



DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-4-775-788
УДК 811.161.1'373

Научная статья / Research article

Элементы инкорпорации в русском коммерческом нейминге

Н.В. Перфильева¹, И.И. Галанкина²

¹Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, г. Москва, Российская Федерация, 117198

²Российский государственный аграрный университет имени К.А. Тимирязева
ул. Тимирязевская ул., 49, г. Москва, Российская Федерация, 127550

¹perfilyeva-nv@rudn.ru

Статья посвящена словообразовательной инкорпорации в русском языке. Под инкорпорацией подразумевается сращение двух и более слов в одно морфологическое целое без участия словообразовательных формантов, при котором происходит трансформация значения производного по отношению к значениям исходных слов. Производные инкорпорации принято называть инкорпорационными комплексами. Инкорпорационные комплексы могут образовываться с помощью слов, словосочетаний и предложений. Также составными частями инкорпорационных комплексов могут выступать квазиморфемы — особые элементы, которые не соответствуют классическому представлению о лексических или словообразовательных единицах. Обзор научных работ, посвященных инкорпорации в языках мира, демонстрирует различные подходы к данному явлению и терминологические разночтения при его определении. Инкорпорация уже более столетия является объектом изучения как значимая характеристика полисинтетических и аналитических языков. Применительно к флективному русскому языку данный феномен не был системно описан, что определяет актуальность исследования. Данное языковое явление в русском языке отмечается относительно недавно и, несомненно, требует научной оценки. Авторы ставили своей целью определить границы словообразовательной инкорпорации в русском языке и ее отличия от сходных деривационных моделей. В рамках статьи инкорпорация исследуется на материале российского коммерческого нейминга. Материал собран методом сплошной выборки из интернет-сайтов, подобраны коммерческие названия или эргонимы, которые представляют собой инкорпорационные комплексы — вывески продуктовых магазинов, ресторанов, кафе и других коммерческих заведений. В результате проведенного исследования разработана классификация эргонимов, образованных по инкорпорационной словообразовательной модели в современном русском языке. Исследование представляет научный интерес, так как предлагается анализ тенденции, развивающейся во флективном русском языке. Метод контрастивного анализа используется для сопоставления аналогичных примеров из современного английского языка. Лексические единицы из английского языка стали объектом изучения, так как модели словообразования английского языка заимствуются вместе со словами. Также выделена значительная группа примеров русских эргонимов с заимствованными компонентами, среди которых преобладают англоязычные сегменты.

Ключевые слова: инкорпорация, инкорпорационный комплекс, русский язык, английский язык, словообразовательная модель, эргоним, квазиморфема

© Перфильева Н.В., Галанкина И.И., 2019.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

История статьи:

Дата поступления: 01.06.2019

Дата приема в печать: 20.06.2019

Для цитирования:

Перфильева Н.В., Галанкина И.И. Элементы инкорпорации в русском коммерческом нейминге // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019. Т. 10. no 4. С. 775—788. doi: 10.22363/2313-2299-2019-10-4-775-788

UDF 811.161.1'373

Elements of Incorporation in the Russian Commercial Naming

Natalia V. Perfilieva¹, Inna I. Galankina²

¹Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)
Miklukho-Maklaya Str. 6, Moscow, Russian Federation, 117198

²The Russian State Agrarian University — Moscow Agricultural Academy
named after K.A. Timiryazev (RSAU-MTAA)
Timiriazevskaya Str. 49, Moscow, Russian Federation, 127550

¹perfilieva-nv@rudn.ru

The article is devoted to the problem of word formation incorporation in the Russian language. Incorporation is understood as the merger of two or more words into one morphological whole without the participation of word-forming formants, in which the value of the derivative is transformed in relation to the values of the original words. The derivatives of incorporation are called incorporation complexes. Components of incorporated complexes are classified as quasi-morphemes, which are special elements that do not correspond to the classical notion of lexical or word-forming units. A review of scientific papers on incorporation in the languages of the world demonstrates different approaches to this phenomenon and terminological differences in its definition. Incorporation has been a subject of study for more than a century as an essential characteristic of polysynthetic and analytical languages. In relation to inflectional Russian, this phenomenon has not been systematically described, which determines the relevance of the study and its analysis in this article. This linguistic phenomenon in the Russian language is relatively recent and, of course, requires scientific evaluation. The authors set a goal to determine the boundaries of word-formation incorporation in the Russian language and its differences from similar derivational models. The article considers the incorporation on the basis of the Russian commercial name. The material is collected by the method of continuous sampling from Internet sites. Incorporation complexes are selected among commercial names or ergonyms, which are signs of grocery stores, restaurants, cafes and other commercial establishments. As a result of the research, the classification of ergonyms formed according to the incorporated word-formation model in the modern Russian language is developed. The study is of great interest, as it offers an analysis of the trend actively developing in inflectional Russian. The method of contrastive analysis is used to compare similar examples from modern English. Lexical units from the English language have become the object of study, as the models of word formation of the English language are borrowed together with words. A significant group of examples of Russian ergonyms with borrowed components, among which English-language segments predominate, is also highlighted. The presence of incorporation in the Russian language, in particular, in commercial naming is considered as proof of the universality of certain linguistic phenomena in word formation.

