

5. Воробьев, В. В. Отражение национальной языковой картины мира в реалиях Башкортостана : монография / В. В. Воробьев, А. К. Сулейманова, Ф. Г. Фаткуллина, Р. Х. Хайруллина – Уфа : РИЦ БашГУ, 2014. – 208 с.
6. Официальный язык в Австралии. – URL: <https://lookmytour.com/countries/australia/basic-info/ofitsialnyi-yazyk> (дата обращения: 26.03.2024).
7. Беленькая, В. Д. Очерки англоязычной топонимики. Учебное пособие / В. Д. Беленькая – Москва : Высшая школа, 1977. – 227 с.
8. Керт, Г. М. Топонимия в современном мире / Г. М. Керт // Изв. Урал. гос. ун-та : Гуманитарные науки. – 2001. – № 20. – Вып. 4. – С. 48–54.
9. Муллонен, И. И. Очерки вепсской топонимии / И. И. Муллонен. – Санкт-Петербург : Наука, 1994. – 155 с.
10. Ильина, А. Ю. Топонимические номинации англоязычной Канады как знаки культуры / А. Ю. Ильина, М. Е. Куприянова // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2012. – № 4. – С. 5–56.
11. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация: Учебное пособие / С. Г. Тер-Минасова. – Москва : Слово, 2000. – 624 с.
12. Габбасова, А. Р. Языковая картина мира: основные признаки, типология и функции / А. Р. Габбасова, Ф. Г. Фаткуллина // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 4. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=9954> (дата обращения: 02.02.2024).

*Коротких Ж.А., канд. филол. наук, доцент кафедры английской филологии,  
Какоткин В.Н., студент 4 курса Лингвистического института  
Алтайский государственный педагогический университет  
г. Барнаул*

## **БЛЕНДЫ-НЕОЛОГИЗМЫ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА КАК ФЕНОМЕН ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ**

**Аннотация.** В статье рассматриваются новые слова, образованные способом словослияния, появившиеся в английском языке за последние три года, описываются структурные и семантические характеристики блендов-неологизмов, представлена разработанная авторами тематическая классификация данных слов, устанавливается продуктивность блендинга как способа словообразования на современном этапе развития английского языка. Делается вывод, что бленды-неологизмы являются значимыми компонентами лингвокультурного контекста и отражают особенности коллективного сознания и культурные тренды. Подчеркивается, что использование блендов-неологизмов в процессе обучения расширяет кругозор и способствует эффективному формированию социокультурной компетенции учащихся.

**Ключевые слова:** словообразование, блендинг, продуктивность, бленды-неологизмы, тематическая классификация, лингвокультура.

**Zh. A. Korotkikh,  
V. N. Kakotkin**

## **BLENDS-NEOLOGISMS OF THE ENGLISH LANGUAGE AS A PHENOMENON OF LINGUOCULTURE**

**Abstract.** The article discusses the new words formed by blending, which have appeared in the English language over the past three years, describes the structural and semantic characteristics of

*blends-neologisms, presents the thematic classification of these words developed by the authors, establishes the productivity of blending as a type of word formation at the present stage of the development of the English language. It is concluded that blends-neologisms are significant components of the linguocultural context and reflect the features of collective consciousness and cultural trends. It is emphasized that the use of blends-neologisms in the learning process broadens students' knowledge and contributes to the effective formation of their socio-cultural competence.*

**Keywords:** word formation, blending, productivity, blends-neologisms, thematic classification, linguoculture.

Актуальность данного исследования обусловлена нарастающим интересом к языковым явлениям, отражающим трансформации в современном обществе. Анализ лингвистической литературы свидетельствует о том, что исследователи всё чаще обращают своё внимание на динамику словарного состава языка в контексте быстро меняющейся культуры и общества. Среди наиболее интересных феноменов выделяют образование в английском языке новых слов способом контаминации или блендинга.

Внимание лингвистов к данному способу словообразования можно объяснить следующими факторами. Во-первых, продуктивность контаминации как источника неологизмов в английском языке значительно выросла в XX – начале XXI вв.; во-вторых, под влиянием английского языка в ряде других языков, в том числе славянских, количество новых слов, образованных данным способом, заметно увеличилось; в-третьих, бленды получили широкое распространение и функциональность в общественной коммуникации. Переход блендинга из разряда второстепенных словообразовательных способов в категорию наиболее продуктивных отмечают многие лингвисты, приводя в качестве аргумента большое количество регулярно появляющихся блендов [1, с. 290]. Вместе с тем, как считает Н. В. Беляева, «данный вид словообразования, несмотря на его растущую популярность, с трудом поддаётся формальному описанию с точки зрения существующих лингвистических теорий» [2, с. 243].

