

Врублевская Оксана Валентиновна

МОДНЫЙ АНТРОПОНИМ В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ СОВРЕМЕННЫХ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА: ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Статья посвящена рассмотрению антропонимов с точки зрения языковой моды. Цель статьи - исследование восприятия социального феномена мода в ситуации имянаращения в современной российской лингвокультуре. На основе методики дополнения (экспериментального метода психолингвистики) определяются модные имена в языковом сознании современных носителей русского языка и выявляются модные тенденции.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2015/10-2/13.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 10 (52): в 2-х ч. Ч. II. С. 53-57. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2015/10-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

А. М. Любомудров пишет, что апология веры как пути предложена Б. Зайцевым в этом романе [4, с. 107]. Таким образом, используя типичное построение сюжета, Зайцев дополняет его нетипичными героями (Мельхиседек, Вишневский) и углубляет содержание философско-религиозной темой о смысле человеческого бытия.

Книга дает почти физическое ощущение, как в мире зарубежья русской душе не хватает простора и воздуха. У этой жизни уже нет прочности, основы. Видны обреченность, предчувствие конца. Дом в Пасси – последнее пристанище, островок России в чужом мире – в финале разрушен, и у каждого его обитателя начинается своя жизнь. Русь останется только в монастырях: «Так осела здесь эта Русь, в латинском месте раскинув свое становище» [1, с. 112]. Возможно поэтому Б. Зайцев и надеется на благополучный исход жизни, но жизни не земной, а духовной – вечной.

В данном романе удалось выделить основные оппозиции, которые присущи «парижскому тексту»: свое – чужое, Париж – Петербург, жизнь – смерть, безверие – вера. Последняя оппозиция связана с художественными особенностями стиля Б. К. Зайцева – его верой в Бога и спасение души.

Список литературы

1. Зайцев Б. К. Дом в Пасси. Берлин, 1935. 161 с.
2. Зайцева-Сологуб Н. Б. Я вспоминаю... Устные рассказы. М., 1998. 104 с.
3. Литература русского зарубежья (1920-1940): учебник для высших учебных заведений Российской Федерации / отв. ред. Б. В. Аверин, С. Д. Титаренко. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2011. 848 с.
4. Любомудров А. М. Духовный реализм в литературе русского зарубежья: Б. К. Зайцев, И. С. Шмелев. СПб., 2003. 271 с.
5. Струве Г. П. Русская литература в изгнании. 3-е изд-е. Париж – М., 1996. 425 с.

ON “PARIS TEXT” IN CREATIVE WORK OF B. K. ZAITSEV (NOVEL “THE HOUSE IN PASSY”)

Volodina Evgeniya Mikhailovna
Herzen State Pedagogical University of Russia
jenulenk05@mail.ru

The article is devoted to the study of the novel “The House in Passy” by B. K. Zaitsev. This paper considers the novel from the point of view of the presence in it of such a phenomenon as the “Paris text” of the Russian emigration first wave. The research using the semiotic square, which is created on the oppositions, undertakes an attempt to decrypt the meaning of the novel, its deep content, and to see how the nature and fate of the characters are revealed through the use of the text about the town.

Key words and phrases: B. K. Zaitsev; emigration; “Paris text”; text about town; the Russian-language literature abroad.

УДК 81-23

Филологические науки

*Статья посвящена рассмотрению антропонимов с точки зрения языковой моды. Цель статьи – исследование восприятия социального феномена **мода** в ситуации имянаращения в современной российской лингвокультуре. На основе методики дополнения (экспериментального метода психолингвистики) определяются модные имена в языковом сознании современных носителей русского языка и выявляются модные тенденции.*

Ключевые слова и фразы: языковое сознание; мода; антропоним; модное имя; модные тенденции.

Врублевская Оксана Валентиновна, к. филол. н., доцент
Волгоградский государственный социально-педагогический университет
Gesse-wolf2009@yandex.ru

МОДНЫЙ АНТРОПОНИМ В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ СОВРЕМЕННЫХ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА: ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ[©]

Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 15-34-01008.

