

Известия Южного федерального университета.
Филологические науки. 2021. Том 25, № 2
ЯЗЫКОЗНАНИЕ

УДК 811.161.1

ББК 81.411.2

DOI 10.18522/1995-0640-2021-2-77-86

ОТАНТРОПОНИМНЫЕ НАИМЕНОВАНИЯ КОНФЕТ В СИНТАКСИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Н.Д. Осипова

Самарский государственный социально-педагогический университет.
г. Самара, Россия

Аннотация. Рассматриваются наименования конфет, включающие антропонимы, с точки зрения синтаксической структуры. Проанализированы четыре группы прагматонимов. В первую группу включены наименования, формально соответствующие русским антропонимическим формулам (одно-, двух- и трехкомпонентным). Вторую группу прагматонимов составили однословные антропонимы в гипокористической или деминутивной форме. Третья группа представлена словосочетаниями с сочинительной и подчинительной (на основе согласования, управления и примыкания) связью, а также сочетаниями с двумя типами связи. К четвертой группе отнесены прагматонимы – предложения.

Ключевые слова: прагматоним, антропоним, синтаксис, антропонимическая формула, словосочетание, предложение.

Введение

Вторичные номинации, в том числе наименования кондитерских изделий, активно функционируют в современном русском дискурсе, что связано с развитием экономики и рыночных отношений. Изучение коммерческих имен в отечественной лингвистике находится на этапе становления. Современными исследователями отмечается целесообразность комплексного описания прагматонимов, в том числе наименований конфет, связанная с их семантической и структурной гетерогенностью [Яковлева, 2006, с. 14], семантической изменчивостью [Крюкова, 2004, с. 33]. Вышесказанное определяет **актуальность исследования** данного слоя ономастической лексики.

В последние десятилетия в лингвистике уделяется значительное внимание способам образования рекламных имен [Романова, 2007], модным номинативным тенденциям [Врублевская, 2017]. Прагматонимы как единицы периферийной зоны ономастического пространства русского языка рассматривал В.И. Супрун [Супрун, 2000]. Была выявлена специфика прагматического потенциала коммерческих номинаций продуктов питания с опорой на характер структуры и семантики праг-

матонима [Яковлева, 2006]. Более подробно синтаксическую структуру прагматонимов исследовала И.И. Исангузина в рамках комплексного анализа названий продуктов питания и напитков как особого периферийного поля ономастического пространства русского языка [Исангузина, 2008], выделяя 3 группы прагматонимов: 1) названия-слова, 2) названия-словосочетания, 3) названия-предложения. Мы считаем возможным расширить данную классификацию в связи с развитием российской прагматонимики, что обуславливает *научную новизну* исследования. Кроме однословных отонимных названий конфет, словосочетаний и предложений, выделяем антропонимические (именные) формулы. С точки зрения синтаксической функции именная формула является одним членом предложения, чем близка к семантически неделимым словосочетаниям. Однако компоненты формулы не связаны ни сочинительной, ни подчинительной связью. Синтаксические единицы на основе сочинительной связи, включающие антропонимы, рассматриваем в качестве словосочетаний. Заметим, что изучение антропонимов актуально в связи с повышенным вниманием к человеческому фактору в языке (см., например, [Абрамовских, Иванян, Кальнова, 2016]).

Отонимные наименования конфет, как и наименования в целом, могут иметь разный статус (слово, словосочетание или предложение) в зависимости от синтаксической структуры [Траченко, 1982, с. 97]. Оговорим, что однословные наименования и именные формулы мы не относим к предложениям ([Долин, 2008, с. 73; Лекант, 2004] и др.).

