

RU

Неологизмы психологической семантики русского и английского языков как компонент языковой картины мира и объект языковой политики и планирования

Юдина Н. В., Селиверстова О. А.

Аннотация. Неологизмы представляют собой слой новейшей лексики любого языка. При этом к сферам наиболее интенсивного пополнения неологизмами традиционно относят технологии, политику, экологию и экономику. В последнее десятилетие среди общеупотребительной лексики наблюдается значительное число новой лексики психологической семантики. Исследование таких неологизмов представляется особенно интересным в сравнительно-сопоставительном ключе. Цель настоящей работы - оценка потенциала неологизмов психологической семантики как источника информации о языковой картине мира и наиболее продуктивных способах пополнения словарного состава языка с позиций когнитивной лингвистики и социолингвистики. Отобранные для целей исследования неологизмы на основе семантического анализа были разделены на семантические группы. Структурный анализ позволил выявить пути пополнения словарного состава английского и русского языков. Результаты сравнительно-сопоставительного анализа позволили впервые описать различия в языковой картине мира русского и английского языков на основе лексики психологической семантики, а также когнитивные механизмы, лежащие в основе наиболее продуктивных способов создания неологизмов, что составило научную новизну исследования. В результате были актуализированы данные о способах пополнения словарного состава английского и русского языков, определены продуктивные словообразовательные модели и способы словообразования. Рассмотрена целесообразность очищения русского языка от англоязычных заимствований.

EN

Neologisms of Psychological Semantics of the Russian and English Languages as a Component of the Linguistic Worldview and an Object of Language Policy and Planning

Yudina N. V., Seliverstova O. A.

Abstract. Neologisms represent a layer of the latest vocabulary of any language. At the same time, the areas with the most intensive coinage of new words traditionally include technology, politics, ecology and economics. A significant number of new vocabulary of psychological semantics has been observed among commonly used vocabulary in the last decade. The study of such neologisms is particularly interesting through a comparative-contrastive lens. The aim of the paper is to assess the potential of neologisms of psychological semantics as a source of information about the linguistic worldview and the most productive ways of adding new words to the vocabulary of the language from the standpoint of cognitive linguistics and sociolinguistics. The neologisms selected for the purposes of the study were divided into semantic groups based on a semantic analysis. A structural analysis made it possible to identify ways of adding new words to the vocabulary of the English and Russian languages. The results of a comparative-contrastive analysis allowed the researchers to describe the differences in the linguistic worldview of the Russian and English languages based on vocabulary of psychological semantics for the first time, as well as the cognitive mechanisms underlying the most productive ways of creating neologisms, which constituted the scientific novelty of the study. As a result, the data on the ways of adding new words to the vocabulary of the English and Russian languages have been actualised, the productive word-formation models and methods of word formation have been identified. The expediency of purifying the Russian language from English-language borrowings has been considered.

Введение

Каждый язык отражает способ восприятия тем или иным языковым сообществом мира и всех явлений в этом мире. При этом в зависимости от исследуемого языкового сообщества и присущего ему социолекта (или идиолекта) можно говорить о национальной, этнической, индивидуальной, профессиональной картине мира. Таким образом, «языковая картина мира – это отраженный средствами языка образ сознания реальности, модель интегрального знания о концептуальной системе представлений, репрезентируемых языком» (Бердникова, 2012, с. 271). Наиболее заметными оказываются элементы картины мира, репрезентуемые на уровне лексического состава языка, в том числе при помощи неологизмов.

Актуальность темы исследования обусловлена притоком в повседневную речь неологизмов из сферы профессиональной психологии как в русском, так и в английском языках, что требует научного осмысления. Вопросы появления в русском языке неологизмов напрямую связаны с процессом заимствования, отношение к которому в профессиональном филологическом и научном сообществе крайне неоднозначно. В этой связи необходимо дать оценку проблеме заимствований с точки зрения языковой политики в отношении корпуса языка.

Задачи исследования, необходимые для достижения поставленной цели, включают в себя отбор неологизмов, структурно-семантический анализ, описание областей языковой картины мира, подвергающихся наибольшей трансформации; выявление наиболее продуктивных способов пополнения словарного состава русского и английского языков; определение когнитивных механизмов, лежащих в основе ведущих способов пополнения словарного состава; описание подходов к языковой политике в отношении заимствований в русском языке.

