

Босик Галина Артемовна

студентка

ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный

технический университет им. Г.И. Носова»

г. Магнитогорск, Челябинская область

ИДЕОЛОГИЯ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ВЫБОРА ИМЕНИ

Аннотация: в статье рассматривается влияние идеологии как внеязыкового фактора на процесс имянаречения. Автор приводит примеры имён известных политических и исторических деятелей разных эпох, анализирует, как та или иная личность смогла повлиять на «востребованность» имени в процессе имянаречения.

Ключевые слова: *оним, антропоним, именник, идеология, коннотация.*

Выбор имени – сложный и многогранный процесс, который затрагивает не только личные предпочтения имядателя, но зависит от многих социальных, культурных, религиозных и идеологических факторов.

Идеология как мотив при имянаречении в отдельных случаях имеет большое значение, поскольку, в зависимости от субъективных идеологических взглядов, имядатель выражает свои идеологические предпочтения.

Идеология как внелингвистический фактор процесса имянаречения активно играет свою роль во время политических изменений, происходящих в обществе, при этом она наблюдается во всех языковых коллективах. «Появление символических именованных, данных в честь идей, исторических событий, а также в честь деятелей современности, безотносительна к конкретным объектам действительности» [4, с. 51].

Личные имена политиков, кайзеров и царей являются основой для рассмотрения влияния идеологии как экстралингвистического фактора не только на процесс имянаречения, но и на количественные и качественные изменения именника языка.

Пропаганда идеологических взглядов, идей ведёт к актуализации того или иного имени политического деятеля, введение этого имени в «топ» самых популярных личных имён определённой эпохи. Популяризация личности приводит к популяризации и личного онима. Имядатель, нарекая идеологически маркированным именем ребёнка, выражает свои политические предпочтения [1].

Короли *Генрих I* и *Конрад I* внесли большой вклад в историю Германии, и их имена *Heinrich*, *Konrad* остаются популярными долгий период времени. При анализе немецкого антропонимикона следует отметить, что женский именник также подвержен влиянию идеологии. Так, например, такие имена, как *Mathilde* и *Adelheid*, ассоциируются с именем супруги короля *Генриха I* и именем второй супруги *Отто I*, часто выбираются в качестве второго компонента антропонима для девочек. Следует отметить, что данные имена коннотативно положительно окрашены, именно этот факт может служить объяснением их постоянной популярности при имянаречении.

Минимизация употребления таких онимов, как *Адольф* и *Иосиф*, напрямую связана с их носителями *Адольфом Гитлером* и *Иосифом Сталиным*. Коннотативный потенциал данных имён связан с общественным порицанием деятельности носителей.

Пропаганда национального русского самосознания и «русская идея» привели к тому, что по статистике ЗАГСов популярными именами на протяжении десятилетия остаются имена *Ярослав*, *Георгий*, *Василий*, *Иван*. Данные онимы ассоциируются с царями и князьями: *Иваном Грозным*, *Василием III*, князем *Ярославом*, *Георгием Победоносцем*.

Период Великой Октябрьской социалистической революции в России и период «третьего рейха» в Германии стали идеологическими взрывами для русского и немецкого антропонимикона соответственно.

В период правления Гитлера в Германии табуировались такие имена, как, например, *Сара* и *Лия*, которые неразрывно связывались с евреями, а их носители подвергались гонениям. Навязанную популярность набирают древнегерманские многосложные имена, такие, как *Eberhard*, *Ludwig*, *Siegbert*. При имя-

наречении ребёнка подобными именами подчеркивалась кровная и духовная связь с «истинными арийцами» и принадлежность носителя имени к древним германцам.

Идеология, будучи экстралингвистическим фактором имянаречения, приводит к искусственному имятворчеству. Период Октябрьской революции ознаменовался такими именами, как: *Даздраперма* («Да здравствует первое мая!»), *Владлена* (Владимир Ленин), *Эдвил* («это девочка Ленина»), *Рэм* (революция, электрификация, механизация), *Марлис* (Маркс, Ленин), *Вилора*, *Вилор* (В.И. Ленин). Значение данных онимов прозрачно, коннотация является основным и, пожалуй, единственным компонентом в семантической структуре онима.