Key words: incorporation, incorporation complex, Russian, English, derivational model, ergonym, quasi-morpheme

Article history:

Received: 01.06.2019

Accepted: 20.06.2019

For citation:

Perfilieva, N.V. & Galankina, I.I. (2019). Incorporation's in the Russian Commercial Naming. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 10(4), 775—788. doi: 10.22363/2313-2299-2019-10-4-775-788

1. Введение

Темой данного исследования является языковое явление инкорпорации, наблюдаемое в настоящее время в русском языке, в частности, в коммерческом нейминге. В статье рассматриваются деривация таких названий, как *Фреимаркет*, *Самбери*, *Вкусвилл*, *Еданадом*, которые представляют собой сращение двух и более слов в одно целое без участия формантов, при котором происходит трансформация значения сегментов производного слова относительно значений исходных слов. Данный феномен представляет научный интерес, поскольку образование лексических единиц по способу инкорпорации не является типичным для флективного русского языка. Увеличение количества единиц, образованных данным способом, свидетельствует о тенденции к частичной трансформации типичных для русского языка словообразовательных способов и моделей, хотя об изменении всей словообразовательной системы говорить, естественно, преждевременно. Отметим, что образование лексических единиц по способу инкорпорации имплицитно заложено в структуру флективного русского языка. Существование таких лексических единиц, как *сорвиголова*, *нижеподписавшиеся*, *яжемать* и т.п. являются неоспоримым доказательством возможности образования лексических единиц, структура которых скорее свойственна инкорпорирующим языкам.

2. Постановка проблемы

Инкорпорация в современных европейских языках, в частности в русском — пример нестандартного функционирования словообразовательных моделей в индоевропейских языках. Подобные языковые явления, происходящие «здесь и сейчас», фиксируются в научной литературе, но ввиду их новизны не получили должного системного описания и научной оценки.

Существуют различные варианты понимания инкорпорации, что нередко приводит к некоторым противоречиям при ее описании. Наличие нескольких толкований явления инкорпорации свидетельствует о многообразии подходов к данному языковому явлению. Приведем некоторые из них.

В Большом энциклопедическом словаре инкорпорация определяется как «<...> объединение в одно синтактико-морфологическое целое („слово-предложение“) двух и более основ, автономных по своему лексическому значению. Отношения между этими основами соответствуют отношениям компонентов словосочетания (предложения)» [1].

Данное определение подчеркивает словообразовательный характер инкорпорации, однако не определяются формальные признаки компонентов, которые образуют синтактико-морфологическое целое.

Несколько иной подход отражен в «Толковом словаре» Д.Н. Ушакова: инкорпорация рассматривается как способ синтаксической связи компонентов словосо-

четания или членов предложения, при котором компоненты соединяются в единое целое без формальных показателей [2].

Отметим, что под один термин подводится разное понимание инкорпорации: в первом случае речь идет о словообразовательном явлении, то есть сохраняется само понятие слова, а во втором — инкорпорация понимается шире: речь идет о слове-предложении. Слово-предложение, которое подобно соответствующей структуре инкорпорирующих языках.

В современном русском языке четко не определен статус инкорпорации. Мы предлагаем рассматривать инкорпорацию не только как способ синтаксической связи компонентов словосочетания или членов предложения (первое и второе определение инкорпорации), при котором компоненты соединяются в единое целое без формальных показателей, но и как способ образования единиц, статус которых равен слову.