Отантропонимные прагматонимы – словесное обозначение конкретной марки товара [Яковлева, 2006, с. 4], отображающее собственные имена людей. **Антропоним** как разряд онимов определяется Н.В. Подольской как «любое собственное имя, которое может иметь человек (или группа людей) <...>» [Подольская, 1988, с. 31]. **Антропонимическая формула** (антропонимическая модель) – это определенный порядок следования различных видов антропонимов в именовании человека [Зубкова, 2008, с. 127]. Различаются однокомпонентные («имя» / «отчество» / «фамилия»), двухкомпонентные («имя + отчество», «фамилия + имя», «имя + фамилия») и трехкомпонентные («имя + отчество + фамилия» или «фамилия + имя + отчество») модели. Русскому языку присуща уникальная трехсловная формула официального именовании лица («имя» + «отчество» + «фамилия») [Пахомова, 1988]. Оговорим, что в рамках однокомпонентной формулы «Имя» рассматриваем полное имя человека, под которым понимается «полная, несокращенная форма имени» [Подольская, 1988, с. 107].

Словосочетание вслед за В.А. Белошапковой определяем как не-предикативную синтаксическую единицу, «компонентами которой являются слово и форма слова или несколько форм слов, соединенных между собой синтаксической связью» [Белошапкова, 1989, с. 535]. Таким образом, к словосочетаниям относятся любые не-предикативные конструкции, представляющие реализацию всех видов синтаксической связи (как подчинительной, так и сочинительной) на уровне связи фор-

мы слова. Под **сочинительными словосочетаниями** понимаем соединения на основе сочинительной связи однофункциональных форм слов. **Подчинительные словосочетания** – соединения, основанные на подчинительной связи главного слова с определенной формой зависимого слова.

Простое предложение – «предикативная синтаксическая единица, состоящая из нескольких соединенных между собой синтаксической связью форм слов или из одной формы слова» [Белошапкова, 1989, с. 535].

Для построения структурных схем используем символы: N_n – существительное, где n обозначает падеж (1 – Им.п., 2 – Род.п. и т.д.); Adj – прилагательное, Pron – местоимение, Adv – наречие.

В исследовании использованы описательный метод, сочетающий приёмы наблюдения, интерпретации, систематизации и описания языковых фактов; метод системного анализа (классификация единиц по заданным параметрам и обобщение наблюдаемых отношений между единицами); статистический (количественный и качественный анализ результатов исследования). Статистические данные представлены в соответствующей таблице (см. ниже, с. 83).

Объем статьи не позволяет осветить весь объем отонимных наименований (более 420 прагматонимов). Наша картотека насчитывает 158 отантропонимных прагматонимов (около 40 % от общего количества).

Цель исследования – анализ отантропонимных наименований конфет с точки зрения их синтаксической структуры в соответствии со следующими группами: **1.** Антропонимические формулы (состоящие из одного, двух или трех компонентов); **2.** Однословные деминутивные и гипокористические антропонимы; **3.** Прагматонимы, представляющие собой словосочетания на основе сочинительного и подчинительного типов связи; **4.** Прагматонимы, являющиеся предложениями.

Результаты исследования

1. Антропонимическая формула

1.1. К первой подгруппе отнесены **однокомпонентные именные формулы**. Проанализированы следующие наименования:

а) прагматонимы, построенные по однокомпонентной формуле **«Имя»**: «Аглая» («Конфил», г. Волгоград), «Виктория» («Абаканская», г. Абакан), «Любава» («Шоколадные традиции», г. Новосибирск) и др. Отметим, что имя *Любава* часто воспринимается как производное имени *Любовь*. Однако словари личных имен ([Петровский, 2002; Суперанская, 2005] и др.) выделяют данное имя и как самостоятельное. Ср.: **«Любава, -ы, ж. Ст.-русс. Производные: Любавка; Люба; Любаха; Любаша. [От люб- (ср. любимый, любовь).]»** и **«Любовь, -ови, ж. Слав. Производные: Люба; Любава; Любана; Любаха; Любаша; Любуся; Люся; Буся; Любуша. <...>»** [Петровский, 1980];

б) прагматонимы, представляющие собой однокомпонентную формулу **«Фамилия»**: «Чайковский» (Сарапульская кондитерская фабрика, г. Сарапул), «Малинковъ», «Крыжовничковъ» («Sweet life», Пензенская обл.) и др. Отметим, что два последних примера являются фиктоним-

ными (искусственно придуманными онимами, отсутствующими в реальном ономастиконе языка [Калинкин, 2002, с. 13]), таким образом, формально они имитируют русскую антропонимическую формулу, но семантически отступают от неё.

