно-политические и культурные трансформации ускорили темпы знакообразования в языке в направлении неологизации профессионального дискурса. Пополнение словарного состава языка, безусловно, происходит

скачкообразно, особенно ускоряясь в периоды общественных перемен. Данная работа направлена на изучение особенностей английских неологизмов, номинирующих человека с профессиональным компонентом в структурно-семантическом и когнитивном аспектах.

Человек как «интерпретатор результатов мыслительного отражения действительности и центр лингвосомиоза» [Алефиренко 2006: 36] пытается выразить результаты когнитивной деятельности в новых лексических номинациях. Неономинация человека занимает важное место в структуре языка. Язык как отражение объективной реальности фиксирует знания как о самом человеке, так и его познания об окружающем мире. Как отметила В. В. Катермина, «номинации человека – ценностно значимая совокупность представлений о языковой личности, исторически сложившаяся в рамках национальной культуры как результат обобщения различных аспектов ценностных ориентаций – морально-этических, эстетических, прагматических установок и норм» [Катермина 2016: 7].

Актуальность темы исследования определяется тем, что стремительное развитие различных сфер жизни социума неизбежно сказывается на характере современного коммуникативного взаимодействия и языковой картины мира в целом, вызывая интерес языковедов к структурно-семантическим особенностям английских неолексем с профессиональным компонентом. К профессиональной лексике относятся слова и словосочетания, возникающие в силу существования социальных групп и выделяющиеся на основании профессиональной принадлежности [Юсупова, Казыханова 2016].

В настоящее время изучение неологизмов в языкознании актуальнее, чем когда-либо. Анализ неологизмов в семантическом аспекте определяет специфику вторичного применения лексических единиц в совершенно новой для них номинативной функции, позволяя обозначать новые реалии и совершенствовать средства языкового выражения.

Вследствие развития науки и техники, роста информатизации социума, расширения сферы услуг и как языковой ответ на новые реалии в английском языке

появляется много неониминаций с коннотативным значением *лицо по роду занятий, лицо по профессии*.

Объект исследования – английские неологизмы с профессиональным компонентом. Предмет – структурно-семантический и когнитивный аспекты рассмотрения неологизмов с профессиональным компонентом.

Цель – изучить неологизмы с профессиональным компонентом, в частности выявить их структурно-семантические особенности для разработки и дальнейшего расширения лингвистической неологии и теории словообразования. Неологические единицы обладают большим воздействующим потенциалом, в связи с чем интересным представляется также исследование восприятия и концептуализации индивидуумом новых слов через духовно-практическую деятельность, приводящую к обновлению картины мира.

Теоретической базой исследования стали работы отечественных и зарубежных ученых, посвященные неологии [Катермина 2022; Липириди 2023; Хуснуллина 2022]; семантико-прагматическому аспекту [Агеев и др. 2020; Зырянова 2006; Huang 2023]; метафорическим трансформациям [Липилина 2007; Романович 2021; Телия 1988; Gracia 2021; Lakoff, Johnson 1980]; категории эмотивности [Владимирова 2019; Ленко 2015; Нашхоева 2011; Шаховский 2009; Cottingham 2024]; когнитивным факторам [Алефиренко 2006; Кубрякова 2012; Милявская 2009]; интердискурсивности [Георгинова 2014; Пастухов 2016; Первова 2015].

Методы и материалы

Применены дефиниционный, словообразовательный, семантический виды анализа, использованы методы когнитивно-дискурсивной интерпретации, прием сплошной выборки, метод количественных подсчетов, описания и систематизации. Материалом послужили 180 неологизмов с профессиональным компонентом, выбранные из следующих ресурсов: Academic Dictionary of new words¹, Cambridge Dictionary², Collins Dictionary³, Macmillan Buzzword Dictionary⁴, Rice University Neologisms Database⁵, Urban Dictionary⁶.

¹ Academic Dictionary of new words. URL: <https://www.dictionary.com/> (accessed 4 Aug 2023).

² Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (accessed 4 Aug 2023).

³ Collins Dictionary. URL: <https://www.collinsdictionary.com/> (accessed 4 Aug 2023).

⁴ Macmillan Buzzword Dictionary. URL: <https://www.onestopenglish.com/adults/vocabulary/macmillan-dictionary-blog/> (accessed 4 Aug 2023).

⁵ Rice University Neologisms Database. URL: <https://neologisms.rice.edu/> (accessed 4 Aug 2023).

⁶ Urban Dictionary. URL: <https://www.urbandictionary.com/> (accessed 4 Aug 2023).

Результаты

В лингвистической неологии термин *неологизм* имеет широкое и узкое понимание. При широком понимании любые появляющиеся в языке и речи новые языковые новации принято относить к неологическим. Согласно узкому пониманию неологическими считаются только те лексические единицы, которые возникли в силу необходимости в номинации новых понятий и функционируют в речи в качестве готовых воспроизводимых единиц [Брагина 1973].

В данной работе мы будем придерживаться определения И. В. Арнольд, понимающей под неологизмом «новые слова или словосочетания, а также новые значения, появившиеся у существующих слов, или даже слова, заимствованные из других языков» [Арнольд 2012: 157]. Согласимся с исследователем и в том, что для любой лексической единицы ключевым является такой параметр, как временная коннотация новизны. Одновременно понимаем, что параметр новизны – довольно субъективное ощущение, варьирующееся у представителя лингвокультурной общности.

Основополагающими гипотезами нашего исследования выступают положения о том, что в большинстве случаев неологизмам с профессиональным компонентом свойственны метафоризация и употребление в переносном значении. При номинативных процессах, преимущественно при вторичной номинации, неолексемы способны из исходного смысла слова вычленить некоторый дифференциальный признак и перенести его на новую языковую единицу в качестве результирующего значения [Романович 2021].

Создание новых неологизмов посредством уже существующих мыслеобразов, т. н. устойчивых подобиий [Липилина 2007: 91], с когнитивной позиции является весьма сложным когнитивным процессом. Вследствие перемещения информации из обычного ситуативного окружения в непривычную ситуацию происходит вживание неологической единицы в оригинальную дискурсивную реальность, в широкий узус. В подтверждение данному постулату приведем положение В. Н. Телии, согласно которому смыслопорождающими истоками в процессах вторичного лингвосомиозиса оказываются опорные для данной лингвокультуры когнитивные метафоры, задающие ассоциации и аналогии между разными системами понятий [Телия 1988: 185–186].

Неологические единицы с профессиональным компонентом получают распространение также в силу эмотивности, экспрессивности, оценочности

и образности. Будучи системой, язык транслирует не только мысли, но и чувства. По утверждению Г. Н. Ленько, язык является не только орудием культуры, но и орудием эмоций. Именно взаимодействие рациональной и эмоциональной составляющих в сознании индивидуума позволяет ему чувствовать и переживать то, что отражает язык [Ленько 2015: 84]. Как отмечает В. И. Шаховский, эмотивный компонент выражает эмоциональную оценочность объектов мира и реализуется в процессе коммуникативного взаимодействия через речевые акты [Шаховский 2009: 35].

