

**Горица Р. Томић<sup>1</sup>**

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

**Јелена Р. Даниловић Јеремић<sup>2</sup>**

*Универзитет у Крагујевцу  
Филолошко-уметнички факултет  
Катедра за англистику*

## **ЕКСПРЕСИВНОСТ У НАЗИВИМА ХРАНЕ И ПИЋА: АНАЛИЗА СЛИВЕНИЦА<sup>3</sup>**

Експресивност у језику могуће је постићи различитим творбеним поступцима, међу којима је и *сливање*, чији су производи *сливенице*. Предмет квалитативне и квантитативне анализе овог рада јесу формални и семантички аспекти именичких сливеница у називима хране и пића у Србији и државама региона (Црној Гори, БиХ и Хрватској). Корпусну грађу чине примери преузети из неколицине постојећих радова посвећених сливеницама у српском језику (Бугарски 2013; 2014; 2016; Томић 2019), *Hrvatskog rječnika stopljenica* (Марковић и др. 2016), као и нови примери које смо у међувремену забележили из различитих извора. Општи циљ истраживања био је да кроз језичку анализу одређених аспеката именичких сливеница у називима хране и пића скренемо пажњу на сливенице као експресивне јединице на творбено-лексичком нивоу. Посебни циљеви истраживања били су: (1) утврђивање (најчешћих) механизма сливања, уз испитивање графолошког и/или фонолошког преклапања и графичког истицања, (2) утврђивање слоговне структуре мотивних речи у односу на структуру сливенице и (3) утврђивање дескриптивних и експресивних асоцијативних значења прикупљених примера, као и синтаксичко-семантичких односа између чланова сливенице. Анализа корпуса показала је да идиосинкратични аудиовизуелни идентитет сливеница нарочито погодите употреби у називима брендова, јер у њиховом стварању језичка креативност представља једно од кључних начела, али и због тога што произвођачи стратешки настоје да се њихови производи разликују од постојећих и тиме привуку пажњу потенцијалних купаца, те себи обезбеде што бољу позицију како на домаћем, тако и на регионалном и светском тржишту. Ово додатно потврђује и немали број примера међујезичких бленди у корпусу, у којима је једна од мотивних речи из страног језика, пре свега из енглеског.

*Кључне речи:* језичка експресивност, сливенице, називи хране и пића

### **1. Увод**

У време глобализације и интернационализације, са тржиштима преплављеним домаћим и страним брендovima и заштићеним робним маркама, нарочита пажња посвећује се избору назива производа. Дobar назив олакшава успостављање иницијалног контакта између произвођача и потенцијалних купаца, доприноси упечатљивости и памтљивости али и јединственом идентитету производа (Ривкин и Садерланд 2004). Глобални друштвено-економски трендови могу се приметити и на локалном нивоу. У Србији је све више специјализованих

1 gorica.tomic@filum.kg.ac.rs

2 jelena.jeremic@filum.kg.ac.rs

3 Рад је урађен у оквиру пројекта 178014: *Динамика структура савременог српског језика*, који финансира Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

продавница и ресторана намењених вегетаријанцима, веганима или онима који преферирају здраву или пресну храну, нарочито у великим градовима. Појавиле су се и радње које припремају сетове дијеталних производа, као што су цеђени сокови или шејкови, за оне који желе да прочисте свој организам или смршају. Приметно је и да се прехранбени производи све чешће појављују у новим издањима, са новим укусима или састојцима (нпр. *Guarana Mojito*, *Choco Smoki* или *Plazma slana*). Поменути трендови нарочито су интересантни лингвистима, морфолозима и лексиколозима, које занимају творбене карактеристике назива производа као и утицај страних језика. У нашем раду фокусираћемо се на сливање, као релативно нов творбени процес у српском језику, чија је улога у именовану комерцијалних производа недовољно испитана.

Иако веома популарна појава, посебно у савременом енглеском језику, сливенице представљају велики изазов за истраживаче због своје структурне непредвидљивости, сваковрсних (нелинеарних) механизма творбе, тј. чињенице да их не регулишу граматичка морфолошка правила која управљају творбом изведеница или сложеница, па и неморфемских делова (Лалић Крстин 2010: 36). Зато их поједини аутори и сматрају примерима тзв. *ванграматичке морфологије* (енгл. *extragrammatical morphology*) (в., нпр., Дреслер 2005: 268; Матјело 2013: 1).<sup>4</sup> У овом раду сливенице такође посматрамо кроз перспективу ванграматичке морфологије. Међутим, атипичност и маргинализованост поступка сливања у односу на творбене поступке као што су извођење или слагање, тј. његова везаност за периферију морфолошког система, даје сливеницама једно друго обележје – маркираност (в. Дреслер 2005: 280). Узимајући даље у обзир писање Балдија и Давара (2000: 963–964; в. такође Во и Лафорд 2000: 279; Звики и Пулам 1987: 335–338) да структурна неубичајеност и, последично, упадљивост појединих лексичких јединица позитивно корелира са експресивношћу, тј. да „све што није неутрално јесте експресивно” (Тошовић 2004: 26), може се претпоставити да ће сливенице бити важан извор експресивних могућности савремених светских језика.

Захваљујући утицају енглеског, сливање се јавило и у другим језицима света. Међу онима у којима је препознато као популаран поступак грађења нових речи у готово свакој области људског делања, посебно од друге половине 20. века, јесу и неки словенски језици, попут српског, хрватског, словачког или украјинског (в., нпр., Бохмерова 2010; Бугарски 2013; Винтерс 2017; Штебих Голуб 2017). Ипак, у поређењу са енглеским (в., нпр., Данкс 2003; Њемчокова 2004; Белијаева 2019; Матјело 2019), француским (в., нпр., Летиржи 2011; Ренер 2019) или немачким (в., нпр., Ронебергер-Сиболд 2006; 2012), у већини словенских језика сливање је не само (релативно) нов начин грађења речи већ је, последично, и недовољно истражено, неодређеног морфолошког (творбеног) и лексичког статуса (в., нпр., Брдар-Сабо и Брдар 2008; Бохмерова 2010; Коњечна 2012). С обзиром на то, не изненађују различита одређења овог појма у литератури. Ми смо се у прикупљању грађе за наше истраживање одлучили за дефиницију сливеница коју даје Бугарски (2013) као једну од обухватнијих, у којој су комбиновани формални и семантички критеријуми. Овај аутор сливенице дефинише као производ сливања „двеју речи или њихових делова у нову целину, често али не и обавезно мотивисаном преклапањем њихових формалних сегмената, при чему тако добијена твореница најчешће и семантички представља комбинацију делова који су ушли у њен састав” (Бугарски 2013: 17–18). Али да би се прикупљене

4 Термин ванграматичка морфологија донекле се поклапа са термином експресивна морфологија (енгл. *expressive morphology*) Звикија и Пулама (1987) (према Матјело 2013: 1).