Соотнесение языка и сознания берет начало в работах В. фон Гумбольдта [6], А. А. Потебни [11], Г. Гадамера [5] и др. И. А. Стернин трактует языковое сознание как совокупность психических механизмов порождения, понимания и хранения языка в сознании [12, с. 46]. Другой подход предлагает Е. Ф. Тарасов, который определяет языковое сознание как «совокупность образов сознания, формируемых и овнешняемых с помощью языковых средств – слов, свободных и устойчивых словосочетаний, предложений, текстов и ассоциативных полей» [14, с. 25]. Проанализировать языковое сознание позволяют различные психолингвистические методики, что дает возможность исследовать воздействие онимов на человека, отношение индивида к имени и др.

Цель данной статьи – на основе психолингвистической методики определить модные имена в языковом сознании современного носителя русского языка.

Традиционно в психолингвистике выделяется три метода сбора языкового материала: метод интроспекции, метод наблюдения и экспериментальный метод, который в настоящее время является основным исследовательским методом психолингвистики [9].

К экспериментальным методикам, активно используемым в ономастических исследованиях, относится ассоциативный эксперимент. Еще В. Д. Бондалетов (1983), описывая методы ономастических исследований, анализирует работы, в которых изложены результаты ассоциативных экспериментов по оценке благозвучности как реальных, так и литературных онимов, эксперименты по установлению денотата (путь от имени к обозначаемому), по восприятию текста в зависимости от варьирования в нем имен собственных [3, с. 65-72]. В ономастических исследованиях последних лет ассоциативный эксперимент применяется для оценки языковых параметров антропонимов и эстетических аспектов восприятия имени [13], выявления ассоциативного потенциала рекламных имен [8], положения имен собственных в языковой картине мира [10] и др.

Однако другие психолингвистические экспериментальные методики активно не привлекались для исследования онимов. Считаем, что для выявления модного личного имени в языковом сознании современных носителей русского языка следует обратиться к еще одному распространенному экспериментальному методу в психолингвистике – *методике дополнения*, называемой также *методикой завершения, восстановления речевого высказывания*.

Впервые данная методика была предложена американским исследователем У. Тейлором в 1953 году. Сущность методики состоит в преднамеренной деформации речевого сообщения и последующем его предъявлении испытуемым для восстановления. Условием, обеспечивающим возможность восстановления «деформированного» высказывания, служит принцип избыточности речевого сообщения, обеспечивающий реципиенту даже при наличии структурно-семантических «помех» (какими являются пропуски элементов текста) более или менее адекватное понимание как устной, так и письменной речи [1].

Процедура эксперимента состоит в следующем. В тексте (речевом высказывании) пропускается каждое энное слово. Каждое пропущенное слово заменяется пропуском одинаковой длины. Испытуемому предлагается восстановить текст, вставляя на место пробелов пропущенные слова [7, с. 76]. В ходе эксперимента испытуемые, с одной стороны, оценивают собственные показатели интеллектуальной деятельности, с другой, – показатели трудности читаемого текста [Там же, с. 77].

Для нашего исследования интерес представляет оценка испытуемыми модности личного имени. Это обусловило тот факт, что в предлагаемых в ходе эксперимента предложениях были пропущены имена.

В эксперименте принимали участие 150 респондентов (59% – женщин, 41% – мужчин) в возрасте от 18 до 85 лет, для которых русский язык и культура являются родными, представители разных профессий. Целью проводимого эксперимента являлось исследование восприятия социального феномена *мода* в ситуации имянаречения в современной российской лингвокультуре. В ходе эксперимента предполагалось определение списка модных имен настоящего времени, а также выявление модных тенденций в имянаречении. В последующем было проведено сопоставление результатов методики дополнения со статистическими данными, рассмотренными на предыдущем этапе исследования, в ходе которого нами была определена десятка популярных женских и мужских имен.

Анализ данных, полученных экспериментальным путем, показал следующие результаты. Всего во всех анкетах было упомянуто 132 женских и 142 мужских имен. Встретился один ответ о том, что к модным именам относятся редкие имена, а также один, что немодными именами являются иностранные, трудно выговариваемые имена, которые были модными в 1990-е и 2000-е гг. Следует отметить, что у некоторых респондентов вызвало затруднение заполнение пропуска в следующем предложении: *Эти имена уже не модные, так называли детей ... лет назад*. Пропуск либо оставляли не заполненным, либо ставили знак вопроса, некоторые писали – *много лет назад*. Показательно, что в основном это респонденты в возрасте 18-30 лет, не имеющие достаточно жизненного опыта для подобных сопоставлений.

