

Научная статья

УДК 81'42; 81'34

DOI 10.17223/18137083/90/18

Лингвокреативность человека пишущего и говорящего (обзор вклада зарубежных и отечественных ученых)

Светлана Викторовна Андросова

Амурский государственный университет
Благовещенск, Россия

androsova_s@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6714-9684>

Аннотация

Цель статьи – руководствуясь широким пониманием лингвокреативности, представить обзор вклада отечественных и зарубежных лингвистов в изучение сущности и проявлений феномена и степеней его осознанности, а также собственные наблюдения. Методы анализа и синтеза применены для обобщения результатов осознанной и неосознанной лингвокреативности в словесном искусстве и обыденной коммуникации. Представлены традиционные и современные источники неологизмов, рассмотрены некоторые примеры из художественной литературы, бытовой коммуникации, жанра стендап и ряд других источников. С помощью метода акустического анализа выявлены фонологические техники создания инноваций в спонтанной и квазиспонтанной речи, а именно неканонические фонетические формы слов / слогов и их сочетаний в английском, русском, китайском и пушту языках.

Ключевые слова

Ф-креативность, И-креативность, профессиональная и бытовая коммуникация, рече-производство, речевосприятие, неканонические формы

Для цитирования

Андросова С. В. Лингвокреативность человека пишущего и говорящего (обзор вклада зарубежных и отечественных ученых) // Сибирский филологический журнал. 2025. № 1. С. 238–251. DOI 10.17223/18137083/90/18

Linguistic creativity: from writing to speaking (Contributions of Russian and foreign scholars)

Svetlana V. Androsova

Amur State University
Blagoveshchensk, Russian Federation

androsova_s@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6714-9684>

Abstract

Linguistic creativity (LC) is an inherent feature of language, constantly used by individual and collective native speakers for various purposes. This paper examines the contributions of

© Андросова С. В., 2025

ISSN 1813-7083

Сибирский филологический журнал. 2025. № 1. С. 238–251

Sibirskii Filologicheskii Zhurnal [Siberian Journal of Philology], 2025, no. 1, pp. 238–251

Russian and foreign linguists to the study of LC, focusing on its essence and diverse manifestations across different genres and linguistic levels. The analysis explores phonetic data collected by the author and collaborators, with illustrative examples taken from Russian, English, Chinese, and Pashto. Analytical, synthetic, and observational methods were employed to summarize the findings and elucidate both conscious and unconscious LC. The results of structural-semantic and contextual analyses indicate that LC cannot be considered solely the domain of writers and poets. Concurrent generative and lexical creativity processes facilitate the generation of linguistic units within spontaneous conversational contexts. For example changing just one word in a common proverb can completely alter its meaning. Both specialized and general language communities produce significant jargon, while global events foster the emergence of neologisms with varying lifespans. Global occurrences foster the development of neologisms with varying lifespans. A notable illustration is the COVID-related neologisms that originated in Chinese and quickly spread into other languages. Acoustic analysis revealed a predominance of non-canonical, or weak, phonetic forms resulting from assimilations, omissions, and liaisons. While these forms may appear chaotic, they reflect the complex coordination that governs speech production and perception. In conclusion, it can be stated that LC is an inherently elusive phenomenon, posing significant challenges to precise measurement and necessitating further investigation.

Keywords

F-creativity, E-creative, professional and casual communication, speech production, speech perception, non-canonical patterns

For citation

Androsova S. V. Linguistic creativity: from writing to speaking (Contributions of Russian and foreign scholars). *Sibirskii Filologicheskii Zhurnal [Siberian Journal of Philology]*, 2025, no. 1, pp. 238–251. (in Russ.) DOI 10.17223/18137083/90/18

Введение

В 1902 г. итальянский философ Б. Кроче в трактате «Эстетика» (Benedetto Croce «Estetica» (с. 37)) написал: «язык – это бесконечное созидание» (цит. по: [Zawada, 2006, p. 235]). «Обычный пользователь языка удивительно креативен. Не осознавая этого, мы все проводим большую часть времени бодрствования, изобретая язык» [Ледерер, 2019]. Креативность – это ингерентное свойство языка, центральный факт, который обязана рассматривать любая серьезная лингвистическая теория, и если она этого не делает, то ее участь остаться на периферии [Chomsky, 1964, p. 7–8].

Дж. Сэмпсон в 2016 году, не разделяя широкого понимания лингвокреативности (далее – ЛК) Хомского, предложил дихотомию Ф-креативности (F-creative activities, F = fixed), т. е. креативности на основе большого количества известных схем, и И-креативности (E-creative activities, E = enlarging / extending), т. е. креативности, выходящей за пределы известных схем либо расширяющей их. Первая в упрощенном понимании равна повседневной лингвистической продуктивности, которую Сэмпсон не относил к истинной креативности, а вторая порождает неожиданные инновации, нарушая правила существующей системы, расширяя ее, и именно она является истинной креативностью [Sampson, 2016]. Между тем А. Бергс [Bergs, 2019] на примерах 1) фраз-клише-клонов, 2) случаев комбинирования несовместимых элементов (mismatch) и «переинтерпретации» (coercion), 3) неожиданных и необычных инноваций (aberration) убедительно продемонстрировал, что это не дихотомия, а континуум (cline), где между двумя полюсами расположены феномены, совмещающие черты лингвистической продуктивности и лингвокреативности в узком понимании.