Методы исследования. Отбор неологизмов проводился методом сплошной выборки из текстов тематически релевантных пабликов социальных сетей, а также комментариев к ним. Ключевым исследовательским методом является структурно-семантический и количественный анализ, позволивший выявить наиболее продуктивные способы образования неологизмов и словообразовательные модели в русском и английском языках. Метод контент-анализа был использован для выявления значений неологизмов. Общенаучные методы анализа, синтеза и группировки применялись для целей создания классификации.

Теоретическая база исследования включает работы, посвященные собственно неологизмам и способам их образования (Виноградов, 1975; Заботкина, 1989; Алаторцева, 1999), когнитивным механизмам (Болдырев, 2016; Ирисханова, 2013; Дзюба, 2014), а также заимствованиям (Карасик, 2021).

В работе использовались данные словаря Н. Г. Комлева (Словарь иностранных слов: более 4500 слов и выражений. М. – Тверь: Эксмо; Тверской полиграфкомбинат, 2006).

Практическая значимость результатов исследования состоит в возможности использования отобранных неологизмов для составления словарей, а также как материала для учебных пособий и учебных курсов по теории языка, лексикологии, современному русскому языку и др. Выявленные тенденции образования неологизмов, подкрепленные количественным анализом, дополняют существующие представления о современных английском и русском языках, а также о языковой картине мира.

Как известно, «языковая картина мира строится на том, что язык в целом и лексика в особенности, которую являют собой новые слова, представляют собой основную форму объективации окружающей действительности» (Линь, 2018, с. 36). Процессы и объекты номинации вызывают значительный исследовательский интерес в связи с тем, что сам выбор объектов номинации, мотивированность создаваемой лексической единицы, её узнаваемость, воспроизводимость и интеграция в лексическую систему языка говорят о значимости обозначаемого понятия для языкового сообщества. Появление новых когнитивных конструктов, встраивающихся в языковую картину мира, свидетельствует о появлении новых концептов. Таким образом, исследование неологизмов позволяет выявить зарождающиеся концепты и описать так называемую неологическую картину мира, понимаемую как «совокупность неологических знаний человека о мире, вербализованных неологизмами, формирует неологическую картину мира, которая является неотъемлемым элементом языковой картины мира» (Линь, 2018, с. 36).

Основная часть

Можно выделить ряд сфер жизни общества, в описании которых наиболее часто, на наш взгляд, встречаются неологизмы, среди них политика, экономика, экология, медицина и психология. Особое внимание при этом обращают на себя неологизмы психологической семантики, поскольку они многочисленны и быстро находят широкое использование в языке. По всей видимости, это связано с возросшим интересом к познанию внутреннего мира человека, а также с популярностью услуг психологов, общение с которыми значительного числа людей способствует переходу профессионализмов в разряд общеупотребительной лексики. Познавая в процессе когнитивной деятельности новые объекты действительности или открывая новые грани, признаки и свойства ранее познанного, человек как «интерпретатор результатов мыслительного отражения действительности и центр лингвосемиозиса» (Алефиренко, 2006, с. 36) стремится фиксировать результаты познания в новом слове.

Для целей нашего исследования методом сплошной выборки из текстов тематически близких блогов и сообществ, а также комментариев к ним были отобраны 115 неологизмов и объединены в 12 семантических групп:

1. Отношения с другими людьми (27 ЛЕ): *blamestorming* (всеобщее обсуждение чьей-то вины за какой-либо поступок на встрече или собрании), *gaslighting* (разновидность психологического насилия, используемого умышленно

на протяжении долгого времени с целью заставить человека сомневаться в адекватности собственного восприятия действительности или в объективности того, что его окружает), *emotional correctness* (чувства, которые считаются социально приемлемыми), *tom-shaming* (упреки матерей со стороны общества за действия или мнения, которые воспринимаются как неуместные или вредные для детей), *абыюз*, *бодишейминг*, *буллинг* (*буллинг*), *виктимблейминг* и др.