1.2. Ко второй подгруппе отнесены двухкомпонентные антропонимические формулы:

а) большинство наименований строятся по формуле **«Имя + Отчество»**: *«Ананас Денисович»* («Озерский сувенир», г. Озёры, Московская обл.), *«Былина Никитич»* («Акконд», г. Чебоксары) и др. Большинство наименований данной подгруппы являются фиктонимами. Первый компонент антропонимической формулы («имя») в прагматонимах *«Ананас Денисович»*, *«Груша Борисовна»*, *«Миндаль Иванович»* и т.п. образован путем онимизации от наименований фруктов и орехов. В случае прагматонима *«Былина Никитич»* предполагаем, что первый компонент образован путем онимизации от апеллятива *былина*. В сочетании с патронимом *Никитич* имитирует русскую антропонимическую формулу. Фиктонимный компонент в обозначенных примерах приводит к семантическому отступлению от формулы.

Наименование *«Михайло-Потаныч»* («СладКо», г. Екатеринбург) интересно тем, что данное сочетание часто используется как эвфемистическое наименование медведя [Сеничкина, 2016] (*Михайло* – устаревшая форма имени *Михаил*). В данном случае также нарушена антропонимическая формула, написание через дефис следует рассматривать как попытку номинаторов индивидуализировать свой прагматоним;

б) прагматоним, построенный по формуле **«Имя + Фамилия»**: *«Жорж Борман»* (Кондитерская фабрика им. К. Самойловой, г. Санкт-Петербург) также отступает от антропонимической формулы, поскольку первый компонент представлен не полным, а гипокористическим именем Григория Николаевича Бормана (трансонимизация от наименования кондитерской фабрики). Подобное нарушение формулы допустимо на речевом уровне.

1.3. Трехкомпонентная русская антропонимическая формула «Фамилия + Имя + Отчество» представлена одним прагматонимом *«Грецкий Орех Сергеевич»* кондитерской фабрики «Озерский сувенир» (г. Озёры, Московская обл.). В данном случае также имитация формулы, так как «фамилия» и «имя» онимизированы из фитонима *грецкий орех*.

2. Деминутивны́е и гипокористические прагматонимы

Вторую группу составляют прагматонимы, являющиеся **гипокористическими** и **деминутивными именами**. К гипокористическим относим антропонимы с сокращенной основой: *«Марго»* («Конфэшн», г. Саратов), *«Дёма»* («Богатырь», г. Зеленоград). Под деминутивными понимаем имена «с уменьшительно-ласкательным оттенком значения в данном контексте, созданным с помощью деминутивного суффикса» [Подольская, 1988, с. 54], к примеру: *«Алёнка»* («Красный Октябрь», г. Москва), *«Варенька»* («Конфил», г. Волгоград).

3. Прагматонимы – словосочетания

3.1. К первой подгруппе относятся словосочетания **на основе подчинительной связи:**

а) субстантивные словосочетания **на основе согласования**. Данные прагматонимы построены по схеме «Апеллятив (Adj) + Антропоним (N₁)»: «*Весёлый Васятка*» (Сарапульская кондитерская фабрика, г. Сарапул), «*Храбрый Аладдин*» («Славянка», г. Старый Оскол). Прилагательные могут отражать связь с составом и свойствами конфеты: «*Фруктовый Джо*» («Славянка», г. Старый Оскол), «*Кокосовый Пашка*» («Мерлетто», Липецкая обл.). В некоторых названиях зависимое слово находится после антропонима: в прагматониме «*Вовчик Новогодний*» («Sweet life», Пензенская обл.) прилагательное, образованное от геортонима [Подольская, 1988, с. 48] *Новый год*, расположено после главного компонента – деминутивной формы гипокористического имени *Владимир (Вова)*.

Два прагматонима, построенных по подобной схеме, не представляется возможным классифицировать в рамках русского синтаксиса, так как они имеют иноязычное происхождение. Прагматонимы «*Little miss Cleo*» и «*Little miss Nikky*» («Мерлетто», Липецкая обл.) оформлены латиницей на английском языке. Если перевести данные словосочетания на русский язык (*Маленькая мисс Клео* и *Маленькая мисс Никки*), они будут соответствовать схеме «Апеллятив (Adj) + Апеллятив (N₁ в функции приложения) + Антропоним (N₁)».