Широкого понимания ЛК придерживаются и ливанские лингвисты [Sakakini, Hadi, 2019]. В настоящей статье разделяется широкое понимание ЛК: она реализуется постоянно отдельными личностями (индивидуальная ЛК) и языковыми коллективами (народная ЛК) по разным причинам, с разными целями. Изначальная точка зрения о том, что ЛК является прерогативой человека пишущего и запечатлена лишь в бессмертных литературных произведениях выдающихся мастеров слова, давно подвергается критике. Это еще и процесс и результат коллективного творчества обычных носителей языка в обыденной коммуникации при речепроизводстве и речевосприятии [Asoulin, 2013, p. 228–229; Cremin, Maybin, 2013, p. 1]. В течение жизни мы устно и письменно производим бесчисленное количество уникальных фраз и столько же воспринимаем, свободно кодируем и декодируем мысли на языке в новых ситуациях и контекстах, в отличие от животных, напрямую не привязываясь к стимулам, вызвавшим эти мысли [Asoulin, 2013; Ледерер, 2019].

Для этого, по мнению Д. Эджера, во-первых, у нас есть чувство лингвистической структуры – мы строим предложения по схемам, не осознавая этого, но именно чувство структуры придает форму всему, что мы говорим и о чем думаем; во-вторых, языковая структура выстраивает иерархию значений слов и правила, по которым эти слова собираются вместе; в-третьих, это универсальное свойство самоподобия, когда более простые структуры отражают форму более сложной структуры, в состав которой они входят [Adger, 2019, p. 2–4], например, сверхфразовое единство состоит из фраз, а те, в свою очередь, состоят из синтагм, в состав которых могут входить ритмические группы (или фонетические слова) и т. д. – как матрёшка. Все эти единицы имеют сходную форму, схожие типы связи (например, организация просодически не выделенных компонентов вокруг просодически выделенного компонента). Такие структуры и схемы не навязываются нам ограничениями нашего мозга, мы их извлекаем из нашего языкового опыта.

Ф-креативность возникает в результате глубокой работы мысли, приводящей к новым намеренными и осознанными эпитетам, метафорам, малафорам, малапропизмам и т. п. [Bergs, 2019], используемым в письменной речи, – это преимущественно ЛК человека пишущего. И-креативность связана с автоматизмами, которые являются случайными и неосознанными [Ibid.]. Стилистические тропы могут появляться и неосознанно. Малафора *Молчать как рыба об лед* употреблена, предположительно, осознанно (совмещение двух устойчивых выражений – поговорок, вероятный источник – фильм «Свадьба в Малиновке»), однако автор сценария (человек пишущий) мог подслушать неосознанную оговорку в бытовом общении – а это уже ЛК человека говорящего, – оценить ее комический эффект и использовать. Малапропизм *Texas has a lot of electrical votes* – предположительно, случайное высказывание бейсболиста Йоги Берра, который употребил *electrical* вместо *electoral* (паронимы) – явная ЛК человека говорящего. Как видно из примеров, граница между ЛК человека пишущего и говорящего может быть размытой.

Ф-креативность и И-креативность присутствуют в литературе и бытовой коммуникации, но кладезь первой – художественная литература (проза и поэзия); вторая часто реализуется в бытовой сфере, но ею не ограничивается.

С делением на Ф-креативность и И-креативность в определенной степени перекликается деление на лексическую креативность и структуралистскую генеративную креативность, но полного параллелизма здесь нет. Так, лексические нео-

логизмы относятся к И-креативным продуктам (по Сэмпсону и Бергзу) и выполняют целый набор когнитивно-прагматических функций: помимо номинативной, экспрессивную, игровую и т. д. (подробнее см.: [Агеев и др., 2020]). Их производит как человек пишущий, так и говорящий. Традиционными источниками неологизмов являются важные социально-культурные, экономические и политические события, ведущая роль в их распространении принадлежит СМИ, а самым популярным языком-донором в настоящее время служит английский. Можно назвать два источника большого количества таких неологизмов: это технологии (включая информационные) и пандемия. Продолжительность жизни таких неологизмов значительно варьирует.

Языковые контакты и дистанционное общение и обучение постоянно порождают неологизмы типа уже ставших банальными *вотсапнуть* 'отправить сообщение по WhatsApp', *вотсапнуться* 'общаться по WhatsApp', *(за)зумиться* 'выйти в Zoom, работать в Zoom', *расшарить экран* 'поделиться экраном' (от англ. *share screen*) и т. п. Бурное развитие киберкультуры дало начало заимствованиям из английского языка, вербализующим «отмену» практик, связанных с дискриминацией по возрасту, внешнему виду, цвету волос, весу: *бодийшейминг*, в том числе его гиперонимы *фэтшейминг* и *скинни-шейминг*, *лукизм*, *эйджизм*, *эйблизм* (от англ. *body / fat shaming*, *lookism*, *ageism*, *ableism*) [Шустова, Шипицин, 2023].

Коронавирусная пандемия дала мощный импульс ЛК. Китайский язык стал инициатором и лидером в этой сфере и послужил материалом не для одного исследования [Васина, Тё, 2021; Ли, Стародубцева, 2021; Borankulova, Proshina, 2021]. В английском языке появилось более тысячи ковидных неологизмов [Thorne, 2020], отражающих работу и учебу «в дистанте», демографические события, меры безопасности до «ников», сленга и метафор войны. В сборнике «Новые слова и словари новых слов» (конец декабря 2020 г.) в 17 статьях из 20 вопросов ковидных неологизмов в русском языке представлен в разных ракурсах: словообразовательном (см.: [Геккина, 2020] и др.), лексикографическом (лексико-семантическое поле «коронавирус» с ядром и периферией в Медиасловаре [Проккофьева, Щеглова, 2020], с точки зрения оснований для включения в словарь неологического словаря), с точки зрения потенциала (в том числе паремиологического) и употребительности [Громенко, 2020], в сравнении с другими языками, например казахским [Анищенко, Абуталипова, 2020], английским и немецким [Павлова, 2020], венгерским [Янурик, 2020].