2. Отношение к себе и самоопределение (16 ЛЕ): *self-soothing* (умение находить способы улучшения настроения и самочувствия), *me time* (время на себя), *ego boost* (похвала себя за хорошо выполненную работу), *fairy* (человек с избыточным весом, довольный собой), *freemate* (женщина, которая не хочет выходить замуж или иметь детей, потому что счастлива жить одна), *архетип*, *аффилиация*, *бодипозитив*, *газлайтинг*, *жертва*, *сэлф-газла*.

3. Тревоги, стресс, страхи (11 ЛЕ): *busy brain* (психическое состояние, при котором наблюдается тревога, отсутствие концентрации и бессонница), *FOMO* (*fear of missing out*; страх упустить что-то интересное или веселое, особенно когда это приводит к недопониманию в общении в Сети) и др.; русскоязычных неологизмов не выявлено.

4. Родители и дети (8 ЛЕ): *juvenile* (беспочвенные и преувеличенные опасения, что Интернет и современные социальные тенденции негативно влияют на детей), *floortime* (терапевтическая или воспитательная техника, при которой взрослый вовлекается в творческую игру с ребенком, часто включая игру на полу), *milk brain* (чувство дезориентации и умственной вялости у молодых матерей; полное погружение в уход за новорожденным), *гиперопека*, *базальная тревога* и др.

5. Личностные качества и состояния (8 ЛЕ): *distraction addict* (человек, который легко отвлекается от текущей задачи), *shouting head* (громкий и агрессивный человек), *stress ripper* (человек, который чувствует себя лучше, когда переживает стресс, но постоянно жалуется на него), *ассертивность*, *алекситимия*, *локус контроля*, *ригидность*, *эротомания*.

6. Пандемия COVID-19 (9 ЛЕ): *mask-shaming* (критика человека, не носящего маску), *emotional distancing* (эмоциональное отдаление), *zoom fatigue* (утомление на фоне большого количества общения в режиме видеоконференции), *вакцинофобия*, *вирусобесие*, *гречкомания*, *карантин-шейминг* и др.

7. Мыслительная деятельность и психологическое состояние (8 ЛЕ): *binge thinking* (раздувание проблемы), *grey-sky thinking* (накручивание, пессимистичные мысли), *hathos* (чувство удовольствия, вызванное ненавистью к кому-либо или чему-либо), *January feeling* (приподнятое настроение, оптимизм, особенно в начале нового года), *loopus* (повторяющееся дежавю), *splitting / black-and-white thinking* (неспособность мышления человека объединить воспринимаемые положительные и отрицательные качества чего-либо в связанное, реалистическое целое), *инсайт*, *автаркия*, *в ресурсе*, *ресурсное состояние*.

8. Работа и профессиональная деятельность (7 ЛЕ): *pin-drop syndrome* (гробовая тишина в офисе, которая приводит к стрессу у сотрудников), *emotional labour* (усилия по выражению ложных или наигранных эмоций на работе, где это обязательно), *boreout* (физическое или эмоциональное истощение, вызванное скукой на работе), *downshifter* (человек, который меняет работы с более стрессовой на менее стрессовую, но менее оплачиваемую), *toxic productivity* (нездоровое стремление успеть все), *дауншифтинг*, *выгорание* и др.

9. Состояния, связанные с действиями в Сети (7 ЛЕ): *ego wall* (стена, на которой человек повесил свои ученые степени, сертификаты и награды, а также фотографии, на которых он появляется с известными людьми), *egosurfing* (поиск и просматривание страниц, записей и другого онлайн-контента, в котором упоминается ваше имя), *digital hangover* (чувство стыда, которое наступает на следующее утро после мероприятия, если знакомые или друзья уже успели выложить в социальные сети фотографии или видео), *думсёрфинг/думскроллинг* и др.

10. Чувства (особенно злости и негодования) (5 ЛЕ): *go postal* (разозлиться до степени возможного причинения вреда кому-либо), *curb shame* (смущение, которое испытывает человек, ожидающий зеленого светофора, в то время как остальные пешеходы переходят на красный свет из-за отсутствия движения машин), *jump the couch* (демонстрировать отклоняющееся от нормы поведение, создающее впечатление, что человек полностью вышел из-под контроля или даже сошёл с ума) и др.; русскоязычных неологизмов не выявлено.