Из 132-х встретившихся женских имен в список модных попали 78. При этом две трети, то есть 52 имени, упоминались в качестве модных 1-3 раза. Так, имена: *Евгения, Надежда, Олеся, Светлана, Элина, Ярослава* – по три раза; *Алевтина, Анжелика, Анфиса, Варвара, Виолетта, Влада, Диана, Кира, Людмила, Марина, Милена, Мирослава, Сандра, Снежана, Яна* – по два раза. К единично названным модным именам относятся: *Аглая, Анжелика, Ариель, Афродита, Беатриса, Дина, Евангелия, Евдокия, Жанна, Инна, Инесса, Каролина, Лада, Лилия, Любовь, Мадлена, Майя, Матрёна, Мелинда, Наталья, Оксана, Пелагея, Регина, Сабина, Татьяна, Ульяна, Эвелина, Элеонора, Эльвира, Юлия, Юнна*. Четырежды упомянуты имена *Алёна, Арина, Вероника*.

Только семь имен (*Мария, Анастасия, София, Полина, Виктория, Дарья, Екатерина*) из 78 были названы модными свыше десяти раз (напомним, из 150 респондентов). Лидерами в рейтинге модных женских имен по результатам проведенного эксперимента являются *Мария, Анастасия, София*. Эти же имена согласно статистике возглавляют десятку популярных женских имен последнего исследуемого нами рубежного среза 2010-2014 гг., но в обратной последовательности *София, Анастасия, Мария*. Четвертую позицию занимают имена *Виктория* и *Полина*, которые согласно статистике на пятом и соответственно шестом месте в десятке самых частотных женских имен по России. На пятое место, по мнению респондентов, попали имена *Дарья* и *Екатерина*, которые согласно статистике с начала 2000-х гг. уверенно держатся в десятке. Такие

имена, как *Елизавета*, *Анна*, *Ксения*, представлены в десятке самых частотных имен, как согласно статистике, так и по результатам проведенного эксперимента.

Полученные в ходе эксперимента данные позволяют сказать, что результаты проведенного опроса подтверждают выводы, к которым мы пришли на предыдущем этапе нашего исследования в ходе анализа статистики личных имен, проводимого по материалам с сайтов отделов ЗАГС разных регионов России. Все 10 имен (*София*, *Анастасия*, *Дарья*, *Мария*, *Виктория*, *Полина*, *Анна*, *Елизавета*, *Ксения*, *Екатерина*), составляющие по статистике десятку популярных женских имен, попали в неё и по мнению респондентов.

Кроме того, результаты эксперимента позволяют прогнозировать возможную смену состава первой десятки популярных имен. По данным опроса, можно сделать вывод, что имена *Анна* и *Ксения* теряют свои позиции, конкуренцию им составляют имена *Ирина* и *Ольга*, которые были частотны лет 30-50 назад (*Ирина* 1950-80-е гг., *Ольга* – 1960-90-е гг.). В настоящее время об этих именах вспомнили, и они могут набрать популярность, так как по отношению к предыдущим двадцати годам являются новыми, «не приевшимися» именами. К именам с аналогичным потенциалом можно отнести *Валерию* и *Василису*, опережающие *Анну*, *Ксению*, *Ирину* и *Ольгу*, а также имена *Милана*, *Ева*, *Елена*, *Кристина*, которые по данным эксперимента конкурируют с именем *Елизавета*, представляющим десятку частотных имен. Высокий рейтинг по результатам эксперимента показали имена *Алина* (шестая позиция), *Александра*, *Алиса*, *Ангелина*, *Маргарита* (седьмая позиция). Которое из этих имен повысит свой рейтинг, а которое потеряет популярность, – покажет время.

Как отмечалось выше, в ходе опроса было получено 52 женских имени, названных модными только 1-3 респондентами. Анализ этих имен позволил выявить следующие тенденции: возвращение дохристианских имен (*Влада*, *Лада*, *Милена*, *Мирослава*, *Ярослава*), возвращение забытых христианских имен (*Аглая*, *Анфиса*, *Пелагея*, *Ульяна*), использование заимствованных имен (*Анжелика*, *Беатриса*, *Сабина*, *Сандра*).