Другим источником неологизмов является гендерная политика. В этой связи отметим семантический анализ ста гендерно маркированных неологизмов, появившихся в английском языке в начале XXI в., на материале англоязычных электронных лексикографических источников [Ищенко, Филонова, 2020].

1. Лингвокреативность в словесном искусстве

Литература – это сфера проявления индивидуальной ЛК человека пишущего, а ярким примером народной ЛК (преимущественно, но не исключительно, человека говорящего) являются разного рода паремии, считалки, колыбельные песни и стихи (и другие поджанры фольклора), которые охотно используются отдельными авторами. ЛК в литературе посвящено большое количество работ, в частности по стилистическим тропам, поэтому ограничимся двумя примерами. Первый относится к структуралистской генеративной креативности. Известная английская паремия *Birds of a feather flock together* 'Рыбак рыбака видит издалека' была

трансформирована Стивеном Кингом в романе «Роза Марена» для того, чтобы один из главных героев мог выразить сарказм по поводу подруг своей жены и общности ее интересов с ними: *Cunts of a feather flock together* (S. King “Rose Madder”) ‘Стерва стерву видит издалека’. Здесь используется фраза-клише (snow clone), где первая позиция является заменяемым слотом.

Второй пример – создание собственного языка для персонажа, как это сделано британским писателем Р. Далом в сказке “Большой дружелюбный великан”; язык включал самые разные неологизмы (многие из которых оказались фонетически мотивированными), несомненно иллюстрирующие И-креативность (см. подробнее: [Шамина, 2015]).

ЛК проявляется в песенном творчестве. В этой связи необходимо отметить работу В. Г. Карпушкина, Т. В. Шмелевой с результатами по русскому рэпу на материале одного песенного произведения [Лингвистика креатива, 2018, с. 104–135].

ЛК в виде языковой игры реализуется в жанре стендапа и других комедийных жанрах, при этом авторы могут черпать вдохновение из бытовых ситуаций. Приведу два примера. Первый – песенка-воспоминание о непростых для детей и родителей школьных годах, первоисточник – выступление команды КВН «Днепр» в 2010 г. (<https://www.youtube.com/watch?v=AbcjgIUGC70>):

(1) Песенка:

Эта песенка про нашу школу –
Здесь счастливо растёт детвора,
И в нее ходят стайкой веселой,
Но, зараза, в 8 утра.
Я от хавки в столовой худею,
Что уже на себя не похож,
И продленка – чудесное место,
Но носить при себе лучше нож.
Вызывают родителей в школу –
Я что лифт, чтоб меня вызывать?!
Я не сдал мусорам дядю Колю
И на шторы не буду сдавать
...

Здесь создается эффект обманутого ожидания за счет контекстуальных (ситуативных) антонимов, таких как *счастливо растёт, ходят стайкой веселой vs зараза, в 8 утра, от хавки худею, на себя не похож; чудесное место vs нож*, а также присутствует языковая игра (прием каламбура), на основе полисемии слов *вызывать (вызывать в школу vs вызывать лифт)* и *сдать / сдавать (сдать мусорам (дядю Колю) vs сдавать (деньги) на шторы)*.

Второй пример – постановочный диалог покупателя с продавцом на фермерском рынке, в котором покупатель решил отпустить остроту на тему качества реализуемой сельскохозяйственной продукции и обслуживания, однако продавец тоже оказался любителем острот (https://www.tiktok.com/@chernovavero4ka/video/6997097157580885249?_r=1&_t=8o8qMw7ADQo).

(2) Разговор покупателя с продавцом на фермерском рынке:

Покупатель: У вас тут написано «Яйца отборные». У кого отбирали?

Продавец: У кур.

Покупатель: И что, никто не сопротивлялся?

Продавец: Те, кто сопротивлялись, лежат вон на том прилавке.

Покупатель: А что у вас огурцы желтые?

Продавец: Возьмите помидоры, они зеленые.

Покупатель: Девушка, а почему вы мне хамите? Дайте книгу жалоб.

Продавец: Какой том?

В первом случае покупатель, сомневающийся в качестве продукта, играет на полисемии, привязывая дериват-прилагательное *отборный* 'лучший по качеству' не к соответствующему значению 'выделить из общего числа' глагола *отобрать*, а к другому его значению – 'отнять', и в этом значении анализируемое прилагательное не является дериватом данного глагола. Далее подтема качества продукта развивается контекстом, из которого ясно что «сопротивляющиеся» куры были пущены на мясо. Во втором случае игра основана на прилагательных *желтый* и *зеленый*, которые, сочетаясь с существительными *огурец* и *помидор*, могут говорить либо о надлежащем, либо о ненадлежащем качестве продукта, в данном случае – ненадлежащем. В ходе развития подтемы качества обслуживания контекст – вопрос о томе жалобной книги – указывает на то, что жалоб бесконечно много и что продавцу за хамство по каким-то причинам наказания не будет.

Лингвистической креативности «все возрасты покорны». Дети активно проявляют осознанную креативность, создавая осознанные метафоры (источник последних – детская поэзия) [Лингвистика креатива, 2018]. В этой связи нельзя не привести пример из школьного фольклора:

У Лукоморья дуб зеленый,
Есть интернет на дубе том.
И днем и ночью кот ученый
Сидит ВКонтакте точка ком.

Языковая игра основана на многозначности глагола *сидеть* с наиболее подходящим значением 'находиться в каком-н. месте, внутри чего-н.' Место виртуальное и теоретически не обязательно предполагает сидение с опорой нижней частью туловища на поверхность, но связь с прямым значением явно прослеживается – в социальных сетях чаще всего сидят как в прямом, так и в переносном смысле. Четверостишие призвано в юмористической форме указать на вездесущность сети Интернет и социальной сети ВК (есть даже на дубе, используется даже котом).