Бленды-неологизмы – уникальные языковые конструкции, представляющие собой слияние слов или выражений. Важность их изучения заключается в том, что они не только служат отражением языкового творчества, но и являются значимыми компонентами лингвокультурного контекста и отражают особенности коллективного сознания и культурные тренды. Бленды являются микроскопом, позволяющим рассмотреть динамику социокультурных изменений.

Цель нашего исследования заключается в анализе блендов-неологизмов как феномена лингвокультуры английского языка. Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи: 1) изучить структуру и особенности образования блендов-неологизмов в английском языке; 2) проанализировать семантические отношения компонентов в составе слов-слитков; 3) разработать тематическую классификацию блендов-неологизмов, образованных в английском языке за последние три года; 4) выявить связь между происходящими в обществе переменами и образованием блендов-неологизмов.

Несмотря на значительное распространение блендинга, исследователи до сих пор не достигли единства во взглядах на модели данного способа словообразования. Наиболее распространенной моделью блендов считается объединение начальной части одного компонента (апокопа) с конечной частью другого (аффера). Однако данная модель не является единственной. Выделяют от четырех до шести моделей словообразования блендов [3, с. 2771].

Первая модель – бленды, состоящие из двух или более усеченных компонентов, где начальный фрагмент одного слова соединяется с конечным фрагментом другого, например, «camcorder» (camera + recorder). Такие бленды иногда называют «полными».

Вторая модель представляет бленды, где полная основа первого слова сочетается с усеченной основой второго, как, например, в «breathalyzer» (breath + analyzer).

Третья модель включает в себя бленды с усеченной основой первого слова и полной основой второго, как, например, в «docudrama» (documentary + drama). Модели второго и третьего типа называют «частичными».

Четвертая модель – бленды с наложением на стыке компонентов, где происходит фонетическое или графическое наложение, как, например, «faction» (fact + fiction). Эти бленды называют гаплогогическими образованиями.

Кроме того, существует группа блендов, где слово или его часть встраиваются «внутри» другого слова, например, «chortle» (chuckle + snort) [4, с. 14].

Некоторые исследователи также включают группу блендов с финальным усечением обоих компонентов, такие как «sitcom» (situation + comedy), «cyborg» (cybernetic organism), «zedonk» (zebra + donkey).

Значение блендов складывается из семантики обоих компонентов, отражая структуру логико-смысловых отношений между соединяемыми понятиями. Исследование, проведенное профессором И. В. Арнольд, показывает, что бленды отличаются семантически: они могут представлять собой как простое сочетание равнозначных слов, так и сложные семантические соотношения. Пример mason = mutton + bacon не означает просто «баранину с беконом», а скорее «баранину, приготовленную как бекон» [5, с. 195].

Проведенный нами анализ выявил, что семантические отношения в блендах не ограничиваются лишь "смесью" или "комбинацией". Некоторые бленды представляют собой отношение определения и определяемого, где определяемый компонент обычно стоит после определяющего.

Некоторые бленды могут развивать второе значение, не обязательно производное от первого. Например, Illiterature (illiterate + literature) в зависимости от контекста понимается либо как literature for the illiterate (литература для неграмотных), либо как poorly written fiction (плохо написанная художественная литература) [6, с. 39].

Л. А. Липилина выделяет следующие шесть видов отношений между смысловыми компонентами слов-слитков:

1) отношение «пересечения» (crossing) представлено в значениях единиц типа plantimals <plant + animals>, banjolin <banjo + mandolin>. Новый концепт является самостоятельным образованием и содержит в равной степени элементы исходных концептов;

2) отношение «комбинирования» (combining) представлено в значениях единиц типа flexecurity <flexible + security>. Новый концепт полностью вмещает содержание исходных концептов;

3) отношение «подтверждения» (confirming) представлено в значениях единиц типа disastrophe <disaster + catastrophe>, lonely <alone + lonely>. Исходные концепты в этом случае являются идентичными, и в результате их комбинирования новый концепт обладает высокой степенью интенсивности и экспрессивности;

4) отношение «противоречия» представлено в значениях единиц типа foe <friend + foe>. Новый концепт формируется на основе концептов, находящихся в антагонистических отношениях;

5) отношение «соединения» (connecting) представлено в значениях единиц типа Eurasia <Europe + Asia>, Texico <Texas + New Mexico>. Новый концепт отражает реалию, занимающую промежуточное положение между реалиями исходных концептов;

6) отношение «компромисса» (compromising) представлено в значениях единиц типа hesh <he + she>, которые являются гендерно-нейтральными наименованиями. Новый концепт как бы нивелирует, нейтрализует специфические черты исходных концептов [7, URL].