сливенице могле анализирати у оквиру четири словенска језика у којима су настали примери који чине нашу истраживачку грађу, дефиницију сливеница смо допунили тиме да барем једна од мотивних речи мора потицати из језика у којем је пример творен (в. Драгићевић 2018: 257).

Што се тврдње да сливање доприноси проширењу лексикона у готово свакој области савременог друштва тиче, треба напоменути и то да су се неке од њих показале као погодније за творбу сливеница. На пример, у савременом српском језику се као једна од изузетно плодних тематских области показала област хране и пића (Томић 2019: 61, 75, в. такође Лалић Крстин и Халупка Решетар 2007: 28), што је и очекивано, будући да су храна и пиће човеку неопходни за живот. Имајући то у виду, решили смо да испитамо одређене аспекте сливеница у називима хране и пића, али не само у српском језику већ и нешто шире, у језицима неких других држава из региона (Црне Горе, БиХ и Хрватске).

## 2. Предмет, циљеви и методологија истраживања

Предмет квалитативне и квантитативне анализе овог истраживања јесу формални и семантички аспекти 120 именичких сливеница у називима хране и пића. Највећи број примера прикупили смо претражујући веб-сајтове произвођача из области прехранбене индустрије и јеловника угоститељских објеката, односно различите кулинарске веб-сајтове и блогове.<sup>5</sup> На тај начин је прикупљено 69 сливеница. Тридесет три сливенице преузете су из студија Ранка Бугарског (2013; 2014; 2016). У питању су следећи примери: *Bananaccino, bancipan, breskvoce, čašavko, čokočinka, CROmpiri, džemičinka, gumedici, Hugobon, Hugolada, jaffolitanke, joaza, jogood, kavabon, keksulence, kikirickalice, kokiriki, kokosčinka, Krementina, mamurlek, mankičinka, mazales, plazmačinka, rebranac, šećerčinka, siričinka, slanoled, štarkiši, šunkačinka, supereca, vašačinka, viršličinka, žvazbuka*. Из *Hrvatskog rječnika stopljenica* (Марковић и др. 2016) преузети су примери: *ČoCROLada, čokolač, Čokolačić, čokotel, dobrižoto, Krašopis, Krašotica, Krašuljci, maklawa, makrolačić*. Осам сливеница преузето је из рада Томић (2019), и то: *bRAWmbice, Breskosaurus, cmokice, Čokoleva, đumbirnada, krofnaelo, smazalice, vegapčić*.<sup>6</sup>

Узимајући у обзир чињеницу да је сливеницама у већини словенских језика посвећено недовољно пажње, општи циљ нашег истраживања јесте да кроз језичку анализу неких аспеката сливеница у називима хране и пића скренемо пажњу на творбени поступак сливања и изражајне могућности које он поседује. Посебни циљеви овог истраживања били би: (1) утврђивање (најчешћих) механизма сливања у корпусној грађи, присуства графолошког и(ли) фонолошког преклапања и начина (и функције) евентуалног графичког истицања; (2) испитивање односа дужине (у смислу броја слогова) сливенице и њених мотивних речи; и (3) утврђивање дескриптивних и експресивних асоцијативних значења прикупљених сливеница (ослањајући се на непосредни језички контекст) и, с њима у вези, испитивање синтаксичко-семантичких односа међу члановима сливенице.

5 Примери су дати у облику у којем су забележени у извору.

6 Овде треба напоменути и то да је највећи број примера у корпусу прикупљен из српских и хрватских извора, у којима се у проучавању сливеница у региону, барем на основу наших сазнања, најдаље отишло. С друге стране, наша интернет претрага извора у Црној Гори и БиХ резултирала је изузетно малим бројем сливеница у називима хране и пића (нпр. *TuZbasco* ← *Tuzla* + *tabasco*, *Čokolizalice* ← *čokoladne* + *lizalice*), што, наравно, не значи да их нема више.

### 3. Анализа корпусне грађе и дискусија

#### 3.1. Формални аспекти сливеница у корпусу

Што се механизма сливања тиче, у литератури се на тему овог творбеног поступка (не само у словенским језицима већ и шире) могу пронаћи различите класификације, међу којима предњаче оне засноване на формалном критеријуму. Ми смо се у утврђивању механизма сливања у нашем корпусу управљали према класификацији сливеница за српски језик коју даје Бугарски (2013: 70–78), а која је, барем када су у питању словенски језици из којих су овде прикупљени примери, најобухватнија.<sup>7</sup> Она обухвата следеће механизме сливања: (1) сливање првог дела прве и другог дела друге речи (аутор додаје да је овај механизам прототипски или „класичан”<sup>8</sup>); (2) сливање целе прве и другог дела друге речи; (3) сливање првог дела прве и целе друге речи; (4) сливање двеју целих речи линеарно преклопљених без остатка тако да се свака може интегрално ишчитати; (5) нелинеарне сливенице код којих је једна реч или њен део уметнут у средишњи део друге или се с њом преплиће, каткад уз модификације које додатно усложњавају реконструкцију изворних речи; (6) једна реч, уз обавезно истицање, уметнута у другу чији интегрални део чини, због чега је није могуће препознати као сливеницу у говору, али јесте у писању; (7) међујезичке бленде (које аутор даље не анализира).<sup>9</sup>