Интересен тот факт, что многие имена из списка модных попали также и в список немодных (94 имени). Самый высокий рейтинг немодности, наряду с именем *Клавдия*, получило имя *Анастасия*. Показательно, что даже сами носители этого имени выражают недовольство именем *Анастасия*. Так, например, одна из студенток (ИИЯ ВГСПУ) в начале семестра во время знакомства не смогла сдержать эмоций, следующим образом высказавшись о своем имени: «Ненавижу это имя». На вопрос: «Почему?», ответила: «потому что так зовут почти каждую первую девочку» (Анастасия Ткаченко, ВАБ-112, 09.02.2015). Аналогичную рефлексию на имя Анастасия (как и на другие популярные имена) можно встретить на страницах форумов, например: *имя Настя достало уже... Оно слишком распространенное, аж тошнит уже; надоело, много сейчас Насть развелось, ...у сына в классе четыре Даши и 5 Насть; слишком заезженное... и т.п.* [4], появляются даже анекдоты: *Мужчина приходит в ЗАГС зарегистрировать новорожденного. Его спрашивают: «У Вас мальчик или Настенька?»* [Там же].

Это еще раз подтверждает, что «мода сдается своего рода суицидальным желанием, которое реализуется в тот самый момент, когда она достигает своего апогея» [2, с. 171].

Высокий рейтинг немодности (по результатам опроса) у таких имен, как *Евдокия*, *Галина*, *Людмила*.

В список немодных имен, кроме имени *Анастасия*, попало еще семь имен из десятки популярных женских имен, это: *Дарья*, *Мария*, *Екатерина*, *Елизавета*, *София*, *Анна*, *Полина*.

К немодным именам отнесены также: *Ефросинья*, *Авдотья*, *Валентина*, *Зинаида*, *Марфа*, *Агафья*, *Зоя*, *Наталья*, *Прасковья*, *Фёкла*, *Антонина*, *Евгения*, *Елена*, *Лидия*, *Марина*, *Нина*, *Серафима*, *Любовь*, *Матрёна*, *Надежда*, *Ольга*, *Тамара*, *Юлия* и др. – всего 94 имени. Причем 61 имя (2/3) было названо немодным 1-3 респондентами.

Имен, названных респондентами как модными, так и немодными, набралось несколько десятков. Из 132 женских имен, упомянутых в анкетах, таких имен оказалось 42. Все эти имена можно разделить на три группы: 1) имена, у которых рейтинг модности выше рейтинга немодности; 2) имена с равным статусом модности и немодности; 3) имена, у которых рейтинг модности ниже рейтинга немодности.

Самой представительной получилась первая группа, в которую и вошли 8 из десятки самых популярных женских имен. Соотношение модности / немодности у них следующее: *Анастасия* 21/12, *Мария* 24/ 8, *Дарья* 11/8, *Екатерина* 11/6, *София* 17/5, *Елизавета* 7/5, *Полина* 14/3, *Анна* 5/3. Это дает основание полагать, что чрезмерная популярность имени вызывает раздражение у носителей русского языка, и возможно в скором времени популярность этих имен начнет убывать.

В эту группу (первую) входят и имена с нарастающей популярностью: *Милана*, *Василиса*, *Маргарита*, *Ирина* и др. Возможно, как отмечалось выше, они сменят те имена, которые совсем утратят популярность.

Вторую группу (самую малочисленную) составили 9 имен, статус которых можно назвать неопределенным, так как рейтинг модности и немодности этих имен одинаков. Это следующие имена: *Алевтина*, *Анфиса*, *Виолетта*, *Жанна*, *Кира*, *Оксана*, *Светлана*, *Элеонора*, *Эльвира*.

Имя *Алевтина* было употребляемым в 1920-50-е гг., имена *Оксана*, *Светлана* – в 1970-80-е гг., а в 1960-70-е гг. имя *Светлана* входило в десятку популярных. Двойной статус этих имен можно объяснить тем, что, с одной стороны, они редко даются новорожденным в настоящее время, поэтому их относят к немодным именам; с другой стороны, именно редкость делает их привлекательными и может привести к росту популярности.

Имена *Анфиса*, *Виолетта*, *Жанна*, *Кира*, *Элеонора*, *Эльвира* всегда были в числе редких женских имен, чем возможно и объясняется их двойной статус.