В своей работе категорию эмотивности мы, вслед за А. В. Владимировой, понимаем как функционально-семантическую категорию, служащую для языкового проявления эмоциональности и несущую в своей основе оценочный компонент [Владимирова 2019: 156]. Категория эмотивности репрезентируется через использование или же в процессе декодирования образных языковых средств. Важно подчеркнуть, что эмоциональность передает мысли и чувства человека. Благодаря эмотивности неолексем формируется яркий эмоциональный окрас мировидения через призму языка.

Экспрессивность, будучи интеллектуально обусловленной интенцией, служит для убеждения адресанта. Оценочность несет в себе информацию об одобрительной или неодобрительной характеристике объекта, выраженную средствами языка. Образность манифестируется в результате эмоционального постижения действительности, в силу чего эмотивный компонент обнаруживается в семантике образных языковых единиц, вызывающих в сознании наглядно-чувственные картинки и воздействующих на мыслительную сферу индивидуума.

Неологическим единицам свойственно создание оценочного компонента в семантике полнозначного слова. На этот факт обращает внимание А. В. Зырянова, объясняя данное явление «социальным восприятием языка» [Зырянова 2006: 156].

Через анализ словарных дефиниций и использование компонентного анализа лексических значений отобранных неолексем нами были выявлены основные семантические признаки, позволившие классифицировать неологизмы на 6 лексико-семантических групп по роду профессиональной деятельности. Данные лексико-семантические группы объединены внутриязыковыми связями на основе взаимосвязанных и взаимообусловленных коннотативных оттенков.

1. Неолексемы с компонентами лексико-семантических полей *бизнес, предпринимательство*

Единицы: *edupreneur* (человек, работающий предпринимателем в сфере образования); *dadpreneur* (мужчина, создающий бизнес, связанный с отцовством); *tomager* (мать, управляющая карьерой одного или нескольких своих детей); *activist investor* (человек, который покупает акции компании, чтобы использовать предоставляемое им влияние для проведения кампании по какому-либо вопросу); *startup artist* (человек, специализирующийся на создании новых предприятий); *soul proprietor* (предприниматель, сочетающий работу с эмоциональным и духовным ростом); *homepreneur* (предприниматель, который создает и управляет домашним бизнесом); *serial entrepreneur* (предприниматель, создающий серию новых предприятий); *HENRY* (бизнесмен со значительным доходом, но еще не состоятельный).

Структурный анализ номинаций данной лексико-семантической группы в качестве способа словообразования отдельных неологизмов выявил контаминацию / блендинг или телескопию [Tomaszewicz 2008], основанную на сложении части двух либо более единиц для образования нового слова, с обязательным усечением, например: *edupreneur*, *dadpreneur*, *tomager*, *homepreneur*. Значение новообразования в основном является сочетанием исходных лексических единиц. Данный способ весьма популярен и эффективен за счет свежести и необычности формы слова, производящей определенный эффект на коммуниканта. Необходимо отметить, что для создания неологизмов по принципу контаминации отбираются объекты, представляющие собой самобытные национально-культурные концепты. Для корректного понимания подобных концептов носителям языка необходимо иметь определенные фоновые знания, порождающие в итоге специфические отношения к объектам окружающей действительности.

Рассмотрим неологические единицы *edupreneur* (*education + entrepreneur*), *dadpreneur* (*dad + entrepreneur*). Компонент *entrepreneur* (предприниматель) используется в исходном значении, вовлекая нас в профессиональную лексику. Обе неолексемы в силу положительного значения вторых компонентов – *education* и *dad* – обладают позитивной оценочной коннотацией, создавая образ человека, ведущего бизнес во благо социума.

Неологизмы отражают современное социальное взаимодействие. Неотъемлемой частью социальной

организации выступает гендерный аспект. За последние два десятилетия наблюдается рост гендерно маркированной лексики, который объясняется возникновением новых реалий. Так, неологизм *dadpreneur* имеет в семантической структуре гендерный компонент *dad*, усиливающий гендерную маркированность.

Согласно общепринятым представлениям, мужское начало истолковывается как динамическое, инициативное, деятельное, в то время как женское трактуется как страдательное, рецептивное, статическое [Катермина 2018: 71]. Вместе с тем с ходом времени стереотипные представления о маскулинном и феминном образах претерпевают изменения. В сфере бизнеса появляются языковые единицы, служащие подтверждением изменившегося статуса мужчины и женщины. Например, в исходной дефиниции неолексемы *tomager* (*tom + manager*) прослеживается бесспорный положительный смысл, который нивелируется добавлением второго компонента, создающего образ некой высокомерной женщины, считающей себя незаменимой и играющей главенствующую роль в развитии карьеры своего отпрыска. Отметим, что в сфере современного делового дискурса стремление женщин к равноправию и лидерству имеет значимую ценность.

Неолексемы с компонентами лексико-семантических полей *бизнес, предпринимательство* получают языковое оформление также с помощью приема словосложения, представляющего собой процесс сложения слов или их основ, без наложения элементов друг на друга, для создания одного сложного слова. Приведем выявленные соответствия: *activist investor*, *startup artist*, *soul proprietor*, образованные с помощью двухкомпонентных единиц по следующей модели: $N + N = N$; *serial entrepreneur*, получивший экспликацию через модель $A + N = N$.

Интересна тенденция образования неолексем посредством такого приема словообразования, как акронимия. Под акронимом понимается лексическая единица, образованная начальными буквами исходных слов или словосочетаний. В отличие от аббревиатуры акроним произносится слитно, как отдельное самостоятельное слово.

Например, акроним *HENRY* (*high earner, not reach yet*) направлен на «конденсирование средств выражения» [Иванова 2013: 52] для легкого запоминания. Отметим, что данный акроним-антропоним фонетически и графически узнаваем, создан сознательно для более яркого и экспрессивного осмысления его коннотации.

2. Неолексемы с компонентом лексико-семантического поля *офис*

По причине многочисленности неологических единиц понятийного пространства *офис* и многообразия их семантических структур разделим их на подгруппы:

- Неолексемы, заключающие в своем значении компонент **старшее должностное лицо**: *chief happiness officer* (кто-то, чья работа заключается в том, чтобы сотрудники конкретной компании были счастливы и удовлетворены); *chief content officer* (руководитель корпорации, отвечающий за создание и получение контента для веб-сайта); *chief privacy officer* (корпоративный руководитель, отвечающий за обеспечение конфиденциальности данных компании и клиентов); *boomerang CEO* (главный исполнительный директор, который возвращается в компанию, из которой он или она ранее вышел на пенсию или был уволен); *gray matter* (опытные руководители, нанятые для того, чтобы придать фирме авторитетность, особенно в новой компании, в которой доминируют молодые предприниматели).