У нашој корпусној грађи препознати су сви механизми сливања сем оног који Бугарски (2013: 77) наводи као шести, а у којем је „једна реч унутар друге чији неодвојиви део чини, непрепознатљиво као сливеница у говору а уз обавезно истицање у писању” (в. Табела 1). Међутим, ако детаљно размотримо сливенице (њих 89) којима је Бугарски (2013; 2014; 2016) опримерио шести механизам, овај резултат наше анализе не изненађује. Другачије речено, примећујемо да међу њима готово да нема примера који означавају храну и пиће (изузимајући *čokolada*, *hleb*), односно да се њиме добија формално идентична реч већ постојећој, а да је, верујемо, намера оних који творе сливенице не би ли именовали (посебно нека нова) јела или пића првенствено да оно буде препознатљиво не само у писању већ и у говору. Када су у питању остали механизми, као најзаступљенији (32 примера<sup>10</sup>) показао се онај који је у Бугарски (2013: 70) дат као први, а у којем су сливени први део прве и други део друге речи, нпр. *Akvadajz* < *Akvapronija* + *paradajz*, *Čokoline* < *čokoladne* + *prašine*, *jabučinke* < *jabuke* + *palacinke*. Напоменимо овде и то да су делови нешто мање од половине скраћених мотивних речи (29 од 64) сливеница у оквиру овог механизма цели слогови. Са само нешто мање, или 30 сливеница, следи механизам сливања целе прве и другог дела друге речи (или други у Бугарски 2013): нпр. *cmokice* < *cmok* + *kokice*, *fiturito* < *fit* + *burito*, *krofnaelo* < *krofna* + *rafelo*. Овде су делови скраћене друге мотивне

7 Овде треба напоменути и то да је избор класификације у односу на коју групишемо наше примере условила и чињеница да су касније класификације које Бугарски (2014; 2016) предлаже обухватиле један додатни и другачији механизам сливања – сливање на нивоу синтагме, а не на нивоу једне речи, што је предмет нашег истраживања.

8 Овај механизам се и у енглеском језику често узима за прототипичан (в., нпр., Канон 2000: 952–953; Бауер 2003: 46–47).

9 Чињеница да се у објашњењу механизма сливања и у случају да је у њему барем једна мотивна реч скраћена често користи неодређени термин „део” (в., нпр., Бугарски 2013; 2014; 2016), мотивисала нас је да истражимо шта тај део најчешће представља. Изузимајући три сливенице творене четвртим моделом (Бугарски 2013: 75–76), даље је анализирано 117 сливеница, прецизније 159 скраћених мотивних речи.

10 Примере дајемо разложене на речи које су мотивисале њихово настајање. „Сливени” елементи истакнути су курсивом, а они који се графолошки и(ли) фонолошки преклапају подвлачењем.

речи такође најчешће цели слогови (чак 20 од 30 речи). Даље, 25 примера припада међујезичким блендама (нпр. *hoptopod* < *hops* + *oktopod*, *Jagodaccino* < *jagoda* + *saruccino*, *kRAWkeri* < *krekeri* + *RAW*), у којима делове 12 од 28 скраћених мотивних речи чине цели слогови. Релативно велика заступљеност ових сливеница у корпусној грађи указује не само на важност њиховог даљег праћења, бележења и анализирања већ и на међујезичке бленде као значајан показатељ иновација и тенденција у творби речи у савременим словенским језицима, тј. модернизације и интернационализације ових језика (Драгићевић 2009: 476; Бугарски 2016: 525). Мање заступљени били су:

- трећи механизам (19 примера): нпр. *Čokolizalice* < *čokoladne* + *lizalice*; *čokolač* < *čokoladni* + *kolač*, *eurovafel* < *Eurocrem* + *vafel*, *smazalice* < *smazati* + *mazalice*, у којем је такође приметна тенденција да се у скраћивању мотивних речи сачувају цели слогови (9 од 19 речи),
- пети механизам (6 примера): нпр. *Krašotica* < *Kraš* + *krasotica*, *slanoled*<sup>11</sup> < *slan* + *sladoled* и
- четврти механизам (три примера): нпр. *fitostada* < *fit* + *toastada*, *karamelino* < *karamel* + *Lino*.

Пет примера остаје неklasификовано будући да механизме њихове творбе не налазимо у класификацији Бугарског (2013). Ове сливенице настале су или

- комбиновањем иницијалних делова мотивних речи<sup>12</sup> (четири примера): *Dimsi* < *dimljeni* + *sir*, *Griski* < *grisini* + *kikiriki* (овде су у 5 од 8 речи сачувани цели слогови) или
- сливањем средишњег дела прве и почетног дела друге речи (само један пример): *štípkaj*<sup>13</sup> < *uštipak* + *kajsija*, што до сада, барем на основу наших сазнања, није забележено као творбени механизам у радovima о сливеницама у српском језику.

Табела 1. Механизми сливања у истраживачкој грађи

Механизам сливања	Примери сливеница	Број примера
први део прве и други део друге речи	<i>Akvadajz, Čokoline, jabučinke</i>	32
цела прва и други део друге речи	<i>cmokice, fiturito, krofnaelo</i>	30
међујезичке бленде	<i>hoptopod, Jagodaccino, kRAWkeri</i>	25
први део прве и цела друга реч	<i>Čokolizalice, čokolač, Eurovafel, smazalice</i>	19

11 Уз значење које даје Бугарски (2013: 32), „комад меса набоден на штапић који изгледом подсећа на сладолед“, забележили смо и још једно. Сливеница *slanoled* (у називу новог хрватског прехранбеног производа) односи се на слану ледену послатицу упаковану као сладолед у чаши у три укуса (<https://www.dnevno.hr/magazin/slanoled-zvijezde-poludjele-za-slanim-sladoledom-koji-ima-okus-mamine-kuhinje-1326645/>). У оба случаја, међутим, сливеница је егзоцентрична јер је њен денотат месна делиција.

12 Нешто више о овом механизму, в. Томић (2019: 71). В. такође тврдњу Халупка Решетар и Лалић Крстин (2009: 119) да у српском језику готово да не постоје примери сливеница у којима су комбиновани иницијални делови мотивних речи. Мишљења смо да примере као што су *Dimsi* и *Griski* ипак треба третирати као сливенице, а не као сложене скраћенице или скраћеничке сложене, јер им није претходило пун назив, тј. овде нису сливени иницијални делови речи из вишечланих назива, као у *Комџрај* = Ком(унално) гра(ђевинско) п(редузете) (в. Канон 2000: 952; Клајн 2002: 165–166).

13 У питању је креативан и маштовит назив за уштипке са сувим кајсијама (<https://dongedza.rs/meni/>).

