

УДК 81'373.2

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.3-1/31>**Медвідь О. М.**

Сумський державний університет

Лигуша А. О.

Сумський державний університет

Таценко Д. О.

Сумський державний університет

ПОТЕНЦІЙНІ НОМІНАТИВНІ МОЖЛИВОСТІ БЛЕНДИНГУ

У статті викладено результати дослідження блендингу як потенційного динамічного сучасного засобу словотвору. Завдяки такому засобу словотвору, як блендинг, у сучасній англійській мові з'явилися та продовжують з'являтися нові слова, які широко використовуються у різних сферах сучасного світу на позначення новітніх артефактів і явищ, а також на уточнення вже знайомих понять, але викривають їх нові семантичні аспекти застосування за нових умов. З огляду на ємний і економний характер бленди активно використовуються у сфері політики, економіки, соціології, ЗМІ, реклами тощо, а також у повсякденній мові. До блендів належать лексичні одиниці, у процесі утворення яких діють два методи словотвору, а саме: упуцнення й об'єднання компонентів, тобто для блендингу характерне урізання деяких компонентів слова і їх комбінування між собою. Вивчення блендів не обмежується лише виявленням їх структурних особливостей, слово має не тільки граматичне, а й лексико-семантичне значення. У блендах корелятами часто виступають лексеми, що становлять певну соціальну, культурну, економічну, політичну, наукову (та ін.) значимість на конкретному етапі розвитку суспільства, а це робить їх відповідно вмотивованими.

Метою дослідження є структурно-семантичний аналіз блендингу як продуктивного лінгвального засобу утворення англійських номінацій сучасних об'єктів і явищ, зокрема антропонімів, топонімів, ергонімів тощо. Комплексний аналіз матеріалу дослідження, зокрема 130 блендингових номінацій, відібраних методом суцільної вибірки, доводить, що блендинг є одним із основних способів креації інноваційних номінацій у сучасній англійській мові. Актуальність дослідження полягає у систематизації теоретичних концепцій щодо зазначеної проблеми, а також у формуванні власної класифікації блендів-онімів у сучасній англійській мові та визначенні потенційних можливостей блендингу у системі словотвору номінативного прошарку як англійської лексики, так і дискурсів інших мов, що може слугувати перспективою дослідження.

Ключові слова: *словотвір, блендинг, бленд, номінація, онім, структурно-семантичний аналіз.*

Постановка проблеми. Лексичний склад мови відображає національну культуру в усьому її різноманітті та формує мовленнєву картину світу, яка визначає сприйняття всієї навколишньої щодо носія мови дійсності. Важливо зазначити, що саме завдяки різним видам і підвидам словотвору англійська мова як мова, котра є аналітичною за своєю структурою, динамічно розвивається, а її лексичне надбання збільшується щодня. Саме завдяки словотворенню мова збагачується та стає більш різноманітною й унікальною. Нині у сторіччя стрімкого розвитку технологій і відповідних сфер, що обслуговують цей процес, серед яких і мовлення, актуалізувався такий економний, ори-

гінальний, структурно скомпресований і семантично ємний засіб словотворення, як блендинг лексичних одиниць – основних номінантів різних об'єктів і явищ сучасного навколишнього світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Наукові праці з проблем англійського словотвору слугували теоретичною основою цього дослідження, зокрема М. І. Мостового, О. Д. Мешкової, П. М. Карашука та ін. Актуальну проблему змістового аспекту мови та семантику слів дослідили І. В. Арнольд та А. А. Уфимцева; у своїй наукових дослідженнях К. М. Вашист, Т. О. Грідіна, С. М. Єнікєєва, Ю. А. Зацний, Л. А. Нефедова, О. О. Хрущева, С. О. Швачко детально розглянули

тему блендингу як окрему категорію у системі словотвору та звернули увагу на його роль у лексиці сучасної англійської мови, яка відрізняється здатністю до утворення нових словникових одиниць завдяки своєму аналітичному складу. Переважна більшість новоутворень створюється за допомогою традиційних словотворчих способів, якими володіє мова, але є інновації, що потребують серйозного лінгвального аналізу, зокрема лексичні бленди. Останній спосіб словотвору популярний і широко застосовується для утворення назв місць, підприємств, компаній тощо. Вивченням процесу номінації та створенням унікальних індивідуальних назв різних об'єктів і феноменів буття займалися такі відомі вчені, як О. О. Реформатський, О. В. Суперанська, Ю. О. Карпенко, F. L. Utley, H. Motschenbacher та ін., роботи яких також мають неабияке значення для науково-методологічною бази цього дослідження.