Выделим существенные // конститутивные признаки словообразовательной инкорпорации:

- 1) целостность комплекса;
- 2) наличие двух и более компонентов;
- 3) возможность функционирования компонентов как самостоятельных слов;
- 4) отсутствие формальных показателей, «обслуживающих» соединение компонентов.

Итак, в фокусе данного исследования — **словообразовательная инкорпорация**, подразумевающая слияние или **сращение** нескольких компонентов в одно целое. Отметим, что значение производного не является суммой значений компонентов, которые в свою очередь могут использоваться как самостоятельные лексемы. Словообразовательная инкорпорация оперирует в качестве «строительного материала» целыми словами, особыми единицами — квазиморфемами, словосочетаниями и предложениями.

3. История вопроса

Исследования инкорпорации имеют почти столетнюю историю, и тем не менее рассматриваемое явление представляет неисчерпаемый материал для дальнейшего изучения.

Первоначально инкорпорация рассматривалась как структурная организация предложения в инкорпорирующих языках. Известно, что ряд языков, в которых инкорпорация является важнейшим средством построения предложения, называются инкорпорирующими. Инкорпорирующие языки были впервые выделены и описаны В. Гумбольдтом, который обратил внимание на включение имен в глагольные формы и образование своего рода слов-предложений в языке науталь. По В. Гумбольдту, в ряде языков американских индейцев можно «рассматривать предложение вместе со всеми его необходимыми частями не как составленное из слов целое, а, по существу, как отдельное слово» [3. С. 144].

Э. Сепир рассматривает инкорпорацию и как модель словообразования в индоевропейских языках, и как синтаксическое устройство предложения в инкорпорирующих языках. Инкорпорация в индоевропейских языках, по его мнению,

похожа на обычное словосложение. Э. Сепир понимал инкорпорацию в первую очередь как процесс объединения именной основы с глагольной, вне зависимости от синтаксической функции слова в предложении [4. С. 257]. По мнению исследователя, ядром инкорпорационного комплекса является глагол. Многие исследователи вслед за В. Гумбольдтом рассматривают инкорпорацию как включение в глагольную форму имени в качестве подлежащего или дополнения. М.С. Бейкер в труде «On Zero Agreement and Polysynthesis» // «О нулевом согласовании и полисинтезе», описывая полисинтетический язык могавак, указывает на наличие в нем инкорпорации: “...special case, when the direct object is incorporated into the verb” // «особого случая, когда прямое дополнение встраивается в глагол» (перевод авторов) [5. С. 1].

И.И. Мещанинов различает полное и частичное инкорпорирование: «<...> полное инкорпорирование передает все построение предложения целиком в одном слившемся синтаксическом комплексе, а частичное — разделяет цельный состав предложения. Каждая из этих частей имеет свое содержание, но ее содержание не охватывает всего высказывания, а ограничивается передачей одного из понятий, составляющих высказывание» [6. С. 34]. И.В. Муравьева понимает под инкорпорацией не только глагольные композиты, но и именные: «инкорпорация в широком смысле — это снятие ограничения на „глагольность“ композитов» [7. С. 20]. По мнению Муравьевой, следует различать аналитическую инкорпорацию (без изменения частей композита, но с использованием служебных слов) и синтетическую (в этом случае в составных частях инкорпорационного комплекса происходят фонетические, морфонологические и другие изменения в зависимости от типа языка) [7. С. 36].

Подведем итоги: в современной лингвистике инкорпорация рассматривается не только на синтаксическом уровне, но и как **способ словообразования**. Элементы инкорпорации были выделены в языках различных типов, в частности, в инкорпорирующих языках, агглютинативных и флективных языках.

Что касается английского языка, который характеризуется выраженным аналитизмом, инкорпорация в нем представлена как достаточно частотный способ словообразования. К инкорпорации в английском языке можно отнести деривационную модель словосложения, так как в английском языке использование формантов при функционировании данной модели факультативно. Слова, образованные сложением двух и более слов, принято называть **compound** ‘словосложение’. В Oxford Advanced Learner's Dictionary термин **compound** объясняется как «...the commonest type of new word, when two existing words are combined to give a new meaning» / «наиболее распространенный способ образования новых слов, соединение которых создает новое значение» [8. Р. 16]. При образовании слов данным способом значение нового слова, как правило, не является суммой значений слов, его образующих. Например, *mouthpiece*, слово, образованное сложением двух лексических единиц *mouth* ‘рот’ и *piece* ‘кусочек’, имеет значение ‘микрофон телефона’. Термином **compound** пользуются зарубежные лингвисты и при описании английского словообразования, в частности, Л. Блумфилд [9], Н. Фэбб [10], Л. Бауэр [11] и др. Так как в английском языке словосложение не требует формантов, пред-

ставляется возможным рассматривать этот способ словообразования как инкорпорацию.