Обратимся к новообразованию *boomerang CEO*, семантическое значение которого сформировалось под воздействием метафорического компонента *boomerang*, характеризующего признак направленности движения. Неолексема манифестирует руководителя, который, подобно бумерангу, возвращается на прежнее место работы на свою исходную точку.

Интересным представляется рассмотрение неолексемы с колоративным компонентом *grey matter*, описывающей опытного руководителя. Лексема *grey* выступает доминативным признаком, который указывает на цвет волос, свидетельствует о преклонном возрасте человека и его профессиональном опыте.

- Неолексемы, заключающие в своем значении компонент **менеджер**: *seagull manager* (менеджер, который взаимодействует с сотрудниками только для критики их работы или при возникновении проблемы); *snake manager* (сотрудник-манипулятор, одержимый жадностью, властью и использующий мир для удовлетворения своих личных потребностей); *cold manager* (управленец, не проявляющий эмоционального интеллекта или эмпатии в рабочей среде); *monarch manager* (менеджер-монарх со своими идеями, доминирует над всей организацией и создает диктатуру, не оставляющую места для коллективного разума); *glory seeker manager* (менеджер – искатель славы, жаждущий внимания и своей славы любой ценой, независимо от того, принимал ли он участие в работе или нет); *puppeteer manager* (менеджер, помешанный

на контроле, он никогда не признает своих ошибок, вездесущ и не доверяет своим сотрудникам).

Номинанты с лексемой *manager* отражают существующие в деловых кругах тенденции и подчеркивают функции, выполняемые представителями данной сферы бизнеса. Основным номинативным механизмом выступает частичная метафора, которая подразумевает семантическую переоценку одного из компонентов, наряду с этим второй компонент языковой единицы *manager* употребляется в буквальном смысле.

В анализируемой группе неолексем интерес представляют метафоричные единицы *seagull manager* и *snake manager* с зооморфными компонентами *seagull* и *snake*, придающими неолексемам негативную субъективно-оценочную коннотацию. Метафоричность данных единиц обусловлена приписыванием человеку определенных характеристик, присущих животным. В неологизмах с зооморфным компонентом заложена возможность экспрессивного, эмоционального, образного выражения речи. Речь стремится к сохранению наглядности восприятия, а восприятие, согласно А. Н. Савченко, всегда вызывает не только мысль, но и чувство [Савченко 1978: 84].

Важно отметить, что в контексте рассматриваемой группы внутренняя форма неолексем образована посредством метафорического переноса и несет в себе самобытную национальную образность процесса познания. Переосмысление значения неологических единиц происходит в результате персонификации метафоры, закрепившейся в сознании представителя языковой общности.

- Неолексемы, включающие в свою семантику признаки **трудолюбивого, усердного сотрудника**: *mucus trooper* (сотрудник с простудой или гриппом, который настаивает на том, чтобы прийти на работу); *clockless worker* (сотрудник, который готов работать в любое время дня и ночи); *engaged workaholic* (человек, который навязчиво работает из-за любви к своей работе).

Данная группа неолексем дополнена ассоциативным элементом, демонстрирующим идиоматичность семантики. Ассоциативно-образная коннотация наиболее ярко проявляется через оценочные компоненты *mucus*, *clockless*, *engaged*.

Рассмотрим неолексему *mucus trooper*, дополненную ассоциативным значением. Процесс метафоризации основывается на таком стилистическом приеме, как оксюморон, при котором происходит сопоставление двух противоречащих друг другу концептов – *mucus* (слизь) и *trooper* (кавалерист). Несмотря на отрицательное содержание первого компонента, семантика

сочетания в целом выражает позитивную коннотацию, описывая человека, который, будучи больным, просится на работу. Второй компонент неолексемы *trooper* (кавалерист), имея отношение к военному курсу, выступает связующим звеном, способствующим экспликации усердности и преданности сотрудника.

- Неолексемы, заключающие в себе **образно-ассоциативные значения и эмоционально-окрашенный компонент**: *corridor cruiser* (работник, который тратит много времени на прогулки по офисным коридорам, обычно по пути с одной встречи на другую); *Mongolian hordes* (большое количество рабочих, нанятых для помощи в завершении большого или сложного проекта, особенно такого, который отстает от графика); *ghost colleague* (сотрудник компании, который работает один, часто дома, и не находится в частых контактах с другими людьми, работающими в той же компании); *boomerang employee* (тот, кто возвращается на работу в компанию, в которой он уже работал в прошлом); *corporate jester* (консультант или третье лицо, которое с помощью юмора указывает на недостатки компании и предлагает решения); *new-collar worker* (новый наемный работник, выполняющий хорошо оплачиваемую и сложную работу, для которой не требуется высшее образование); *white-collar worker* (работник умственного труда).

Значительное количество неолексем в рамках анализируемой группы транслируют образно-ассоциативное, метафорическое значение с эмоционально-крашенным компонентом, отражая эмотивное отношение к реалиям действительности и окрашивая современную картину мира.

Обратимся к неолексеме *corridor cruiser*. Данная неологическая единица основана на образном переносе смысла второго компонента *cruiser*, который содержит в своей семантике компонент направления движения вперед-назад и характеризует сотрудника, передвигающегося по коридору туда и обратно по пути с одного совещания на другое.

Иная стилистическая особенность неолексем заключается в способности образовывать аллюзии по тематическому признаку, наиболее частотно эксплицируясь в антропонимах или именах собственных. Приведем следующий пример: неолексема *Mongolian hordes* выступает аллюзией, которая отсылает нас к подлинным историческим событиям времен Монгольской империи (Золотой Орды) и способствует актуализации хронотопа. За основу образного переосмысления не берется пейоративная коннотация компонента *hordes* (орда, полчища). Через процесс метафоризации

происходит смещение ментального пространства, и лексема приобретает положительный смысл, манифестируя большое количество рабочих, которых нанимают для помощи в завершении большого или сложного проекта при отставании от графика. Неологизмы-антропонимы, несомненно, расширяют информационный объем лексического пласта за счет социокультурного пространства, глубина их истолкования в значительной степени зависит от лингвокультурологической компетенции коммуниканта.

Интересным представляется лингвистический анализ неолексемы с эмоционально-окрашенным компонентом *corporate jester*. Коннотативное значение новообразования иллюстрирует соответствие основному денотативному значению компонента *jester* (шут). Концепция неолексемы *corporate jester* основана на фигуре придворного шута. С конца XVI в. в Европе шут исполнял роль советника короля. Чаще всего шутами были мужчины, уважаемые специалисты или образованные ученые. У них была привилегия, им было позволено раздражать и провоцировать короля. По традиции ни у кого, кроме шута, не хватало смелости ставить под сомнение решения, принятые королем или королевой, из страха потерять их благосклонность. Шут же имел право задавать вопросы, критиковать и выражать сомнения, не опасаясь репрессий. В наши дни неолексема манифестирует признак вторичной коннотации, характеризуя сотрудника, который с помощью юмора указывает на недостатки компании и предлагает решения проблем. Как правило, такие сотрудники не участвуют в корпоративной иерархии, поэтому смело бросают вызов руководству, не опасаясь негативных последствий.