нелинеарне сливенице	<i>Krašotica, slanoled</i>	6
први део прве и први део друге речи	<i>Dimsi, Griski</i>	4
сливање двеју целих речи, линеарно преклопљених, при чему се обе могу линеарно ишчитати	<i>fitostada, karamelino</i>	3
средишњи део прве и почетни део друге речи	<i>štipkaj</i>	1

Резултати анализе графолошког и(ли) фонолошког преклапања (енгл. *overlap*) и графичког истицања у корпусу показују да је у 61 примеру присутан неки облик преклапања и да је графо-фонолошко преклапање (нпр. *čokoladni* + *kolač*) доминантно (чак 56 примера). Забележена су само три примера, и то међујезичких бленди, у којима је преклапање фонолошко (нпр. *jogood* < *jogurt* + *good*), односно само два примера у којима је оно графолошко (нпр. *apetit* < *apetit* + *petit* (beurre) – назив кекса у којем су „блендоване” речи *apetit* и нетрансфонемизована француска реч *petit* (beurre), у значењу посебне врсте традиционалног француског кекса с маслацем).<sup>14</sup> Будући да је ова сливеница и формално идентична са речју *апетити*, било је потребно додатно истаћи речи које су мотивисале њен настанак (в. Слика 1). Ово истицање постигнуто је тако што је слово *a* дато белом бојом на црвеној подлози, а остала слова црвеном бојом на прозирној подлози. Као други, веома чест начин истицања одређених елемената, па и намераваних значења, уочили смо појаву тзв. унутрашње капитализације или употребе више верзалних слова у сливеници (нпр. *UBorg* < *UB* + *Tuborg* (в. Слика 1) или *kRAWkeri* < *krekeri* + *RAW*).



Слика 1. Кекс *Apetit* и пиво *UBorg light*

У примеру *rolala* (назив ролата) < *rolat* + *o la la* слово *o* је на оригиналан и занимљив начин замењено парчетом ролата унутар срца (в. Слика 2). Ова сливеница је необична и из једног другог разлога – припадности њеног другог члана врсти речи *узвици*. Наиме, не догађа се често (ни у српском језику, а ни шире) да мотивна реч припада овој врсти речи.

<sup>14</sup> Реч *апетити* такође потиче из француског језика, али је она не само прилагођена фонолошком систему српског језика већ се сматра и одомаћеном речју (PCJ 2011: 38).



Слика 2. Ролат Rolala

Наше следеће запажање тиче се чињенице, на коју пажњу скреће и ауторка Бенцеш (2019: 116–117) за енглески језик, да се сливање веома често заснива на фонолошкој сличности мотивних речи као што је слична слоговна или ритмичка структура. У нашој грађи је, рецимо, у нешто више од трећине сливеница приметно да мотивне речи деле један или више гласова (не рачунајући појединачне самогласнике јер они најчешће имају функцију везних вокала у тачки сливања). На пример, у сливеници *vanillino* комбиноване су фонолошки сличне речи *vanilija* и *Lino* (имају заједнички слог *-li-*), где је прва реч скраћена за последњи и део претпоследњег слога, тј. тако да последњи глас (*-l-*) буде исти као почетни у другој речи. Сливенице *Vrabasco* < *Vrabec* + *tabasco* и *Vrabanero* < *Vrabec* + *habanero* такође се заснивају на фонолошкој сличности између мотивних речи (деле гласове *-ab-*), што је вероватно и условило дати начин скраћивања. У примеру *Naronija* < *Narona* + *aronija* мотивне речи деле чак четири иста гласа па се може претпоставити да су на темељу тога и одабране. На основу ових и сличних примера (нпр. *čašavko* < *čaša* + *šašavko*, *čokolac* < *čokoladni* + *kolač*, *Čokoleva* < *čokolada* + *Aleva*, *jogood* < *jogurt* + *good*, *Krementina* < *krem* + *klementina* (гласови *p* и *l* припадају сонантима), *kupinada* < *kupina* + *limunada*, *tamurlek* < *tamurluk* + *lek*, *mazales* < *mazati* + (Brzi) *Gonzales*, *smazalice* < *smazati* + *mazalice*), могло би се закључити да је, уз поменути тенденцију очувања целих слогова, фонолошка мотивација врло често била водећи фактор у избору мотивних речи.

Када је у питању однос дужине (у броју слогова) сливенице и дужина речи које су мотивисале њен настанак, анализом фонетске границе слогова утврђено је да чак 82 примера дели дужину (у слоговима) дуже речи, нпр. *Breskosaurus* (пет слогова) < *breskva* (два слога) + *dinosaurus* (пет слогова), *čokonana* (четири слога) < *čokolada* (четири слога) + *banana* (три слога). У 20 примера број слогова премашује онај у свакој од мотивних речи, нпр. *Eurovafel* (пет слогова) < *Eurocrem* (четири слога) + *vafel* (два слога). У 18 сливеница тај број је између броја слогова двају чланова (нпр. *Dimsi* (два слога) < *dimljeni* (три слога) + *sir* (један слог)), дели дужину оба члана (нпр. *Lubenada* < *lubenića* + *limunada*), дужину краће речи (нпр. *Filbi* < *filovani* + *biskvit*) или је краћи од појединачних чланова (нпр. *Griski* (два слога) < *grisini* (три слога) + *kikiriki* (четири слога)).

### 3.1. Семантички аспекти сливеница у корпусу

На основу резултата семантичке анализе, 99 примера из наше корпусне грађе су ендоцентричне сливенице (в. Табела 2). Појам ендоцентричности овде разумемо као појаву у којој сливеница представља хипоним једног од своја два члана (било да је у питању његово дословно или пренесено значење, које разумемо према Прћић (2016: 31)) (Халупка Решетар и Лалић Крстин 2009: 119–123; в. такође Ренер 2019: 36–37 због ширег тумачења хипонимије које, као што смо већ рекли, и ми овде примењујемо). Другим речима, семантички центар (или

центри) ендоцентричних словеница налазе се у самој словеници.<sup>15</sup> Узимајући даље у обзир велики проценат ендоцентричних примера у нашој истраживачкој грађи (али и истраживању Халупке Решетар и Лалић Крстин (2009: 123) и Томић (2019: 73–74)), не можемо а да се не запитамо да ли производи сливања могу утицати на значајно повећање броја лексичких јединица ендоцентричног типа у савременим словенским језицима, а за које се традиционално мисли да ендоцентричне конструкције нису својствене (Клајн 2002: 18).<sup>16</sup>