Понятие инкорпорации трактуется в англоязычной лингвистической литературе неоднозначно. Д. Мэссэм, представившая обзор различных подходов к инкорпорации в современной зарубежной лингвистике, считает применение термина **incorporation** к тем или иным явлениям английского языка дискуссионным [12. Р. 1091]. В целом Д. Мэссэм характеризует явление инкорпорации как “a microcosm of linguistic theory, demonstrating the struggle by linguists to answer major questions” // «микрокосм лингвистической теории, демонстрирующий разногласия лингвистов по многим вопросам» [12. Р. 1091]. По сложившейся традиции в европейской лингвистике, при анализе инкорпорации в английском языке преобладает «глаголоцентрический» подход. Примечательно, что сам термин, как правило, встречается в сочетании **noun incorporation**, что подразумевает присоединение имени к глаголу, а не именное сочетание. Так Р. Холл рассматривает в качестве инкорпорантных комплексов глаголы, образованные от сложных существительных, включающих глагольные основы: *kidnapper — to kidnapp* [13].

Многие российские лингвисты понимают под инкорпорацией в английском языке слова, образованные сложением нескольких слов, одно из которых обязательно является глаголом, в частности, М.А. Анохина [14], С.В. Шустова, Е.А. Смирнова [15].

Как было сказано выше, в рамках данной статьи инкорпорация рассматривается как сращение предложений, словосочетаний (в том числе именных), слов и в некоторых случаях квазиморфем. Таким образом, ориентируясь на широкое понимание инкорпорации, мы можем включить в рамки этого явления применительно к английскому языку такой способ словообразования, как словосложение, рассматривая глагольно-именную инкорпорацию как его частный случай.

4. Инкорпорация в русском языке

В работах о словообразовательной инкорпорации в русском языке также, в основном, приводятся глагольные композиты. В частности, В.А. Плунгян относит к инкорпорации словообразование с соединительным гласным: *руководить, благословлять, благоволить* [16. С. 6].

Отнесение слов, образованных по данной модели, к инкорпорации считается спорным. Академическая грамматика — 80 определяет подобную модель как словосложение, т.е. «...способ образования слов, при котором опорный (последний компонент) равен целому слову, а предшествующий ему компонент (или компоненты) представляют собой чистую основу», причем наличие интерфикса сигнализирует об утрате морфологического значения у предшествующего компонента: *первоисточник* [17. С. 139]. Наличие интерфиксации — важный признак слов, образованных способом словосложения для флективных языков. Подобные интерфиксы свидетельствуют о том, что мы имеем дело именно с морфемой, а не со словом или квазиморфемой.

Если считать отсутствие формантов конститутивным признаком инкорпорации, то термин *инкорпорация* может быть применен к такому способу русского

словообразования, как **сращение**, которое представляет собой соединение слов аналогичное словосочетанию с сохранением живой связи его частей *вечнозеленый, нижеследующий* [17. С. 139]. Добавим, что в таких словах, как *сорвиголова, перекапти-поле, яжемать*, прослеживаются синтаксические связи, присущие предложению.

Заслуживают внимания заимствованные русским языком иноязычные слова, образованные по способу инкорпорации: *кашине, пленер, чупакабра, скриншот, braindrain*. Носители русского языка, не знающие английского, французского или испанского, не ощущают внутреннюю форму данных слов.

В текстах СМИ данные слова часто приводятся в английской графике, иногда с пояснением: *braindrain* — утечка мозгов. Отметим, что изначально (с середины XX в. термин *brain drain* употреблялся как словосочетание). С начала 2000-х гг. наблюдается активное заимствование лексем-инкорпоратов из английского языка: вначале в качестве неграмматикализованных лексических единиц, которые постепенно осваиваются русским языком в основном как имена существительные мужского рода с твердой основой на согласный, изменяемые по типу II склонения [18]. Приведем несколько примеров из разговорной речи:

- ◆ Все учат английский язык, но что-то *аутпут* невелик.
- ◆ Поговорим о *мастхевах* сезона.
- ◆ Я с удовольствием участвую в *оупенэйрах*.