Слова к песням и сценарии пишутся, поэтому их следует отнести к ЛК человека пишущего, но они предназначены именно для устного исполнения, поэтому граница между ЛК человека пишущего и говорящего снова оказывается размытой.

2. Лингвокреативность в других видах коммуникации

ЛК при общении профессионала с массовой публикой активно применяется в рекламе. Рональд Картер приводит пример рекламы авиакомпании, намекающей на отсутствие очередей для путешествующих бизнес-классом [Carter, 2015, p. 1], где среди перечисленных подряд в одну строчку букв отсутствует буква *q*, прочтение которой омофонично слову *очередь* (No q = No queue): *abcdefghijklmnopqrstuvwxy*

Другой пример – креативный нейминг компаний, организаций и заведений самого разного рода (от общепита, магазинов и салонов красоты до медицинских учреждений), который может быть как мотивированным, привлекающим потре-

бителя, так и немотивированным (с неясными и странными названиями, часть которых возникает из-за элементарного незнания истории имени и его значения). Нельзя не отметить работу О. С. Иссерс на материале названий гостиниц, стоматологических поликлиник и кабинетов, расположенных на территориях крупных городов Сибири [Лингвистика креатива, 2018, с. 75–103] и другие труды, в том числе посвященные графическому образованию нестандартных трапезонимов – названий заведений общественного питания – с помощью монографикации (создания новых номинаций средствами одной графической системы, например только кириллической), полиграфикации (создания новых номинаций средствами разных графических систем, например кириллической и латинской) и кодографикации (создания новых номинаций средствами разных кодовых систем, например языковой и цифровой) [Замальдинов, 2021]).

Даже современная научная коммуникация впитывает элементы ЛК, которые реализуются, в частности, в названиях научных статей в виде разнообразных метафор (например, метафоры войны и дороги в биологии и медицине, образованные по схеме «источник – путь – цель», образные и аллюзивные термины в экономике, биологии и физике) [Шарапкина, 2023]. Авторская нейтральность, типичная для отечественного научного стиля, уступает место авторской маркированности, состоящей в употреблении местоимения первого лица единственного числа *я*, и авторскому стилю, который прослеживается далеко не только в названиях научных статей и монографий, но и в особенностях самого языка научного описания, которые не всегда поддаются параметризации (см., например, анализ авторского стиля С. Г. Тер-Минасовой в [Раевская, 2023]).

Несомненный интерес вызывает детская бытовая компенсаторная ЛК [Лингвистика креатива, 2018, с. 11–39, 40–74], когда дети:

- создают спонтанные метафоры;
- выражают грамматический протест, обусловленный стремлением к единообразию парадигмы и грамматической (в частности, словообразовательной) симметрии;
- формируют метатезы.

Иллюстрируя ЛК взрослых в бытовой коммуникации, Картер [Carter, 2015, р. 2–4] приводит подслушанный им разговор трех студентов в Бристолле, обсуждающих своего арендодателя (ЛК человека говорящего):

A: Yes, he must have a **bob** or two.

B: Whatever he does he makes money out of it, just like that.

C: **Bob**'s your uncle.

B: He's quite a lot of money erm tied up in property and things. He's got a finger in all kinds of pies and houses and stuff. A couple in Bristol, one in Clevedon, I think.

Игра слов *bob ... Bob* необъяснима с точки зрения семантической связи. Данный продукт творчества возник как отголосок определенных чувств, отношений и опыта, общих для этих трех студентов: разговаривая о том, что у их арендодателя явно денег куры не клюют (саркастичное «найдется пара шиллингов», *bob* – разг. ‘шиллинг’), один вдруг вспоминает, что дядю другого зовут Боб.

На материале русского языка М. Э. Рут приводит большое количество примеров из разговорной речи, демонстрирующих, в частности, развернутые номинации ситуативного характера, например: *Я тут за **мужчиной в свитере с рюкзаком** занимала, он отошел, наверное* [Лингвистика креатива, 2018, с. 137].

Возникает вопрос, насколько ЛК поддается параметризации и статистической оценке. Эффективное решение этой задачи предложено в коллективной монографии [Лингвокреативность..., 2021]. Один из примеров параметризации показан на фразеологическом уровне (подсчет креативного и некреативного использования фразеологизмов) в русском и английском кинодискурсах. Процент креативного использования фразеологизмов от общего количества реализованных фразеологизмов весьма показателен, но это лишь один параметр, и его явно недостаточно, ведь ЛК фразеологизмами не ограничена.

3. Неканонические формы слов как продукт бытовой фонетической лингвокреативности

Примеры, наподобие приведенных в предыдущем разделе, по большей части осознаются носителями языка. В данном же разделе речь пойдет об ЛК на бессознательном уровне – фонетическом, который является сферой автоматизмов, и здесь мы имеем дело сугубо с ЛК человека говорящего. Система фонетических единиц и правила ее реализации диктуют канонические фонемные модели слов – идеальный фонемный состав. Однако в потоке речи в результате естественных модификаций возникает большое количество неканонических моделей, т. е. моделей с фонемным составом, отличным от идеального (с заменами фонем, выпадением гласных и согласных¹). Этот процесс можно отнести к генеративной структуралистской креативности, которая проявляется в подготовленной и спонтанной речи, на официальном и бытовом уровнях, но наибольшее количество проявлений обнаруживается в спонтанной и квазиспонтанной речи. Сложно согласиться с Бергсом о ее случайном характере – она относится к сфере неосознанного, но случайной не является. Аллофонный состав неканонической модели автоматически координируется под влиянием факторов, действующих одновременно в процессе речевой деятельности: от состава сегментной последовательности высказывания до темпа произнесения и специфики расстановки пауз. Это универсальный механизм, который можно проследить на многочисленных примерах неканонических форм из разных языков², возникших в результате многочисленных ассимиляций, выпадения и стяжения звуковых сегментов.

