

УДК 811.111'373.6:004

DOI 10.37972/chgpu.2020.108.3.003

*С. Ю. Богданова, Ю. Н. Карыпкина*

## **ПОИСК СМЫСЛОВ И ЛИНГВОКРЕАТИВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ПРОЦЕССАХ НОМИНАЦИИ В СФЕРЕ «НОВЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»**

*Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Россия*

**Аннотация.** В статье анализируются факторы, влияющие на выбор языковых средств номинации объектов и действий в сфере «новые информационные технологии», а также смысловые ограничения, налагаемые этимологией слова, которые необходимо учитывать в процессе лингвокреативной деятельности. В условиях технологического прогресса естественный язык использует все внутренние резервы для обеспечения коммуникации между людьми. В процессе акта номинации определяются связи между тремя категориями различной природы, к которым относятся непосредственно элемент действительности, его мыслительный образ, существующий в сознании человека, и лексическая единица, фиксирующая данный образ в системе языка. Основным концептуальным механизмом номинации в анализируемой сфере является развитие смыслов, под которые подбираются или даже создаются слова. На примере номинативного поля сервиса Twitter продемонстрированы концептуальные механизмы, лежащие в основе словообразовательных моделей, применяемых в данной сфере. К данным механизмам относятся «концептуальная деривация», подразумевающая процесс рекомбинации смыслов, при которой новые концепты формируются на базе первичных, уже существовавших в концептуальной системе человека, и «концептуальная интеграция», обеспечивающая развитие языка и реализацию им ведущей функции передачи разнообразных смыслов при ограниченном наборе языковых средств. В сфере «новые информационные технологии» происходит развитие значений репрезентирующих ее слов, их специализация и закрепление в определенных позициях в грамматической структуре высказываний.

**Ключевые слова:** *прагматоним, номинация, словообразование, лингвистическая креативность, концептуальная деривация, концептуальная интеграция, фразовые глаголы.*

*S. Yu. Bogdanova, Yu. N. Karypkina*

## **SENSE SEARCHING AND LINGUISTIC CREATIVITY IN NOMINATION PROCESSES IN THE SPHERE OF NEW INFORMATION TECHNOLOGIES**

*Irkutsk State University, Irkutsk, Russia*

**Abstract.** The article examines both the factors which influence the choice of the language means for the nomination of objects in the sphere «New Information Technologies» and semantic restrictions imposed by the «intrinsic form of a word» (or etymology) which should be taken into consideration in the process of linguo-creative activity. In the situation of technological progress a human language uses all the internal resources to ensure communication between people. In nomination act the ties between three categories of different nature are identified. Those three categories comprise an element of real life, its mental image, and a lexical unit that fixes the image in the language system. The basic conceptual mechanism of nomination can be defined as the advancement of meanings for which appropriate words are chosen or even created. The conceptual mechanisms that underline the word-formation models with the reference to the nominative field of the Twitter service are illustrated. These mechanisms include «conceptual derivation» and «conceptual integration». Conceptual derivation implies the process of recombination of meanings already existing in a language. Conceptual integration guarantees both continual development of a language system and its implementation of the primary function of transmitting diverse meanings with a limited set of language resources.

**Keywords:** *pragmatonym, nomination, word-formation, linguistic creativity, conceptual derivation, conceptual integration, phrasal verbs.*

**Введение.** Динамика процессов, наблюдаемых в сфере образования новых наименований онлайн-сервисов, средств электронной коммуникации и мобильных приложений, свидетельствует об их значительном ускорении. Подобные имена собственные относятся к категории прагматонимов (словесных обозначений марки товара или вида предлагаемых услуг), а образованные от них слова, обозначающие действия с сервисами и приложениями или их пользователей, призваны легко запоминаться, обладать новизной и создавать положительные образы в сознании использующих их людей. В то же время название может быть условно-символическим, а именно косвенно отражать реальные признаки объекта [4, с. 100]. Это становится возможным в случае выбора в качестве названия слова из словарного фонда родного языка и применения механизма концептуальной деривации. Такая деривация осуществляется на базе совокупности основных характеристик, именуемых Л. В. Бабиной «деривационный профиль», при которой задействуются метонимические когнитивные модели. Автор считает, что данные характеристики, способные помещаться в фокус при вторичной интерпретации, могут выступать основой формирования нового концепта [1, с. 199]. Помимо концептуальной деривации, в процессе номинации новых сервисов применяется когнитивный механизм концептуальной интеграции (*conceptual blending*). По результатам исследования В. И. Заботкиной, наибольшим креативным потенциалом обладают лексические единицы, созданные путем словослияния (*blends*), и новые метафорические значения слов [5, с. 214]. Целью статьи является анализ факторов, влияющих на процессы номинации в сфере «Новые информационные технологии» на примере номинативного поля сервиса Twitter.