- Неолексемы с компонентами **удаленная работа, фрилансер**: *virtual manager* (менеджер, который руководит сотрудниками из удаленного места, например, из дома или центрального офиса); *portfolio worker* (работник, занимающий несколько должностей или заключающий контракты в нескольких областях с несколькими компаниями); *human cloud* (независимые работники, которых компания может временно нанять с помощью онлайн-сайтов или приложений для выполнения задач по мере необходимости); *open-collar worker* (человек, работающий из дома); *free agent* (человек, который работает на себя и не является постоянным сотрудником корпорации); *flexecutive* (специалист с гибким графиком и местом работы).

В современных социально-экономических условиях наблюдается появление новой прослойки свободных, независимых работников. Ключевые лексемы,

выраженные посредством образных компонентов *virtual, portfolio, open, free, flexible*, убедительно указывают на данную тенденцию – удаленное, виртуальное управление процессами. Информационная надстройка об условиях работы современного человека равным образом играет существенную роль при образовании неологизмов данной лексико-семантической группы.

- Неолексемы на основе **зооморфного компонента**: *worker bee* (человек, который выполняет самую тяжелую работу, но получает мало или вообще не получает никакого признания); *one-trick pony* (тот, кто специализируется только в одной области, обладает только одним талантом или ограниченными способностями); *lion food* (любой сотрудник среднего звена; административная должность).

Обращают на себя внимание метафорические образы неолексем, основанные на фигуральных значениях производящих слов. Одновременно прослеживается прямая связь с доминантными признаками манифестируемых объектов животного мира.

Неологическое сочетание *one-trick pony* пришло из циркового дискурса. Термин *пони с одним трюком* появился на рубеже XIX–XX вв. Считается, что цирковой пони тяжело поддается дрессировке, может овладеть очень небольшим количеством трюков и потому не в состоянии долго развлекать публику. Неолексема *one-trick pony* используется в отношении работника, специализирующегося в какой-либо определенной области и обладающего ограниченными способностями. Прослеживается оценочный коннотативный признак неолексемы.

Интересным представляется рассмотрение неолексемы *lion food*, которая изначально была выведена из анекдота о двух львах. Львы сбежали из зоопарка и разделились, чтобы увеличить свои шансы на выживание. Через два месяца они снова встречаются, и обнаруживается, что один представитель кошачьего семейства – упитанный, а другой – худой. На вопрос исхудавшего товарища упитанный лев стал бахвалиться и произнес следующую фразу: *Well, I hid near an IBM office and ate a manager a day. And nobody even noticed!* – Ну, я прятался возле офиса IBM и ел менеджера в день. И никто даже не заметил! Данный каламбур способствовал оформлению в семантической коннотации существительного *food* нового смысла – *something weak and more to the point countless* (нечто слабое и, главное, в несметном количестве). На основе метафоризации компонентов неологической единицы наблюдается смешение ментальных пространств.

3. Неолексемы с компонентами лексико-семантических полей IT-технологии, социальные сети

Единицы: *tumblogger* (мать, которая ведет блог на темы, интересующие других матерей); *white hat* (тот, кто занимается компьютерной безопасностью); *black hat* (компьютерный взломщик); *microworker* (тот, чья работа заключается в выполнении ряда небольших, но важных задач в Интернете, которые требуют участия человека и не могут быть выполнены компьютером); *finfluencer* (тот, кто привлекает подписчиков в социальных сетях, давая финансовые советы); *cyber mercenary* (человек, которому организация платит за использование Интернета для незаконного проникновения в компьютерную систему без разрешения, например, для получения секретной информации или повреждения системы); *digital removalist* (человек, чья работа заключается в удалении любого контента из сообщений человека в социальных сетях, который может нанести ущерб его репутации); *cyber ambassador* (человек, который помогает другим людям безопасно пользоваться Интернетом и защищать себя и свою компьютерную информацию от преступлений или атак, совершаемых в Интернете); *cyber troops* (люди, которым платят за распространение политической пропаганды в Интернете, особенно в социальных сетях); *hacktivist* (кто-то, кто взламывает компьютерные данные в качестве формы активности); *cybrarian* (библиотекарь, который специализируется на поиске, расстановке приоритетов и организации информации в Интернете).

Основными приемами словообразования выделенной группы неолексем являются блендинг (*finfluencer, hacktivist, cybrarian*); словосложение (*white hat, black hat, digital removalist, cyber ambassador, cyber mercenary, cyber troops*); аффиксация (*microworker*).

Дефиниционный анализ неолексем данной лексико-семантической группы показывает, что лексические единицы содержат дифференциальные признаки (*blogger, cyber, digital, micro-*), указывающие на работу, соотносящуюся со сферой информационных технологий.

Подавляющее большинство неологических единиц в рассматриваемой группе составляют гендерно нейтральные неологизмы. Это обусловлено тенденцией к уравниванию социальных гендерных ролей. Универсальный характер образов подчеркивается оценочными компонентами. Единственной гендерно окрашенной единицей из данной выборки выступает неологизм *tumblogger*, который репрезентирует молодых мам, ведущих блогинг в социальных сетях.

В выделенной группе неолексем наблюдается интересная тенденция образования неологизмов с компонентами цветообозначения (колоративов), отличающихся ассоциативностью и образностью, например, *white hat*, *black hat*. Под колоративом понимается языковая или речевая единица, в состав которой входит корневой морф, семантически или этимологически связанный с цветопониманием [Зубарева 2013]. Лексика с цветообозначением как элемент описания выступает в прямом значении либо имеет дополнительную образность. Содержание цветовых символов манифестирует положительную или отрицательную коннотацию, которая обусловлена опытом человека и ассоциативным содержанием его концептуальной картины мира. Смысловые оттенки способны репрезентировать разнообразные нравственно-эстетические ценности.

Так, первый компонент неолексем *white hat* и *black hat* указывает на цвет, а второй – на предмет одежды. Лексико-семантическое поле белого цвета олицетворяет чистоту, открытость, добродетель. В неолексеме *white hat* ситуативно актуализируется человек, от чьей работы зависит компьютерная безопасность компании. Полной противоположностью белому цвету выступает черный – символ мрака, смерти, тяжести, беспросветности. Тональность неолексемы *black hat* характеризует человека со злыми намерениями, способного взламывать и проникать в компьютерные системы и программы.