Иногда возникают парадоксальные ситуации, когда подобные заимствования используются и в православной литературе, редко допускающей отклонения от жанра. Так, в повести «Флешбэк» О. Рожнёвой речь идет о семье священнослужителя. Объясняя название своей повести, автор пишет, что *флешбэк* — «взгляд в прошлое, который влияет на настоящее» [19. С. 191].

5. Материал исследования и методология

Под влиянием англ. заимствований, интернет-технологий (сайты, теги, электронные адреса) сращение или инкорпорация как деривационная модель получает все более широкое распространение в русском языке, в том числе и при образовании коммерческих названий или эргонимов. Под эргонимами мы понимаем многочисленную группу слов, в которую входят «собственные наименования предприятий различного функционального профиля» [20. С. 93]. Эргонимы помимо обязательной номинативной функции могут выполнять также информативную, аттрактивную, эстетическую и суггестивную и другие функции [21. С. 91]. Многофункциональность эргонима обуславливает емкость и многосложность его семантики, открывая возможности для языковой игры.

Ядром исследуемого материала стали названия кафе, столовых, ресторанов и продуктовых магазинов. В качестве дополнения были собраны примеры из других областей бизнеса. Источниками послужили интернет-ресурсы, примеры из научных работ, собственные наблюдения, вывески городских объектов Москвы, а также Санкт-Петербурга, Новороссийска и некоторых других городов.

Представим классификацию эргонимов, образованных по способу инкорпорации.

6. «Строительный материал» инкорпоратов в русском языке: целые слова, особые единицы — квазиморфемы, словосочетания и предложения

6.1. Инкорпораты-слова

При отнесении эргонимов к данному типу определяющим является отсутствие синтаксической связи между словами. Например, эргонимы, которые составлены из существительных в именительном падеже: *Кефирбатон*, *Сервиспродукт*, *Джекичанкафе*.

Встречаются эргонимы-инкорпораты глагольных форм и частиц — это название кондитерской *Неслипнеца* (рис. 1).



Рис. 1 / Fig. 1

6.2. Инкорпораты с квазиморфемами

В последние 5—10 лет активно образуются эргонимы, в состав которых входят графемы числа. Числительные в составе эргонимов выполняют функцию квазиморфемы. Так в логотипе сетевого магазина *7Я* обыгрывается созвучие сочетания числительного *7* и местоимения *я* со словом *семья* (рис. 2). Составные части словосочетания '*семь я*' заменяют словообразовательный корневой сегмент слова *сем-я*. В наименованиях *All4coffee*, *Kalian4you* цифра *4* замещает компонент *for*.



Рис. 2 / Fig. 2

Рассмотрим эргоним *Живика*: частица *-ка* придает названию аптеки сходство с названиями ягод, например, *черн-ик-а*, *ежев-ик-а*, в которых сочетаются суффикс *-ик-* и окончание *-а*. Таким образом, можно предположить, что в ассортименте аптеки присутствуют в большом количестве лекарства с натуральными компонентами. Включение квазиморфем в инкорпорационный комплекс — частый стилистический прием.

6.3. Инкорпораты-словосочетания

Как было сказано выше, в полисинтетических языках словосочетания-инкорпораты в основном представляют собой сращения именных и глагольных компонентов. В русском языке, как правило, инкорпораты-словосочетания являются именными:

- ◆ *Мирчая*
- ◆ *Еданадом*
- ◆ *АлкогольОптом.*
- ◆ *Goodfood*
- ◆ *Базарбай* (рис. 3)



Рис. 3 / Fig. 3

Отметим, что в инкорпоратах-словосочетаниях достаточно часто используются заимствованные компоненты. Возможны различные варианты сложения русскоязычных и заимствованных компонентов в названиях. Подавляющее большинство эргонимов включает заимствованные компоненты. Например, англицизмы: *фуд*, *шоп*, *фреш*, *маркет* и мн. др., галлицизмы: *бон*, *бель*, *вилл*; латинизмы: *аква*; немецкие компоненты: *бург*, *гросс*; испанские компоненты: *торро* (искаженное *toro*) тюркские компоненты: *бай*, а также экзотизмы, не имеющие русских аналогов: *суши*, *кальян*. Иноязычные компоненты могут сочетаться с русскими: *Бестчай*, *Мирбир*, *Kingikra*, *Вкусвилл*, *Бельпостель*, *Торропышка*. Частотны также эргонимы, представляющие собой комплекс из заимствованных компонентов: *Kimchishop*, *Bonsize*, *Гроссфуд*. Так, в русском языке встречаются коммерческие названия из иноязычных компонентов, при этом подобные эргонимы отсутствуют в языках, из которых был взят ‘строительный материал’: *Greenfrogplace*, *Шончунс*, *Изивендинг*.