**Актуальность исследуемой проблемы.** В условиях технологического прогресса естественный язык использует все внутренние резервы для обеспечения коммуникации между людьми в рамках обсуждения вопросов, касающихся их трудовой деятельности и повседневного общения. Особенности процессов номинации в рамках как подлинного, так и семантического словообразования (термины Е. С. Кубряковой [6]), а также ограничения на использование определенных слов, вызванные коннотациями, возникшими в ходе исторического развития их семантики, представляют в настоящее время большой интерес для лингвистов.

**Материал и методы исследования.** Материалом исследования послужили многочисленные примеры употребления относящихся к концептуальной области «Новые информационные технологии» английских существительных *Twitter, tweet, tweep* и глаголов *to Twitter, to tweet*, в том числе в составе фразовых глаголов. Примеры были получены методом сплошной выборки из корпусов текстов, размещенных на сайте <http://corpus.byu.edu>. В процессе работы были изучены дефиниции слов *twitter, tweet, peep* в авторитетных толковых и этимологических словарях английского языка с целью их этимологического анализа и исследования развития их значений с точки зрения диахронии. Метод концептуального анализа позволил выявить основные механизмы, лежащие в основе процессов номинации в обозначенной сфере.

**Результаты исследования и их обсуждение.** Креативность в самом общем смысле определяют как способность производить идеи или продукты, которые одновременно являются и оригинальными, и адаптированными к контексту специфических задач и налагаемым ими ограничениям [15]. Лингвистическая креативность проявляется в первую очередь в процессах номинации, которые в области прагматонимов имеют свои отличительные черты. Создатели наименований, как правило, стараются учесть важнейшие свойства продукта, подыскивая в качестве деривационной основы уже существующие

в языке слова с набором соответствующих семантических признаков для создания яркого образа либо используя бленды.

Название должно наилучшим образом отражать внутреннюю природу нового продукта – его функцию, внешний вид или потребительские свойства. Следовательно, в основе номинации подобного рода лежат смыслы, которые нужно воплотить в слова. Именно развитие (движение) смыслов, под которые подбираются или даже создаются слова, является основным концептуальным механизмом номинации в анализируемой сфере. В случае использования в новом качестве готового слова из словарного состава родного языка необходимо принимать во внимание всю историю его развития и все смыслы, присущие слову в разные периоды его существования в языке. Чем больше смыслов, отражающих суть нового продукта, содержит выбранное в качестве названия слово, тем успешнее может быть продукт с точки зрения его продвижения на рынке товаров и услуг. Из процесса номинации, как следствие, исключаются потенциально рассматриваемые слова с «негативным прошлым», как-то отрицательные коннотации или отрицательные мотивирующие признаки, лежащие в основе наименования (внутренняя форма слова).

Если вслед за сторонниками экстралингвистической детерминированности обогащения словарного состава считать, что новые слова обозначают не существовавшую ранее реалию [3, с. 168], то английское слово *Twitter* можно считать неологизмом, появившимся в 2006 году вместе с новым сервисом. В процессе номинации технологических новинок важную роль играют внутриязыковые процессы и креативное языковое мышление.