Русский (материал устной женской речи – публичные интервью на общественно-политические темы) [Streke, Androsova, 2021]: *может* [moʃt], *не будем* [nɪ'buəm], *значит* [zɛʃ], *собственно* ['sobsnə], *то есть* [tɛs'], *если* ['jɛsɪ], *пожалуйста* [pə'ʒals].

Английский (материал спонтанной американской речи): *you* [jɪ, ɪ]; *where* [wə]; *problem* [prɒbm]; *correct* [krɛkt], [krɛk]; *popular* [pɒplə]; *probably* [prəli]; *very* [vɛ] и др. [Андросова, 2015, с. 9].

Китайский (женская спонтанная речь): *ranhou* 'потом, после' [zanhou] → [zaou], [zao], [ənhou], [nhou]; *suan* 'кислый' (первый тон) [suan] → [san] 'три' (первый тон); *kao wan* 'закончить экзамен' [kʰəu wan] → [kaŋ] *kang* 'анти' и др. [Ли, Андросова, 2019; Ли, 2021].

¹ Фонетический эллипсис отнесен к фонологическим техникам создания инноваций [Лингвокреативность..., 2021, с. 221–223].

² В квадратных скобках дана акустическая транскрипция. Акустический анализ выполнен в программе PRAAT.

Пушту (спонтанная речь мужчин – носителей гильзайского диалекта)³: *исследования* [tseʁane] → [sjeʁen], предлог места [pə] → [pu], показатель будущего времени [ba] → [wu], *успех* [barɣa] → [weɣɣ].

Указанные реализации нельзя назвать случайными – они неоднократно встречаются в речи разных носителей соответствующего языка.

Заключение

Проведенный обзор позволяет заключить, что при широком понимании лингвокреативность реализуется на всех уровнях языка во всех сферах его использования. Это континуум, в котором пересекаются Ф-креативность и И-креативность, креативность индивидуальная и коллективная, осознанная и неосознанная, в литературе и искусстве (в том числе комедийном), в быту – ЛК человека пишущего и говорящего. Случайный характер неосознанной ЛК является спорным и нуждается в дополнительном осмыслении. Продукты ЛК возникают при взаимодействии разных уровней языка, а их изучение требует обращения не только к лингвистике, но и к философии и психологии.

Параметризация ЛК возможна, но очень сложна. Успешный опыт параметризации на фразеологическом уровне (подсчет креативного и некреативного использования фразеологизмов) необходимо распространить на другие уровни языка для получения полной картины распределения языковых средств, участвующих в ЛК.

ЛК – это не тот аспект, который можно до конца изучить, а, скорее, говоря словами Хомского и многих других, тайна или мистическая сила, к которой мы можем лишь пытаться приблизиться, и это чудо происходит именно тогда, когда мы комбинируем слова, создавая фразы [Adger, 2019, p. vi–vii].

Список литературы

Агеев С. В., Антоненко Н. В., Пушкарев Е. А. О когнитивно-прагматическом функционировании неологизма // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2020. Вып. 6, № 2. С. 5–17. DOI 10.22250/2410-7190_2020_6_2_5_17

Андросова С. В. Неканонические фонологические модели морфем и слов в русском и английском языках // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2015. Вып. 1, № 1. С. 5–15.

Анищенко О. А., Абуталипова Б. М. Пандемия коронавируса: новые русские и казахские слова в лексиконе казахстанцев // Новые слова и словари новых слов. 2020: Сб. науч. ст. / Отв. ред. Н. В. Козловская. СПб.: ИЛИ РАН, 2020. С. 28–32.

Васина К. С., Тё О. Е. Неологизмы в общественно-политических текстах на китайском языке в период пандемии коронавируса (COVID-19) // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2021. Вып. 7, № 4. С. 16–28. DOI 10.22250/2410-7190_2021_7_4_16_28

Геккина Е. Н. Ковид versus коронавирус: из наблюдений за регулярными случаями деривационных различий // Новые слова и словари новых слов. 2020: Сб. науч. ст. / Отв. ред. Н. В. Козловская. СПб.: ИЛИ РАН, 2020. С. 148–156.

³ Во избежание технических сложностей написание арабской вязью не приводится.

Громенко Е. С. «Коронный» потенциал русского языка начала 2020 г. // Новые слова и словари новых слов. 2020: Сб. науч. ст. / Отв. ред. Н. В. Козловская. СПб.: ИЛИ РАН, 2020. С. 45–62.

Замальдинов В. Е. Креативный нейминг нижегородских заведений общественного питания: графический аспект // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2021. Вып. 7, № 2. С. 35–43. DOI 10.22250/2410-7190_2021_7_2_35_43

Иценко И. Г., Филонова О. С. Семантический аспект английских неологизмов с гендерным компонентом значения // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2020. Вып. 6, № 4. С. 74–83. DOI 10.22250/2410-7190_2020_6_4_74_83

Ледерер Р. Творчество человеческого языка // Language. 2019. URL: <https://www.languagejournal.com/2019/06/10/the-creativity-of-human-language/> (дата обращения 12.02.2024).

Ли И. Акустические характеристики слабых форм китайских слов // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. 2021. Т. 18, № 2. С. 74–80. DOI 10.14529/ling210212

Ли И., Андросова С. В. Фонетические особенности слов в их обычных функциях и в качестве слов-паразитов (на материале китайского языка) // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2019. Вып. 5, № 3. С. 99–116. DOI 10.22250/2410-7190_2019_5_3_99_116

Ли С., Стародубцева Н. С. Лозунги на работах мастеров нематериального культурного наследия Китая как средство борьбы с эпидемией коронавирусной инфекции (COVID-19) // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2021. Вып. 7, № 3. С. 116–130. DOI 10.22250/2410-7190_2021_7_3_116_130

Лингвистика креатива / Под ред. Т. А. Гридиной. Екатеринбург: УрГПУ, 2018. 367 с.