- Пути решения проблем, связанных со стрессом (5 ЛЕ): *swishing party / dopamine dressing* (приятный досуг в компании друзей для поднятия настроения), *behavior ceutical* (деятельность, которая помогает преодолеть негативные состояния как альтернатива *pharmaceutical*) и др.; русскоязычных неологизмов не выявлено.

- Механизмы психологической защиты (4 ЛЕ): *defensive pessimism* (намеренное занижение ожиданий, чтобы избежать разочарования, особенно в отношении личных успехов и достижений), *trigger warning* (предупреждение перед началом фильма или текста о содержащихся в них тяжелых сценах, способных вывести из психологического равновесия), *триггер*, *гиперкомпенсация*.

Рассмотрим более подробно способы возникновения неологизмов (Рис. 1). Как упоминалось выше, неологизмы русского языка, отобранные для настоящего исследования, характеризуются большим количеством заимствований (68% от общего количества). Из них 81% – англицизмы (*сэлф-газлайтинг*, *газлайтинг*, *виктимблейминг*, *шейминг*, *бодишейминг*, *бодипозитив* и др.), 19% – заимствования греческого и латинского происхождения (*конформность* (от лат. *conformis* «подобный», «сообразный»), *эротомания* (греч. *ἔρως* «любовь», «предмет любви» и *μανία* «безумие»), *алекситимия* (от др.-греч. *ἀ-* – приставка с отрицательным значением, *λέξις* «слово», *θῆμός* «чувство», букв. «без слов для чувств»), *автаркия* (от др.-греч. *αὐτάρκεια* «самообеспеченность; самодостаточность») (Словарь иностранных слов)), перешедшие в общеупотребительную лексику

из профессиональных терминов. Некоторые слова заимствуются как есть, сохраняя свою структуру, и впоследствии полностью ассимилируются, приобретая словообразовательные морфемы русского языка: *форсить*, *комфортить*, *ассертивность*.

Что касается словообразовательных неологизмов, 10% образованы при помощи аффиксации (продуктивным префиксом является *hyper-*), 6% ЛЕ – при помощи словосложения по словообразовательной модели «прил. + суц.». Также было выявлено 16% семантических неологизмов: *токсичный*, *триггер*, *манипуляция*, *жертва*, *(не) в ресурсе*.

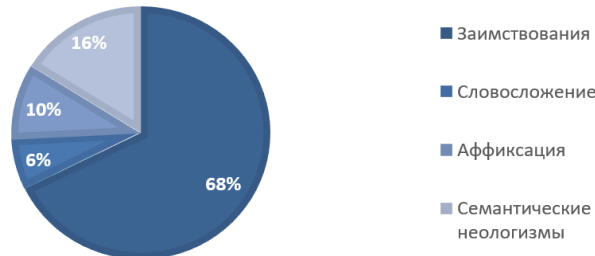


Рисунок 1. Способы возникновения неологизмов психологической семантики в русском языке, %

Рассмотрим способы создания неологизмов английского языка (Рис. 2). Среди представленных неологизмов английского языка не было выявлено полноценных заимствований, а компоненты словосочетаний, такие как *fatigue* (фр.) и *juvenile* (ит.) в словосочетаниях *juvenoia*, *CGI fatigue* и др., уже прочно закрепились в лексической системе языка, поэтому неологизмами их считать было бы неверно.

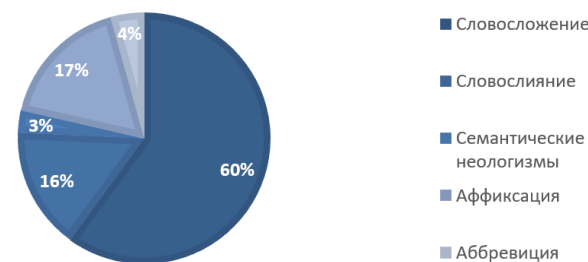


Рисунок 2. Способы возникновения неологизмов психологической семантики в английском языке, %

Самым продуктивным способом словообразования неологизмов психологической семантики английского языка также является словосложение (60%). К продуктивным основам, которые встречаются в двух и более ЛЕ, можно отнести *shaming*, *brain*, *syndrome*, *rage*, *anxiety*, *thinking*, *ego*, *time*, *hangover*, *emotional*.

