Негосударственное частное учреждение –
образовательная организация высшего образования
**«Миссионерский институт»**
Кафедра теологии

# Рецензия
# на выпускную квалификационную работу

студентки: Муллаяровой Светланы Михайловны

Тема: Православные прагматонимы в ономастическом аспекте

*1. Сведения о рецензенте:*

| | |
|---|---|
| Ф.И.О. (полностью) | *Дьячкова Наталия Александровна* |
| Должность | *ректор, зав. кафедрой социально-гуманитарных и естественно-научных дисциплин* |
| Место работы | *Негосударственное частное учреждение – образовательная организация высшего образования «Миссионерский институт»* |
| Ученая степень | *доктор филологических наук* |
| Ученое звание | *профессор* |

*2. Общий анализ ВКР*

2.1. Актуальность темы представленного исследования.

*Актуальность исследования состоит в необходимости выяснения бытовых представлений о Православии в современном отечественном социуме. Данная информация может иметь значение при выстраивании миссионерской работы.*

2.2. Соответствие содержания выполненной работы заявленной теме.

*Содержание работы полностью соответствует заявленной теме.*

2.3. Оформление (стиль, соблюдение этики цитирования).

*Оформление работы, ее стиль и правила цитирования в целом соответствуют требованиям, предъявляемым к бакалаврским работам.*

2.4. Новизна и оригинальность исследования (научно-теоретическая новизна – если присутствует, новизна в решении поставленных задач, практическая значимость представленной работы).

*Современная прагматонимия не исследована, а между тем православные прагматонимы (торговые названия православного платья) дают относительно объективную картину того, как в большинстве своем общество представляет себе Церковь и церковную жизнь в широком смысле слова. Результаты, полученные С. Муллаяровой обладают новизной, ее исследование, безусловно, оригинальное.*

2.5. Степень использования современных методик исследования (эксперимент, статистическая обработка данных и др.).

*Современными методиками исследования, такими как статистическая обработка данных, классификация, студентка владеет на удовлетворительном уровне.*

2.6. Полнота использования информационной базы (отечественных и зарубежных научных и научно-методических источников, передового опыта предприятий, учреждений, организаций, объединений и др.).

*Информационная база использована в полной мере.*

2.7. Возможность практического использования результатов (наличие рекомендаций для педагогической, образовательной, научно-исследовательской, социокультурной, культурно-просветительской, художественно-творческой и других сфер деятельности).

*Результаты исследования могут быть использованы в социокультурной и культурно-просветительской деятельности, поскольку в работе имеются данные о бытовых представлениях населения о Православии.*

*3. Оценка уровня сформированности компетенций*

| № | Компетенция | Оценка степени сформированности компетенции (пороговый, базовый, высокий) |
|---|---|---|
| 1 | Способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1). | **базовый** |
| 2 | Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2). | **базовый** |
| 3 | Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3). | **базовый** |
| 4 | Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ОК-4). | **базовый** |
| 5 | Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5). | **базовый** |
| 6 | Способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6). | **базовый** |
| 7 | Способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7). | **высокий** |
| 8 | Способность использовать методы и инструменты физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8). | **базовый** |
| 9 | Способность использовать основы теологических знаний в процессе духовно-нравственного развития (ОК-10). | **базовый** |
| 10 | Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности теолога на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1). | **высокий** |
| 11 | Способность использовать базовые знания в области теологии при решении профессиональных задач (ОПК-2). | **высокий** |
| 12 | Способность использовать знания в области социально-гуманитарных наук для освоения профильных теологических дисциплин (ОПК-3). | **высокий** |

| | | |
|---|---|---|
| 13 | Способность актуализировать представления в области богословия и духовно-нравственной культуры для различных аудиторий, разрабатывать элементы образовательных программ (ПК-5). | **базовый** |
| 14 | Способность вести учебно-воспитательную деятельность в образовательных и просветительских организациях различного уровня и типа (ПК-6). | **базовый** |
| **Вывод:** сформированность компетенций на **базовом** | | |

4. Замечания и вопросы рецензента

*1. В работе имеются стилистические погрешности, например, такие: «Развитие коммерческой номинации идет весьма бурно, благодаря тому, что люди подсознательно доверяют связанное с Церковью».*

*2. Какие критерии положены в основу выделения макрогрупп?*

*3. В чем автор видит перспективу своего исследования?*

5. Общая оценка ВКР (в баллах и прописью) – *«отлично» (5).*

Дата: 13.06.2019 г. Подпись_____

Негосударственное частное учреждение –
образовательная организация высшего образования
**«Миссионерский институт»**
Кафедра теологии

# Отзыв руководителя на выпускную квалификационную работу

студентки: Муллаяровой Светланы Михайловны

Тема: Православные прагматонимы в ономастическом аспекте

1. Сведения о руководителе:

| | |
|---|---|
| Ф.И.О. (полностью) | *Горяев Сергей Олегович* |
| Должность | *доцент* |
| Ученая степень | *кандидат филологических наук* |
| Ученое звание | *нет* |