Для всех носителей языка очевидно, что слово *Twitter* как имя собственное образовано от давно существовавшего в английском языке глагола *twitter*. Для того чтобы оценить креативный замысел человека, давшего именно такое название новому продукту, обратимся к этимологии данного слова. По данным этимологических словарей, *twit* восходит к древнеанглийскому глаголу *ætwiȝan* “to reproach with, to blame”, образованного путем сложения приставки *æt* “opposition” и глагола *wiȝan* “to blame, to reproach”, который соотносился с древнеанглийским существительным *wiȝe* “punishment”. Предположительно, более раннее значение было “to behold, observe, hence to observe what is wrong, take notice of what is amiss”. Существительное *twit* со значением “a taunt” «насмешка / предмет насмешек, колкость, горький упрек» появилось в начале XVI века (примерно в 1520 г.). Значение “foolish, stupid and ineffectual person” впервые было зафиксировано в 1934 г. в британском сленге. Примечательно, в своей книге Дж. Айто пишет, что не совсем ясно, является ли существительное *twit* в данном значении одним и тем же словом – “It is not altogether clear whether the noun *twit* ‘fool’ is the same word” [7, p. 522]. По данным Оксфордского словаря, от глагола *twit* в 1845 г. было образовано существительное *twitter* [*twit* (v) + -er] со значением “one who twits; (dial.) a tale-bearer” [16], имевшее явно негативную окраску: “Don’t tell him anything, he’s a twitter”.

Оксфордский словарь относит образование глагола *twitter* к концу XIV века, более точно – к 1374 г., когда оно впервые появилось в произведениях Дж. Чосера как звукоподражательное слово, имитирующее пение птиц. В 1829 г. в семантике глагола произошел метафорический сдвиг, и в произведениях начала XIX века его можно было встретить в значении “to talk or chatter rapidly in a small or tremulous voice (esp. of a woman)” [16]. В словаре В. Скита данный глагол отмечен как глагол со значением многократности, образованный от *twit*, и означает “to keep on saying *twit*”; *twit*, в свою очередь, является слабой формой глагола *twat*, в современном английском языке – *twaddle* “to tattle, talk unmeaningly” [14, p. 671]. Все вышеупомянутые глаголы *twitter*, *twaddle* и *tattle* являются звукоподражательными. На этом основании представляется возможным заключить, что важнейшими семантическими компонентами глагола *twitter*, претендующими на включение в деривационный профиль, являются «процессуальность», «многократность», «речь», «звонкий, резкий звук».

В настоящее время глагол *twitter* продолжает употребляться в значении «крик птицы» “[intransitive] when birds twitter, they make a series of short, high sounds” [13]. Например: *Birds **twittered** in the high branches and grazed among the rich greenery bunched on the forest floor* [8] (2018). Кроме того, этот глагол продолжает использоваться и как глагол речи – “talk in a light, high-pitched voice”, как в предложении *As the Canadians received their bronze medals for their last-second win over the French earlier in the day, the Japanese women **twittered** like schoolgirls on a playground, choreographing a collective bow to the crowd before stepping on the podium* [8] (2012). С появлением мобильных устройств глагол *twitter* стал употребляться для обозначения звука звонка, приближая свое вхождение в число слов, репрезентирующих концептуальную область «Новые информационные технологии», ср.: *The CD had just ended when Joe's cell phone **twittered** in his pocket* [8] (2001).

Становится очевидным, что к моменту появления нового сервиса в сфере электронной коммуникации в английском языке существовали 1) глагол, относящийся к двум лексико-семантическим группам (ЛСГ): ЛСГ глаголов звукоподражания и ЛСГ глаголов речи, и 2) образованное от него существительное *twitter*, зафиксированное, согласно Оксфордскому словарю, в 1842 г. в значении “an act or the action of twittering as a bird; light tremulous chirping” [16]. Поэтому естественно, что два семантических компонента глагола «короткий звук» и «произносить что-либо» позволяли глаголу *twitter* удачно представить в языке функцию нового сервиса – отправлять короткие сообщения. Следовательно, прагматоним *Twitter* не был придуман создателями, а был взят из языкового фонда путем метафорического расширения известной лексической единицы. В таких случаях можно говорить о лингвистической креативности говорящих, использующих различные ресурсы языка, среди которых центральное место занимает механизм метафорического расширения, зачастую инициированного метонимией, а также аналогию и свойственные данному языку словообразовательные модели для создания удобного и привычного, но в то же время нового средства репрезентации формирующегося концепта. При этом новизна должна ощущаться всеми членами языкового сообщества.