Еще одним интересным изменением в семантике онимов может служить переосмысление значения уже существующих имён [3], причем, данные антропонимы являются заимствованиями из других языков, они полностью потеряли свое исконное значение, приобретя идеологически маркированные коннотации: *Гертруда* – *герой труда*, *Рената* – *революция, наука, труд*.

Период искусственно созданных, идеологически маркированных имён прошёл довольно быстро, однако, носители подобного «творчества» часто чувствовали неудобства и старались избавиться от заидеологизированного имени или же в повседневной жизни заменить его на нейтральное, без каких-либо коннотаций. Так, например, имя *Ерф* («единый рабочий фронт»), но в быту его звали *Гера* (краткая форма имени *Георгий*).

Как показал анализ современных списков популярных имён и опрос носителей языка, данные имена-аббревиатуры не прижились в языке, а являются лишь показателем определённой исторической эпохи. Более того, реальные антропонимы вызывают даже саркастические сочетания. Так, например, Ю.А. Рылов приводит пример реального онима, существующего в Воронеже – *Идея Хренова*.

«В начале XXI века данные идеологически маркированные имена уже не употребляются при имянаречении, так как смена идеологии не пропагандирует использование революционно маркированных онимов» [4].

Эпоха Реформации в Германии принесла революционные взрывы и социальные потрясения, связанные, прежде всего, с религиозными изменениями. Протестанты и католики выдвигали свои требования к процессу имянаречения. Приверженцы католической веры активно использовали такие имена, как *Ignatus, Vincentz, Aloys, Xaver, Seraphim* латинского происхождения и были именами особо почитаемых святых.

Протестанты же отвергали католический культ, и, как следствие, нарекали детей ветхозаветными именами. Некоторые приверженцы протестантизма и вообще пошли по пути нового имятворчества. Они создавали имена по образцу древнегерманских, по типу императивных предложений – сдвигов. Основным смыслом, содержащимся в данных онимах, было выражение цели земного существования: *Christfried, Christleib, Erdmann, Fürchtegott, Gottfried, Gotthard, Gottlieb, Leberecht*.

Фонетика и графика имени в данном случае сохраняется, но оним приобретает совершенно новое значение, то есть содержание полностью меняется. Сема, характеризующая национально-этническую принадлежность имени, нивелируется, а в структуру попадает идейно маркированный коннотат [2].

Следует отметить, что данная тенденция определяла имянаречение в протестантских семьях на протяжении почти двух столетий. Однако эти имена так и не вошли в антропонимикон языка, поскольку не была потеряна связь с нарицательными основами, от которых онимы были образованы, а их идеологически-религиозная маркированность была слишком явной [3].

«Поскольку появление данных имён спровоцировано экстралингвистическими факторами и явлениями, носящими эпизодический характер, употребление имени во времени ничем не стимулируется, поскольку нет «повтора», порождающего ситуацию» [6, с. 396].

Современный этап развития антропонимикона русского языка ознаменован новым всплеском культурно маркированных имен. Такие названия брендов, как *Dior, Armani, Chanel* и топонимы *Paris, London*, не имеющие антропонимической традиции, стали употребляться как личные имена.

Итак, самыми значительными последствиями в области антропонимики стало образование новых, идейно маркированных имён, «взрыв» и «всплеск» которых наблюдался в именнике в начале XX века в России. Изменения носили как количественный, так и качественный характер.

Список литературы

1. Zalavina T. «Blame» Concept in Phraseology: Cognitive-Semantic Aspect (Based on the French Language) / T. Zalavina, O. Kisel // International Journal of Environmental and Science Education. – 2016. Vol. 11. – №17. – P. 9693–9703.

2. Дёрина Н.В. Полидискурсивное пространство: слово, текст, коммуникация: монография / Н.В. Дёрина, Т.А. Савинова, Т.Ю. Залавина [и др.]. – М.: ФГУП НТЦ «Информрегистр», 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://catalog.inforeg.ru/Inet/GetEzineByID/317268>.

3. Кисель О.В. Семантика личных имён. – Магнитогорск: МГТУ, 2010. – 104 с.

4. Кисель О.В. Межъязыковая передача личного имени через призму коннотативного аспекта семантики онимов / О.В. Кисель, Ж.Н. Заруцкая // Проблемы истории, филологии, культуры. – 2015. – №3 (49). – С. 393–399.