

Е. А. Коренько, А. А. Серая

СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ БЛЕНДОВ НА МАТЕРИАЛЕ «THE GUARDIAN»

Любой язык в ходе развития подвергается различным изменениям: меняется фонетический строй, происходят изменения в морфологическом составе слова, преобразуются семантические свойства слов и словосочетаний. Словарный состав языка также изменяется и эволюционирует: одни слова уходят в прошлое, другие появляются благодаря заимствованиям или в ходе словообразовательных процессов. Одним из высокопродуктивных способов образования слов на современном этапе развития английского языка является *блендинг* (*blending*). Особое внимание и возрастающий интерес многих ученых к исследованию данного феномена можно, по-видимому, объяснить высоким темпом появления блендов, нетрадиционностью их форм и значений, а также недостаточной степенью изученности блендинга.

Необходимо подчеркнуть, что все бленды могут быть проанализированы относительно разнообразных структурных классификаций, базирующихся на тех или иных критериях. Так, Д. Дэнкс, основывая свою классификацию на характере усечения мотивирующих компонентов, разделяет все бленды на 3 типа, включающие в себя подтипы. В свою очередь И. П. Полонская и Н. В. Беляева дифференцируют 3 и 6 структурных типов блендов соответственно. Кроме того, структурная классификация данных лексических единиц может быть описана с учетом категориальной принадлежности мотивирующих компонентов. Касательно данного критерия Н. А. Лаврова выделяет 14 типов блендов.

В качестве материала для исследования были отобраны бленды, встречающиеся в электронной версии газеты «The Guardian».

Рассмотрим бленд *infotainment*, мотивирующими компонентами которого являются такие слова, как *information* и *entertainment*. Согласно структурной классификации Д. Дэнкс, данный бленд является полным, т. е. состоит из инициального [*info*] и конечного [*tainment*] «осколков». Также к данному типу можно отнести такие бленды, как *frappuccino* [*frappe* + *cappuccino*], *infodemic* [*information* + *pandemic*], *ginormous* [*gigantic* + *enormous*], *infomercial* [*information* + *commercial*], *edutainment* [*education* + *entertainment*], *glamping* [*glamorous* + *camping*], *zoodles* [*zucchini* + *noodles*], *quarantini* [*quarantine* + *martini*], *cronut* [*croissant* + *donut*].

Следует отметить, что данный тип включает в себя большую часть проанализированных нами блендов. Менее популярными типами являются частичные бленды, состоящие из полного слова и конечного «осколка»: *freecycle* [*free* + *recycle*], *mumpreneur* [*mum* + *entrepreneur*], *mansplain* [*man* + *explain*], *emojification* [*emoji* + *modification*], *freemale* [*free* + *female*], *cyberchondria* [*cyber* + *hypochondria*], *yogalates* [*yoga* + *pilates*]; инициального осколка и полного слова: *infobesity* [*information* + *obesity*]; несрединного

«осколка» и полного слова: *hangry* [*hungry* + *angry*]; гаплогические бленды, состоящие из несрединного и конечного «осколков»: *sharenting* [*sharing* + *parenting*].

Сходные взгляды относительно структурных характеристик блендов можно встретить и у другого исследователя, а именно у Н. В. Беляевой, классификация которой, однако, является не настолько полной, как классификация Д. Дэнкс. Взяв за основу классификацию Н. В. Беляевой, анализируемый бленд *infotainment* можно классифицировать как НК тип (начало + конец). К данному типу мы также отнесли такие бленды, как *frappuccino* [*frappe* + *cappuccino*], *infodemic* [*information* + *pandemic*], *ginormous* [*gigantic* + *enormous*], *informercial* [*information* + *commercial*], *edutainment* [*education* + *entertainment*], *freecycle* [*free* + *recycle*], *glamping* [*glamorous* + *camping*], *zoodles* [*zucchini* + *noodles*], *mumpreneur* [*mum* + *entrepreneur*], *emojification* [*emoji* + *modification*], *freemale* [*free* + *female*], *quarantini* [*quarantine* + *martini*], *cyberchondria* [*cyber* + *hypochondria*], *cronut* [*croissant* + *donut*], *yogalates* [*yoga* + *pilates*].

Следует подчеркнуть, что данный тип является самым продуктивным. Остальные проанализированные нами бленды, а именно *hangry* [*hungry* + *angry*], *netiquette* [*internet* + *etiquette*], *mansplain* [*man* + *explain*], *sharenting* [*share* + *parenting*] можно отнести к типу «прочие», *infobesity* [*information* + *obesity*] – к типу НП (начало + полное слово).

Изучив классификацию Н. А. Лавровой, в основе которой находится категориальная принадлежность мотивирующих компонентов, мы включили бленд *infotainment* в тип N + N, т. к. он состоит из двух существительных, а именно *information* и *entertainment*. Также в рамках данного типа были рассмотрены такие бленды, как *frappuccino* [*frappe* + *cappuccino*], *infodemic* [*information* + *pandemic*], *edutainment* [*education* + *entertainment*], *zoodles* [*zucchini* + *noodles*], *mumpreneur* [*mum* + *entrepreneur*], *emojification* [*emoji* + *modification*], *quarantini* [*quarantine* + *martini*], *netiquette* [*internet* + *etiquette*], *cronut* [*croissant* + *donut*], *yogalates* [*yoga* + *pilates*].

Заметим, что, опираясь на классификацию Н. А. Лавровой, нами были выделены наименее производительные типы: Adj + N – *glamping* [*glamorous* + *camping*], *freemale* [*free* + *female*], *freecycle* [*free* + *recycle*], *cyberchondria* [*cyber* + *hypochondria*]; N + Adj – *informercial* [*information* + *commercial*]; Adj + Adj – *ginormous* [*gigantic* + *enormous*], *hangry* [*hungry* + *angry*]; N + V – *mansplain* [*man* + *explain*], Ving + Ving – *sharenting* [*sharing* + *parenting*].

Таким образом, анализ структурных особенностей изучаемых нами блендов из электронной версии газеты «The Guardian» позволил выявить как самые продуктивные, так и менее продуктивные способы их образования. К самым производительным можно отнести полные бленды (классификация Д. Дэнкс), НК (классификация Н. В. Беляевой) и N + N (классификация Н. А. Лавровой). Данным типам уступают гаплогические бленды (классификация Д. Дэнкс), НП (классификация Н. В. Беляевой), N + Adj, Ving + Ving, N + V (классификация Н. А. Лавровой).