Обратим внимание на неолексемы с метафоризацией военного компонента, например, *cyber troops* и *cyber mercenary*. Вторые компоненты неологизмов, *troops* (войска) и *mercenary* (наемный солдат), демонстрируют переход языковых единиц из военного субъязыка в разговорный и актуализируют негативную оценочную коннотацию. Оба сочетания манифестируют работников, нацеленных не на созидательный труд, а на кибердиверсии. Метафоризация неологизмов с военным компонентом дает возможность подчеркнуть остроту ситуации, ее опасность и серьезность, создает напряженность. Согласимся с Л. Н. Третьяковой в том, что распространение военных метафор обусловлено пропагандой насилия в социуме, снижением уровня коммуникативной компетенции, вульгаризацией речи в СМИ и социальных сетях в особенности [Третьякова 2018].

В рамках анализируемой подгруппы выделим неолексему *cyber ambassador*, которая демонстрирует дипломатический дискурс. Мелиоративную коннотацию данной неолексеме придает основной

компонент *ambassador*, именующий человека, главной целью которого является информирование аудитории. Обращение к массовому адресату и побуждение к действию характеризуют публичную дипломатическую коммуникацию, где информативность, по словам Л. М. Терентия, обеспечивается также оценочной акцентированностью и пристрастностью адресанта [Терентий 2010: 53].

Обращает на себя внимание феномен взаимодействия дискурсов. М. Пешё справедливо заключил, что «дискурс всегда опирается на предшествующий дискурсный материал, играющий для него роль сырья, первичной материи» [Пешё 1999: 225]. Интердискурсивность иллюстрирует сознание личности, диалогичность ее мышления и творческий потенциал.

4. Неолексемы с компонентом лексико-семантического поля медицина

Единицы: *equine therapist* (врач, практикующий терапию с участием лошадей для людей с психологическими расстройствами); *bibliotherapist* (терапевт, использующий книги для улучшения психического здоровья пациента); *life extensionist* (специалист по продлению жизни людей); *stretchologist* (тот, кто помогает вам улучшить осанку и стать более гибким, показывая, как правильно растягиваться); *life extensionist* (человек, который пытается найти способы продления жизни людей); *valeologist* (специалист по вопросам профилактики заболеваний и формированию здорового образа жизни); *baby catcher* (акушер-гинеколог); *candy striper* (волонтер в больнице); *health coach* (консультант, который помогает людям справиться с проблемами со здоровьем); *back whisperer* (человек, который помогает кому-то контролировать и управлять болью в спине без использования обычных лекарств); *flu hunter* (ученый, который ищет новые штаммы гриппа, чтобы разработать эффективную вакцину).

Основными способами словообразования выделенной группы неолексем являются словосложение (*equine therapist*, *life extensionist*, *baby catcher*, *candy striper*, *health coach*, *back whisperer*), блендинг (*stretchologist*, *valeologist*) и аффиксация (*bibliotherapist*).

Данная группа неологизмов имеет общие семантические компоненты *help*, *support*, *improve* и демонстрирует прозрачную внутреннюю форму, эксплицирующую помощь и участие пациенту. Характерным структурным компонентом приведенных лексических единиц является наличие суффиксов *-ist*, *-er*, манифестирующих деятельность человека.

Бурное развитие науки способствует появлению профессионально ориентированных слов в сфере медицины. Наблюдается активное внедрение в лексический пласт языка номинаций новых профессий как ответ на новые реалии в жизни социума, например, *equine therapist*, *life extensionist*, *stretchologist*, *bibliotherapist*.

Лексическое наполнение происходит в том числе и за счет неологической метафоризации, как, например, *baby catcher*, *candy striper*, *back whisperer*. В ходе речемыслительной деятельности продуцирование и восприятие языковой единицы осуществляются под воздействием образов. На это указывает и О. С. Зубкова, полагая, что основой медицинской метафоры является психический образ, транслируемый в ментальную сеть реципиента [Зубкова 2010]. Образы и дискретные знания формируются в ходе деятельности индивидуума и определяются его потребностями, установками, эмоциями. Отметим, что основными принципами образования медицинской неолексикой выступают функционализм и антропоцентризм.

5. Неолексемы с компонентом лексико-семантического поля *сфера услуг*

Анализ словарных дефиниций данной лексико-семантической группы выявил семантические компоненты *help*, *fun*, *joy*, *luxury*, *friendly*, *good vibes*, репрезентирующие положительную коннотацию: помощь, радость, эмоции. Формирование положительной оценочной семы для неологизмов данной группы крайне важно для привлечения клиентов и создания эмоциональной связи с ними.

В рамках отобранных неологических единиц выделим следующие подгруппы неолексем на основе различных компонентов и дискурсов:

- **Ассоциативно-образный компонент:** *sleep concierge* (консьерж отеля, который помогает гостям, которым трудно уснуть); *procrastination nanny* (человек, чья работа состоит в том, чтобы побуждать вас выполнять задачи, которые вы откладывали); *air nanny* (женщина, чья работа заключается в том, чтобы заботиться о детях конкретной семьи во время полета); *book doula* (человек, чья работа состоит в том, чтобы помочь потенциальному автору опубликовать свою книгу и предложить совет и поддержку на протяжении всего процесса); *rental family* (актеры, которым платят за то, чтобы они притворялись членами чьей-то семьи для обеспечения дружеского отношения или сопровождения человека на общественных мероприятиях); *disco nanny* (няня, которая сидит с детьми по ночам,

пока родители отдыхают в ночном клубе или на вечеринке); *knowledge angel* (человек с обширными знаниями в одном или нескольких аспектах бизнеса, консультирующий начинающие компании, которым не хватает опыта).

- **Гендерный компонент:** *PUA (pick-up artist)* (человек, обычно мужчина, который обучает людей, обычно мужчин, искусству общаться с женщинами); *manny* (няня-мужчина).

- **Экономический дискурс:** *funsltant* (тот, кто советует сотрудникам, как сделать компанию более интересным местом для работы); *happiness economist* (тот, чья работа заключается в изучении связи между богатством страны и счастьем ее людей).

- **Юридический дискурс:** *wine detective* (тот, чья работа состоит в том, чтобы доказать, что вино поддельное); *luxury detective* (тот, чья работа состоит в том, чтобы найти редкие и очень дорогие сумки, часы, украшения и т.д. для покупки другими людьми); *divorce doula* (адвокат, который предоставляет юридические и финансовые консультации, а также эмоциональную поддержку клиенту, переживающему развод).

- **Медицинский дискурс:** *homework therapist* (человек, чья работа состоит в том, чтобы помогать учащимся с выполнением школьных заданий и экзаменов, а также справляться с тревожным состоянием).

- **Зооморфный компонент:** *cat cuddler* (кто-то, чья работа состоит в том, чтобы заботиться о кошках в центре спасения животных или ветеринарной клинике, ухаживая за ними и играя с ними); *bee broker* (человек, который консультирует пчеловодов или организывает перемещение пчел).

- **Бизнес-дискурс:** *vibe manager* (кто-то, чья работа заключается в создании хорошей атмосферы на рабочем месте); *director of first impressions* (сотрудник офиса или гостиницы, чья работа состоит в том, чтобы приветствовать посетителей и помогать им).