Наиболее продуктивной моделью словосложения оказалась «суц. + суц.» (31 ЛЕ). Далее следует модель «прил. + суц.» с общим количеством в 8 ЛЕ. Единичный случай использования модели «мест. + суц.» – *me time*. А также выявлены 2 ЛЕ, образованные по модели «гл. + суц.»: *go postal*, *jump the couch*; и 2 примера атрибутивных словосочетаний.

Вторым по продуктивности способом словообразования выступает аффиксация (17%). Наиболее продуктивным является суффикс *-ist*, также встречаются суффиксы *-cule*, *-able*, *-ic*, *-athon*. Продуктивной основой для образования неологизмов путем присоединения префиксов является *-sexual*. Среди префиксов обращают на себя внимание *-mis*, *-self*, *-eco*. Близкой по численности является группа неологизмов, образованных по способу словослияния (16%): *egoboo*, *lassphemy*, *freemale* и др.

Помимо различий в способах пополнения словарного состава русского и английского языков, обращает на себя внимание неодинаковое количественное распределение неологизмов английского и русского языков в семантических группах. Так, в категории «Отношения с другими людьми» соотношение 1:1 (13 английских и 13 русских неологизмов), в то время как в группе «Отношение к себе и самоопределение» – 2:1 (10 английских и 5 русских неологизмов), а в группах «Тревоги, стресс, страхи», «Чувства», «Пути решения проблем стресса» русскоязычных неологизмов выявлено не было. Кроме того, 95% англоязычных неологизмов не имеют соответствий в русском языке, их, как правило, передают на русском при помощи описательного, часто довольно многословного перевода. Англоязычные неологизмы, которые имеют соответствия в русском, передаются заимствованиями из английского (*gaslighting* – *газлайтинг*, *doomscrolling* – *думскроллинг*) или кальками (*burn out* – *выгорание*). Это позволяет предположить, что оценка внутреннего состояния в англоязычной картине мира гораздо более диверсифицирована, при этом чувства и состояния, прошедшие этап номинации, довольно узнаваемы и для представителей других (в нашем случае русскоязычной) лингвокультур. Так, например, *curb shame* – «смущение, которое испытывает человек, ожидающий зеленого светофора, в то время как остальные пешеходы переходят на красный свет»

из-за отсутствия движения машин» – достаточно узнаваемое состояние. Существование наименования для него в другом языке служит своего рода маркером «нормальности» (я не один испытываю это чувство) и порождает потребность назвать это состояние на родном языке. При этом самым простым и «экономичным» способом оказывается заимствование; в рассматриваемом примере оно позволило бы редуцировать целое сложноподчиненное предложение до двух коротких слов. Таким образом, неологизмы психологической семантики оказываются своего рода защитным психологическим механизмом снятия тревожности и описания ситуации или состояния.

Выявленные различия в путях пополнения словарного состава языков связаны с гибкостью английской лексической системы ввиду отсутствия флексий и, соответственно, с более широкой сочетаемостью лексических единиц, о чем говорит словосложение как ведущий способ словообразования. При этом создание неологизма «является не пассивной объективацией внешнего мира, а сознательным и целенаправленным словотворчеством» (Касьянова, 2008, с. 77).

При создании нового слова используются когнитивные механизмы «профилирование», который понимается как «высвечивание», выдвигание определенной когнитивной структуры на передний план, и «конкретизация», сужающий обобщенное понятие, подмечая специфику процесса, состояния или явления, обозначаемого гиперонимом, входящим в состав нового слова (например, *mask-shaming*, *zoom fatigue* содержат не только наименование состояния или явления, но и его причину). При заимствовании задействуется иной когнитивный механизм – «категоризация», обеспечивающий узнавание объекта, состояния или явления, обозначенного иноязычным неологизмом или уже устоявшейся ЛЕ. «Содержание этого процесса заключается в том, что психика человека соотносит любую зацепленную вниманием информацию с уже хранящимися в памяти когнитивными структурами, или категориями» (Пушкарева, 2015, с. 66). При этом заимствование представляется наиболее экономичным средством наименования. Заимствованные языковые единицы существенно обогащают языковую картину мира, а их дальнейшая ассимиляция в языке и словообразовательный потенциал открывают простор для словотворчества (например, заимствованная основа -шейминг в неологизме карантин-шейминг).