Сервис *Twitter* появился в 2006 г., и к 2007 г. относится его первое упоминание в корпусе текстов, ср.: *Actually, listening to people talk about **Twitter** over the last few months, you hear that almost all the arguments against it are the exact same arguments that people had against Blogger* [8].

При появлении новых площадок электронной коммуникации, таких как Skype, YouTube, Facebook и др., появляются и глаголы, которые обслуживают сферу обращения с данным сервисом: *to Skype, to YouTube, to Facebook*, как в предложении *Daily, they will be headlined, columnized, broadcast, texted, **Twittered**, **YouTubed** and **Facebooked*** [12] (2016). Для таких глаголов характерно написание с заглавной буквы, поэтому, когда глагол *to twitter* в результате концептуальной девиации обрел новую жизнь в сфере новых информационных технологий, на письме он стал часто начинаться с заглавной буквы, хотя мог начинаться и со строчной, ср.: *But by March, she was **twittering** on a regular basis* [8] (2007).

Впрочем, вскоре на место глагола *to Twitter* пришел другой глагол с подобным значением, существовавший в английском языке с конца XIX века, *to tweet*, е. г. *You can blog. You can **tweet*** [СОСА] (2009), и появились сочетания *to tweet on (one's) Twitter*, как в предложении *People share links to news stories by e-mail, post articles on their Facebook and other networking feeds and **tweet** them on **Twitter*** [12] (2010), хотя прежний образованный по конверсии глагол *to Twitter* продолжал существовать. Для обозначения самого послания в языке постепенно закрепилось существительное *tweet*, используемое в том числе в словосочетании *to Twitter a tweet*, как в предложении *It is the **tweet twittered** round the world* [12] (2012).

Далее происходило вытеснение глагола *to Twitter* глаголом *to tweet* и распределение ролей между этими глаголами. По мнению Е. Г. Беляевской, помимо внешнего уровня,

где располагается смысловое содержание, в когнитивной модели представлен и глубинный уровень ментальных структур, организующих это смысловое содержание. Именно эти ментальные структуры выделяют смысловые доминанты и обеспечивают «выбор языковой единицы в процессе коммуникации» [2, с. 349]. Чем, помимо личного пристрастия, мог руководствоваться говорящий, выбирая определенный глагол в тот момент, когда традиция использования еще не сложилась? Какие потенциальные значения позволили расширять значения слов в этом направлении? Вероятно, речь может идти о таких факторах, как сочетаемость и конвенциональность употребления самих глаголов *to tweet* и *to Twitter*, их использование в составе фразовых глаголов, лингвокреативный потенциал и т. д.

Мы согласны с Е. Г. Беляевской, утверждающей, что концептуальное основание семантики лексемы «не осознается носителями языка, однако оно полностью определяет развитие семантической структуры слова и закономерности употребления этого слова в коммуникации» [2]. Как глагол звукоподражания, *to twitter* быстро приобрел негативную коннотацию в значении [intransitive, transitive] (*especially British English*) *to talk quickly in a high excited voice, especially about something that is not very important* [13]. Бесплезность и глупость – основные коннотативные оттенки данного глагола в представлении носителей английского языка. Мы также обращаем здесь внимание на семантический компонент ‘talk’, зафиксированный в словарной дефиниции. Действительно, в современном английском языке в значении “3. [intransitive, transitive] *twitter* (something) *to send a message or picture using the Twitter social media service*” [13] глагол *Twitter* имеет сочетаемость, очень близкую к сочетаемости глагола речи *talk*. Он в большей степени ориентирован на коммуникацию, чем на пересылку (*send*) чего-либо, если судить по многочисленным контекстам его использования.

Особенно обращает на себя внимание множество послелогов, с которыми глагол *Twitter* образует фразовые глаголы *Twitter out*, *Twitter away*, *Twitter on*, *Twitter up*, *Twitter back*, *twitter in*, *twitter back and forth*, *twitter about*, *twitter off* (заглавные буквы были у некоторых фразовых глаголов в предложениях, найденных методом сплошной выборки). Например, *Stop **twittering** your time **away** with electronic messaging* [8] (2011); *I'm all **Twittered up**, with a few followers who occasionally say kind things* [8] (2016); *But you know, I can't deal with a thousand people **twittering back and forth** so I let it go* [8] (2018). В контексте с прямой речью глагол *Twitter* обозначает исключительно коммуникацию: *Simmons, who **Twittered**, “It's time!!! No turning back!”* [8] (2009).