С друге стране, у случајевима у којима се семантички центар налази ван словенице, говоримо о егзоцентричним примерима.<sup>17</sup> У нашем корпусу би се 21 словеница могла тумачити као егзоцентрична, тј. на начин да у њој ниједна од мотивних речи (чак ни у пренесеном смислу) не представља хипероним словенице. Другачије речено, значења ових примера нису изводива на основу дословних или пренесених значења мотивних речи, односно није их могуће парафразирати на начин да било леви било десни члан означи њихову припадност некој категорији ванјезичке стварности. Илуструјемо примерима: *čašavko* < *čaša* + *šašavko* (јер се словеница односи на *Nestlé* сладолед у чаши, референт није врста чаше или шашавка (тј. шашавог човека); утисак је да је овде намера творца да се пренесе одређено експресивно асоцијативно значење преовладала у избору мотивних речи, односно у именовању ове смрзнуте посланице<sup>18</sup>); *čokolešnik* < *čokolada* + *lešnik* (у питању су житарице са додатком лешника и чоколаде, а не врста чоколаде са лешником или лешник уваљан у чоколаду); *Krašopis*<sup>19</sup> < *Kraš* + *krasopis* (није врста лепог рукописа (краснописа) или фирме већ бренд кекса произвођача *Kraš* из Хрватске); *Krašotica* < *Kraš* + *krasotica* (такође бренд кекса произвођача *Kraš*, а не нека врста красотице, тј. лепотице); *mazales* < *mazati* + *Gonzales* (паштета за мазање којом се код потенцијалних купаца очигледно и првенствено настојала створити асоцијација на популарног лика из цртаног филма *Брзи Гонзалес* и његову брзину, тј. на нешто што је брзо спремно за конзумацију); *vitaminanda* < *vitamin* + *Ananda* (салата од цвекле, целера, јабуке, шаргарепе и клица у понуди српског веганског ресторана *Ananda*). Чини се да (иако не бројне) егзоцентричне словенице у нашем корпусу посебно карактерише асоцијативно значење и да су, последично, посебно експресивне. Слично би се, захваљујући пре свега нетрансфонемизованим елементима из енглеског, француског и италијанског језика, могло рећи и за међујезичке бленде. Овде ваља истаћи и то да су фонолошки неприлагођене речи из страних језика (нпр. *sarpuccino*, *raw*, *chocolate*, *nut*, *pizza*) и те како присутне у називима комерцијалних производа које смо анализирали.

15 Из овога произлази да су и словенице у којима обе мотивне речи носе једнаку семантичку важност ендоцентричне, тачније двоструко ендоцентричне (Ренер 2008: 608, према Лалић Крстин 2010: 116).

16 Резултати истраживања ауторке Вукићевић (1995: 171–173) на тему именичких сложеница у савременом српском књижевном језику такође указују на изненађујуће велики проценат ендоцентричних сложеница, али и на то да ендоцентричност именичких сложеница „није несродна духу и систему нашег језика”.

17 Напоменимо и то да су Халупка Решетар и Лалић Крстин (2009: 122) мишљења да су словенице чија се значења заснивају на метонимијском преносу ипак ближе егзоцентричним конструкцијама.

18 Више о асоцијативном и његовој подврсти, експресивном значењу, в. Прћић (2016: 26–27, 29–30).

19 Следећи писање Гибса (1994: 325, према Тасић 2018: 45) да „сваки члан једне категорије аутоматски не остављаје метонимијски пренос”, мишљења смо да ендоцентрично тумачење дате словенице није могуће или да је барем врло мало вероватно, односно да се не може било којем производу приступити помоћу произвођача (овде фирме *Kraš*).

Анализирајући даље прикупљену грађу примећујемо да се у 69 од 99 ендоцентричних примера као семантичко језгро јавља десно позициониран члан (нпр. *Akvadajz* < *Akvapropija* + *paḡadajz*, тј. течни парадајз узгајан у систему узгоја *Akvaipонија*), а у 24 лево позиционирана реч (нпр. *kokiriki* < *kokice* + *kikiriki*, тј. кокице са додатком кикирикија). Иако је у области хране и пића све присутније укрштање различитих укуса, што доводи до тога да (именичке) координативне сливенице често означавају неку врсту хибрида из (и)реалне стварности (Адамс 1973: 158–159; Лалић Крстин 2010: 114; Бауер 2017: 160), у нашем корпусу забележен је неочекивано мали број сливеница (само 6) у којима је семантички однос између елемената координативан. Илуструјемо примерима: *brokinjoni* < *brokoli* + *šampinjoni* (салата), *kupinada* < *kupina* + *limunada* – безалкохолно пиће од сока лимуна и сока купина, *prasorog* < *prase* + *jednorog* – врста крофне чији је изглед производ укрштања одређених карактеристика прасета и једнорога.<sup>20</sup>

Табела 2. Семантички аспекти сливеница у истраживачкој грађи

ендоцентричне	једноструко ендоцентричне	двоструко ендоцентричне (координативне)
	<i>Akvadajz, Breskosaurus, CROmpiri, đumbirnada, gumedići, Hugobon, Integrići, jabučinke, keksulence, kokiriki, mamurlek, MoraTea, Naronija, nutelofna, rolala, štRAWdla, TuZbasco, Vrabanero</i>	<i>brokinjoni, kupinada, prasorog</i>
егзоцентричне	<i>čašavko, čokolešnik, Krašopis, Krašotica, mazales, vitaminanda</i>	

Када је у питању однос између чланова 99 ендоцентричних сливеница, нега је могуће (слично као у сложеницама) посматрати нешто уже, семантички, или нешто шире, кроз заједничко деловање синтаксе и семантике (Биланџија 2017: 97, 106). Ми смо се одлучили за овај други приступ и синтаксичком парафразом семантичке садржине сливеница утврдили следеће односе између њихових мотивних речи, које дајемо према опадајућој учесталости појављивања у корпусу и уз напомену да су односи у (в) и (г) заступљени у једнаком броју:

(а) детерминант означава неке од (нај)важнијих састојака или додатака детерминатума, као у различитим врстама палачинки (*jabučinke* < *jabuke* + *palaičinke* – палачинке са јабукама), крофни (*nutelofna* < *Nutela* + *krofna* – крофна преливена нутела кремом) или лимунаде (*đumbirnada* < *đumbir* + *limunada* – лимунада са додатком ђумбира). Овде би припадали и производи припремљени од сирових и(ли) интегралних састојака као што је, на пример, *štRAWdla* < *štrudla* + *RAW* – сирова штрудла с маком или *Integrići* < *integralni* + *keksići*;

(б) у односу између два члана детерминант се може односити и на име промотивног лика са паковања производа (нпр. *Breskosaurus* < *breskva* + *dinosaurus* – напиток од брескве и мањег процента воћне каше јабуке чији је укус маштовито представљен помоћу диносауруса „израђеног” од брескве будући да је производ, пре свега, намењен деци; *Hugobon* < *Hugo* + *bombon* – бомбоне у паковању на којем се налази лик Хуга из популарне видео игре, такође намењен деци), на назив линије производа (нпр. *rolala* < *rolat* + *o la la* – ролати које производи фирма *Pionir* у оквиру своје производне линије *O la la*), на назив самог произвођача

<sup>20</sup> Уп. сливеницу *gumedići* < *gumeni* + *medvedići* која је једноструко ендоцентрична јер су у питању гумење бомбоне у облику медведића.

(нпр. *MoraTea* < *Moravka* + *tea* – чајеви различитих укуса фирме *Moravka* из Лесковца), на име или презиме власника компаније (нпр. *Vrabanero* < *Vrabec* (презиме) + *habanero* – љути умак који садржи хабанеро папричице), на име државе, града, општине, реке, итд. из или са које производ или неки од његових основних састојака потиче (нпр. *CROmpiri* < *Croatia* + *krumpiri* – чипс хрватског произвођача *Franck*; *TuZbasco* < *Tuzla* + *tabasco*; *Naronija* < *Narona* + *aronija*);

(в) детерминант ближе одређује начин производње детерминатума (нпр. *Akvadajz* < *Akvapronija* + *paradajz* јер је у питању течни парадајз узгајан у систему узгоја *Аквационија*);

(г) детерминант ближе одређује облик детерминатума (нпр. *keksulence* < *keks* + *sgulence* – кекс у облику малог срца);

(д) детерминант ближе одређује намену детерминатума (нпр. *tamurlek* < *tamurluk* + *lek* – лек, али у пренесеном значењу, тј. „средство за отклањање невоље, незгоде и сл., начин, метод борбе против нечега” (РСЈ 2011: 619), у овом конкретном случају мамурлука).

Узимајући у обзир слободу присутну у творби сливеница, не изненађују примери као што су *apetit*, *joaza*, *jogood*, *mankičinka*, *Pivonirka*, *smazalice*, *superesa*, *vašačinka*, *žvazbuka* и сл. у којима је намеравани однос између мотивних речи теже утврдити, па и незахвално тумачити, јер је значење детерминанта најчешће условљено намерама комуникатора и комуникационим контекстом.<sup>21</sup> На пример, у сливеници *joaza* < *jogurt* + *oaza*, други члан је највероватније употребљен фигуративно, тј. као „оно што се издваја својом вредношћу” (РСЈ 2011: 829), па би се и однос између њега и првог члана могао парафразирати као „јогурт је оаза”, односно протумачити као да је овај бренд јогурта посебно вредна намирница коју треба користити у исхрани. Сличну ситуацију налазимо и у примеру *mankičinka* < *manki* + *paláčinka*, у којој је намера творца сливенице највероватније била да речју *мајмун*, помоћу обратне асоцијације (в. одредницу *мајмун* у Драгићевић и др. 2011: 285) код потенцијалног купца изазове реакцију на банану, односно да га наведе да закључи да је у питању палачинка са бананом. За сливеницу *apetit* би се такође могло рећи да је графичким истицањем и, последично, сигнализирањем мотивних речи, добила једно ново, асоцијативно обележје као допуну дескриптивном значењу и да је треба читати и као кекс (типа *petit beurre*) који је апетитан. На основу ових и сличних асоцијација можемо извести закључак да је безмало половина анализираних сливеница у корпусу мање-више асоцијативно обележена, тј. могуће им је приписати један сугестиван и често забаван однос комуникатора према предмету комуникације, као посебном и изврсном (особито ако је намењен деци) (нпр. *čašavko*, *smazalice*, *superesa*). Комуникатор овим у ствари тежи да код других комуникатора изазове једн(ак)о позитивно расположење, допадљивост и примамљивост према предмету комуникације и да их убеди да дати производ и сами купе и(ли) пробају.

#### 4. Закључак

Кроз истраживање представљено у овом раду, тј. кроз језичку анализу одређених аспеката сливеница у називима хране и пића, пре свега, из српског језика, али и неколико других словенских језика, покушали смо да укажемо на творбену и лексичку експресивност ових твореница. Тако смо, испитујући најпре механизме којима су сливенице творене, утврдили да оне најчешће настају

21 О овоме пишу и Бауер и др. (2013: 485).

комбиновањем почетног дела прве и крајњег дела друге речи, односно сливањем целе прве и крајњег дела друге речи, уз често графо-фонолошко преклапање и, нешто ређе, графичко истицање. Испитивање структуре дела мотивне речи који учествује у сливању показало је да у готово половини скраћених речи тај део чине цели слогови (најчешће два, али и један и три слога). На основу овога би се могло закључити да делови речи који учествују у творби сливенице нису на-сумице одабрани већ да ипак постоји одређена тенденција у њиховом краћењу, нпр. овде уочено очување слога.