В настоящее время всё чаще специалисты сетуют на то, что «в России нет государственного органа, который следил бы за соблюдением языковых норм», и предлагают разработать меры «контроля и регулирования», чтобы противодействовать «влиянию извне, процессам, разрушающим язык» (Лазуткина, 2021, с. 47), звучат призывы к целенаправленному вытеснению англоязычных неологизмов и замене их лексическими единицами русского языка. Так, Пётр Толстой, вице-спикер Госдумы РФ, в своем выступлении, приуроченном к Дню рождения А. С. Пушкина, рекомендовал «избавиться от глупых заимствований и англицизмов, которыми чиновники маскируют отсутствие содержательных мыслей» (Вице-спикер Госдумы призвал создать в России единое языковое пространство // ТАСС. 11.06.2022. URL: <https://tass.ru/obschestvo/14889245>). При этом можно усомниться, что заимствования действительно прикрывают отсутствие мыслей, как видно из вышеприведенного анализа неологизмов психологической семантики, обычно они позволяют более точно и кратко описать состояние или явление, выразить проблему или отношение. В этом случае «очищение» языка будет иметь скорее негативное воздействие.

В то же время существуют заимствования, имеющие полноценную замену в русском языке (*агриться – сердиться, респект – уважение*). Эта лексика употребляется, как правило, подростками в устной речи и является скорее данью моде. В таком случае «очищение» языка представляется нецелесообразным, поскольку устную речь практически невозможно ограничить искусственными рамками. Более того, язык, как самоочищающаяся система, принимает только то, что действительно соответствует прагматическим потребностям языкового сообщества. Слои «наносной» новомодной лексики крайне нестабильны, он быстро обновляется (ещё недавно популярное словосочетание *испанский стыд* сегодня для молодежи звучит устаревшим и всё чаще заменяется словом *кринж*) и не подвержен регулированию. Вместе с тем повышение общей культуры молодежи, создание возможностей для содержательного интеллектуального досуга, позиционирование языка как ценности планомерно приведет к более грамотной речи, менее склонной к необоснованному заимствованию иноязычной лексики.

Резюмируя сказанное, приведу мнение В. И. Карасика (2021), полагающего, признавая существование среди заимствований паразитарных по отношению к русскому языку концептов, которые «имеют общеоценочный характер и объясняются сегодняшней языковой модой», а также «чужих концептов, апеллирующих к иной системе ценностей», что «нет оснований для панических прогнозов», и предлагающего «привлекать внимание общественности к фактам, свидетельствующим о недостатках вкуса, образования и воспитанности у тех, кто не осознает ценности слова» (с. 99-100).

Заключение

Проведенное исследование неологизмов психологической семантики позволило сделать вывод о наиболее продуктивных способах пополнения словарного состава русского и английского языков.

В русском языке наибольшее число неологизмов приходится на заимствования (68%), в то время как в английском языке все неологизмы образованы при помощи внутренних ресурсов языка, при этом словосложение является наиболее продуктивным (60%).

При создании неологизма преимущественно задействуются когнитивные механизмы профилирования, конкретизации и соединения, в то время как при заимствовании на первый план выходит механизм узнавания.

Преобладание заимствований в русском языке связано как с лингвистическими, так и с экстралингвистическими факторами. К наиболее весомым лингвистическим факторам можно отнести систему флексий русского языка, которые выражают отношения между объектами действительности и ограничивают сочетаемость лексических единиц.

Среди экстралингвистических факторов наиболее вероятными видятся развитая, складывающаяся уже несколько десятилетий система психологической поддержки и популярность услуг психологов в англоязычных странах (прежде всего США). Гораздо большая диверсификация наименований состояний, отношений в языковой картине мира создает благоприятные условия для заимствований, появляющихся в речи благодаря узнаванию описываемых этими словами понятий.