Лингвокреативность в дискурсах разных типов: пределы и возможности / Отв. ред. И. В. Зыкова. М.: Р. Валент, 2021. 564 с.

Павлова А. С. Наименования коронавирусной инфекции COVID-19 в русском, английском и немецком языках: культурно-национальная специфика // Новые слова и словари новых слов. 2020: Сб. науч. ст. / Отв. ред. Н. В. Козловская. СПб.: ИЛИ РАН, 2020. С. 126–138.

Прокофьева Н. А., Щеглова Е. А. Медиясловарь ключевых слов текущего момента: лексико-семантическое поле «коронавирус» // Новые слова и словари новых слов. 2020: Сб. науч. ст. / Отв. ред. Н. В. Козловская. СПб.: ИЛИ РАН, 2020. С. 190–202.

Раевская О. В. Авторская маркированность научного текста, авторский стиль и благородный пафос ученого // Сборник научных и учебно-методических трудов. Вып. 20 в честь Юбилея профессора Светланы Григорьевны Тер-Минасовой / Под общ. ред. С. В. Титовой, С. Г. Тер-Минасовой, М. Г. Бахтиозиной. М.: КДУ, Добросвет, 2023. С. 173–181.

Шамина Е. А. Фонетическая мотивированность как основание литературного словотворчества (на материале сказки Р. Дала “The BFG”) // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2015. Вып. 1, № 4. С. 85–98.

Шараткова А. А. Креативные названия научных статей: вопросы классификации и концептуальный анализ // Сборник научных и учебно-методических трудов. Вып. 20 в честь Юбилея профессора Светланы Григорьевны Тер-Минасовой / Под общ. ред. С. В. Титовой, С. Г. Тер-Минасовой, М. Г. Бахтиозиной. М.: КДУ, Добросвет, 2023. С. 347–364.

Шустова С. В., Шипицын А. А. Новая лексика в дискурсивной практике «культуры отмены» // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2023. Вып. 9, № 3. С. 203–217.

Янурик С. Неологизмы коронавирусной эпохи в русском и венгерском языках: сопоставительный аспект // Новые слова и словари новых слов. 2020: Сб. науч. ст. / Отв. ред. Н. В. Козловская. СПб.: ИЛИ РАН, 2020. С. 210–218.

Adger D. *Language unlimited: The science behind our most creative power*. Oxford: Oxford Uni. Press, 2019. 263 p.

Asoulin E. The Creative aspect of language use and the implications for linguistic science // *Biolinguistics*. 2013. Vol. 7. P. 228–248.

Bergs A. What, If Anything, Is Linguistic Creativity? // *Gestalt Theory*. 2019. Vol. 41, no. 2. P. 173–184. DOI 10.2478/gth-2019-0017

Borankulova B. E., Proshina Z. G. New vocabulary related to coronavirus: The potential of its use in the Kazakh language and the problem of translation // *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika*. 2021. Vol. 7 (3). P. 18–25. DOI 10.22250/2410-7190_2021_7_3_18_25

Carter R. *Language and Creativity: The Art of Common Talk*. 2nd ed. Routledge, 2015. 288 p.

Chomsky N. *Current Issues in Linguistic Theory*. The Hague: Mouton, 1964. 119 p.

Cremin T., Maybin J. Children and teachers' creativity in and through language // *International Research Handbook of Children's Literacy, Learning and Culture* / Eds. K. Hall, T. Cremin, B. Comber, L. Moll. Wiley Blackwell, 2013. P. 1–19.

Sakakini A., Hadi D. Creativity in language: Reflections on polysemy, metaphors, idioms, collocations... and the like // *BAU Journal – Society, Culture and Human Behavior*. 2019. Vol. 1, iss. 1. Article 1. URL: <https://digitalcommons.bau.edu.lb/schbjournal/vol1/iss1/1> (дата обращения 12.02.2024).

Sampson G. Two ideas of creativity // *Evidence. Experiment and argument in linguistics and philosophy of language* / M. Hinton (ed.). Bern: Peter Lang, 2016. P. 15–26.

Streke Ya. V., Androsova S. V. Weak forms of words in socio-political discourse (Based on female speech) // *Proc. of the 13th Far Eastern English Language Teachers' Association International Conference "Language Studies and Language Teaching: Dreams, hopes, aspiration, achievement"* / S. V. Androsova (ed.). Blagoveshchensk: Amur State Uni. Press, 2021. P. 107–112. DOI 10.22250/LsLt.2021.107_112

Thorne T. #CORONASPEAK – the language of Covid-19 goes viral. 2020. URL: language-and-innovation.com/2020/04/15/coronaspeak-part-2-the-language-of-covid-19-goes-viral/ (дата обращения 15.01.2020).

Zawada B. Linguistic creativity from a cognitive perspective // *Southern African Linguistics and Applied Language Studies*. 2006. No. 24 (2). P. 235–254.

References

Adger D. *Language unlimited: The science behind our most creative power*. Oxford, Oxford Uni. Press, 2019, 263 p.

Ageev S. V., Antonenko N. V., Pushkarev E. A. O kognitivno-pragmaticheskom funktsionirovanii neologizma [Cognitive and pragmatic functions of neologisms in speech] *Theoretical and Applied Linguistics*. 2020, iss. 6, no. 2, pp. 5–17. DOI 10.22250/2410-7190_2020_6_2_5_17

Androsova S. V. Nekanonicheskie fonologicheskie modeli morfem i slov v ruskom i angliyskom yazykakh [Non-canonical models of morphemes and words in Russian and English]. *Theoretical and Applied Linguistics*. 2015, iss. 1, no. 1, pp. 5–15.