2. Работа над выпускной квалификационной работой подтверждает / не подтверждает уровень сформированности следующих компетенций:

| № | Компетенция | Оценка степени сформированности компетенции (пороговый, базовый, высокий) | Особенности проявления степени сформированности компетенции у выпускника |
|---|---|---|---|
| **Общекультурные компетенции (ОК):** | | | |
| 1 | Способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1). | высокий | Студентка *знает* специфику философского и богословского дискурса в контексте социокультурных реалий; *умеет* аргументированно объяснить влияния философской и богословской мысли на социокультурные практики в различные исторические периоды; *владеет* способностью критически оценивать различные типы мировоззрений с позиции христианского вероучения. |
| 2 | Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2). | базовый | Студентка *знает* основные этапы истории и христианской цивилизации; *умеет* объяснить особенности исторического развития христианкой культуры; *владеет* способностью сравнивать различные исторические эпохи в контексте христианского вероучения. |
| 3 | Способность использовать основы экономических | высокий | Студентка *знает* особенности экономической системы внутрицерковных отношений; *умеет* принимать решения по экономическим |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | знаний в различных сферах жизнедеятель-ности (ОК-3). | | вопросам в рамках деятельности прихода, благочиния; *владеет* навыками применения методов экономического планирования при реализации миссионерской и просветительской деятельности на приходе. |
| 4 | Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ОК-4). | базовый | Студен *знает* основы текущего законодательства, регулирующего все сферы жизни общества, прежде всего, социальную сферу; *умеет* владеть алгоритмом решения профессиональных задач с применением теологических и правовых знаний; *владеет* умением ставить цели и выбирать пути ее достижения. |
| 5 | Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5). | базовый | Студентка *знает* способы формализовать изучаемые нормы русского и иностранного языка, с целью интенсификации его применения; *умеет* выстраивать собственное вербальное и невербальное поведение в соответствии с нормами культуры изучаемого и русского языка; *владеет* навыками строить высказывание, адекватно отражающие культурные ценности изучаемого языка; |
| 6 | Способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональ-ные и культурные различия (ОК-6). | высокий | Студентка *знает* отличия в подходах к организации катехизаторской и миссионерской деятельности в соответствии с конкретными социокультурными условиями; *умеет* реализовывать катехизаторско-просветительские мероприятия в соответствии с планом работы; *владеет* способностью профессионально выстраивать взаимодействие в любой аудитории. |
| 7 | Способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7). | высокий | Студентка *знает* этапы профессионального становления личности, механизмы и трудности социальной адаптации; *умеет* анализировать и сопоставлять результаты решения практических задач самостоятельно сформулированных с поставленных целью самообразованию, повышения квалификации; *владеет* способностью |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | к самостоятельному поиску методов решения практических задач применения различных методов познания. |
| 8 | Способность использовать методы и инструменты физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8). | высокий | Студентка *знает* основы физической культуры и спорта как социальные феномены общества; *умеет* пропагандировать основы здорового образа жизни; *владеет* навыками и средствами самостоятельного, методически правильного достижения должного уровня физической подготовленности. |
| 9 | Способность использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-9). | базовый | Студентка *знает* возможные последствия ЧС, вызванных авариями, катастрофами, стихийными бедствиями и применением современных средств поражения; *умеет* идентифицировать основные опасные факторы воздействия на окружающую среду, оценивать риск и последствия их возникновения; владеет навыками по обеспечению безопасности в системе «человек-среда обитания». |
| 10 | Способность использовать основы теологических знаний в процессе духовно-нравственного развития (ОК-10). | высокий | Студентка *знает* особенности богословских учений с учетом исторического контекста; *умеет* аргументированно объяснить влияние богословия на развитие культуры; *владеет* способностью критически оценивать различные религиозно-философские концепции с позиции православного вероучения. |
| **Общепрофессиональные компетенции (ОПК):** | | | |
| 11 | Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности теолога на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникацион- | высокий | Студентка *знает* систему подходов к решению стандартных задач профессиональной деятельности теолога с учетом требований информационной безопасности; *умеет* подходить к решению стандартных задач профессиональной деятельности теолога в соответствии с особенностями информационной безопасности; *владеет* навыками систематизации и выбора необходимой информации согласно задачам профессиональной деятельности теолога на основе |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | ных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1). | | информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности. |
| 12 | Способность использовать базовые знания в области теологии при решении профессиональных задач (ОПК-2). | высокий | Студентка *знает* о практическом значении теологических дисциплин; *умеет* корректно использовать методологию теологических наук для решения конкретных практических задач; *владеет* методологией научных исследований в области церковной истории и православного богословия. |
| 13 | Способность использовать знания в области социально-гуманитарных наук для освоения профильных теологических дисциплин (ОПК-3). | высокий | Студентка *знает* спектр проблем развития гуманитарных, теологических, социальных и экономических наук; *умеет* применять на практике знания о требованиях к профессиональной деятельности с учетом конкретной ситуации; *владеет* основными способами прогнозирования, проектирования и моделирования в области гуманитарных, социальных и экономических наук. |
| **Профессиональные компетенции (ПК) при осуществлении такого вида профессиональной деятельности как *учебно-воспитательная и просветительская:*** | | | |
| 14 | Способность актуализировать представления в области богословия и духовно-нравственной культуры для различных аудиторий, разрабатывать элементы образовательных программ (ПК-5). | высокий | Студентка *знает* основные подходы к организации просветительской работы с различной аудиторией; *умеет* организовать просветительскую работу с различной аудиторией; *владеет* способностью проводить систематическую работу по духовно-нравственному воспитанию и просвещению. |
| 15 | Способность вести учебно-воспитательную деятельность в образовательных и просветительских организациях различного | высокий | Студентка *знает* концепции и подходы к организации воспитания на всех уровнях образования в РФ; *умеет* оперативно осваивать передовой практический опыт педагогического сообщества по реализации воспитательной и просветительской деятельности в школе; *владеет* способностью конструировать и |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | уровня и типа (ПК-6). | | интегрировать методики, методы и средства в зависимости от цели, этапа и формы мероприятия или урока. |