Важно отметить, что в категории «Отношения с другими людьми» количество неологизмов русского языка не уступает английскому, что говорит о развитости этой сферы в языковой картине мира русскоязычного населения и важности этой сферы жизни. В то же время в семантических группах «Тревоги, стресс, страхи», «Чувства», «Пути решения проблем стресса» русскоязычных неологизмов выявлено не было.

Сегодня в языковой политике в отношении корпуса русского языка можно выделить два противоположных подхода: пуристический, предполагающий «очищение» языка от заимствований, и эволюционный, стоящий на позициях о том, что язык принимает и оставляет в лексической системе только то, что соответствует коммуникативным потребностям его носителей. Второй подход представляется разумным, при этом не стоит обесценивать усилия, направленные на повышение культуры речи как в публичном пространстве, так и в молодежной среде, в том числе через систему образования.

Перспективы исследований в данном направлении могут включать изучение неологизмов других семантических групп, а также выявление наиболее важных концептов, формируемых при помощи неологизмов. Для целей формирования языковой политики также необходимо провести грань между обоснованными и необоснованными заимствованиями.

Финансирование | Funding

RU

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финуниверситета.

EN

The reported study was conducted based on the results of the research carried out at the expense of budgetary funds under the state assignment of the Financial University.

Источники | References

1. Алаторцева С. И. Проблемы неологии и русская неография. СПб., 1999.
2. Алефиренко Н. Ф. Проблемы когнитивно-семиологического исследования языка // Слово - сознание - культура: сб. науч. тр. М.: Флинта; Наука, 2006.
3. Бердникова Д. В. Языковая картина мира как часть концептуальной картины мира // Актуальные проблемы преподавания иностранных языков в неязыковых вузах: мат. межфак. науч.-метод. конф. М., 2012.
4. Болдырев Н. Н. Типология концептов и языковая интерпретация // Новая Россия: традиции и инновации в языке и науке о языке: мат. докл. и сообщ. междунар. науч. конф., посвящ. юбилею заслуженного деятеля науки РФ, д. филол. н., проф. Л. Г. Бабенко (г. Екатеринбург, 28-30 сентября 2016 г.). М. - Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2016.
5. Виноградов В. В. Вопросы современного русского словообразования. М.: Наука, 1975.
6. Дзюба К. А. Когнитивные механизмы формирования наименований торговых марок // Вопросы когнитивной лингвистики. 2014. № 1.
7. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка. М.: Высшая школа, 1989.
8. Ирисханова О. К. О понятии перспективизации в когнитивной лингвистике // Когнитивные исследования языка: сб. науч. тр. / гл. ред. серии Н. Н. Болдырев. М. - Тамбов, 2013.
9. Карасик В. И. Импорт англоязычных концептов в русскую лингвокультуру // Русский язык в современном мире: настоящее и будущее: сб. ст. / отв. ред., ред.-сост. М. Б. Раренко. М., 2021.
10. Касьянова Л. Ю. Когнитивные факторы порождения нового слова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2008. № 2.
11. Лазуткина Е. М. О необходимости активной языковой политики // Русский язык в современном мире: настоящее и будущее: сб. ст. / отв. ред., ред.-сост. М. Б. Раренко. М., 2021.
12. Линь Е. Ментальность и неологическая картина мира (на материале тамбовских СМИ) // Неофилология. 2018. № 15.
13. Пушкарева Г. В. Когнитивные механизмы конструирования политической реальности // Полис. Политические исследования. 2015. № 1. DOI: 10.17976/jpps/2015.01.06

Информация об авторах | Author information

RU

Юдина Наталья Владимировна¹, д. филол. н., проф.

Селиверстова Оксана Александровна², к. филол. н.

^{1,2} Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

EN

Yudina Nataliya Vladimirovna¹, Dr

Seliverstova Oksana Aleksandrovna², PhD

^{1,2} Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow

¹ dr.yudina@mail.ru, ² oxana33@list.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 06.09.2022; опубликовано (published): 10.10.2022.

Ключевые слова (keywords): заимствование; неологизм; словообразование; языковая картина мира; языковая политика; borrowing; neologism; word formation; linguistic worldview; language policy.