Резултати семантичке анализе сливеница, али и анализе синтаксичко-семантичких односа између њихових мотивних речи, показују да су могући најразличитији односи, као и да је велика већина сливеница ендоцентрична. Такође, значења мотивних речи су врло често заснована на метафоричком или метонимијском преносу, што сигурно доприноси експресивној снази ових необичних твореница. На лексичку експресивност сливеница у анализираним словенским језицима утиче и присуство немалог броја мотивних речи из страних језика, највише из енглеског, што може бити потврда не само потребе да се буде модеран и иновативан у изразу већ и маркетиншки конкурентан на (ширем) тржишту. Ипак, на основу 120 анализираних примера из четири државе региона, чини се да је ова експресивна снага сливеница недовољно искоришћена и да су произвођачи који су је препознали малобројни, посебно у поређењу са онима са енглеског говорног подручја.<sup>22</sup> Даље, примери из истраживачке грађе такође указују на то да су новији и(ли) мањи произвођачи и појединци (што се може приметити кроз називе рецепата на кулинарским веб-сајтовима и блоговима) маштовитији у именовану хране и пића. Другачије речено, само неколико компанија у региону препознало је значај добро осмишљеног назива за дати прехранбени производ или пиће, односно лексичких сливеница као оригиналног, креативног и економичног језичког средства. Али и тај мали број произвођача показује да идиосинкратични визуелни и звучни идентитет овде анализираних именичких експресива нарочито погодује креирању назива брендова, будући да је у њима језичка креативност један од кључних чинилаца, али и због тога што произвођачи настоје да се њихови производи разликују од постојећих, да привуку пажњу потенцијалних купаца и, последично, себи обезбеде што бољу позицију не само на регионалном тржишту већ и шире.

## Извори

<https://dongedza.rs/meni/>. јул 2019.

<https://www.dnevno.hr/magazin/slanoled-zvijezde-poludjele-za-slanim-sladoledom-koji-ima-okus-mamine-kuhinje-1326645/>. јул 2019.

Бугарски 2013: R. Bugarski, *Sarmagedon u Mesopotamiji*, Beograd: Biblioteka XX vek.

Бугарски 2014: R. Bugarski, *Putopis po sećanju*, Beograd: Biblioteka XX vek.

Бугарски 2016: R. Bugarski, Slivenice kao pokazatelj promena u jeziku i društvu, *Теме језиколовне кроз дијахронију и синхронију*, Нови Сад, 511–529.

Марковић и др. 2016: I. Marković i dr., *Hrvatski rječnik stopljenica*, Zagreb: Filozofski fakultet. <https://stilistika.org/hrvatski-rjecnik-stopljenica>. јул 2019.

22 В. Даниловић Јеремић и Јосијевић (2019) које су анализирале 602 сливенице у називима брендова из Тернеровог речника сливеница (Turner 1993).

Томић 2019: Г. Томић, Творбено-семантичка анализа нових сливеница у српском језику, *Зборник радова Филозофског факултета у Приштини*, XLIX (2), Приштина, 61–84.

## Литература

- Адамс 1973: V. Adams, *An Introduction to Modern English Word-Formation*, London/New York: Longman.
- Балди и Давар 2000: P. Baldi & C. Dawar, Creative processes, in: G. Booij et al. (eds.), *Morphologie: ein internationales Handbuch zur Flexion und Wortbildung = Morphology: an international handbook on inflection and word-formation*, Vol. 1, Berlin/New York: W. de Gruyter, 963–972.
- Бауер 2003: L. Bauer, *Introducing Linguistic Morphology*, Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Бауер 2017: L. Bauer, *Compounds and Compounding*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Бауер и др. 2013: L. Bauer, R. Lieber, and I. Plag, *The Oxford Reference Guide to English Morphology*, Oxford: Oxford University Press.
- Белијаева 2019: N. Beliaeva, Blending creativity and productivity: on the issue of delimiting the boundaries of blends as a type of word formation, *Lexis 14: Blending in English*. <https://journals.openedition.org/lexis/4004>.
- Бенцеш 2019: R. Benczes, *Rhyme over Reason: Phonological Motivation in English*, New York: Cambridge University Press.
- Биландџија 2017: S. Bilandžija, *Slaganje u skandinavskim jezicima – prototip i periferija*, Beograd: FOKUS.
- Бохмерова 2010: A. Böhmerová, *Blending As Lexical Amalgamation and Its Onomatological and Lexicographical Status in English and in Slovak*, Bratislava: ŠEVT.
- Брдар-Сабо и Брдар 2008: R. Brdar-Szabó and M. Brdar, On the Marginality of Lexical Blending, *Jezikoslovlje*, 9.1–2, 171–194.
- Бугарски 2013: R. Bugarski, *Sarmagedon u Mesopotamiji*, Beograd: Biblioteka XX vek.
- Бугарски 2014: R. Bugarski, *Putopis po sećanju*, Beograd: Biblioteka XX vek.
- Бугарски 2016: R. Bugarski, Slivenice kao pokazatelj promena u jeziku i društvu, у: J. Дражић и др. (ур.), *Зборник у част Љиљани Суботић: Теме језикословне кроз дијахронију и синхронију*, Нови Сад: Филозофски факултет, 511–529.
- Винтерс 2017: S. Winters, *Lexical Blending in Ukrainian: System or Sport?*, Unpublished doctoral dissertation, Calgary: University of Calgary.
- Во и Лафорд 2000: L. R. Waugh & Barbara A. Lafford, Markedness, in: G. Booij et al. (eds.), *Morphologie: ein internationales Handbuch zur Flexion und Wortbildung = Morphology: an international handbook on inflection and word-formation*, Vol. 1, Berlin/New York: W. de Gruyter, 272–281.
- Вукићевић 1995: D. Vukićević, Imeničke složenice u savremenom srpskom književnom jeziku, *Зборник Матице српске за филологију и лингвистику*, 38 (1), 127–174.
- Даниловић Јеремић и Јосијевић 2019: J. Danilović Jeremić and J. Josijević, To blend so as to brand: a study of trademarks and brand names, *Lexis 14: Blending in English*. <https://journals.openedition.org/lexis/3732>.
- Данкс 2003: D. Danks, *Separating Blends: a Formal Investigation of the Blending Process in English and Its Relationship to Associated Word Formation Processes*, Unpublished doctoral dissertation. University of Liverpool: Liverpool.