Об'єкт вивчення опрацьований багатьма лінгвістами, але мова не стоїть на місці, розвивається, і є потреба у нових дослідженнях і детальному аналізі нового прошарка англословного дискурсу, зокрема різних номінацій, кількісний і якісний склад яких постійно оновлюється під впливом різних як лінгвальних, так і екстралінгвальних аспектів, тож ця тема буде залишатися актуальною завжди.

Постановка завдання. Метою нашого дослідження є структурно-семантичний аналіз блендингу як продуктивного лінгвального засобу утворення англословних номінацій сучасних об'єктів і явищ, зокрема антропонімів, топонімів, ергонімів тощо.

Науковий пошук організовано за допомогою аналізу науково-методичної літератури із проблем дослідження словотворчих процесів у сучасній англійській мові; методу узагальнення, що слугував підґрунтям для систематизації та логічного викладу наукової інформації; а також низки емпіричних методів: словотворчого та компонентного аналізу для визначення основних принципів словотвору і виявлення взаємозв'язків між складовими частинами блендингових одиниць номінації; типологічного методу і методу класифікації для виявлення й упорядкування засобів номінації; герменевтичного методу для поглибленого тлумачення семантичної навантаженості мовленнєвих одиниць; а також для доведення актуальності вивчення матеріалу дослідження (130 одиниць блендингових номінацій), отриманих методом суцільної вибірки в інтернет-медіа, використовувався кількісний аналіз.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні блендинг є одним із найбільш продуктивних способів словотворення, особливо в англійській мові, що пояснюється прагненням англійської мови до аналітичності, а також тенденцією використання мовленнєвої гри з метою залучення уваги, зокрема у засобах масової інформації.

Блендинг (від англ. blend – суміш, комбінація) – це спосіб словотворення, який поширився в англійській мові у ХХ ст. Принцип такого способу словотвору полягає у злитті двох (іноді більшої кількості) слів, точніше їх «уламків», в одну нову одиницю мови – бленд. Компонентами бленда є одиниці різних морфологічних рівнів – квазіморфи та морфеми – на відміну від інших складних слів, де функціональні тільки морфеми [1]. Блендинг є результатом взаємодії двох або більше вихідних одиниць, які проходять процес урізання й об'єднуються в одну лексичну одиницю або мають схожі фрагменти у своїй структурі й утворюються шляхом накладання один на одного. Бленд отримує структуру головного слова (слова, на якому акцентується увага), тобто одного із двох або трьох слів, які брали участь у його утворенні [2]. Наприклад: *videorazzi* = *video* + *paparazzi* як нова назва професії людини, яка знімає на відео певні дії відомих людей. У цьому випадку лише частина слова *papar-* була вилучена, а друга частина слова була скомбінована з головним словом у бленді, на якому саме і поставлений смисловий акцент – *video-*. На відміну від слів, що утворюються шляхом складання або ж префіксально-суфіксальним способом, бленди не мають чітко розрізнявальної схеми утворення, і саме явище блендингу є досить нелогічним. Якщо порівняти два слова: *sunrise* і *slurb*, стає зрозуміло, що перше слова виникло шляхом злиття двох окремих слів *sun* і *rise*, друге – шляхом злиття двох мовних одиниць *slums* і *suburb* [3]. Отже, можна зробити висновок, що компонентами бленду є одиниці різних морфологічних рівнів, його утворення проходить процес змішування певної головної лексичної одиниці з додаванням морфологічної частки іншого слова. Важливо зазначити той факт, що у бленді зберігається акцентована структура одного з похідних слів, яке виступає семантично головним.