3. В ходе работы над ВКР студентка продемонстрировала следующие профессиональные качества:

| № п/п | Профессиональные качества | Уровень владения (высокий, средний, низкий) | Особенности проявления качеств студентом |
|---|---|---|---|
| 1 | Способность работать с богословско-исторической, вероучительной литературой | высокий | Студентка активно использовала научно-богословскую литературу, представленную в печатном и электронном виде. |
| 2 | Своевременность выполнения заданий каждого этапа работы | высокий | Студентка выполняла задание своевременно и в срок, установленный руководителем. |
| 3 | Степень инициативности и самостоятельности студента | высокий | Студентка проявляла заинтересованность в работе над планом и текстом ВКР, постоянно показывала научному руководителю результаты выполнения отдельных этапов работы. |
| 4 | Конфессиональная включенность | высокий | Студентка ведет активную духовно-просветительскую работу с посетителями Ново-Тихвинского монастыря и постоянными прихожанами его храмов |

Замечания и рекомендации руководителя:

Муллаяровой С. М. рекомендуется точнее работать со словарными определениями лексических значений слов, особенно в их иерархии. В прочих лингвистических аспектах студентка достигла достаточного уровня для работы в области теологически-филологического противоречия.

Процесс и результат подготовки выпускной квалификационной работы позволяет сделать вывод о сформированности компетенций на ***высоком*** уровне.

Выпускная квалификационная работа Светланы Михайловны Муллаяровой соответствует требованиям, предъявляемым к работам по направлению подготовки 48.03.01 Теология, уровень бакалавриата, профиль подготовки «Систематическая теология Православия» и может быть допущена к защите.

Дата: 19.06.2019 г. Подпись_____

**АННОТАЦИЯ**

**на ВКР по теме «Православные прагматонимы в ономастическом аспекте»**

В ВКР проведено исследование прагматических установок в сфере коммерческой номинации на примере православных прагматонимов в области женской одежды.

Изученный массив названий и анкетирование целевой аудитории показали, что «православные прагматонимы» - явление, которое только начинает развиваться и обретать свои характерные черты.

Говорить об общих закономерностях православной ономастики в коммерческой номинации пока трудно, поскольку прагматонимы, относящиеся к той или иной марке, зависят больше от ценностных установок и мировоззрения конкретного производителя. Впрочем, некоторые предварительные выводы нам всё же удалось сделать.

Опрос целевой аудитории подтвердил наши предположения о том, что безусловно положительно оцениваются названия, относящиеся к области природы. Прагматонимы же из области искусства и религии вызывают двойственное отношение, и производителям необходимо быть осторожнее и не переступать грань между прекрасным и далеким от христианства.

«___»_____20__ г. _____/_____

(подпись студента) (расшифровка подписи)

АВТОРЕФЕРАТ

97 с., 1 рис., 1 табл., 43 источников, 1 прил.

**Объектом исследования** являются прагматонимы в области одежды для православных женщин.

**Предмет исследования** – механизмы создания православных прагматонимов, проявление в них идей и ценностей православного мировоззрения.

В работе использованы следующие **методы** исследования: *теоретические* (изучение литературы по языкознанию, в частности, по ономастике; интерпретация результатов), *аналитические* (анализ собранного массива прагматонимов, их классификация), *эмпирические* (опрос через анкетирование, интерпретация результатов).

**Цель** выпускной квалификационной работы — показать, какие ценностные установки предполагаемого православного потребителя проявляются в создании православных прагматонимов, и насколько созданные прагматонимы релевантны восприятию целевой аудитории.

**В результате исследования** было выявлено:

1) Показана специфика православных прагматонимов.

2) Составлен корпус названий (606 наименований), характерных для православной женской одежды.

3) Выявлен набор понятий, которые, по мнению создателей православных прагматонимов, соответствуют ценностям христианина.

4) Определено (путем опроса), насколько представление о православной женской одежде со стороны производителей коррелирует с восприятием целевой аудитории.

**Практическая значимость:** сделаны выводы о том, насколько современные православные прагматонимы в области одежды реализуют свои основные функции.

**Ключевые слова:** православные прагматонимы, названия православной одежды, торговые марки в православии, православные бренды, коммерческие номинации в православии.

**Перспективы дальнейшего исследования.** Проведенное исследование лишь обозначило общие тенденции и предполагает дальнейшее изучение православных прагматонимов, как в области женской, так и мужской и детской одежды.

Результаты исследования **могут быть использованы** как в научных трудах, так и в практической деятельности. Так, компании, которые производят православную женскую одежду, могут получить из данного исследования идеи относительно названий или скорректировать уже существующий корпус прагматонимов.

ABSTRACT

97 pp., 1 pic., 1 tab., 43 sources, 1 adj.

**The study is focused** on clothing trademarks (pragmatonyms) designed for Orthodox women.

**The subject of the research** is the mechanisms of creating Orthodox pragmatics, the manifestation in them of ideas and values of the Orthodox worldview.

