

Горица Р. Томић\*

Универзитет у Крагујевцу,  
Филолошко-уметнички факултет,  
Центар за проучавање језика и књижевности

## ЛЕКСИЧКЕ СЛИВЕНИЦЕ У НАЗИВИМА БРЕНДОВА ЈЕЛА И ПИЋА НА ЕНГЛЕСКОМ ЈЕЗИКУ

Предмет овог рада јесте 99 лексичких сливеница у називима брендова јела и пића на енглеском језику. Циљеви истраживања били су да се испита, пре свега, прозирност форме прикупљених примера, али и њихова садржина. Почетна хипотеза, која се наметнула на основу резултата истраживања ауторке Ронебергер-Сиболд (2006) на тему сливеница у називима различитих врста брендова у немачком језику, а које одликује висок ниво морфотактичке непрозирности, била је да ће највећи број сливеница у корпусу карактерисати потпуна непрозирност или врло низак ниво прозирности форме. У оквиру семантичке анализе циљ је био да се утврде семантички односи између чланова сливенице, као и да се испита природа њиховог значења (дескриптивно, асоцијативно и сл.), полазећи од претпоставке да је назив бренда начелно недескриптиван, односно да садржи врло мало дескриптивних елемената (Ронебергер-Сиболд 2006: 175). Квалитативна, интерпретативна истраживачка метода примењена је у утврђивању прозирности форме, односно у утврђивању намераваних значења сливеница и семантичких односа који постоје између њихових чланова. Ослањајући се на типологију техника лексичког сливања засновану на прозирности форме коју даје Ронебергер-Сиболд (2006: 168–169), утврђено је да највећи број примера припада тзв. полупотпуним сливеницама; да је друга према заступљености у корпусу група фрагментних сливеница; да трећу групу чине потпуне сливенице; и да се као најмање бројне јављају контурне сливенице. Друкчије речено, резултати квалитативне и квантитативне анализе морфотактичке прозирности сливеница потврдили су почетну хипотезу, тј. показали су да највећи

\* gorica.tomic@filum.kg.ac.rs

број њих одликује врло мала прозирност (полупотпуне сливенице) или потпуна непрозирност форме (фрагментне сливенице). С друге стране, анализа семантичких односа између чланова сливеница показала је да они могу бити врло разноврсни, па и неодређени, као и да међу њима преовлађују сливенице детерминативног типа, чија су значења најчешће дескриптивна. Као један општи закључак наметнуо се тај да називи брендова јела и пића представљају богат извор материјала за савремену језичку анализу и вредан допринос креативном и експресивном потенцијалу језика.

**Кључне речи:** лексичке сливенице, енглески језик, називи брендова, јело, пиће

*Примљен: 9/30/2019 13:31:26*