Необхідно розуміти, що блендинг є навмисним і вмотивованим способом словоскладання, часто зі специфічним стилістичним забарвленням або смисловим акцентом. Варто звернути увагу на певні особливості універсальності блендів, які частіше проявляються на рівні дискурсу, а саме:

використання та поширення блендів у художньому, публіцистичному, науковому, рекламному та ін. текстах. Необхідно також звернути увагу на те, що нині переважає кількість блендів-іменників на морфологічному рівні, значно рідше можливо зустріти використання блендів, які мають багаточленну структуру [4]. На семантичному рівні бленди займають значне місце у формуванні нових лексем, зокрема наукових термінів і визначень для позначення комплексних понять, а також різних назв – власних, географічних, організацій, компаній, торгових марок тощо.

У сучасній англійській мові словотворчий процес номінації, а точніше утворення онімів, що є назвами індивідуалізованих предметів і явищ, переважно відбувається за допомогою використання власного мовного матеріалу, та розширення використання засобів словотворення [5], зокрема блендингу, на базі вже наявних мовних одиниць, які належать до класу як власних назв, так і загальних. Насамперед оніми називають предмети, виконуючи номінативну функцію, до того ж як вторинну, так і первинну. Для непрямой номінативної функції характерним є перенесення найменування на інший предмет, внаслідок чого воно отримує здатність визначати певні властивості низки об'єктів. У прямій номінативній функції вони вказують на предмет, якому вони присвоєні в індивідуальному порядку [6].

Позначуваний власною назвою предмет називають носієм, тобто референтом. Люди, тварини, компанії, установи, географічні й астрономічні об'єкти, кораблі, назви книг, фільмів та інших творів літератури та мистецтва тощо можуть виступати в ролі таких носіїв. Лінгвісти завжди намагалися запропонувати різноманітні варіанти класифікації онімів. М. П. Кочерган поділяє власні назви на: 1) антропоніми (імена людей); 2) топоніми (географічні назви); 3) теоніми (назви божеств); 4) зооніми (клички тварин); 5) астрономіми (назви небесних тіл); 6) космоніми (назви зон космічного простору і сузір'їв); 7) хрононіми (назви відрізків часу, пов'язані з історичними подіями); 8) ідеоніми (назви об'єктів духовної культури); 9) хремотоніми (назви об'єктів матеріальної культури) та ін. [7, с. 50–55].

М. Е. Рут класифікує власні назви за позначуваними предметами, тобто за предметною сферою: 1) назви осіб (ім'я, прізвище, по батькові); 2) клички тварин, птахів та ін.; 3) топографічні імена – річок, океанів, морів, заток, проток, озер, країн, океанів, гір, гірських хребтів, міст, поселень, парків, вулиць, доріг та ін.; 4) імена будин-

ків, установ, кораблів, суден, літаків та інших засобів пересування; 5) назви книг, журналів, п'єс, музичних гуртів і виконавців та ін. [8, с. 61].

Враховуючи спроможність онімів виконувати у мовленні функції ідентифікації, номінації, диференціації, табування тощо, у зв'язку з появою та швидким розвитком культурних і технологічних тенденцій щодня в англійській мові створюються нові блендингові одиниці на позначення нових назв і визначень, які стають унікальними [9, с. 103]. Безліч назв міст, торгових марок, туристичних місць, власних імен і прізвищ (тощо) виникають завдяки блендингу.

У нашому дослідженні всі блендингові одиниці-номінації, виокремлені з корпусу англійської медіа-текстів інтернету (130 од.), умовно поділено на такі групи: 1) власні імена-бленди; 2) бленди-топоніми; 3) бленди-ергоніми; 4) назви-бленди артефактів-гібридів; 5) блендингові номінації нових наукових і соціальних понять.