Также на основе согласования образованы прагматонимы, построенные по формуле «Апеллятив (N₁ в функции приложения) + Антропоним (N₁)»: «*Красавица Анфиса*» («Конфил», г. Волгоград), «*Старик Хоттабыч*» («Ликонф», г. Липецк) (антропоним в данном случае – русифицированное отчество). В отдельных примерах приложение постпозитивно, например, «*Настена-Сластена*» («Акконд», г. Чебоксары), «*Вася-василёк*» («Рошен», г. Липецк). Последний прагматоним построен на созвучии гипокористического имени *Вася* с фитонимом *василёк*, который также часто используется в русской речи в качестве уменьшительно-ласкательной формы имени *Василий* [Осипова, 2020, с. 27 – 28]. В качестве приложения может выступать прозвище: «*Василиса Прекрасная*» («Сибирь», Иркутская обл.), «*Оле Лукойе*» (Пермская кондитерская фабрика, г. Пермь) (прозвище *Лукойе* в переводе с датского языка – «закрой глазки»). Приложение, как правило, выступает в качестве коннотативно окрашенного конкретизатора, дающего эмотивно-оценочную характеристику антропонима.

Интересен пример прагматонима «*Мономах князь Владимир*» (Пермская кондитерская фабрика, г. Пермь). В данном случае наблюдаем двухкомпонентную антропонимическую формулу «**Фамилия + Имя**» *Владимир Мономах*, между компонентами которой находится приложение *князь*;

б) прагматонимы, являющиеся субстантивными словосочетаниями **на основе управления**: «Апеллятив (N₁) + для + Антропоним (N₂)»: «*Апельсинки для Иринки*» («Сладуница», г. Омск), «*Герберы для Леры*» («Sweet life», Пензенская обл.). Апеллятивы в подобных словосочетаниях выражены неодушевленным именем существительным, которое относится к тематической группе «еда» или «цветы». Использование коннотатив-

но окрашенной лексики, вызывающей приятные ассоциации [Крюкова, 2004, с. 67], в целом свойственно процессу номинации в прагматонимах.

К субстантивным на основе управления относятся также словосочетания, построенные по схеме «Апеллятив (N_1) + Антропоним (N_2)»: «*Басни Крылова*» (Воронежская кондитерская фабрика, г. Воронеж), «*Выбор Клеопатры*» («Сибирь», Иркутская обл.). Антропоним в родительном падеже является несогласованным определением и выражает притяжательное значение;

в) обнаружен один прагматоним, образованный **на основе примыкания** – «*Мини Джо*» («Славянка», г. Старый Оскол). Оба компонента, прилагательное и антропоним, являются несклоняемыми, словосочетание соответствует схеме «Апеллятив ($Adj_{\text{нескл.}}$) + Антропоним ($N_{\text{нескл.}}$)».

3.2. Вторую подгруппу прагматонимов – словосочетаний составляют союзные **сочинительные словосочетания**. Простые словосочетания (состоящие из двух знаменательных слов, соединенных союзом *и* строятся по схеме «Антропоним (N_1) + *и* + Антропоним (N_1)»: «*Герасим и Му-Му*» («Шоколадные традиции», г. Новосибирск), «*Руслан и Людмила*» («Славянка», г. Старый Оскол). В нескольких прагматонимах второй компонент является апеллятивом, к примеру «*Машенька и медведи*» (Кондитерская фабрика им. Крупской, г. Санкт-Петербург).

3.3. Третью подгруппу составляют сложные словосочетания, включающие в себя оба вида синтаксической связи – **сочинительную** и **подчинительную**.