The following research methods were used in the work: theoretical (study of literature on linguistics, in particular, onomastics; interpretation of results), analytical (analysis of the collected array of pragmatonyms, their classification), empirical (survey through questionnaires, interpretation of results).

**The goal** of the final qualifying work is to show what value attitudes of the supposed Orthodox consumer are manifested in the creation of Orthodox pragmatonyms, and how relevant the pragmatists created are relevant to the perception of the target audience.

**The study revealed:**

1) The specificity of Orthodox pragmatonyms is shown.

2) A corpus of names (606 titles), characteristic of Orthodox women's clothing, has been compiled.

3) A set of concepts that, in the opinion of the creators of Orthodox pragmatonyms, correspond to the values of a Christian, is revealed.

4) It was determined (by interviewing) how the idea of the Orthodox women's clothing on the part of manufacturers correlates with the perception of the target audience.

**Practical significance:** conclusions are made about how modern Orthodox pragmatonyms in the field of clothing realize their basic functions.

**Keywords**: Orthodox pragmatonyms, names of Orthodox clothing, trademarks in Orthodoxy, Orthodox brands, commercial nominations in Orthodoxy.

**Prospects for further research.** The study only indicated general trends and suggests further study of Orthodox pragmatonyms, both in the field of women’s and men’s and children’s clothes.

The results of the research **can be used** both in scientific works and in practical activities. For example, companies that produce Orthodox women's clothing can get ideas from names from this study or correct an existing body of pragmatonyms.

Негосударственное частное учреждение – образовательная организация
высшего образования «Миссионерский институт»

**Муллаярова Светлана Михайловна**

# ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА

## Православные прагматонимы в ономастическом аспекте

Направление подготовки 48.03.01 Теология
Профиль ОПОП «Систематическая теология Православия»

Руководитель:
канд. филол. наук
С.О. Горяев

Екатеринбург, 2019 г.

**Оглавление**

Введение.....4
Глава 1. Имя собственное.....6
1.1. Имя собственное как специфическая единица языка.....6
1.2. Ономастика.....7
Выводы…….....9
Глава 2. Ономастическая номинация в коммерческой сфере.....10
2.1. Понятие коммерческой номинации.....10
2.2. Особенности современной коммерческой номинации.....11
2.3. Нормы этики в коммерческой номинации сегодня.....14
Выводы…….....16
Глава 3. Прагматонимы.....18
3.1. Особенность прагматонимов среди других имен собственных.....18
3.2. Прагматоним, товарный знак и бренд.....19
3.3 Торговые названия в православной культуре.....22
3.4. Православные прагматонимы: тенденции развития.....26
Выводы…….....28
Глава 4. Прагматонимы в области православной одежды.....29
4.1. Представления о православной культуре и православной женской одежде.....29
4.2. Современные бренды православной одежды.....30
4.3. Коммерческие номинации в мужской одежде.....32
Выводы…….....33
Глава 5. Классификация православных прагматонимов в области женского платья (анализ собранного массива: практическая часть).....34
5.1 Макрогруппа «Природа» (200 наименований, 33 %)……34
5.2. Макрогруппа «Женщина» (132 наименования, 21 %)…….41

5.3. Макрогруппа «Искусство» (124 наименования, 20 %)…….43
5.4. Макрогруппа «Одежда» (52 наименования, 8,5 %)……..47
5.5. Макрогруппа «Религия» (39 наименования, 6,4 %)……..48
5.6. Макрогруппа «География» (37 наименования, 6,1 %)……..49
5.7. Макрогруппа «Продукты» (14 наименований, 2,3 %)……..51
5.8. Прагматонимы, не образующие макрогруппу (8 наименований, 1,3 %)……51
Выводы…….....52
Глава 6. Восприятие православных прагматонимов целевой аудиторией (результаты опроса).....53
6.1. Прагматонимы, получившие положительную и отрицательную оценку.....53
6.2. Восприятие массовым сознанием понятия «православная одежда».....56
Выводы…….....57
Заключение .....59
Список литературы.....61
Приложение.....67

# Введение

Настоящее исследование посвящено коммерческой номинации в сфере собственных имен и связано постоянным расширением и обновлением ономастического пространства. Эта номинация в настоящее время относится к наиболее динамично развивающимся областям ономастики.

Особое место в области коммерческой номинации занимают православные прагматонимы. Изучение языка верующих – это сравнительно новая тема для отечественной лингвистики. Исследование торговых марок ведется в последнее время очень активно, но тематика отражения в прагматонимах ценностных установок православного человека только начинает разрабатываться.

**Объектом** нашего исследования являются торговые марки в области православной одежды.

**Предметом** исследования являются механизмы создания рекламной эффективности в торговых названиях православной одежды, а также – проявление в них идей и ценностей православного мировоззрения.

**Цель** исследования – на примере торговых наименований православной одежды, показать какие ценностные установки предполагаемого православного потребителя проявляются в создании православных прагматонимах.

**Задачи** нашего исследования:

1. Показать специфику православных прагматонимов.

2. Составить корпус названий, характерных для православной одежды.

3. Выявить набор понятий, отраженных в коммерческой номинации, которые, по мнению создателей имен, соответствуют православным ценностям.

4. Выявить, путем опроса, насколько современные православные прагматонимы реализуют свои основные функции.

В работе используются аналитические методы, в частности, классификация, а также метод анкетирования.

**Актуальность** нашей работы заключается в том, чтобы выяснить, какие представления о православии бытуют в современном обществе, а также – как воспринимаются православные прагматонимы целевой аудиторией.