Значение «посылать» у глагола *Twitter* проявляется в контекстах, где присутствует объект передачи в виде сообщения: *Steve Rubel just **twittered a link** to an interesting BNET article on Google's School of Growth* [8] (2012); в виде оценки информации: *If fact-checkers are **Twittering out** the Romney lies, even those who do not watch politics but do follow Twitter will see it* [8] (2012); в виде предмета сообщения: *Well you didn't feel that way a few months ago with **twittering** family business* [8] (2015).

Глагол *to tweet* может быть употреблен в качестве синонима глагола *to Twitter*, усиливающего его негативную коннотацию в предложениях типа *The conservatives' sweeping control over the media restricts the liberals to **twittering and tweeting** their outrage* [8] (2012); ***Twittering and tweeting** is unlikely to ever replace well-written and researched journalism* [8] (2012). В последнем примере глагол *to be* использован в форме единственного числа (*is*), что также свидетельствует о том, что речь идет об одном действии, обозначенном сразу двумя глаголами. Еще одно употребление этих глаголов – в составе устойчивого выражения – демонстрирует близость их значения. Ср.: *By noon, Una Mullally, Shane Hegarty and Dermot Clarke had **twittered up** a teacup storm about alleged stereotyping* [12] (2014); *Do more than complain and **tweet up** a storm* [12] (2017).

В предложениях с прямой речью значение короткой коммуникации, безусловно, превалирует у глагола *to tweet*, однако в большинстве контекстов этот глагол обозначает действие по рассылке информации, ссылок, рисунков и фотографий, в том числе в составе небольшого числа фразовых глаголов: *she tweeted out a picture of a T-shirt* [12] (2017); *Anger took the better of him and he tweeted away without thinking* [12] (2017); *Hogg preferred to tweet out a link to a silly article* [12] (2020).

Создается впечатление, что время, когда говорящий не был уверен в выборе глагола для обозначения действия с сервисом Twitter, подошло к концу. Предложения типа *Tweeting, Twittering whatever you may want to call it, the truth is tweeting has become an integral part of social communication and business marketing* [8] (2012); *Sometimes my neurosis gets in the way of my twittering or tweeting or however it's said* [8] (2012) встречаются все реже. Размежевание терминов произошло не сразу, но в 2013 г. глагол и существительное *tweet* были зафиксированы в словаре как слова, репрезентирующие концептуальную область «новые информационные технологии».

В процессе лингвокреативной деятельности создатели новых слов в сфере «Новые информационные технологии» вынуждены действовать в определенных рамках. Так, по словам В. И. Заботкиной, «ограничения на развитие новых креативных значений слова накладывает концептуальная структура исходного значения» [5, с. 210]. Из-за того что существительное *twit* «тупица, кретин» вызывало неприятные ассоциации, ср.: *“Twitter” is a funny word (“Am I Twittering? Twitt-ing? Does that make me a twit?”)* [8] (2012), оно было сознательно заменено на *tweet*, близкое по значению и звучанию, но не имеющее подобных негативных коннотаций.

Показательным с точки зрения развития терминологии данной области является предложение, найденное методом сплошной выборки в корпусе американского варианта английского языка COCA: *When Twitter first launched in July 2006, no one used “tweet” as a noun or a verb. Instead, the service referred to the tweeting process as “Twittering” and those who used the service as “Twitter-ers”* [8] (2012). Как видим, пользователей сервиса изначально называли словом *Twitterers*, однако это имя не прижилось, и спустя два года после появления сервиса *Twitter* тех, кто активно им пользовался, стали называть *tweeps*. *Tweep (n) – “a person who uses the Twitter online message service to send and receive tweets”* [11]. Слово *tweep* представляет собой языковую контаминацию из двух слов: *twitter + peep = tweep* [9]. Согласно словарю Т. Ф. Хоуда, глагола *peep* появился как звукоподражательный глагол в XV веке и имел значение *“utter a weak shrill sound”*. Позднее образовалось существительное с тем же значением [10, с. 342]. В современном английском языке глагол *peep* является многозначным, и одно из его значений – *“utter a feeble shrill sound as of a bird newly hatched”, “to utter the slightest sound”* [11]. Как видим, в основе вновь созданного слова *tweep*, обозначающего деятеля (пользователя сервиса Twitter), лежит механизм концептуальной интеграции. *The 5-Hour Energy Guy on Twitter will be sharing tips from other tweeps and Facebook fans* [8] (2002); *Startled by the news, fellow activists passed the message around. It was received and re-tweeted by many fellow tweeps* [8] (2002).