В таких прагматонимах, как «*Геракл и Керинейская лань*», «*Геракл и Лернейская гидра*», словосочетания строятся на основе сочинительной связи по схеме «Антропоним (N_1) + *и* + словосочетание на основе согласования (Оттопонимный субстантиват (Adj) + Апеллятив (N_1))». Все компоненты данных словосочетаний представлены в именительном падеже. Другая разновидность данных словосочетаний имеет схему «Антропоним (N_1) + *и* + словосочетание на основе управления (Апеллятив (N_1) + Антропоним (N_2 с притяжательным значением))»: «*Геракл и яблоки Гесперид*». Отметим, что данная группа прагматонимов представлена в серии коммерческих имен «12 подвигов Геракла» кондитерской фабрики «Сибирь» (Иркутская обл.).

4. Прагматонимы – предложения.

В данную группу входят наименования, соответствующие структуре **простого предложения**. Прагматонимы «Пермской кондитерской фабрики» (г. Пермь) «*Это Даша*», «*Это Дуняша*» и «*Это Глаша*» имеют структуру «Апеллятив ($Prop_{\text{указат.}}$) + Антропоним (N_1)»: это двусоставное, нераспространенное предложение, подлежащее в котором выражено местоимением *это*, сказуемое – антропонимом в именительном падеже.

Прагматонимы «*Мишка на Севере*» (Кондитерская фабрика им. Н.К. Крупской, г. Санкт-Петербург) и «*Машка на Юге*» («Мерлетто», Липецкая обл.) представляют собой двусоставное распространенное предложение с нулевой формой глагола-связки *быть*, выражающей значение реальной модальности и настоящего синтаксического времени.

Отметим, что второй компонент (*Север, Юг*) написаны с прописной буквы, что может свидетельствовать о значении наименований конкретных географических объектов, а не сторон света, которые относятся к нарицательным существительным. Схема предложения будет следующей: «Антропоним (N_1) + *на* + Топоним (N_6 в значении *место*)».

Статистика результатов исследования представлена ниже в таблице в соотношении с общим количеством отантропонимных наименований конфет.

Синтаксическая структура отантропонимных прагматонимов, %

Антропонимическая формула			Деминутивные и гипокористические антропонимы	Словосочетания			Предложения		
				Подчинительные			Сочинительные	С двумя типами связи	Простые предложения
36			18	32			3	8	3
Однокомпонентная	Двухкомпонентная	Трехкомпонентная		Согласование	Управление	Примыкание	Нераспространенные	Распространенные	
				20	11	1			
				25	10	1			2

Заключение

Анализ синтаксической структуры отантропонимных наименований конфет показал, что в рамках четырех основных групп (антропонимических формул, однословных деминутивных и гипокористических антропонимов, словосочетаний и предложений) возможно выделить несколько подгрупп. В группе антропонимических формул выделяем однокомпонентные прагматонимы, представляющие собой полное имя (наиболее обширная группа) или фамилию. Среди двухкомпонентных антропонимических формул доминирует модель «Имя + Отчество». 2/3 данных прагматонимов в качестве первого компонента включают отапеллятивный фиктоним, что ведет к семантическому отступлению от антропонимической формулы при формальном соответствии. Отметим, что большинство таких названий характерно для кондитерской фабрики «Озерский сувенир», что следует считать номинативной особенностью производителя. Вторая группа представлена гипокористическими и деминутивными формами антропонимов.

Прагматонимы, представляющие собой словосочетания, составляют третью группу. Среди них доминируют наименования с подчини-

тельной связью. Наиболее распространены словосочетания на основе согласования. На основе примыкания обнаружено одно словосочетание. Все проанализированные словосочетания являются субстантивными (главный компонент выражен именем существительным).

Прагматонимы – предложения достаточно редки, хотя отметим, что подобного рода наименования в последние десятилетия возникают всё чаще, что связано с общей лингвокреативной тенденцией в сфере коммерческих номинаций.

Значительный интерес для дальнейшего изучения, на наш взгляд, представляют сложные отонимные номинации с подчинительной и сочинительной связью, а также прагматонимы – предложения фразеологизированной структуры.

Литература

Абрамовских Е.В., Иванян Е.П., Кальнова О.И. (2016). Антропоцентризм в языке и литературе (по итогам научно-методологических конференций и семинаров) // Научный диалог. № 6 (54). С. 264 – 267.

Белошапкова В.А., Брызгунова Е.А., Земская Е.А. [и др.] (1989). Современный русский язык: учебник для филол. спец. ун-тов. М.: Высшая школа. 800 с.