Анализ показывает, что выявленные неолексемы созданы при помощи следующих способов словообразования: словосложение (*sleep concierge*, *procrastination nanny*, *air nanny*, *book doula*, *rental family*, *disco nanny*, *knowledge angel*, *happiness economist*, *wine detective*, *luxury detective*, *divorce doula*, *homework therapist*, *cat cuddler*, *bee broker*, *vibe manager*, *director of first impressions*); блендинг (*manny*, *funsltant*); сокращение, выраженное акронимом (*PUA*).

Наблюдения подтверждают, что большинству проанализированных неолексем свойственен процесс формирования образных наименований благодаря структуре знаний, содержащей, по утверждению

А. Н. Баранова и Д. О. Добровольского, в свернутом виде опыт взаимодействия индивида с окружающим миром [Баранов, Добровольский 2009: 25].

В подтверждение рассмотрим следующие неолексемы: *book doula* содержит компонент греческого происхождения *doula*, который по исходному коннотативному значению описывает профессионала (чаще женщину), обученного поддерживать роже-ницу эмоционально и физически на протяжении всей беременности, во время и даже после родов. Применимо к неологической единице с профессиональным компонентом, вследствие ассоциативного переноса, неолексема *book doula* манифестирует человека, поддерживающего писателей в процессе составления, редактирования и представления их проектов массовому читателю.

Образность, лежащая в основе неолексемы с элементом юридического дискурса *divorce doula*, демонстрирует человека, защищающего интересы клиента в ходе бракоразводного процесса и оказывающего содействие в получении доступа к необходимой информации. Стоит отметить, что юридический дискурс направлен на адресата (общество) и выполняет информационно-воздействующую (суггестивную) функцию [Дединкин 2021: 222].

В семантике выявленных неологических единиц помимо образности эксплицируются эмотивность, экспрессивность и оценочность. Трансляция эмоционального отношения к явлениям и предметам окружающего мира крайне важна для человека. Это отношение по сути своей удовлетворяет потребность индивидуума в коммуникативном взаимодействии и вербализации оценочности объектов действительности.

Эмотивность обнаруживается в семантике образной неолексемы *knowledge angel*. Аллюзия с библейским образом ангела отождествляет человека с невероятно обширными знаниями, который помогает компаниям в запуске бизнеса. Очевидно, что компонент *angel* создает выразительность и придает всему сочетанию мелиоративную коннотацию. Эмоциональная сила данного образа заключается в его конкретности и устойчивости.

Контекстуальное поле неолексем анализируемой группы зачастую лишено феминной или маскулинной составляющей. Исключением является гендерно окрашенный неологизм *tanpu*, называющий няню-мужчину. Тенденция преобладания гендерно нейтральных неолексем объясняется смещением ценностных ориентиров, стремлением женщин к нивелированию социальных ролей с мужчинами.

6. Неолексемы с компонентом лексико-семантического поля научная деятельность

Единицы: *maphead* (человек, занимающийся картографией); *ghostwriter* (призрачный писатель; человек, который пишет книги, статью и т.д. для другого человека); *information tamer* (технический писатель, специализирующийся на объяснении сложных концепций из таких областей, как наука и вычислительная техника); *biblionaut* (исследователь книг); *slanguist* (лингвист, специализирующийся на изучении сленговых слов и выражений).

Представленная группа полилексемных единиц отличается семантическими компонентами, такими как *map*, *head*, *writer*, *information*, *biblio*, *linguist*, создавая образный компонент коннотации, ассоциирующийся с наукой, научной деятельностью, презентуя положительный коннотативный смысл.

В рамках рассматриваемого лексико-семантического поля выделим неолексему *information tamer*, которая дословно описывает «укротителя информации», объясняющего простым языком сложные научные понятия. Через метафоризацию второго компонента, его ёмкий и запоминающийся образ, *tamer* (*укротитель*), подчеркивается сложность и прогрессивность познавательной деятельности человека, результаты которой преломляются в зеркале языка.

Заключение

Важным выводом, вытекающим из проведенного анализа, является наблюдение о том, что неологические номинации возникают вследствие социального запроса, выступающего в роли основной движущей силы неологизации в языке.

Словосложение и блендинг – доминантные и наиболее продуктивные словообразовательные приемы. Неологизмы с профессиональным компонентом охватывают различные направления деятельности человека (бизнес, IT-технологии, социальные сети, сфера услуг, медицина, наука и т.д.) ввиду совершенствования технологий и постоянных изменений в общественном сознании.

По результатам проведенного исследования отметим, что многие неологизмы имеют метафорическую основу, служащую инструментом создания выразительных образов. Метафорической трансформации подвергся огромный пласт языковых единиц, затрагивающих совершенно разные сферы жизни. В соответствии с этим можно вести речь не только о семантическом приращении, но и о новых общественных явлениях. Метафорическое переосмысление

неолексемы способствует как образному оформлению языковой единицы, так и лучшему пониманию индивидуумом его содержания.

Стоит выделить очевидные и закономерные свойства неологических единиц – их эмотивность и оценочность. Эмотивное содержание неолексем служит для четкой передачи мыслей и чувств индивидуума. Оценочность обусловлена прагматической функцией неолексем и включает в себе информацию об отношении говорящего к денотату.

Контекстуальное поле большей части рассмотренных неолексем не подразделяется на феминную и маскулинную сферы. Универсальный характер образов в основе неологизмов свидетельствует о ментальных переменах в обществе, у которого на вершине ценностного пространства находится стремление к уравниванию гендерных ролей.

На основании исследовательского анализа было установлено, что интердискурсивность пронизывает все лексико-семантические поля английского неологического пространства. Гетерогенность неолексем объясняется комплексным характером деятельности индивидуума, постигающего сложный и многогранный мир, что, в свою очередь, характеризует антропоцентрически ориентированную природу неологических единиц.

Отметим, что неолексемы с компонентом лексико-семантического поля *сфера услуг* составляют наиболее обширную группу. Большой приток новых слов объясняется неуклонным ростом сферы услуг и развлечений, выдвижением данного сектора на доминирующие позиции в мировой экономике. Немногочисленную группу в представленной работе составляют неолексемы лексико-семантического поля *научная деятельность*. Менее активное образование неологических единиц, актуализирующих профессионала, занятого научным осмыслением, связано, на наш взгляд, с меньшей вовлеченностью социума в сферу научного познания.

Перспективы изучения неологизмов с профессиональным компонентом мы видим в их более основательном и полиаспектном исследовательском анализе, обусловленном повышенной коммуникативной значимостью данных неологических единиц.