1. Власні імена, що є блендами

Базою для формування похідних лексем-онімів можуть бути як загальні, так і власні імена, зокрема антропоніми: імена, прізвища та прізвиська людей. Нині власні імена трактуються у лінгвістиці як «семантично порожні слова», але власні імена мають і мовне, і мовленнєве вираження, а також характеризуються актуалізацією індивідуалізуючого компоненту. Як мовна одиниця антропонім є одиницею словникового складу мови та має певне значення, яке вказує на належність до певного класу, на гендерні характеристики (жіноче або чоловіче ім'я), на національно-культурні ознаки тощо.

У випадку, коли власні назви є результатом блендингу, навіть якщо вихідними словами для цього словотворення слугували інші власні назви, вони вже не є «семантично порожніми», а стають вмотивованими одиницями, семантично зумовленими, а не лише яскравим емотивним явищем для стилістичного забарвлення [10, с. 15–19].

Наприклад: *Oxbridge* = *Oxford* + *Cambridge* як позначення двох найбільших університетів Великої Британії. Метою цього бленду є створення одного поняття, яке буде об'єднувати назви двох університетів як символ і історичний центр освіти Великої Британії.

Часто блендинг використовують для створення нових «гучних назв» із певним емоційним характером. Такі прийоми частіше використовуються у ЗМІ для умовного опису відомих пар і їх стосунків, щоб привернути увагу шанувальників. Все почалося з нового бленду – *Bennifer*, що означало

злиття двох імен *Jennifer Lopez* і *Ben Affleck*; далі утворився не менш відомий бленд *TomKat*, який уособлював злиття імен *Katie Holmes* і *Tom Cruise*; одним із найвідоміших і найпопулярніших блендів США є *Brangelina*, що походить від імен *Angelina Jolie* and *Brad Pitt*; бленд *Vaughniston* означає симбіоз імен *Vince Vaughn* і *Jennifer Aniston*; бленд *MacDuff* утворився на основі злиття імен *James McAvoy* + *Anne-Marie Duff*; а такий відомий бленд, як *Hillbilly* (*Hillary* + *Billy*) став символом подружньої єдності та любові президента Білла Клінтона та його дружини Хілларі.

2. Бленди-топоніми

Ще у 1994 р., коли відкрився залізничний тунель під Ла-Маншем, який з'єднав Францію та Велику Британію, він згодом став відомий під назвою «*Chunnel*,» поєднавши слова *channel* і *tunnel*, що зараз можна вважати ще одним власним іменем Ла-Маншу.

Популярний район Нью-Йорка Трайбека – *TriBeCa* – отримав саме таку назву шляхом змішування слів *Triangle Below Canal Street*.

Такі власні назви міст, як *Bollywood* і *Nollywood*, створено шляхом наслідування (*Hollywood*) і блендингу: *Bollywood* (*Bombay* + *Hollywood*) і *Nollywood* (*Nigeria* + *Hollywood*).

Відомі також топоніми – *Mexicalo* = *Mexico* + *Californina* – місто в Мексиці біля Каліфорнії; *Ohioa* = *Ohio* + *Iowa* – місто в штаті Небраска, яке отримало свою назву від древніх поселенців-вихідців з Огайо й Айови; *Texarkana* = *Texas* + *Arkansas* – місто в Арканзасі поруч із Техасом; *Australind* = *Australia* + *India* – місто у графстві Харві, Західна Австралія.

3. Бленди-ергононіми

Американська компанія під назвою *Nabisco*, що є однією з найпопулярніших компаній із виготовлення солодошів, утворилася за допомогою блендингу початкових складів: *National Biscuit Company*.

Така всесвітньо-відома компанія з оптової торгівлі як *Walmart*, утворилася за допомогою складання прізвища засновника *Walton* і скороченого слова *mart* (від англ. *market*).

Торгова марка *Dumpster* була створена за допомогою складання слів *dump* і прізвища *Demster*.

Американська компанія, котра виготовляє солодоші з 1990 р., має незвичайну назву *Triscuit*, що походить із поєднання слів *biscuit* та *electricity*. У цьому випадку засновники компанії взяли за основу слово *biscuit* і додали частку *tri* зі слова *electricity*, можливо, враховуючи фонетичний аспект ономації.