Anishchenko O. A., Abutalipova B. M. Pandemiya koronavirusa: novye russkie i kazahskie slova v leksikone kazakhstanstsev [Coronavirus Pandemic: New Russian and Kazakh words in the Kazakh vocabulary]. In: *Novye slova i slovari novykh slov. 2020* [New words and dictionaries of new words]. N. V. Kozlovskaya (Ed.). St. Petersburg, IWL RAS, 2020, pp. 28–32.

Asoulin E. The Creative aspect of language use and the implications for linguistic science. *Biolinguistics*. 2013, vol. 7, pp. 228–248. URL: <http://www.biolinguistics.eu> (accessed 12.02.2024).

Bergs A. What, If Anything, Is Linguistic Creativity? *Gestalt theory*. 2019, vol. 41, no. 2, pp. 173–184. DOI 10.2478/gth-2019-0017

Borankulova B. E., Proshina Z. G. New vocabulary related to coronavirus: The potential of its use in the Kazakh language and the problem of translation. *Theoretical and Applied Linguistics*. 2021, vol. 7 (3), pp. 18–25. DOI 10.22250/2410-7190_2021_7_3_18_25

Carter R. *Language and Creativity: The Art of Common Talk*. 2nd ed., Routledge, 2015, 288 p.

Chomsky N. *Current Issues in Linguistic Theory*. The Hague, Mouton, 1964, 119 p.

Cremin T., Maybin J. Children and teachers' creativity in and through language. In: *International Research Handbook of Children's Literacy, Learning and Culture*. K. Hall, T. Cremin, B. Comber, L. Moll (Eds.). Wiley Blackwell, 2013, pp. 1–19. URL: https://www.researchgate.net/publication/269699424_Language_and_Creativity (accessed 12.02.2024).

Gekkina E. N. Kovid versus koronavirus: iz nablyudeniy za regulyarnymi sluchayami derivatsionnykh razlichiy [Covid vs coronavirus: Observations over derivational differences]. In: *Novye slova i slovari novykh slov. 2020: Sb. nauch. st.* [New words and dictionaries of new words. 2020: Coll. of sci. art.]. N. V. Kozlovskaya (Ed.). St. Petersburg, IWL RAS, 2020, pp. 148–156.

Gromenko E. S. “Koronnyy” potentsial russkogo yazyka nachala 2020 g. [“Corona’s” potential of Russian in early 2020s]. In: *Novye slova i slovari novykh slov. 2020: Sb. nauch. st.* [New words and dictionaries of new words. 2020: Coll. of sci. art.]. N. V. Kozlovskaya (Ed.). St. Petersburg, IWL RAS, 2020, pp. 45–62.

Ishchenko I. G., Filonova O. S. Semanticheskiy aspekt angliyskikh neologizmov s gendernym komponentom znacheniya [Semantic aspect of English neologisms with gender component in meaning]. *Theoretical and Applied Linguistics*. 2020, iss. 6, no. 4, pp. 74–83. DOI 10.22250/2410-7190_2020_6_4_74_83

Lederer R. Tvorchestvo chelovecheskogo yazyka [Creativity of human language]. *Language*. 2019. URL: <https://www.language magazine.com/2019/06/10/the-creativity-of-human-language/> (accessed 12.02.2024).

Li Y. Akusticheskie kharakteristiki slabykh form kitayskikh slov [Acoustic patterns of Chinese weak word forms]. *South Ural State University Bulletin. Series “Linguistics.”* 2021, vol. 18, no. 2, pp. 74–80. DOI 10.14529/ling210212

Li Y., Androsova S. V. Foneticheskie osobennosti slov v ikh obychnykh funktsiyakh i v kachestve slov-parazitov (na materiale kitayskogo yazyka) [Phonetic patterns of words in their ordinary functions and as parasite words (Based on Chinese)]. *Theoretical and Applied Linguistics*. 2019, iss. 5, no. 3, pp. 99–116. DOI 10.22250/2410-7190_2019_5_3_99_116

Li X., Starodubtseva N. S. Lozungi na rabotakh masterov nematerial'nogo kul'turnogo naslediya Kitaya kak sredstvo bor'by s epidemiyey koronavirusnoy infektsii (COVID-19) [Slogans on the works of masters of China's intangible cultural heritage as a means of combating the epidemic of coronavirus infection (COVID 19)]. *Theoretical and Applied Linguistics*. 2021, vol. 7, no. 3, pp. 116–130. DOI 10.22250/2410-7190_2021_7_3_116_130

Lingvistika kreativa [Linguistics of creativity]. Gridina T. A. (Ed.). Ekaterinburg, UrSPU, 2018, 367 p.

Lingvokreativnost' v diskursakh raznykh tipov: Predely i vozmozhnosti [Linguistic creativity in various types of discourse: Limitations and possibilities]. Zykova I. V. (Ed.). Moscow, R. Valent, 2021, 564 p.

Pavlova A. S. Naimenovaniya koronavirusnoy infektsii COVID-19 v rusском, angliyskom i nemetskom yazykakh: kul'turno-natsional'naya spetsifika [Coronavirus COVID-19 infection names in Russian, English and German: Cultural and national specifics]. In: *Novye slova i slovari novykh slov. 2020: Sb. nauch. st.* [New words and dictionaries of new words. 2020: Coll. of sci. art]. N. V. Kozlovskaya (Ed.). St. Petersburg, IWL RAS, 2020, pp. 126–138.