Образованные эргонимы чаще оканчиваются на согласную, что, позволяет с легкостью склонять их по модели слов мужского рода:

- Купить во ФрешмаркетЕ...*
- Ждать у КофепортА и т.д.*



Рис. 4 / Fig. 4

Отметим, что в тоже время комплексы, состоящие из русских элементов, могут быть несклоняемыми: *Едананадом*.

Встречаются названия, имеющие в своем составе только русские основы: *СHTOTOKRASIVOYE* (Магазин одежды) (рис. 4).

Глагольные инкорпораты-словосочетания среди коммерческих названий крайне редки, что, по-видимому, объясняется номинативной функцией эргонимов.

6.4. Инкорпораты-предложения

Приведем примеры инкорпоратов-предложений:

- ◆ *Эллиунесло* (рис. 5),
- ◆ *Сьелбысам*,
- ◆ *Самбери*,
- ◆ *Емколбаски* (рис. 6).
- ◆ *Ларисуваннучочу* (рис. 7).
- ◆ *Онапожратьлюбит*



Рис. 5 / Fig. 5



Рис. 6 / Fig. 6



Рис. 7 / Fig. 7

Отметим, что подобные примеры имеют сходство со структурой предложений в инкорпорирующих языках, в которых в глагол встраиваются дополнения и субъект.

7. Статистика эргонимов-инкорпоратов на интернет-сайтах

Из 1000 названий московских продуктовых магазинов, представленных на сайте «Магазины продуктов и напитков в Москве» [22], представлено 43 наименования, образованные способом инкорпорации, что составляет около 4% от общего количества. Приблизительно такое же соотношение фиксируется и других сайтах, например, «Продовольственные магазины Москвы» [23; 24]. Приведенная статистика позволяет прогнозировать постепенный рост популярности наименований-инкорпоратов.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

1. Термин инкорпорация употребляется в двух значениях:

- ◆ Инкорпорация понимается как способ образования слов. Отличительным признаком словообразовательной инкорпорации является отсутствие словообразовательного форманта. Продуктом словообразовательной инкорпорации становится лексическая единица, представляющая собой инкорпорационный комплекс. Сегментами в подобных инкорпорирующих комплексах могут выступать элементов квазиморфемы, слова, словосочетания и целые предложения или части предложений.
- ◆ Инкорпорация используется для характеристики типа языков, т.е. инкорпорирующих языков.

2. Были исследованы эргонимы, образованные способом инкорпорации. В настоящее время количество подобных эргонимов сравнительно невелико по сравнению общим количеством эргонимов. Однако значительный рост эргонимов-ин-

корпоратов свидетельствует о тенденции к активизации данного способа образования во флективном русском языке, для которого данный способ образования слов не является характерным.

3. Отличительной чертой эргонимов-инкорпоратов является семантическая трансформация производного значения слова.

4. Увеличение количества эргонимов-инкорпоратов объясняется тем, что инкорпорация представляет собой универсальный способ экономии языковых средств.

5. Как правило, названия-инкорпораты обладают выраженной аттрактивной функцией, например, *Эллинесло* (Волков А.М. «Волшебник изумрудного города»), *Ларисуваннучу* (фильм «Мимино»).

Наличие инкорпорации в русском языке, в частности, в коммерческом нейминге, может рассматриваться как доказательство универсальности отдельных языковых явлений в словообразовании.