Фірма з виготовлення дитячого харчування *Nestlé* для створення своєї назви взяла за основу іменник *nest* і додала частку *lé* для більш пестливо-зменшуваного акценту, в перекладі назва звучить як «маленьке гніздечко».

Усім відома назва молочного шоколаду *Milka* – також бленд, що створено завдяки поєднанню слів *milk* і *cocoa*.

Відомий шоколадний батончик *KitKat* отримав свою назву завдяки симбіозу слів *Christopher Catling*, де із французької утворилося слово *Kit* від *Christopher*, а скорочене *Kat* – від прізвища *Catling*.

4. Назви-бленди артефактів-гібридів

В англійській мові з'явилося безліч нових визначень за допомогою блендингових номінації для нових комбінацій продуктів у наш синтетичний вік: *Broccoflower* = *broccoli* + *cauliflower*; *Spam* = *spiced* + *ham*; *Plumcot* = *plum* + *apricot*; *Tangemon* = *tangerine* + *lemon*; *Celtuce* = *celery* + *lettuce*; *Tofurkey* = *tofu* + *turkey*, а також гібридів-тварин як результату новітніх селекційних технологій: *Liger* = *lion* + *tiger*; *Labradoodle* = *labrador* + *poodle*; *Geep* = *goat* + *sheep*; *Cockapoo* = *cocker spaniel* + *poodle*; *Chicagorilla* = *Chicago* + *gorilla*, etc.

5. Блендингові номінації нових наукових і соціальних понять

Блендинг широко використовується для створення нових понять і визначень, що пов'язані з різними сучасними науковими та соціальними сферами.

Таке поняття, як *Californication* (каліфорнізація), було створено за допомогою змішування слів *California* та *fornication*.

Назви відомих політичних феноменів *Brexit* і *Texit* створені за допомогою симбіозу слів *Britain+exit*, *Texas+exit*.

Визначення *Trumponomics* утворилося об'єднанням прізвища американського президента *Trump* та іменника *economics*. Аналогами такого словотворення є також бленди *Obamanomics*, *Putinomics*, *Rogernomics*, *Tarzanomics*, etc.

Blaxploitation = *black* + *exploitation* – бленд, котрий широко використовується у науково-популярній літературі й усному спілкуванні, серед населення Сполучених Штатів Америки.

Назву, що часто використовують у розмовному дискурсі на позначення американського індіанця, *Amerind*, створено з часток *American* та *Indian*.

Неформальна назва суміші розмовної англійської та іспанської мов *Spanglish* була початком номінацій міксів різних мов: *Frenghish* =

French + English, Cubanics = Cuban Spanish + English, Ynglish = Yiddish + English, Hungarican = Hungarian + American, Japlish = Japanese + English, etc.

Широко використовуються лексичні бленди для номінацій різних сучасних термінів: *Maskne = mask + akne* (нова хвороба шкіри, що пов'язана з постійним носінням маски на обличчі); *Foodoholic = food + alcoholic*; *Mutagen = mutation + genesis*; *Arcology = architecture + ecology*; *Anacronym = anachronism + acronym*; *Voxel = volume + pixel*.

Висновки і пропозиції. Як доводить дослідження, здебільшого у номінації сучасних явищ і новітніх об'єктів, зокрема технологічно зумовлених, соціально вмотивованих і стилістично забарвлених, у сучасній англійській мові використовується такий спосіб словотвору, як блендинг, адже комплексний аналіз основних груп слів, що були виділені (власних імен-блендів; блендів-топонімів; блендів-ергонімів; назв-блендів артефактів-гібридів; блендингових номінацій нових наукових і соціальних понять), підтверджує цей