Врублевская О.В. (2017). Языковая мода в русской ономастике: монография. Волгоград: Перемена. 329 с.

Долин Ю.Т. (2008). Вопросы теории односоставного предложения (на материале русского языка): монография. Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ. 129 с.

Зубкова Л.И. (2008). Проявление национально-культурного своеобразия русских антропонимических формул // Вестн. Ленинградского гос. ун-та им. А.С. Пушкина. № 3 (15). С. 126 – 136.

Исангузина И.И. (2008). Прагматонимы в ономастическом пространстве: семантический, лингвокультурологический и синтаксический аспекты (на примере названий кондитерских изделий) // Вестн. Башкирского ун-та. Т. 13, № 4. С. 990 – 993.

Калинкин В.М. (2002). Литературная ономастика, или Поэтика онима: метод. указания к спецкурсу. Донецк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд». 39 с.

Крюкова И.В. (2004). Рекламное имя: от изобретения до прецедентности: монография. Волгоград: Перемена. 288 с.

Лекант П.А. (2004). Синтаксис простого предложения в современном русском языке: учеб. пособие. М.: Высшая школа. 242 с.

Осипова Н.Д. (2020) Реализация приема фонетической языковой игры в современных отонимных прагматонимах // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. № 1 (36). С. 24 – 31.

Пахомова С.И. (1988). История образования трехчленной антропонимической формулы в русском языке // Историческое развитие языков и методы его изучения: тез. межвуз. конф. (Свердловск 25-27 октября 1988), ч. 1. Свердловск. С. 20 – 21.

Петровский Н.А. (1966). Словарь русских личных имен. М.: Советская энциклопедия. 384 с.

Подольская Н.В. (1988). Словарь русской ономастической терминологии. М.: Наука. 187 с.

Романова Т.П. (2007). Игра с формой как способ образования рекламного имени // Человек. Русский язык. Информационное пространство: межвуз. сб. науч. тр. Вып. 7. Ярославль. С. 204 – 208.

Сеничкина Е.П. (2016). Словарь эвфемизмов русского языка. М.: ФЛИНТА. 461 с.

Суперанская А.В. (2005). Современный словарь личных имен: Сравнение. Происхождение. Написание. М.: Айрис-пресс. 384 с.

Супрун В.И. (2000). Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал: монография. Волгоград: Перемена. 172 с.

Траченко О.Н. (1982). Грамматический статус заглавия и его основные структурно-семантические типы (на материале современной англоязычной прозы). Киев. 44 с.

Яковлева О.Е. (2006). Семиотические типы прагматонимов современного русского языка (на материале номинаций продуктов питания): автореф. дис.... канд. филол. наук. Новосибирск. 22 с.

References

Abramovskikh E.V., Ivanyan E.P., Kal'nova O.I. (2016). Anthropocentrism in Language and Literature (according to the Results of Scientific c-Methodological Conferences and Seminars). *Scientific Dialogue*, no. 6 (54), pp. 264-267. (In Russian).

Beloshapkova V.A., Bryzgunova E.A., Zemsкая E.A., et al. (1989). *Contemporary Russian language. Textbook*. Moscow: Vysshaya shkola. 800 p. (In Russian).

Dolin Yu.T. (2008). *Questions of the theory of a one-compound sentence (On the material of the Russian language)*. Monograph. Orenburg, OSU. 129 p. (In Russian).

Isanguzina I.I. (2008). Pragmatonyms in onomastic space: semantic, linguoculturological and syntactic aspects (for example the names of confectionery). *Bulletin of Bashkir University*, vol. 13, no. 4, pp. 990-993. (In Russian).

Kalinkin V.M. (2002). *Literary Onomastics, or Onim Poetics. Special course guidelines*. Donetsk. 39 p. (In Russian).

Kryukova I.V. (2004). *Advertising name: from invention to precedent: Monograph*. Volgograd: Peremena. 288 p. (In Russian).

Lekant P.A. (2004). *Simple sentence syntax in modern Russian. Textbook*. Moscow, Vysshaya shkola. 242 p. (In Russian).