Библиографический список

1. Большой энциклопедический словарь. Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/139314/%D0%98%D0%9D%D0%9A%D0%9E%D0%A0%D0%9F%D0%9E%D0%A0%D0%90%D0%A6%D0%98%D0%AF> (дата обращения: 05.05.2019).
2. Толковый словарь русского языка под редакцией Д.Н. Ушакова (1935—1940). Режим доступа: <http://feb-web.ru/feb/ushakov/ush-abc/09/usc0705.htm?cmd=0&istext=1> (дата обращения: 12.05.2019).
3. *Гумбольдт В.* Избранные труды по языкознанию. М.: ОАО ИГ «Прогресс», 2000.
4. *Sapir E.* The Problem of noun incorporation in American languages // *American Anthropologist*. 1911. Vol. 13. № 2. С. 250—300.
5. *Baker M.C.* On Zero Agreement and Polysynthesis // *Arguments and Agreement*. Oxford: Oxford University Press, 2006. С. 289—320.
6. *Мещанинов И.И.* Члены предложения и части речи. М., Л.: Наука, 1978.
7. *Муравьева И.А.* Типология инкорпорации: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2004.
8. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. A.S. Hornby. 6th edition. Ed. by S. Wehmeier. Oxford University Press, 2000.
9. *Блумфильд Л.* Язык. М.: Прогресс, 1968.
10. *Fabb N.* Sentence Structure. Routledge, 2005.
11. *Bauer L.* The Grammar of Nominal Compounding. Odense: Odense University Press, 1978.
12. *Massam D.* Noun Incorporation: Essentials and Extensions // *Language and Linguistics Compass*. 2009. 3/4. С. 1076—1096.
13. *Hall R.* How we noun-incorporate in English // *American speech*, University of Wisconsin—Madison: Duke University Press 1956. Vol. 31. no 2.
14. *Анохина М.А.* Семантическая инкорпорация как один из способов реализации когнитивной модели глагола (на материале английского языка) // *Ползуновский вестник*. Барнаул: Алт ГТУ, 2006. no 5. С. 73—82.
15. *Шустова С.В., Смирнова Е.А.* Инкорпорация как способ изменения валентности глагола (на примере английских глаголов с инкорпорированными актантами) // *Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева*, 2014. no 1. (15). С. 94—101.
16. *Плунгян В.А.* Почему языки такие разные? М.: АСТ-пресс, 2010.
17. *Русская грамматика*. Академия наук СССР. Институт русского языка. Т. I. М.: Наука, 1982.
18. *Perfilieva N.* Lexical innovations in Russian media texts. Multimeditional language words // *Proceedings of the international scientific conference: Peoples' Friendship University of Russia*. М.: РУДН, 2015. С. 62—69.

19. Рожнёва О.Л. Флешбэк // Монастырские встречи. М.: Благовест, 2010.
20. Перфильева Н.В., Новоспаская Н.В., Лазарева О.В. Эффективность коммерческого имени // Вопросы психолингвистики. 2017. по 2. С. 92—107.
21. Жукова А.Г. Об эфемистической функции эргонимов // М-лы Международной научно-практической конференции «Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. XVII Кирилло-Мефодиевские чтения 24 мая 2016 г.». М.; Ярославль: Ремдер, 2016. С. 91—95.
22. Магазины продуктов и напитков в Москве. Режим доступа: Магазины продуктов и напитков в Москве // <https://www.yell.ru/moscow/top/magaziny-produktov-i-napitkov> (дата обращения: 05.05.2019).
23. Продовольственные магазины Москвы. Режим доступа: [https://2gis.ru/moscow/search/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5%20\(%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5\)%20%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D1%8B%20%2F%20%D0%93%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%8B/rubricId/373](https://2gis.ru/moscow/search/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5%20(%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5)%20%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D1%8B%20%2F%20%D0%93%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%8B/rubricId/373). (дата обращения: 05.05.2019).
24. Смешные названия питерских баров. Режим доступа: <http://checkinandgo.ru/naming/> (дата обращения: 05.05.2019).