Prokof'eva N. A., Shcheglova E. A. Mediaslovar' klyuchevykh slov tekushchego momenta: leksiko-semanticheskoe pole "koronavirus" [Media dictionary of keywords of the present moment: Lexical-semantic field "Coronavirus"]. In: *Novye slova i slovari novykh slov. 2020: Sb. nauch. st.* [New words and dictionaries of new words. 2020: Coll. of sci. art]. N. V. Kozlovskaya (Ed.). St. Petersburg, IWL RAS, 2020, pp. 190–202.

Raevskaya O. V. Avtorskaya markirovannost' nauchnogo teksta, avtorskiy stil' i blagorodnyy pafos uchenogo [Author style of a research paper and the researcher's noble pathos]. In: *Sbornik nauchnykh i uchebno-metodicheskikh trudov. Vyp. 20 v chest' Yubileya professora Svetlany Grigor'evny Ter-Minasovoy* [Collection of Academic and Scientific Works, iss. 20: In Honor of Professor Svetlana Grigor'evna Ter-Minasova]. S. V. Titova, S. G. Ter-Minasova, M. G. Bakhtiozina (Eds.). Moscow, KDU, Dobrosvet, 2023, pp. 173–181. URL: <https://bookonlime.ru/node/56039> (accessed 12.02.2024).

Shamina E. A. Foneticheskaya motivirovannost' kak osnovanie literaturnogo slovtvorchestva (na materiale skazki R. Dala "The BFG") [Phonetic motivation as a foundation for literary neologisms (Based on R. Dahl's fairy tale "The BFG")]. *Theoretical and Applied Linguistics*. 2015, iss. 1, no. 4, pp. 85–98.

Sharapkova A. A. Kreativnye nazvaniya nauchnykh statey: voprosy klassifikatsii i kontseptual'nyy analiz [Creative titles of research papers: Classification issues and conceptual analysis]. In: *Sbornik nauchnykh i uchebno-metodicheskikh trudov. Vyp. 20 v chest' Yubileya professora Svetlany Grigor'evny Ter-Minasovoy* [Collection of Academic and Scientific Works, iss. 20: In Honor of Professor Svetlana Grigor'evna Ter-Minasova]. S. V. Titova, S. G. Ter-Minasova, M. G. Bakhtiozina (Eds.). Moscow, KDU, Dobrosvet, 2023, pp. 347–364. URL: <https://bookonlime.ru/node/56039> (accessed 12.02.2024).

Shustova S. V., Shipitsin A. A. Novaya leksika v diskursivnoy praktike "kul'tury otmeny" [New vocabulary in the discursive practice of "Cancel Culture"]. *Theoretical and Applied Linguistics*. 2023, iss. 9, no. 3, pp. 203–217.

Sakakini A., Hadi D. Creativity in language: Reflections on polysemy, metaphors, idioms, collocations... and the like. *BAU Journal – Society, Culture and Human Behavior*. 2019, vol. 1, iss. 1, article 1. URL: <https://digitalcommons.bau.edu.lb/schbjournal/vol1/iss1/1> (accessed 12.02.2024).

Sampson G. Two ideas of creativity. In: *Evidence. Experiment and argument in linguistics and philosophy of language*. M. Hinton (Ed.). Bern, Peter Lang, 2016, pp. 15–26.

Streke Ya. V., Androsova S. V. Weak forms of words in socio-political discourse (Based on female speech). In: *Proc. of the 13th Far Eastern English Language Teachers' Association International Conference "Language Studies and Language Teaching: Dreams, hopes, aspiration, achievement"*. S. V. Androsova (Ed.). Blagoveshchensk, Amur State Univ. Press, 2021, pp. 107–112. DOI 10.22250/LsLt.2021.107_112

Thorne T. #CORONASPEAK – the language of Covid-19 goes viral. URL: language-and-innovation.com/2020/04/15/coronaspeak-part-2-the-language-of-covid-19-goes-viral/ (accessed 15.01.2020).

Vasina K. S., Te O. E. Neologizmy v obshchestvenno-politicheskikh tekstakh na kitayskom yazyke v period pandemii koronavirusa (COVID-19) [Neologisms in socio political texts in Chinese during the coronavirus (covid-19) pandemic]. *Theoretical and Applied Linguistics*. 2021, iss. 7, no. 4, pp. 16–28. DOI 10.22250/2410-7190_2021_7_4_16_28

Yanurik S. Neologizmy koronavirusnoy epokhi v russkom i vengerskom yazykakh: sopostavitel'nyy aspekt [New words of coronavirus era in Russian and Hungarian]. In: *Novye slova i slovari novykh slov. 2020* [New words and dictionaries of new words]. N. V. Kozlovskaya (Ed.). St. Petersburg, IWL RAS, 2020, pp. 210–218.

Zamaldinov V. E. Kreativnyy neyming nizhegorodskikh zavedeniy obshchestvennogo pitaniya: graficheskii aspekt [Creative naming of Nizhny Novgorod public catering establishments: Graphic aspect]. *Theoretical and Applied Linguistics*. 2021, iss. 7, no. 2, pp. 35–43. DOI 10.22250/2410-7190_2021_7_2_35_43

Zawada B. Linguistic creativity from a cognitive perspective. *Southern African Linguistics and Applied Language Studies*. 2006, no. 24 (2), pp. 235–254.

Информация об авторе

Светлана Викторовна Андросова, доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков Амурского государственного университета (Благовещенск, Россия)

Information about the author

Svetlana V. Androsova, Doctor of Philology, Professor, Foreign Languages Department, Amur State University (Blagoveshchensk, Russian Federation)

Статья поступила в редакцию 16.04.2024;
одобрена после рецензирования 26.06.2024; принята к публикации 26.06.2024
The article was submitted on 16.04.2024;
approved after reviewing on 26.06.2024; accepted for publication on 26.06.2024