Имена третьей группы в настоящий момент можно назвать скорее немодными, чем модными, так как модными их назвали 1-3 респондента, а немодными – 3-9 респондентов. Эту группу составляют имена: *Наталья* и *Татьяна*, входящие в десятку популярных женских имен в 1940-1980-е гг., *Юлия* – 1980-1990-е гг., *Надежда* –

1920-1950-е гг., *Людмила* – 1920-1970-е гг., *Марина* – 1960-1970-е гг., а также имя *Евдокия*, употребляемое в 1890-1900-е гг., *Евгения* – 1890-1930-е, 1990-е – начало 2000-х гг., *Любовь* – 1940-1980-е гг., редкие имена *Лилия* и *Диана*, последнее относится к употребляемым в 2000-х гг., *Матрёна* – имя распространенное в XVIII в.

Перейдем к анализу мужского именника. Из 142 мужских имен, упомянутых в анкетах, 70 попали в список модных имен. 31 имя было названо модным 1-3 раза. Это имена: *Артур*, *Вадим*, *Влад*, *Владислав*, *Григорий*, *Игорь*, *Илья*, *Михаил*, *Роман*, *Ростислав*, *Святослав*, которые трижды были маркированы как модные; *Георгий*, *Елисей*, *Захар*, *Любомир*, *Мирослав*, *Олег*, *Роберт*, *Семён*, *Тимур*, *Эдуард* – дважды; имена *Архип*, *Всеволод*, *Вячеслав*, *Глеб*, *Давид*, *Ипполит*, *Константин*, *Ларион*, *Леонид*, *Милан*, *Мухамед*, *Павел*, *Прохор*, *Рустам*, *Савва*, *Савелий*, *Станислав*, *Степан*, *Стефан*, *Эдгар* – только один раз. Анализ этих имен намечает следующие тенденции: возвращение дохристианских имен (*Владислав*, *Любомир*, *Милан*, *Мирослав*, *Ростислав*, *Святослав*, *Станислав*) и древних русских имен (*Вадим*, *Всеволод*, *Вячеслав*), а также забытых христианских имен (*Захар*, *Прохор*, *Савелий*, *Степан*).

Девять имен (*Александр*, *Артем*, *Даниил*, *Иван*, *Сергей*, *Максим*, *Владимир*, *Никита*, *Ярослав*) из 70 были названы модными 10 раз и более. Лидерами в рейтинге модных мужских имен по результатам проведенного опроса являются *Александр* (на первом месте) и *Артем* (на втором месте) с разницей в два голоса. Эти же имена согласно статистике возглавляют десятку популярных мужских имен последнего исследуемого нами (на предыдущем этапе исследования) рубежного среза 2010-2014 гг., но по статистике имя *Артем* занимает первое место, *Александр* – второе. В лидеры по результатам эксперимента (разделив второе место с именем *Артем*) попало и имя *Даниил*, которое с 2000 по 2010 гг., как показывает статистика, конкурировало за лидерство с именем *Артем*, но в 2010-2014 гг. немного ослабило свою позицию и сейчас по статистике на пятом месте. Третью позицию занимает имя *Иван*, которое согласно статистике на шестом месте в десятке самых частотных мужских имен по России. По мнению респондентов, в десятку вошли также и имена *Максим* (пятая позиция), *Никита* (шестая), *Кирилл* (седьмая), *Дмитрий* (девятая), *Егор* (десятая), представляющие по статистике десятку популярных мужских имен: *Максим* – четвертое место, *Никита* – восьмое, *Кирилл* – седьмое, *Дмитрий* – третье, *Егор* – девятое. Одно имя из десятки популярных мужских имен 2010-2014 гг. не попало в десятку модных по мнению респондентов. Это имя *Михаил*, которое только три раза было названо модным. Примечательно, что данное имя представлено в десятке всех анализируемых нами (на предыдущем этапе исследования) рубежных срезов: 1990-е – на третьей позиции, с 1920-х по 1980-е гг. – на 6-8 позиции, с 1990-х по 2010-е гг. наблюдается снижения рейтинга, с 2000-х гг. его конкурентами стали имена *Сергей*, *Алексей*, *Андрей*. По результатам опроса, имя *Сергей* получило четвертое место, *Алексей* – девятое, *Андрей* – одиннадцатое. Наблюдается возвращение этих имен в десятку частотных.