В ходе исследования из словарей и Интернет-ресурсов были отобраны 78 блендов-неологизмов, образованных в английском языке за последние три года. В целях их систематизации мы основывались на экстралингвистическом факторе – тематических ассоциациях. Целесообразность группировки по тематическому принципу определяется двумя факторами: 1) группа слов, объединенных по тематическому признаку, выступает как элемент лексико-семантической системы языка в целом; 2) тематические группы – это

объединение слов, основывающееся на классификации самих предметов и явлений материальной действительности, т. е. по составу тематических групп можно определить, в каких областях жизни общества происходят изменения, порождающие новые концепты, отражением которых являются бленды-неологизмы. В разработанную нами классификацию вошли следующие тематические группы.

1. Образ жизни

*Momtern* (*mom* + *intern*) – женщина, сочетающая роль матери и стажера. Акцентируется внимание на сложности совмещения семейной жизни и профессиональной деятельности.

*Grandfluencer* (*grandpa/grandma* + *influencer*) – пожилые люди, которые используют социальные сети для связи и создания сообщества единомышленников.

*Sharent* (*share* + *parent*) – родители, активно делящиеся информацией о своих детях в социальных сетях.

*Queenager* (*queen* + *teenager*) – женщина среднего возраста или старше, которая стильно одевается, любит веселиться и живет так же свободно, как и в подростковом возрасте.

*Haycation* (*hay* + *vacation*) – отдых на ферме, во время которого гости часто помогают хозяевам справляться с повседневными сельскохозяйственными работами.

*Cardening* (*car* + *gardening*) – выращивание растений в автомобиле.

2. Среда обитания

*Minimaluxe* (*minimal* + *luxe*) – соединение минимализма и роскоши, подчеркивается тенденция к дорогим вещам с минималистическим дизайном.

*Cloffice* (*closet* + *office*) – новое слово, появившееся в период пандемии. Так стали называть домашние офисы, которые легко спрятать (чтобы психологически “прийти с работы домой”, даже если из дома вы не выходили несколько недель).

3. Межличностные отношения

*Throuple* (*three* + *couple*) – романтические отношения между тремя людьми, выходящие за рамки традиционного понимания пары.

*Fexting* (*fight* + *texting*) – ситуация, когда конфликт или ссора происходит через обмен текстовыми сообщениями.

*Delusionship* (*delusion* + *relationship*) – «воображаемые отношения», фантазии об отношениях с человеком, в которого вы влюблены, но при этом в реальности ничего не происходит.

*Ghostlighting* (*ghosting* + *gaslighting*) – резкое прекращение общения, а потом отрицание каких-либо связей с партнером, как будто человек все придумал.

4. Мода, одежда

*Mirdle* (*man* + *girdle*) – мужской корсет или пояс для поддержки талии, сочетает в себе традиционные и стереотипные представления о женской и мужской моде.

*Shacket* (*shirt* + *jacket*) – гибридная одежда, которая сочетает элементы рубашки и куртки, представляет собой стильный и практичный вариант для прохладных дней.

5. Пища, напитки

*Swicy* (*sweet* + *spicy*) – блюда или соусы, которые обладают и сладким, и пикантным вкусом.

*Candyceutical* (*candy* + *pharmaceutical*) – маленькая, жевательная конфета, содержащая витамины или другие ингредиенты для улучшения здоровья.

*Proffee* (*protein* + *coffee*) – кофейный напиток, богатый белками, который стал популярным среди любителей фитнеса и кофеманов.

6. Бизнес, инфляция

*Soonicorn* (*soon* + *unicorn*) – стартап, который скорее всего станет бизнесом, оцениваемым свыше 1 миллиарда долларов.

*Skimpflation* (*skimp* + *inflation*) – стратегия компаний по сокращению затрат на производство или предоставление услуг при одновременном увеличении цен.

*Greedflation* (*greed + inflation*) – искусственное и неразумное повышение цен под предлогом инфляции, чтобы увеличить прибыль корпораций.

*Greenflation* (*green + inflation*) – рост цен в результате перехода к «зеленой» экономике.

*Shrinkflation* (*shrink + inflation*) – уменьшения объема продаваемого товара [в упаковке] при сохранении цены.

7. Интернет, социальные сети

*Vlogmas* (*Video blog + X-mas*) – видео-дневник Рождества.

*Trashtag* (*Trash + hashtag*) – интернет-челлендж и кампании с хэштегами, в ходе которых люди убирают сильно замусоренную территорию, публикуя фотографии до и после с хэштегом #trashtag.

*Gamevertising* (*game + advertising*) – реклама продукта в компьютерной игре.

*Techlash* (*tech + backlash*) – негодование и негативная реакция общества на технологические компании и индустрию в целом.

8. Кино, литература

*Traumedy* (*trauma + comedy*) – драматическое произведение, в котором сочетаются элементы трагедии и комедии.

*Romantasy* (*romance + fantasy*) – произведение, в котором сочетаются элементы романтики и фэнтези.