Процесс обретения обществом навыков адекватного употребления нового слова может происходить с разной скоростью у разных представителей языкового сообщества, в частности, у представителей разных возрастных групп, о чем свидетельствует следующий пример: *‘You owe me at least a text or a tweep.’ ‘Mom, it’s a tweet, for the 10th time.’* [8] (2016). Здесь дочь раздражена тем, что мать неправильно использует слово *tweep*, путая его со словом *tweet*. Данная семантическая инновация, в основе которой лежит концептуальная интеграция, представляет собой своего рода термин, знакомый активным пользователям сервиса, но непонятный для остальной части языкового сообщества.

**Выводы.** Современные процессы номинации в сфере «новые информационные технологии» протекают быстро, но при этом не все новые слова благополучно проходят стадии социализации, и в результате они могут не закрепиться в языковой системе. В то же время образованные на основе концептуальной деривации глаголы, обозначающие деятельность по использованию нового сервиса, сразу включаются в категорию, что проявляется, в частности, в образовании ими фразовых глаголов. Подбирая слова под смыслы, которые создатели нового продукта хотят отразить в его названии, человек осуществляет лингвокреативную деятельность с учетом ограничений, налагаемых этимологией слов и закрепившимися за словом коннотациями.

Таким образом, в сфере «Новые информационные технологии» происходит развитие значений репрезентирующих ее слов, их специализация и закрепление в определенных позициях в грамматической структуре высказываний. Обращение к концептуальным механизмам, лежащим в основе процессов номинации в данной сфере, позволяет раскрыть смысловое содержание, передаваемое в рамках коммуникации. Представляется перспективным также исследование других стремительно развивающихся номинативных полей, в которых ведущую роль играют прагматонимы.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Бабина Л. В.* Сложные существительные и фразеологические единицы, образованные по метонимическим моделям, как результаты интерпретации с учетом доминантных смыслов // Когнитивные исследования языка. Вып. 38. – Тамбов : Издательский дом «Державинский», 2019. – С. 197–203.
2. *Беляевская Е. Г.* О когнитивной ассимиляции заимствований // Когнитивные исследования языка. Вып. 38. – Тамбов : Издательский дом «Державинский», 2019. – С. 348–356.
3. *Варфоломеева И. В.* Определение статуса «нового слова» и термина «неологизм» в современной английской лексикологии // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2009. – Вып. 549. Языкознание. – С. 167–172.
4. *Ермакова Л. Р.* К вопросу об употреблении прагматонимов в рекламных текстах // Научные ведомости. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – № 24(221). – С. 100–103.
5. *Заботкина В. И.* Когнитивные основы лингвистической креативности // Когнитивные исследования языка. Вып. 38. – Тамбов : Издательский дом «Державинский», 2019. – С. 208–216.
6. *Кубрякова Е. С.* Типы языковых значений: семантика производного слова / отв. ред. Е. А. Земская. – Изд. 2-е, доп. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 208 с.
7. *Ayto J.* Word origins. The hidden histories of English words from A to Z. – London : A & C Black, 2005. – 560 p.
8. Corpus of Contemporary American English. – URL : <http://corpus.byu.edu>.
9. English etymology dictionary. – URL : <https://etymologeeek.com/eng>.
10. *Hoad T. F.* The Concise Oxford Dictionary of English Etymology. – Oxford : Oxford University Press, 2003. – 552 p.
11. Merriam-Webster's Dictionary. – URL : <https://www.merriam-webster.com/dictionary>.
12. News on the Web Corpus. – URL : <https://www.english-corpora.org/now>.
13. Oxford Learner's Dictionaries. – URL : <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>.
14. *Skeat W. W.* An Etymological Dictionary of the English language. – Oxford : Clarendon Press, 1888. – 844 p.
15. *Sternberg R. J., Lubart T. I.* The concept of creativity: Prospects and paradigms // Handbook of creativity. – Cambridge : Cambridge University Press, 1999. – P. 3–15.
16. The Oxford English Dictionary. – Oxford : The Clarendon Press, 1933. – 1277 p.