Работа состоит из введения, в котором определяется проблематика исследования, основной части, разбитой на разделы и подразделы, в которых рассматриваются теоретическая база и изучается конкретный ономастический материал, и заключения, в котором обобщаются результаты и намечаются дальнейшие перспективы исследования. Приложения содержат сводные таблицы рассматриваемых названий, а также материалы анкетирования.

# Глава 1. Имя собственное

## 1.1. Имя собственное как специфическая единица языка

Мир, в котором мы живем, воистину можно назвать миром имен и названий[1]. Проблема номинации вещей, как «процесса, постоянно сопутствующего познанию человеком окружающего мира»[2], всегда была одной из центральных проблем теоретической лингвистики.

Ученые считают номинацию образованием языковых единиц, характеризующихся специфической функцией, «как называние, именование, присвоение имени, процесс наименования»[3]. В нашей работе мы касаемся только такой номинации, которая приводит к появлению собственных имен.

Имена собственные привлекают пристальным вниманием исследователей достаточно давно: они обращались (и обращаются) к этому вопросу со времен возникновения античной лингвистики. Уже в Древней Греции ученые отмечали, что имена собственные имеют в языке своё положение, что они отличны от обычных существительных. Именно тогда началось привычное для современной лингвистики деление всех имен существительных на собственные и нарицательные. Эта классификация не вызывает сомнений как таковая, но при этом существует большое количество спорных вопросов, касающихся имен собственных.

Как замечают исследователи, «имена собственные в лексической системе современного русского языка образуют уникальную подсистему с особыми системообразующими механизмами, а также закономерностями развития и функционирования»[4]. Эта уникальность подсистемы и приводит к тому, что исследователи не могут сойтись на едином определении имени собственного. Сегодня существует множество различных дефиниций[5].

---

[1] Попов С.А. Что такое ономастика? // ОНОМАСТИКА РОССИИ. Имена собственные в нашей жизни, 2012-2019. URL: http://www.onomastika.ru/terms/onomastika (дата обращения: 03.05.2019).
[2] Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. М., 1973. С. 236.
[3] Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. М., 1978. С. 91.
[4] Флейшер Е.А. Основы прецедентности имени собственного: Дис. … канд. филол. наук: (10.02.01). СПб., 2014. С. 31.
[5] Там же. С. 26.

Вообще, надо здесь отметить, что полноценным лексическим значением обладают только нарицательные существительные, как имеющие понятийное содержание. Например, услышав слово «стул», мы соотносим его с предметом мебели в виде сиденья, имеющего ножки и спинку и рассчитанного на одного человека. Нарицательное имя, как правило, дается предмету не случайно, поскольку оно не только называет, но и описывает объект, содержит определенную информацию о нем[6]. Кроме того, нарицательное имя служит называнием как конкретного предмета, так и целого класса, к которому данный предмет относится[7].

Собственные же имена отличаются от нарицательных тем, что они только называют объект, но не выражают никакого понятия. Собственное имя придает личные черты объекту, выделяя из общего частное. Поэтому имя собственное всегда дается единичному предмету, поскольку является его собственностью. Конечно, имена собственные могут повторяться (так, например, в мире есть много мальчиков с именем Сережа и кошек с кличкой Муся), но в воображении имядателя имя всегда соотносится с определенным человеком или лицом. По словам С.Н. Булгакова, «только бедность воображения, бессилие изобразительности мешает тому, чтобы, действительно, имена были абсолютно индивидуальны и никогда не повторялись»[8].

## 1.2. Ономастика

Имя собственное в лингвистической науке называется также онимом (от др.-греч. ὄνομα — имя, название). От этого слова происходит и название такого раздела языкознания, как ономастика, которая занимает важное место в современных филологических исследованиях. Понятие «ономастическое пространство» лингвисты определяют, как «комплекс имен собственных всех

[6] Вороничев О.Е. Лексическая стилистика и культура речи. Брянск, 2009. С. 13.
[7] Введенская Л.А. От собственных имен к нарицательным. М., 1989. С. 5.
[8] Кузнецова Т.Б. Имя собственное как объект ономастики // SuperInf.ru. Информационные материалы для студентов, 2009-2019. URL: http://superinf.ru/view_helpstud.php?id=4705 (дата обращения: 03.05.2019).

разрядов, употребляемый данным народом в данный период»[9], «сумму имен собственных, употребляющихся в языке данного народа для именования реальных, гипотетических и фантастических объектов»[10].

Надо заметить, что развитие онимов идет по своей специфической и довольно сложной схеме. В отечественной традиции на сегодняшний день существует несколько вариантов классификации имен собственных. Один из самых подробных предлагает, в частности, А.В. Суперанская. Согласно ее точке зрения, имена собственные можно разделить на:

1) антропонимы – личные имена, фамилии, отчества;

2) зоонимы (клички животных);

3) фитонимы (названия растений);

4) топонимы (названия географических объектов);

5) космонимы (названия зон Вселенной);

6) астронимы (названия небесных тел);

7) фалеронимы (награды);

8) хрононимы (названия исторических периодов, событий);

9) документонимы;

10) теонимы (имена богов);

11) демонимы (имена духов);

12) хрематонимы (индивидуальные имена неодушевленных предметов);

13) фиктонимы (имена в художественных произведениях)[11].

Впрочем, с таким принципом деления соглашаются далеко не все исследователи, поэтому список остается открытым.