Конфликт интересов: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Conflict of interests: The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Литература / References

- Агеев С. В., Антоненко Н. В., Пушкарев Е. А. О когнитивно-прагматическом функционировании неологизма. *Теоретическая и прикладная лингвистика*. 2020. Т. 6. № 2. С. 5–7. [Ageev S. V., Antonenko N. V., Pushkarev E. A. Cognitive and pragmatic functions of neologisms in speech. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika*, 2020, 6(2): 5–7. (In Russ.)] https://doi.org/10.22250/2410-7190_2020_6_2_5_17
- Алефиренко Н. Ф. Проблемы когнитивно-семиологического исследования языка. *Слово – сознание – культура*, сост. Л. Г. Золотых. М.: Флинта; Наука, 2006. С. 31–41. [Alefirenko N. F. Issues of cognitive and semiological research in linguistics. *Word, consciousness, and culture*, comp. Zolotykh L. G. Moscow: Flinta; Nauka, 2006, 31–41. (In Russ.)]
- Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка. 2-е изд., перераб. М.: Флинта; Наука, 2012. 376 с. [Arnold I. V. *Lexicology of modern English*. 2nd ed. Moscow: Flinta; Nauka, 2012, 376. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/sdqwy1>
- Баранов А. Н., Добровольский Д. О. Принципы семантического описания фразеологии. *Вопросы языкознания*. 2009. № 6. С. 21–34. [Baranov A. N., Dobrovolsky D. O. The principles of the semantic description of phraseology. *Voprosy Jazykoznanija*, 2009, (6): 21–34. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/lhjlzl>
- Брагина А. А. Неологизмы в русском языке. М.: Просвещение, 1973. 224 с. [Bragina A. A. *Neologisms in Russian*. Moscow: Prosveshchenie, 1973, 224. (In Russ.)]
- Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Лингвострановедческая теория слова. М.: Рус. яз., 1980. 320 с. [Vereshchagin E. M., Kostomarov V. G. *Linguistic and regional theory of the word*. Moscow: Rus. iaz., 1980, 320. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/pgwrsr>

- Владимирова А. В. Эмотивность как самостоятельная лингвистическая категория. *NovaInfo.Ru*. 2019. Т. 1. № 96. С. 156–159. [Vladimirova E. M. Emotivity as an independent linguistic category. *NovaInfo.Ru*, 2019, 1(96): 156–159. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/yutudr>
- Выготский Л. С. *Собрание сочинений. Т. 2. Проблемы общей психологии*. М.: Педагогика, 1982. 504 с. [Vygotsky L. S. *Collected works. Vol. 2. Problems of general psychology*. Moscow: Pedagogika, 1982, 504. (In Russ.)]
- Георгинова Н. Ю. Интердискурсивность, интертекстуальность, полифония: к соотношению понятий. *Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина*. 2014. Т. 1. № 1. С. 149–155. [Georginova N. Yu. Interdiscursivity, intertextuality, polyphony: To the correlation of terms. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A. S. Pushkina*, 2014, 1(1): 149–155. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/secesd>
- Дединкин А. Л. Юридический дискурс как многомерный интегративный феномен и юрислингвистика как синкретичная наука. *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2021. Т. 23. № 1. С. 220–228. [Dedinkin A. L. Legal discourse as a multi-dimensional integrative phenomenon and legal linguistics as a syncretic science. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2021, 23(1): 220–228. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2021-23-1-220-228>
- Зубарева А. В. Проблематика колоративной лексики в современной лингвистике. *Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия*: III Междунар. науч.-практ. конф. (Ростов-на-Дону, 15 ноября 2013 г.) Ростов-на-Дону: Донское кн. изд-во, 2013. Вып. 3. С. 107–114. [Zubareva A. V. Color vocabulary in modern linguistics. *Language and law: current problems of interaction*: III Intern. Sci.-Prac. Conf., Rostov-on-Don, 15 Nov 2013. Rostov-on-Don: Donskoe kn. izd-vo, 2013, iss. 3, 107–114. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/ucnurh>
- Зубкова О. С. Медицинская метафора-термин как ментальная репрезентация. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2010. № 3. С. 41–48. [Zubkova O. S. Medical metaphor-term as a mental representation. *Voprosy Kognitivnoy Lingvistiki*, 2010, (3): 41–48. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/mvgqvvd>
- Зырянова А. В. Неологизмы-заимствования в аспекте их семантики (на материале средств массовой информации). *Вестник Челябинского государственного педагогического университета*. 2006. № 6-1. С. 156–164. [Zyryanova A. V. Semantics of borrowed neologisms in the media. *Vestnik Cheliabinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 2006, (6-1): 156–154. (In Russ.)]
- Иванова Н. К. Английские аббревиатуры-неологизмы: особенности образования и написания. *Вестник Пермского научного центра УрО РАН*. 2013. № 4. С. 52–60. [Ivanova N. K. English neologisms-abbreviations: Peculiarities of formation and spelling. *Vestnik Permskogo nauchnogo tsentra UrO RAN*, 2013, (4): 52–60. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/rzccprx>
- Караулов Ю. Н. *Общая и русская идеография*. М.: Наука, 1976. 355 с. [Karaulov U. N. *General and Russian ideography*. Moscow: Nauka, 1976, 355. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/sdcmjz>
- Катермина В. В. Гендерный стереотип: особенности формирования и функционирования в языке и речи. *Язык: категории, функции, речевое действие*: XI Междунар. науч. конф. (Москва-Коломна, 12–13 апреля 2018 г.) М.: МПГУ, 2018. Вып. 11. Ч. 1. С. 71–73. [Katermina V. V. Gender stereotype: formation and functioning in language and speech. *Language: categories, functions, speech action*: Proc. XI Intern. Sci. Conf., Moscow-Kolomna, 12–13 Apr 2018. Moscow: MPSU, 2018, iss. 11, pt. 1, 71–73. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/yzwshr>
- Катермина В. В. Неологизмы англоязычного дискурса как отражение ценностей современного общества. *Язык и культура в эпоху интеграции научного знания и профессионализации образования*. 2022. № 3-1. С. 27–33. [Katermina V. V. Neologisms of the English discourse as a reflection of the values of modern society. *Iazyk i kultura v epokhu integratsii nauchnogo znaniia i professionalizatsii obrazovaniia*, 2022, (3-1): 27–33. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/ryrqso>
- Катермина В. В. Номинация человека: национально-культурный аспект (на материале русского и английского языков). М.: Флинта, 2016. 222 с. [Katermina V. V. *Nomination of a person: National and cultural aspect (based on the Russian and English languages)*. Moscow: Flinta, 2016, 222. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/whizpr>
- Кубрякова Е. С. Номинативный аспект речевой деятельности. М.: ЛИБРОКОМ, 2012. 156 с. [Kubryakova E. S. *Nominative aspect of speech activity*. Moscow: LIBROKOM, 2012, 156. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/sapkvv>