Osipova N.D. (2020) Phonetical language Game realization in Modern Otonym Pragmatonyms. *Actual Issues of Modern Philology and Journalism*, no. 1 (36), pp. 24-31. (In Russian).

Pakhomova S.I. (1988). The history of the formation of the three-term anthroponymic formula in Russian. *The historical development of languages and methods for its study. Abstracts of the interuniversity conference*. Sverdlovsk, part. 1, pp. 20-21. (In Russian).

Petrovskiy N.A. (1966). *Dictionary of Russian personal names*. Moscow, Sovetskaya entsiklopediya. 384 p. (In Russian).

Podolskaya N.V. (1988). *Dictionary of Russian onomastic terminology*. Moscow, Nauka. 187 p. (In Russian).

Romanova T.P. (2007). Playing with a form as a way of creating an advertising name. *Person. Russian language. Information space: interuniversity collection of scientific papers*, iss. 7. Yaroslavl, pp. 204-208. (In Russian).

Senichkina E.P. (2016). *Dictionary of euphemisms for the Russian language*. Moscow, FLINTA. 461 p. (In Russian).

Superanskaya A.V. (2005). *Modern Dictionary of First Names: Comparison. Origins. Spelling*. Moscow, Airis Press. 384 p.

Suprun V.I. (2000). *The onomastic field of the Russian language and its artistic and aesthetic potential*. Monograph. Volgograd: Peremena. 172 p. (In Russian).

Trachenko O.N. (1982). *The grammatical status of the title and its main structural and semantic types (on the material of modern English prose)*. Kiev. 44 p. (In Russian).

Vrublevskaya O.V. (2017). *Language Fashion in Russian Onomastics*. Monograph. Volgograd. 329 p. (In Russian).

Yakovleva O.E. (2006). *Semiotic types of pragmatonyms of the modern Russian language (on the material of food nominations)*. Abstract of thesis. Novosibirsk. 22 p. (In Russian).

Zubkova L.I. (2008). The manifestation of the national cultural identity of Russian anthroponymic formulas. *Bulletin of Leningrad State University named after Alexander Pushkin*, no. 3 (15), pp. 126-136. (In Russian).

Natalia D. Osipova (Samara, Russian Federation)

Naming formed Anthroponyms of Sweets Names in Syntactic Aspect

The article characterizes the names of sweets, including anthroponyms, from the point of view of syntactic structure. Four groups of pragmatonyms are analyzed. The first group includes names that formally correspond to Russian anthroponymic formulas (one-, two- and three-component), which determines the novelty of the research. Among the one-component formulas, the formulas “Name” (full anthroponym) and “Surname” are highlighted. Within the framework of the subgroup of two-component formulas, the names built according to the models “First name + Middle Name” and “First name + Last name” have been studied. The nominations of this group in some cases reflect the imitation of the anthroponymic formula (with semantic digressions) as a result of the onimization process. The second group of pragmatonyms was made up of one-word anthroponyms in a hypocoristic or diminutive form. The third group is represented by phrases with a compositional and subordinate (on the basis of agreement, management and adherence) communication. Substantive combinations, including applications, are built on the basis of agreement. Combinations with two types of communication (compositional and subordinate) are classified. The fourth group includes pragmatonyms – sentences. Within the framework of this group, the names of sweets are considered, which are, in their structure, common and uncommon simple sentences.

Key words: *pragmatonym, anthroponym, syntax, anthroponymic formula, phrase, sentence.*

Сведения об авторе / Information about the author

Наталья Дмитриевна Осипова – аспирант кафедры русского языка, культуры речи и методики их преподавания. Самарский государственный социально-педагогический университет, г. Самара, Россия. Тел.: 8-917-112-95-14; e-mail: osipova@yandex.ru

Natalia D. Osipova – post-graduate student of the Department of Russian Language, Culture of Speech and Their Teaching Methodology. Samara State University of Social Sciences and Education. Samara, Russian Federation. Phone: 8-917-112-95-14; e-mail: osipova@yandex.ru

*Статья поступила в редакцию 31.01.2021, принята к публикации 15.04.2021.
The article was submitted 31.01.2021, accepted for publication 15.04.2021.*