Ономастическое пространство постоянно требует к себе внимания исследователей. И вполне закономерно, что за последнее время возрос интерес к изучению «языковых единиц, которые, аккумулируя культурную информацию, несут особую аксиологическую нагрузку и могут отражать как

---

[9] Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. М., 1978. С. 78.
[10] Суперанская А.В. Теория и методика ономастических исследований. М., 1986. С. 62.
[11] Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. М., 1973. С. 17.

универсальные, так и национальные особенности восприятия окружающей действительности»[12].

## Выводы

С развитием письменности словесный компонент товарного знака постепенно выдвигается на первый план. Ономастика как наука в своем развитии от формирования простейшей письменности, далее к переходу собственных и нарицательных имен и, наконец, дошедшая до именования реальных почти фантастических объемов - играет большое историческое значение в наши дни.

[12] Флейшер Е.А. Основы прецедентности имени собственного. СПб., 2014. С. 27.

# Глава 2. Ономастическая номинация в коммерческой сфере

## 2.1. Понятие коммерческой номинации

Если номинация в широком смысле — это присваивание имен людям, животным, уникальным предметам, топографическим объектам и т.п., то коммерческая номинация — это «языковая номинация учреждений и товаров, преследующая коммерческие цели»[13].

После смены государственного строя и активного развития торговых отношений в нашей стране языковое пространство русского языка начало активно наполняться коммерческими наименованиями. Они некоторое время оставались в тени исследовательского интереса, и даже до сих пор их изучением занимаются лишь немногие исследователи. Между тем, «коммерческие номинации, связанные с всё более расширяющимся потоком товарных наименований, демонстрируют специфические тенденции»[14] и представляют собой огромный интерес для науки.

По мнению М.Е.Новичихиной, можно выделить более двадцати тематических групп современных коммерческих номинаций[15].

Как отмечают исследователи, процесс коммерческой номинации «представляет собой вторичное использование языковых единиц в функции именования. Коммерческая номинация формирует конкретный образ, идентифицирует объект, характеризуется наличием закрепленной социальной информации»[16].

Коммерческие наименования, с одной стороны, имеют свойства, присущие данному разряду существительных, а с другой стороны, обладают своей спецификой. Многочисленные социологические эксперименты и

---

[13] Новичихина М.Е. Теоретические проблемы исследования эффективности коммерческой номинации: Дис. … д-ра филол наук: (10.02.01). Воронеж, 2004. С. 9.

[14] Богославцева М.С. Брендовые номинации в ономастическом пространстве // Пятигорский государственный университет, 2019. URL: https://pglu.ru/upload/iblock/dbf/uch_2010_vii_00003.pdf (дата обращения: 12.05.2019).

[15] Новичихина М.Е. Теоретические проблемы исследования эффективности коммерческой номинации: Дис. … д-ра филол наук: (10.02.01). Воронеж, 2004. С. 10.

[16] Овсянникова К.В. Особенности номинации предприятий общественного питания: на примере коммерческих названий: Дис. … д-ра филол. наук: (10.02.01). Воронеж, 2016. С. 22.

опросы показывают, что в сознании носителя языка то или иное название прочно связывается с конкретным видом товара, услуги и т. п. Например, в магазине «Стройка» ожидают увидеть стройматериалы, в магазине «Путешествие» – товары в дорогу, название «Три плюшки» ассоциируют с кондитерской, а «Красотка» – с парикмахерской или салоном красоты. Таким образом, коммерческое название формирует некоторое представление об объекте, дает характеристику предлагаемому товару или услуге, т. е. выходит за рамки единственно называния. Неудачное название нередко отталкивает потенциального покупателя. Таким образом, можно утверждать, что коммерческое название не только идентифицирует, но формирует конкретный образ в сознании человека.

Итак, коммерческие наименования создаются для того, чтобы вызвать у потенциального покупателя нужные эмоции и чувства и, в конечном итоге, побудить его к действию – покупке данного товара или услуги. Разумеется, онимами в сфере коммерческой коммуникации могут быть не только товары, но и, например, марки одежды, названия магазинов, парикмахерских и даже наименования целых транснациональных корпораций. В этом случае коммерческая цель прагматических установок может быть завуалирована, рекламный эффект может иметь долгосрочный, отложенный характер (например, вызвать доверие к бренду), но конечной целью всегда является побуждение клиента к покупке. Этим и характерна коммерческая номинация.

## 2.2. Особенности современной коммерческой номинации

Коммерческая номинация, как считают современные исследователи, имеет свою типологию. Так, в зависимости от именуемого объекта коммерческая номинация может быть подразделена на номинацию торговых учреждений (магазинов), предприятий сфер обслуживания (кафе, ресторанов, парикмахерских), развлекательных учреждений (клубов, казино, дискотек), медицинских фирм, фирм недвижимости и т.д.

По структуре коммерческую номинацию можно разделить на однословную и многословную, то есть выраженную словосочетанием или предложением. Пример однословной номинации – кафе «Вкусняшка», пример многословной – кафе «Мамина мама».

По степени «прозрачности», то есть открытости для интерпретации, номинация делится на прямую и непрямую. В первом случае прямо называется предлагаемый товар или услуга (например, магазин «Стройматериалы» или парикмахерская «Стрижка»). Во втором случае название связано с товаром или услугой лишь ассоциативно, либо вообще никак не связано. Например, тот же магазин стройматериалов может называться «Уютный дом», а парикмахерская – «Анна» (просто потому, что так зовут основательницу предприятия или ее дочь).