*Docufiction* (*documentary + fiction*) – объединение документального стиля и вымышленных элементов.

В данной работе представлены наиболее представительные тематические группы, в состав которых вошло наибольшее количество отобранных блендов-неологизмов. Нельзя не отметить тот факт, что благодаря экспрессивности и новизне формы, бленды часто используются в рекламных текстах и в названиях различной продукции. Их использование способствует структурной экономии и визуальной привлекательности в публицистических текстах. В художественной литературе бленды становятся средством выражения индивидуального словотворческого потенциала автора.

Таким образом, можно сделать вывод, что бленды представляют собой результат соединения двух или более слов для создания нового термина с уникальным значением. Значение блендов складывается из семантики обоих компонентов, отражая структуру логико-смысловых отношений между соединяемыми понятиями. С точки зрения когнитивного подхода к анализу языковых явлений образование блендов можно рассматривать как результат сложного когнитивного процесса интеграции концептов, проявляющегося на языковом уровне.

Блендинг является продуктивным способом словообразования в английском языке, поскольку путем словослияния образуется большое количество новых слов, позволяющих эффективно отражать перемены, происходящие в жизни общества. Изучение блендов-неологизмов позволяет более точно охарактеризовать происходящие изменения в политике, экономике, культуре и других сферах.

Практическое значение данной работы заключается в возможности использования результатов и материала исследования на занятиях по лексикологии, лингвокультурологии, межкультурной коммуникации и переводу для формирования социокультурной компетенции студентов. Социокультурная направленность играет важную роль в процессе обучения английскому языку. Она предполагает широкое привлечение лингвострановедческих материалов, которые дают учащимся возможность лучше овладеть английским языком через знакомство с культурой и ценностными ориентирами людей, для которых английский язык является родным.

Перспективы дальнейшего исследования мы видим в более глубоком структурно-семантическом анализе блендов. Возможные направления включают также изучение причин появления блендов и их роли в коммуникации. Интересные результаты, на наш взгляд,

можно получить при сопоставительном анализе этого способа словообразования в разных языках.

### **Библиографический список**

1. Шейфель, Н. А. Понятие блендинга и его отличие от других смежных способов словообразования в лингвистике / Н. А. Шейфель // Современные проблемы языкознания, литературоведения, межкультурной коммуникации и лингводидактики : материалы II междунар. науч. конф., Белгород, 20–21 апр. 2016 г. / отв. ред. В. А. Виноградов. – Белгород, 2016. – С. 290–294.
2. Беляева, Н. В. Структура и семантика современных английских блендов / Н. В. Беляева // Вестник Тверского государственного университета. Серия Филология. – 2013. – Вып. 2. – С. 243–250.
3. Ибраева, А. Ф. Блендинг как продуктивный способ словообразования в англоязычных чат-коммуникациях / А. Ф. Ибраева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Том 14. – Вып. 9. – С. 2769–2772.
4. Мурадян, А. Ю. Словослияние в современном английском языке (специфика, динамика, теория) : автореф. дис. канд. филол. наук. – Ленинград, 1978. – 15 с.
5. Арнольд, И. В. Лексикология современного английского языка / И. В. Арнольд. – Москва : Высшая школа, 1986. – 195 с. URL: <https://samara.mgpu.ru/files/sotrudniki/VokhryshevaEV/leksikologia/03.pdf> (дата обращения: 16.03.2024).
6. Елисеева, В. В. Лексикология английского языка (учебник) / В. В. Елисеева. – Санкт-Петербург : СПбГУ, 2003. – 44 с.
7. Липилина, Л. А. Лексические слияния в современном английском языке / Л. А. Липилина // Вестник РГУ им. И. Канта. – 2006. – Вып. 2. – Филологические науки. – С. 87–92. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/leksicheskie-sliyaniya-v-sovremennom-angliyskom-yazyke> (дата обращения: 11.03.24).

**Кочарян М.О., студентка 4 курса Лингвистического института,  
Безрукова Н.Н., канд. филол. наук, доцент кафедры перевода и межкультурной  
Алтайский государственный педагогический университет  
г. Барнаул**

### **ГЛЮТТОНИЧЕСКИЕ НАИМЕНОВАНИЯ АЛТАЙСКОГО КРАЯ И РЕСПУБЛИКИ АЛТАЙ: ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются особенности перевода глоттонических наименований в туристическом дискурсе с русского языка на английский. Материалом исследования послужили глоттонимы, отобранные из туристических текстов, относящихся к Алтайскому краю и Республике Алтай.

**Ключевые слова:** туристический дискурс, глоттонимы, наименования блюд, реалии, перевод, коммуникативная ситуация, Алтай

**M. O. Kotscharyan,  
N. N. Bezrukova**