References

1. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/139314/%D0%98%D0%9D%D0%9A%D0%9E%D0%A0%D0%9F%D0%9E%D0%A0%D0%90%D0%A6%D0%98%D0%AF> (accessed 05.05.2019). (in Russ.).
2. Lexicon of Russian Language edited by D.N. Ushakov (1935—1940), URL: [//feb-web.ru/feb/ushakov/ush-abc/09/usc0705.htm?cmd=0&istext=1](http://feb-web.ru/feb/ushakov/ush-abc/09/usc0705.htm?cmd=0&istext=1) (accessed 12.05.2019). (in Russ.).
3. Gumboldt, V. (2000). *Selected Works on the Linguistic*. М.: OAO Progress, 400. (in Russ.).
4. Sapir, E. (1911). The Problem of noun incorporation in American languages, *American Anthropologist*, 13 (2), 250—300.
5. Baker, M.C. (2006). On Zero Agreement and Polysynthesis, *Arguments and Agreement*. Oxford: Oxford University Press, 289—320.
6. Meshchaninov, I.I. (1978). *Parts of Sentence and Parts of Speech*. Moscow; Leningrad: Nauka. (in Russ.).
7. Muravyova, I.A. (2004). *Typology of the Incorporation*. М. (in Russ.).
8. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. A.S. Hornby 6th edition (2000). Oxford University Press. pp. 1539.
9. Bloomfield, L. (1968). *Language*. Moscow: Progress. (in Russ.).
10. Fabb, N. (2005). *Sentence Structure*. Routledge.
11. Bauer, L. 1978. *The Grammar of Nominal Compounding*. Odense: Odense University Press.
12. Massam, D. (2009). Noun Incorporation: Essentials and Extensions, *Language and Linguistics Compass*, 3(4), 1076—1096.
13. Hall, R. (1956). How we noun-incorporate in English, *American speech*. *Duke University Press*, 31(2), 83—88.
14. Anokhina, M.A. (2006) Semantic Incorporation as one of Processes of the Realization of the Cognitive Model of the Verb (on the material of English Language), *Polzunovsky vestnik*, 5, 73—82. (in Russ.).
15. Shustova, S.V. & Smirnova, E.A. (2014). Noun-Incorporation as a Means of Changing Valency of a Verb (the Case of English Verbs with Incorporated Actants), *Volzhsky University after V.N. Tatishchev*, 1(15), 94—101. (in Russ.).

16. Plungian, V.A. (2010). *Why are the Languages so Various?* Moscow: AST-press. (in Russ.).
17. *Russian Grammar* (1982). Moscow: Nauka, Academy of Science of USSR. Institute of Russian Language. Vol. 1.
18. Perfilieva, N. (2015). Lexical Innovations in Russian Media Texts. In *Multimeditional language words. Proceedings of the international scientific conference*. Moscow: Peoples' Friendship University of Russia. pp. 62—69.
19. Rozhniova, O.L. (2010). Flashback In *Acquaintances in Monastaries*. Moscow: Blagovest. (in Russ.).
20. Perfilieva, N.V., Novospasskaya, N.V. & Lazareva, O.V. (2017). Effect of the Commercial Name. *Journal of Psycholinguistics*, 2, 92—107.
21. Zhukova, A.G. (2016). About euphemistic function of ergonims In *Proceedings of International Science- Practical Conference "Slavonic Culture: Sources, Traditions, Interaction. XVII Saint Kirill-Methodiy Conference 24th May 2016"*. Moscow, Yaroslavl: Remder. pp. 91—95. (in Russ.).
22. Food and Beveredgies Stores of Moscow URL: <https://www.yell.ru/moscow/top/magaziny-produktov-i-napitkov> (accessed: 05.05.2019).
23. Grocery Stores of Moscow URL: [https://2gis.ru/moscow/search/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5%20\(%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5\)%%20%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D1%8B%20%2F%20%D0%93%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%8B/rubricId/373](https://2gis.ru/moscow/search/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5%20(%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5)%%20%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D1%8B%20%2F%20%D0%93%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%8B/rubricId/373) (accessed: 05.05.2019).
24. Funny Names of Saint Petersburg bars URL: <http://checkinandgo.ru/naming/> (accessed: 05.05.2019).

Сведения об авторах:

Перфильева Наталия Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры общего и русского языкознания Российского университета дружбы народов; *научные интересы*: семантика, прагматика, сравнительно-сопоставительное языкознания; *e-mail*: perfilieva-nv@rudn.ru

Галанкина Инна Ивановна, ст. преподаватель кафедры русского языка как иностранного и общетеоретических дисциплин Российского государственного аграрного университета имени К.А. Тимирязева; *научные интересы*: методика преподавания русского языка как иностранного, сравнительно-сопоставительное языкознание; *e-mail*: gaii@live.ru

Information about the authors:

Natalia V. Perfilieva, Candidate of Philology, Associate Professor of General and Russian Linguistics Department, RUDN University; *academic interests*: semantics, pragmatics, discourse analysis, comparative linguistics; *e-mail*: perfilieva-nv@rudn.ru

Inna I. Galankina, senior lecturer of Russian State Agrarian University — Moscow Agricultural Academy named after K.A. Timiryazev (RSAU-MTAA; *academic interests*: methods of teaching Russian as a foreign language comparative linguistics; *e-mail*: gaii@live.ru