Современные исследователи выделяют:

1. Большое количество иностранных наименований – либо написанных на иностранном языке (Bugatti), либо траснскрибированных кириллицей (Ашан). Значительная часть – это русские наименования с включением иноязычных компонентов (Грузовичкофф, Блинкофф).

2. Для многих современных брендов характерно стремление к глобализации (Планета колготок, Гипербола, Мир растений и т.д.)

3. Есть и противоположная тенденция – подчеркнуто простые, понятные названия (Большие тарелки, Блинок).

4. Большая часть наименований отличается образностью (Для души и душа).

Ключевая особенность современных прагматонимов в сфере коммерческой номинации – в том, что они часто не просто называют объект и даже не просто побуждают к покупке, но формируют образ мышления, картину мировосприятия.

Следует заметить, что в наши дни коммерческая номинация, с одной стороны, достигла широкого размаха, а с другой характеризуется

некоторыми новыми чертами, не присущими ей ранее. Так, современную коммерческую номинацию отличает следующее:

1) появление наименований с указанием адресата, своеобразная ориентированность на покупателя, например, «Ваш уют», «Ваш автомобиль», «Твой дом», «Все для Вас»;

2) появление наименований-предписаний типа «Плати меньше», «Сделай сам», «Non stop»;

3) увеличение доли абстрактных наименований;

4) появление уменьшительно-ласкательных наименований (например: «Домовенок», «Конфетка», «Лавочка», «Солнышко» и др.);

5) увеличение доли арифметической тематики (например: «3+2», «666», «33» и др.)[17].

Другие исследователи выделяют еще несколько черт, присущих современной коммерческой номинации:

– позитивно окрашенные выражения («Душевный разговор», «Море любви», «Радость жизни»);

– благопожелания (конфеты «Любви. Удачи. Богатства», молоко «На здоровье»);

– выражения с семантикой подлинного, истинного (водка «Исток. – Оригинальная», «Ледяная истина», «Чистая истина»);

– выражения с семантикой традиции («Старый погреб», «Традиции старины»);

– слова с семантикой праздника (вино «Венчальное», «К свадьбе», «Пасхальное», «Рождественское»). Подобные названия, за счет создания положительно окрашенных образов, способствуют положительному восприятию товара в сознании потребителя[18].

---

[17] Новичихина М.Е. Особенности современной коммерческой номинации // Культура общения и ее формирование. Материалы V региональной научно-методической конференции (Воронеж, 20-21 апреля 1998 г.). Воронеж, 1998. С. 22.

[18] Синявская О. Е. Коммерческая номинация как средство манипулятивного воздействия на потребителя // Науч. Вестн. Херсонск. Гос. ун-та. 2013. Вып. 18. С. 276-282.

Ключевая особенность современных прагматонимов в сфере коммерческой номинации – в том, что они часто не просто называют объект и даже не просто побуждают к покупке, но формируют образ мышления, картину мировосприятия.

### 2.3. Нормы этики в коммерческой номинации сегодня

Коммерческая номинация с точки зрения практических задач экономики, является частью брендинга – идентификации на уровне ассоциаций. Коммерческая номинация шагает на поле морали и нравственности, от чего возрастает ответственность за любые неловкие маневры[19]. Этические рамки для коммерческой номинации устанавливаются не только совестью неймеров, но и законодательством. Так, в настоящее время Законом РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» наложен запрет на регистрацию товарных знаков, противоречащих общественным интересам, принципам гуманности и морали.

Поскольку коммерческая номинация тесно связана с маркетингом и рекламой[20], то на нее, естественно, распространяются нормы об этичной и неэтичной рекламе. Закон гласит, что «неэтичной является реклама, которая:

– содержит текстовую, зрительную, звуковую информацию, нарушающую общепринятые нормы гуманности и морали путем употребления оскорбительных слов, сравнений, образов в отношении расы, национальности, профессии, социальной категории, возрастной группы, пола, языка, религиозных, философских, политических и иных убеждений физических лиц;

– порочит объекты искусства, составляющие национальное или мировое культурное достояние;

---

[19] Маркина О.В. Этика и брендинг // ДИЗАЙН-РЕВЮ – НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ по дизайну и архитектуре «ДИЗАЙН-РЕВЮ». 2011. № 1. URL: http://design-review.net/index.php?id=239&number=1&show=article&year=2011 (дата обращения: 04.04.2019).

[20] Новичихина М.Е. Коммерческая номинация. Воронеж, 2003. С. 24.

– порочит государственные символы (флаги, гербы, гимны), национальную валюту Российской Федерации или иного государства, религиозные символы;

– порочит какое-либо физическое или юридическое лицо, какую-либо деятельность, профессию, товар».

Заметим, что в данном законе есть предписание относительно того, чтобы не оскорблять религиозные убеждения людей. Однако, как показывает практика, эта формулировка в сознании общества имеет достаточно размытый характер.

Законодательство дореволюционной России не допускало регистрацию товарных знаков с «надписями и изображениями, имеющими вообще характер неуважения к святыне, богохуления и кощунства»[21], и нарушения выявлялись и пресекались жестко. Сегодня названия товаров с «православной» семантикой встречаются достаточно часто, а вот является ли то или иное торговое название неуважением к святыне, могут разобраться лишь немногие, а именно воцерковленные христиане.