- Драгићевић 2009: Р. Драгићевић, Иновације у творби речи у словенским језицима, *Јужнословенски филолог*, 69, 461–468.
- Драгићевић 2018: Р. Драгићевић, *Српска лексика у прошлости и данас*, Нови Сад: Матица српска.
- Драгићевић и др. 2011: Р. Драгићевић, П. Пипер и М. Стефановић, *Обратни асоцијативни речник српскога језика. Део 2, Од реакције ка стимулусу*, Београд: Београдска књига; Београд: Службени гласник.
- Дреслер 2005: W. U. Dressler, Word-Formation in Natural Morphology, in: P. Štekauer and R. Lieber (eds.), *Handbook of Word-Formation*, Dordrecht: Springer, 267–284.
- Звики и Пулам 1987: A. M. Zwicky and G. K. Pullum, Plain Morphology and Expressive Morphology, in: J. Aske et al. (eds.), *Proceedings of the 13th Annual Meeting of the Berkeley Linguistics Society*, Berkeley: Berkeley Linguistic Society, 330–340.
- Канон 2000: G. Cannon, Blending, in: G. Booij et al. (eds.), *Morphologie: Ein internationales Handbuch zur Flexion und Wortbildung / Morphology: An International Handbook on Inflection and Word-Formation*, Berlin/New York: Walter de Gruyter, 952–956.
- Клајн 2002: И. Клајн, *Творба речи у савременом српском језику. Део 1, Слагање и префиксација*. Београд: Завод за уџбенике и наставна средства.
- Коњечна 2012: E. Konieczna, Lexical Blending in Polish: A Result of the Internationalisation of Slavic Languages, in: V. Renner, F. Maniez, and P. J. Arnaud (eds.), *Cross-Disciplinary Perspectives on Lexical Blending*, Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 51–74.
- Лалић Крстин 2010: G. Lalić Krstin, *Strukturni i sadržinski aspekti novih slivenica u engleskom jeziku: kognitivnolingvistički pristup*, Neobjavljena magistarska teza, Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Лалић Крстин и Халупка Решетар 2007: Г. Лалић Крстин и С. Халупка Решетар, Нешто ново о новим сливеницама у српском језику, *Свети речи: средњошколски часопис за српски језик и књижевност*, 11 (23/24), 26–30.
- Летиржи 2011: A. Léturgie, À propos de l'amalgamation lexicale en français, *Langages*, 183(3), 75–88.
- Матјело 2013: E. Mattiello, *Extra-Grammatical Morphology in English: Abbreviations, Blends, Reduplicatives, and Related Phenomena*, Berlin/Boston: De Gruyter Mouton.
- Матјело 2019: E. Mattiello, A corpus-based analysis of new English blends, *Lexis 14: Blending in English*. <https://journals.openedition.org/lexis/3660>
- Њемчокова 2004: K. Nemčoková, Some Features of Blending and Its Latest Development within English Word-Formation, *Philologica LX Zbornik Filozofickej Fakulty UK*, Bratislava: UK, 125–130.
- Прћић 2016: Т. Прћић, *Semantika i pragmatika reči*, треће, elektronsko izdanje, Novi Sad: Filozofski fakultet. <<http://digitalna.ff.uns.ac.rs/sadrzaj/2016/978-86-6065-356-9>> 20. 10. 2017.
- Ренер 2019: V. Renner, French and English lexical blends in contrast, *Languages in Contrast: International Journal for Contrastive Linguistics*, 19 (1), 27–47.
- Ривкин & Садерланд 2004: S. Rivkin & F. Sutherland, *The making of a name: The inside story of the brands we buy*, New York: Oxford University Press.
- Ронебергер-Сиболд 2006: E. Ronneberger-Sibold, Lexical Blends: Functionally Tuning the Transparency of Complex Words, *Folia Linguistica*, XL/1–2, 155–181.
- Ронебергер-Сиболд 2012: E. Ronneberger-Sibold, Blending between Grammar and Universal Cognitive Principles: Evidence from German, Farsi, and Chinese, in: V. Renner, F. Maniez, and P. J. Arnaud (eds.), *Cross-Disciplinary Perspectives on Lexical Blending*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 115–144.

- РСЈ 2011: М. Вујанић и др., *Речник српскога језика*, измењено и поправљено издање, Нови Сад: Матица српска.
- Тасић 2018: М. Тасић, *Метонимија у британском новинском дискурсу*, необјављена докторска теза, Београд: Филолошки факултет.
- Томић 2019: Г. Томић, Творбено-семантичка анализа нових сливеница у српском језику, *Зборник радова Филозофског факултета у Приштини*, XLIX (2), 61–84.
- Тошовић 2004: Б. Тошовић, Експресивност, *Стил*, 3, 25–61.
- Халупка-Решетар и Лалић-Крстин 2009: S. Halupka-Rešetar and G. Lalić-Krstin, New blends in Serbian: Typological and headedness-related issues, у: В. Ружић, С. Шљукић (ур.), *Годишњак филозофског факултета у Новом Саду*, XXXIV (1), 115–124.
- Штебић Голуб 2017: В. Štebih Golub, Stopljenice u medijskome i reklamnome diskursu suvremenoga hrvatskog jezika, *Poznańskie Studia Slawistyczne*, 13, 195–208.

## LINGUISTIC EXPRESSIVITY OF BRAND NAMES OF FOODS AND BEVERAGES: AN ANALYSIS OF BLENDS

### Summary

Linguistic expressivity is inherent in various word-formation processes, including (lexical) blending, whose products are (lexical) blends. The present paper is thus concerned with a qualitative and quantitative analysis of both structural and semantic properties of lexical blends in the names of foods and beverages produced mostly in Serbia, but also in Montenegro, Bosnia and Herzegovina, and Croatia. The corpus comprises target blends extracted from the relevant works on blending in Serbian (Bugarski 2013; 2014; 2016; Tomić 2019), those listed in the *Croatian Dictionary of Blends* (Marković et al. 2016), and those collected by the authors themselves. The overall aim of our research was to draw attention to the expressive potential of nominal blends in the names of foods and beverages. More specifically, it aimed at: (1) determining (the most frequent) blending mechanisms, including the extent of graphic and/or phonological overlap and the means of graphic emphasis, (2) comparing the syllable structure of the source words with that of the resulting blend, and (3) establishing associative meanings of the blends, as well as the syntactic and semantic relations between their source words. Data analysis showed that the idiosyncratic audiovisual identity of blends is especially suitable for use in brand names, since their creation is heavily dependent on language creativity; but also because manufacturers strive to make their products distinguishable in a myriad of similar ones, thereby attracting prospective buyers' attention and possibly becoming competitive on the local, regional, and/or global market. This conclusion is supported by a significant number of cross-linguistic blends in the corpus; they contain loanwords from foreign languages, most notably English.

*Key words:* linguistic expressivity, lexical blends, brand names of foods and beverages

Gorica R. Tomić  
Jelena R. Danilović Jeremić