- Ленько Г. Н. Анализ категории эмотивности и смежных с нею понятий. *Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина*. 2015. Т. 1. № 1. С. 84–91. [Lenko G. N. Emotivity category and related to it. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A. S. Pushkina*, 2015, 1(1): 84–91. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/uaorsf>
- Липилина Л. А. Когнитивная роль языковой аналогии в создании новых метафор (на материале современного английского языка). *Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта*. 2007. № 2. С. 91–98. [Lipilina L. A. The cognitive role of linguistic analogy in generating novel metaphors in English. *Vestnik Baltiiskogo federalnogo universiteta im. I. Kanta*, 2007, (2): 91–98. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/hysbgn>
- Липириди С. Х. Неологизмы в деловом дискурсе современного английского языка. *Гуманитарные исследования*. 2023. № 3. С. 74–79. [Lipiridi S. Kh. Eologisms in the business discourse of the modern english language. *Gumanitarnyye issledovaniya*, 2023, (3): 74–79. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qokfpr>
- Милявская Н. Б. Когнитивные основы формирования значения неологизмов, образованных в результате метафтонимического переноса (на материале современного английского языка). *Вестник Московского государственного лингвистического университета*. 2009. № 571-2. С. 70–84. [Milyavskaya N. B. Cognitive basis of meaning development of metaphtonymic neologisms (based on the modern English language). *Vestnik of Moscow State Linguistic University*, 2009, (571-2): 70–84. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/zbterz>
- Нашхоева М. Р. Лингвистическая концепция эмоций и эмотивности текста. *Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика»*. 2011. № 1. С. 95–98. [Nashkhoeva M. R. Linguistic concept of emotions and emotivity of the text. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*, 2011, (1): 95–98. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ofpslb>
- Пастухов А. Г. Вопросы интердискурсивности и селекция новостей. *Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования; Актуальные проблемы современной медиалингвистики и медиакритики в России и за рубежом: II Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 5–7 октября 2016 г.)*. Белгород: ИД «Белгород», 2016. С. 57–68. [Pastuchov A. G. Issues of interdiscursivity and news selection. *Discourse of modern mass media in the perspective of theory, social practice and education; Topical issues of modern media linguistics and media criticism in Russia and abroad: II Intern. Sci.-Prac. Conf.*, Belgorod, 5–7 Oct 2016. Belgorod: ID "Belgorod", 2016, 57–68. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/yhscun>
- Первова А. В. Интердискурсивность как форма гетерогенности текста и способ нарушения его структуры. *Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология*. 2015. № 4. С. 152–158. [Pervova A. V. Interdiscursivity as a form of heterogeneity of the text and a method of violation of its structure. *Vestnik TvGU. Series: Philology*, 2015, (4): 152–158. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/vkeurr>
- Пешё М. Прописные истины. Лингвистика, семантика, философия. *Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса*, ред. П. Серио. М.: Прогресс, 1999. С. 225–290. [Pêcheux M. Capital truths. Linguistics, semantics, and philosophy. *The quadrature of meaning: The French school of discourse analysis*, ed. Sériot P. Moscow: Progress, 1999, 225–290. (In Russ.)]
- Романович М. Ю. Номинативно-когнитивные основания метафорических трансформаций в английской неологии. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*. 2021. № 4. С. 165–175. [Romanovich M. Yu. Cognitive basis for metaphoric nomination in English neology. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 2021, (4): 165–175. (In Russ.)] https://doi.org/10.52070/2542-2197_2021_4_846_165
- Савченко А. Н. Образно-эмоциональная функция речи и поэтическая речь. Ростов н/Д: Рост. ун-т, 1978. 128 с. [Savchenko A. N. *Figurative-emotional function of speech and poetic speech*. Rostov-on-Don: Rostov University, 1978, 128. (In Russ.)]
- Телия В. Н. Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира. *Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира*, отв. ред. Б. А. Серебренников. М.: Высш. шк., 1988. С. 173–203. [Teliya V. N. Metaphorization and its role in creating a linguistic worldview. *The role of the human factor in language. Language and worldview*, ed. Serebrennikov B. A. Moscow: Vyssh. shk., 1988, 173–203. (In Russ.)]
- Терентий Л. М. Дипломатический дискурс как особая форма политической коммуникации. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2010. № 1. С. 47–56. [Terentii L. M. Diplomatic discourse as a specific form of political communication. *Voprosy Kognitivnoy Lingvistiki*, 2010, (1): 47–56. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/mvdfbr>

- Третьякова Л. Н. Военная метафора и военная фразеология в современном русском языке. *Актуальные проблемы русского языка и методики его преподавания: традиции и инновации*: XVII Всерос. науч.-практ. конф. с Междунар. уч. (Москва, 13 апреля 2018 г.) М.: РУДН, 2018. С. 42–55. [Tretiakova L. N. Military metaphor and phraseology in modern Russian language. *Relevant issues of the Russian language and methods of teaching Russian: traditions and innovations*: Proc. XVII All-Russian Sci.-Prac. Conf. with Intern. Participation, Moscow, 13 Apr 2018. Moscow: PFUR, 2018, 42–55. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/vpbihw>
- Хуснуллина Ю. А. Динамика развития фонда английских неологизмов. *Современные исследования социальных проблем*. 2022. Т. 14. № 1. С. 217–227. [Husnullina Yu. A. Dynamics of English neologisms development. *Modern Studies of Social Issues*, 2022, 14(1): 217–227. (In Russ.)] <https://doi.org/10.12731/2077-1770-2022-14-1-214-227>
- Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. 3-е изд. М.: URSS, 2009. 206 с. [Shakhovsky V. I. *Categorization of emotions in the lexical semantical system of language*. 3rd ed. Moscow: URSS, 2009, 206. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/qubucf>
- Юсупова Л. Г., Казыханова Г. Х. Особенности профессиональной лексики и ее отличие от терминов. *Достижения вузовской науки*. 2016. № 21. С. 175–178. [Yusupova L. G., Kazykhanova G. Kh. Professional vocabulary vs. terms. *Dostizheniia vuzovskoi nauki*, 2016, (21): 175–178. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/vsbinn>
- Cottingham M. D. Neo-emotions: An interdisciplinary research agenda. *Emotion Review*, 2024, 16(1): 5–15. <https://doi.org/10.1177/17540739231198636>
- Gracia B. M. Metapragmatic neology in digital discourse: Solid groundwork for morphopragmatics and construction morphology. *Language under Discussion*, 2021, 6(1): 38–42. <https://doi.org/10.31885/lud.6.1.255>
- Huang J. Semantic construction of internet neologisms under conceptual integration theory. *Frontiers in Humanities and Social Sciences*, 2023, 3(8): 109–115. <https://doi.org/10.54691/fhss.v3i8.5546>
- Lafoff G., Johnson M. *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press, 1980, 242.
- Tomaszewicz E. Novel words with final combining forms in English. A case for blends in word formation. *Poznan Studies in Contemporary Linguistics*, 2008, 44(3): 363–378. <https://doi.org/10.2478/v10010-008-0018-7>