Статья поступила в редакцию 29.07.2020

#### REFERENCES

1. *Babina L. V.* Slozhnye sushchestvitel'nye i frazeologicheskie edinicy, obrazovannye po metonimicheskim modelyam, kak rezul'taty interpretacii s uchetom dominantnyh smyslov // Kognitivnye issledovaniya yazyka. Vyp. 38. – Tambov : Izdatel'skij dom «Derzhavinskij», 2019. – S. 197–203.

2. *Belyaevskaya E. G.* O kognitivnoj assimilyacii zaimstvovanij // Kognitivnye issledovaniya yazyka. Vyp. 38. – Tambov : Izdatel'skij dom «Derzhavinskij», 2019. – S. 348–356.
3. *Varfolomeeva I. V.* Opredelenie statusa «novogo slova» i termina «neologizm» v sovremennoj anglijskoj leksikologii // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. – 2009. – Vyp. 549. Yazykoznanie. – S. 167–172.
4. *Ermakova L. R.* K voprosu ob upotreblenii pragmatonimov v reklamnyh tekstah // Nauchnye vedomosti. Seriya: Gumanitarnye nauki. – 2015. – № 24(221). – S. 100–103.
5. *Zabotkina V. I.* Kognitivnye osnovy lingvisticheskoj kreativnosti // Kognitivnye issledovaniya yazyka. Vyp. 38. – Tambov : Izdatel'skij dom «Derzhavinskij», 2019. – S. 208–216.
6. *Kubryakova E. S.* Tipy yazykovyh znachenij: semantika proizvodnogo slova / otv. red. E. A. Zemskaya. – Izd. 2-e, dop. – M. : Izdatel'stvo LKI, 2008. – 208 s.
7. *Ayto J.* Word origins. The hidden histories of English words from A to Z. – London : A & C Black, 2005. – 560 p.
8. Corpus of Contemporary American English. – URL : <http://corpus.byu.edu>.
9. English etymology dictionary. – URL : <https://etymologeeek.com/eng>.
10. *Hoad T. F.* The Concise Oxford Dictionary of English Etymology. – Oxford : Oxford University Press, 2003. – 552 p.
11. Merriam-Webster's Dictionary. – URL : <https://www.merriam-webster.com/dictionary>.
12. News on the Web Corpus. – URL : <https://www.english-corpora.org/now>.
13. Oxford Learner's Dictionaries. – URL : <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>.
14. *Skeat W. W.* An Etymological Dictionary of the English language. – Oxford : Clarendon Press, 1888. – 844 p.
15. *Sternberg R. J., Lubart T. I.* The concept of creativity: Prospects and paradigms // Handbook of creativity. – Cambridge : Cambridge University Press, 1999. – P. 3–15.
16. The Oxford English Dictionary. – Oxford : The Clarendon Press, 1933. – 1277 p.

The article was contributed on July 29, 2020

#### Сведения об авторах

*Богданова Светлана Юрьевна* – доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков и лингводидактики Педагогического института Иркутского государственного университета, г. Иркутск, Россия; e-mail: [rusjap@mail.ru](mailto:rusjap@mail.ru)

*Карыпкина Юлия Николаевна* – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков и лингводидактики Педагогического института Иркутского государственного университета, г. Иркутск, Россия; e-mail: [karypa@mail.ru](mailto:karypa@mail.ru)

#### Author Information

*Bogdanova, Svetlana Yuryevna* – Doctor of Philology, Professor of the Department of Foreign Languages and Linguodidactics, Pedagogical Institute, Irkutsk State University, Irkutsk, Russia; e-mail: [rusjap@mail.ru](mailto:rusjap@mail.ru)

*Karypkina, Yulia Nikolaevna* – Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Foreign Languages and Linguodidactics, Pedagogical Institute, Irkutsk State University, Irkutsk, Russia; e-mail: [karypa@mail.ru](mailto:karypa@mail.ru)