факт. Більшість нових блендів-онімів у сучасній англійській належать до 1-ї, 2-ї та 4-ї груп, що становить близько 65% опрацьованих одиниць, а до 3-ї та 5-ї груп відповідно – близько 35%. Завдяки цьому типу словотвору лексичне надбання сучасної англійської мови, і не тільки англійської, постійно збільшується та розвивається. Всі назви інноваційних об'єктів і явищ навколишнього світу й артефакти результату людської діяльності, як доводить дослідження, спочатку є власними номінаціями, але, як показує динаміка їх існування в мові та соціумі, через деякий час отримують статус «телевізора», тобто стають загальними назвами, а можливо, і зовсім зникають разом з об'єктами чи явищами, які «кануть у Лету». Гіпотетично можна стверджувати, що найбільша кількість онімів у сучасній англійській мові утворюється завдяки блендингу, особливо у сфері маркетингу, реклами, журналістики та туристичному дискурсі, адже саме ці галузі розвиваються надзвичайно швидко та постійно потребують нових лексичних номінацій у мові, і це може слугувати перспективою дослідження.

Список літератури:

1. Вашист К. М. Оказіональний характер англомовних блендингових лексем в україномовному рекламному дискурсі. *Наукові записки. Філологічні науки*. 2019. Вип. 175. С. 168–173.
2. Карпенко Ю. О. Ономастика. *Українська мова: енциклопедія*. Київ, 2007. С. 457.
3. Кочерган М. П. Загальне мовознавство : підручник. Київ : Альма-матер, 2010. 288 с.
4. Рут М. Э. Антропонимы: размышления о семантике. *Известия Уральского государственного университета*. 2001. № 20. С. 59–64.
5. Danks D. Separating Blends: A Formal Investigation of the Blending Process and its Relationship to Association and Word Formation Processes. RDUES, 2003. URL: http://rdues.bcu.ac.uk/publ/Debbie_Danks_Thesis.pdf (дата звернення 23.04.2021)
6. Jin M.-J. English Blends: A Descriptive Study of Their Distributional Patterns and Prosodic Features. *The Modern Linguistic Society of Korea*, 2005. 231 p.
7. Kaunisto M. Relations and proportions in English blend words. *QUALICO 2000*. Prague, August 26, 2000. 55 p.
8. Motschenbacher H. Corpus Linguistic Onomastics: A Plea for a Corpus-Based Investigation of Names. 2020. P. 88–103. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00277738.2020.1731240>.
9. Plag I. *Word-Formation in English*. Cambridge : Cambridge University Press, 2003. 157 p.
10. Utley F. L. The Linguistic Component of Onomastics. 2013. P. 145–176. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1179/nam.1963.11.3.145?journalCode=ynam20> (дата звернення 20.04.2021)

Medvid O. M., Lyhusha A. O., Tatsenko D. O. POTENTIAL NOMINATIVE POSSIBILITIES OF BLENDING

The article presents the results of the study of blending as a potential dynamic modern means of word formation. Due to such a tool of word formation as blending, new words have appeared and continue to appear in modern English, which are now widely used in various spheres of the contemporary world to denote the latest artefacts and phenomena, as well as to clarify familiar concepts, but exposing their new semantic aspects of application under new conditions. Due to their capacious and economical nature, blends are actively used in politics, economics, sociology, media, advertising, etc., as well as in everyday language. Blends include lexical units, in the process of formation of which there are two methods of word formation, namely: omission and combination of components, i. e. blending is characterized by cutting some components of the words and combining them with each other. The study of blends is not limited to identifying their structural features,

the word has not only grammatical but also lexical and semantic meaning. Blends correlates often contain a certain social, cultural, economic, political, scientific (etc.) significance at a particular stage of society development, which makes blend units accordingly motivated.

The goal of the study is the structural and semantic analyses of blending as a productive linguistic means of formation of English-language nominations of new modern objects and phenomena, in particular anthroponyms, toponyms, ergonyms, etc. A comprehensive analysis of the research corpora, in particular of 130 blending nominations, which were selected by the method of sampling, proves that blending is currently one of the main ways to create innovative nominations in modern English. The relevance of the study is to systematize the existing theoretical concepts on this issue, as well as to form a new approach to classification of blends-onyms in modern English and determine the potential of blending in the word-formation system of the nominative layer of both English vocabulary and discourses of other languages, that is the perspective of the research.

Key words: *word formation, blending, blend, nomination, onym, structural-semantic analysis.*