Результаты эксперимента показали, что конкуренцию именам десятки частотных могут составить также имена *Владимир*, *Ярослав*, *Богдан*, *Арсений*, *Евгений*, *Матвей*, *Тимофей*. *Владимир* и *Евгений* в разные годы уже были представлены в десятке популярных мужских имен: *Владимир* – с 1900-х по 1960-1970-е гг., *Евгений* – в 1980-1990-е гг., оставаясь употребляемыми в другие годы. Возрастающая популярность имени *Владимир* объясняется, возможно, тем же, чем и внимание к имени *Ярослав*. Эти два имени являются славянскими (дохристианскими) именами, интерес к которым отмечается в последние годы. К ним же можно отнести и имя *Богдан*, которое является славянским переводом греческого имени *Фёдор*, *Федот*. Имена *Арсений*, *Матвей*, *Тимофей* относятся к каноническим именам, забытым на десятилетия, а в последние годы приобретающими статус модного имени, чему способствует, как свежесть имени в сравнении с давно употребляемыми и широко распространенными именами, так и социальные изменения в государстве и обществе (смена государственного строя, обращение к церкви и др.).

Список немодных мужских имен составил 120 единиц. Самый высокий рейтинг немодности у имени *Василий*. Кроме того, высокий рейтинг немодности получили такие имена, как *Иван* и *Александр*, которые как по статистике, так и по мнению респондентов, входят в десятку самых популярных имен. В список немодных попали оставшиеся восемь имен из десятки популярных мужских имен, это: *Даниил*, *Артем*, *Егор*, *Дмитрий*, *Кирилл*, *Максим*, *Никита*.

К немодным именам отнесены также *Николай*, *Афанасий*, *Петр*, *Эдуард*, *Владимир*, *Иннокентий*, *Архип*, *Григорий*, *Акакий*, *Анатолий*, *Аристарх*, *Аркадий*, *Валентин*, *Гаврил*, *Денис*, *Фёдор* и др., всего 120 имен. Причем 91 имя было названо немодным 1-3 респондентами.

Как уже отмечалось выше, имен с двойным статусом, т.е. названных респондентами как модными, так и немодными, набралось несколько десятков. Из 142 мужских имен, упомянутых в анкетах, таких имен оказалось 46. Их так же, как и женские имена, можно разделить на три группы: 1) имена, у которых рейтинг модности выше рейтинга немодности; 2) имена с равным статусом модности и немодности; 3) имена, у которых рейтинг модности ниже рейтинга немодности.

Самой представительной также получилась первая группа, в которую вошли 9 имен из десятки самых популярных мужских имен. Соотношение модности / немодности у них следующее: *Иван* 13/12, *Александр* 21/10, *Даниил* 19/7, *Артем* 19/5, *Егор* 6/5, *Дмитрий* 7/4, *Кирилл* 9/2, *Максим* 11/2, *Никита* 10/1.

В эту же группу входят имена с нарастающей популярностью: *Марк*, *Сергей*, *Тимофей*, *Ярослав* и др. Возможно, они сменяют те имена десятки частотных, которые утратят свою популярность.

Вторую группу составили всего пять имен: *Всеволод*, *Вячеслав*, *Леонид*, *Савва*, *Степан*. Каждое из этих имен одним респондентом было отмечено как модное, одним респондентом – как немодное, поэтому их статус можно назвать неопределенным.

Всеволод и *Вячеслав*, употребляемые в 1920-1930-х гг. – *Всеволод*, с 1940-1950-х до 1990-х гг. – *Вячеслав*, являются славянскими (дохристианскими) именами, которые в последние годы набирают популярность. Имя *Леонид* было употребляемым в 1890-е, 1920-1950-е гг., затем попало в разряд редких, что в настоящее время может привлечь внимание к этому имени, как это произошло с именем *Степан*. Данное имя входило в разряд употребляемых в 1890-е гг. В дальнейшем это имя долгие годы оставалось редким и вновь стало употребляемым в период 2005-2009 гг. Имя *Савва* было и остается редким именем. Оно может быть усеченным вариантом греческого имени *Савватий* или сокращенной формой от имени *Савелий*, которое правильно пишется *Сава*, но возможен орфографически ошибочный вариант *Савва*.

