

И. В. Дмитриева, А. А. Серая

БЛЕНДЫ В КОММУНИКАТИВНОЙ СТРУКТУРЕ АНГЛИЙСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

В настоящее время английскому языку свойственна высокая степень динамичности и склонность к языковым инновациям, среди которых особое место занимают бленды – лексические единицы, включающие в себя два элемента, реже – три, которые объединяются путем наложения и/или усе- чения хотя бы одного из компонентов. Если раньше употребление блендов сводилось к немногочисленным сферам (политика, реклама), то в последние десятилетия бленды проникают практически во все сферы коммуникации – от медиадискурса до повседневного общения.

В контексте блендинга не просто генерируются имена для отдельных сущностей, а создаются комплексные понятия. Иными словами, бленды включают в себя несколько идей или аспектов, которые переплетаются и взаимодействуют друг с другом, отражая множественные аспекты явлений современного мира. Как правило, бленды обладают новизной значения и

формы, что способствует усилению экспрессии и влиянию на восприятие речевого сообщения. Эти особенности указывают на необходимость анализа блендов в коммуникативной структуре предложения, т.е. в структуре предложения-высказывания. Соотношение понятий «предложение» и «высказывание» имеет разные трактовки в лингвистической литературе. В нашем исследовании мы исходим из того, что высказывание есть предложение, употребленное в речи и соотнесенное с конкретной ситуацией общения. Компонентами коммуникативной структуры предложения считаются тема и рема (в русскоязычной традиции это «данное» и «новое», в американской – «topic» и «comment»).

Тема считается отправной точкой высказывания, которая связывает отправителя и получателя высказывания. Она опирается на предыдущее сообщение и способствует формированию связности текста или коммуникативного обмена репликами. Рема высказывания опирается на Тему и служит передаче новой информации о Теме. Соответственно, она оказывается коммуникативно более значима, способствует коммуникативному развертыванию не только данного высказывания, но и в целом продвигает сообщение и носит динамический характер.

В ходе анализа было установлено, что в подавляющем большинстве случаев бленды нашей выборки выступают в предложениях в качестве ремы (77,8 %).

1. *Children could be **breathalysed** under radical new plans to tackle underage drinking.*

2. *I'm gonna be a **gallerina** again.*

Анализ показал, что в 22,2 % случаев бленды нашей выборки функционируют в предложении в качестве темы.

3. *Marston Park **glampsite** is a canvas for budding artists, offering tents with a 'light garden', easels, guitars, and live music sets.*

Среди блендов нашей выборки встретились те единицы, которые употребляются в функции темы без дальнейшего пояснения. Предположительно, это связано с высокой степенью узнаваемости и прозрачности структуры и, как следствие, безошибочностью толкования значения.

4. ***Chillax**, ladies.*

5. *For the record, **Labradoodles** are hypoallergenic.*

Заслуживают внимания употребления блендов в заголовках новостных статей, где, в некоторых случаях, данные единицы только номинально выполняют функцию темы.

10. *Unicorn, Dragon and Mermaid **Frappuccino** – Starbucks' latest crimes against coffee.* В данном примере бленд *frappuccino* формально является темой предложения. На самом деле, исходя из контекста употребления бленда становится понятно, что именно в данной единице заключается центральный смысл, а именно представляется информация о новом напитке, который представила сеть кофеен Starbucks. То же самое можно проследить и в следующем примере.

11. *The equally creative portmanteau **infobesity** is very now, capturing the information overload particular to the perfect storm of a 24-hours news cycle and a pandemic with hourly changing data points.* Несмотря на оформление структуры предложения таким образом, что бленд *infobesity* входит в состав подлежащего, в котором, как принято считать, заключается тематический фокус, данный бленд, в силу своей креативности и необходимости осмысления, все же несет рематическую нагрузку, о чем может свидетельствовать и пояснение, следующее за самим блендом (*the information overload particular to the perfect storm of a 24-hours news cycle and a pandemic with hourly changing data points*).

Более того, стоит отметить, что бленды нашей выборки, выступающие в качестве темы, могут сопровождаться пояснением не только в медиадискурсе, но и в бытовом дискурсе, представленном в нашем случае репликами героев фильмов и сериалов.

12. ***Drunkorexia** – socialite disease...it's when you skip dinner and have cocktails instead.*

Это может объясняться рядом факторов: во-первых, их относительной новизной и непривычностью для восприятия. В таком случае рематическая часть предложения будет способствовать раскрытию смысла бленда, употребленного в тематической части. Во-вторых, как показал предыдущий этап анализа, при экспликации смыслов блендов могут возникнуть сложности в определении их составных элементов, что приводит к неверному осмыслению информации, заключенной в номинативной единице. В отдельных случаях, даже при корректном определении мотивирующих компонентов блендов, вероятно затруднение при понимании или недостаточность понимания целостного смысла, передаваемого блендом.

Необходимо подчеркнуть, что бленды, отобранные из медиадискурса, наиболее часто выполняют функцию темы – 32,7 % от общего количества блендов, употребленных в медиадискурсе, в сравнении с сетевым (15,6 % от общего количества блендов, употребленных в сетевом дискурсе) и бытовым (7,7 % от всего количества блендов, употребленных в бытовом дискурсе) дискурсами. Вероятно, такая тенденция обусловлена большей возможностью последующего раскрытия и пояснения значения бленда, чем в других дискурсах.

Поводя итог, отметим, что одним из факторов, побуждающих к употреблению блендов в рематической части предложения может быть их высокая информативная насыщенность и новизна как лексических единиц. Это, в свою очередь, требует интерпретации и когнитивных усилий со стороны адресата, что позволяет усилить коммуникативный эффект.