Третью группу имен, статус которых скорее определяется как немодные, чем модные, составляют следующие имена: *Архип*, *Василий*, *Глеб*, *Григорий*, *Елисей*, *Захар*, *Лев*, *Михаил*, *Николай*, *Петр*, *Прохор*, *Савелий*, *Эдуард*. Имя *Николай* с 1900-х по 1940-1950-е гг. в десятке частотных мужских имен, с 1960-1970-х гг. по настоящее время – употребляемое имя. *Петр* в 1900-е гг. – в десятке самых частотных имен, 1920-1930-е гг. – употребляемое, 1940-1950-е, 1980-е гг. – редкое имя. *Василий* – в 1900-е гг. в десятке самых частотных, в дальнейшем из употребляемых переходит в разряд редких. Имя *Михаил* (согласно статистике) представлено в десятке частотных мужских имен всех исследуемых нами периодов с 1900-х по 2010-2014 гг. Имя *Глеб* из редких имен в 2005-2009 гг. переходит в разряд употребляемых. Имя *Захар* – редкое, мало употребляемое имя в XX веке. Имя *Григорий* было распространено в 1940-1950-е гг. Имена *Архип*, *Елисей*, *Лев*, *Прохор*, *Савелий*, *Эдуард* оставались редкими во все исследуемые нами периоды.

Проанализировав данные, полученные в ходе эксперимента, можно констатировать, что происходящие в антропонимии процессы не только отражаются в языковом сознании современных носителей русского языка, но и формируются ими под воздействием различных социальных факторов, одним из которых является феномен *мода*, подсознательно влияющий на выбор имени для новорожденного.

Список литературы

1. **Белянин В. П.** Введение в психолингвистику. М.: ЧеРо, 1999. 123 с.
2. **Бодрийяр Ж.** Символический обмен или смерть. М.: Добросвет, 2000. 387 с.
3. **Бондалетов В. Д.** Русская ономастика. М.: Просвещение, 1983. 224 с.
4. **Вам нравится имя Анастасия?** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.woman.ru/psycho/personality/thread/4173915/> (дата обращения: 24.07.2015).
5. **Гадамер Г.** Истина и метод: Основы философской герменевтики. М.: Прогресс, 1988. 510 с.
6. **Гумбольдт В. фон.** Язык и философия культуры. М.: Прогресс, 1985. 451 с.
7. **Денисенко В. Н., Чеботарева Е. Ю.** Современные психолингвистические методы анализа речевой коммуникации. М.: РУДН, 2008. 258 с.
8. **Крюкова И. В.** Рекламное имя: от изобретения до прецедентности. Волгоград: Перемена, 2014. 288 с.
9. **Леонтьев А. А.** Основы психолингвистики. М.: Смысл, 2003. 287 с.
10. **Неклесова В. Ю.** Прототипическое дублирование в ономастическом ассоциативном эксперименте [Электронный ресурс]. URL: <http://scaspee.com/6/post/2013/07/prototypical-doubling-in-the-onomastic-associative-experiment-procedure-vyuneklesova.html> (дата обращения: 27.06.2015).
11. **Потебня А. А.** Мысль и язык // Звегинцев В. А. История языкознания XIX и XX веков в очерках и извлечениях: в 2-х ч. М.: Просвещение, 1960-1964. Ч. 1. С. 117-122.
12. **Стернин И. А.** Коммуникативное и когнитивное сознание // С любовью к языку: сб. науч. трудов. М. – Воронеж: ИЯ РАН; Воронежский ГУ, 2002. С. 44-51.
13. **Супрун В. И.** Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал. Волгоград: Перемена, 2000. 172 с.
14. **Тарасов Е. Ф.** Актуальные проблемы анализа языкового сознания // Языковое сознание и образ мира: сборник статей / отв. ред. Н. В. Уфимцева. М.: ИЯ РАН, 2000. С. 24-33.

A FASHIONABLE ANTHROPONYM IN LINGUISTIC CONSCIOUSNESS OF CONTEMPORARY NATIVE SPEAKERS OF THE RUSSIAN LANGUAGE: EXPERIMENTAL STUDY

Vrublevskaya Oksana Valentinovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Volgograd State Socio-Pedagogical University
Gessee-wolf2009@yandex.ru

The article is devoted to the consideration of anthroponyms from the viewpoint of a language fashion. The purpose of the article is the research of perception of the social phenomenon *fashion* in the situation of naming in the contemporary Russian linguistic culture. On the basis of the method of addition (experimental method of psycholinguistics) fashionable names in the linguistic consciousness of contemporary native speakers of the Russian language are defined and fashionable trends are revealed.

Key words and phrases: linguistic consciousness; fashion; anthroponym; fashionable name; fashionable trends.