С одной стороны, развитие коммерческой номинации в области православия — это получает позитивную оценку церковных деятелей. Например, протоиерей Геннадий Беловолов, настоятель Леушинского подворья в Петербурге, отмечает: «Все, с чем соприкасается человек, не должно быть вне воцерковления. И объективно этот процесс, помимо коммерческого эффекта, являет собой тенденцию воцерковления страны, показывая проникновение Православия в общество».

С другой стороны, как справедливо замечает тот же пастырь, есть и издержки производства: «Как правило, нашим производителям свойственны небольшие познания в православии, и они называют свою продукцию так, как им заблагорассудится. Если в любой другой области они прибегают к помощи специалистов-консультантов, то в этой сфере советоваться с

[21] Корчагин А.Д. Товарные знаки с религиозными мотивами // AdVesti.ru, 2004-2019. URL: http://www.advesti.ru/publish/tm/210405_religion (дата обращения: 04.04.2019).

православным духовенством они не спешат. За все годы моей службы ко мне ни разу не обратился ни один предприниматель с вопросом, можно ли использовать относящиеся к православию и Церкви названия для наименования своей продукции или своего предприятия»[22]. В результате, говорит отец Геннадий, вокруг много примеров просто нелепых. Например, пельмени «Монастырские». Учитывая, что монахи в принципе не едят мяса, этот продукт очень странно смотрится с таким названием.

Широко известны такие торговые марки, как, например, «Исповедь грешницы» (водка) или «Слеза монашки» (вино). «Традиционное сравнение со слезой, призванное подчеркнуть качество напитка (чистый, как слеза), обычно применяется к водке. Возможно, это род интеллектуальной пародии, возможно, и наоборот – эффект, не запланированный номинатором в силу его неосведомленности»[23]. Обозначение «Исповедь грешницы» для товара «водка» вызывает скорее бытовые и вульгарные ассоциации: исповедь подвыпившей женщины. Как говорят специалисты, еще более неуместным надо признать и использование на винных и водочных этикетках имен святых: «Святая Елена», «Святой Трифон», «Святая Анна»[24] и т.д.

В свое время (в 2000 году) Роспатент обратился в Московскую Патриархию Русской Православной Церкви с вопросом, могут ли оскорбить чувства верующих подобные товарные знаки. В Патриархии ответили утвердительно и предложили, в случае возникновения спорных вопросов, обращаться за консультацией.

## Выводы

Сфера коммерческой номинации — в настоящее время одна из наиболее динамично развивающихся областей ономастики. Основные

---

[22] Беловолов Геннадий, прот. Это коммерческое подтверждение высокого авторитета Церкви // Православное информационное агентство. «Русская линия», 1998-2017. URL: https://rusk.ru/st.php?idar=181727 (дата обращения: 14.04.2019).

[23] Горяев С.О. «Черный монах», «Слеза монашки»: церковная тематика в названиях вин постсоветского времени // Quaestio Rossica. 2014. № 3. С. 209-226. Электронный научный архив УрФУ, 2004-2019. URL: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/28168/1/qr_3_2014-14.pdf (дата обращения: 06.05.2018).

[24] Запретов – нет? // Upakovano.ru. URL: http://www.upakovano.ru/articles/335 (дата обращения: 04.04.2019).

функции онимов в сфере коммерческой номинации — не только называть, но и создавать в сознании покупателя положительное отношение к товару/услуге/бренду, мотивировать его на покупку. Более глобальная функция коммерческих прагматонимов – менять картину мира и систему ценностей потребителя.

Соблюдение этических норм входит в зону ответственности коммерческой номинации. Особенно щепетильно эти нормы следует соблюдать, если название касается религиозной сферы.

# Глава 3. Прагматонимы

## 3.1. Особенность прагматонимов среди других имен собственных

В современной ономастике укрепился спец термин для названия словесных товарных знаков – прагматоним (от греч. «прагма» — вещь, товар). Под ним понимается любое словесное обозначение марки товара или вида предлагаемых услуг, охраняемое законом.

Как считают некоторые исследователи, прагматонимы в настоящее время перемещаются в ядерную зону общей ономастической системы русского языка. Это связано с тем, что коммерческая номинация сейчас становится одной из приоритетных подсистем в маркетинговой, рекламной и повседневной коммуникациях. Происходит мощное развитие данного корпуса онимов в современной лингвистической ситуации: прагматонимы приобрели новый статус, стали обязательным компонентом повседневной речи. Прагматонимы как сегмент ономастического пространства являются относительно автономной подсистемой (макросистемой) с присущими ей системными свойствами.

Важнейшей функцией коммерческих прагматонимов является функция воздействия, формирование у потребителя новой системы ценностей. Особенности этой системы можно понять, если вспомнить про ориентацию нашего общества на западную систему культурных и нравственных ценностей, а также на европейскую и американскую модели развития экономики, науки и техники. В то же время наблюдается тенденция возрождения духовных традиций, культурных ценностей.

По мнению И.И. Исангузиной, прагматонимы как особые единицы ономастического пространства выполняют следующие функции: дифференцирующую, информативную, охранную, гарантийную и психологическую[25].

---

[25] Исангузина И.И. Прагматонимы в ономастическом пространстве: семантический, лингвокультурологический и синтаксический аспекты (на примере названий кондитерских изделий) // Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА». URL: http://cyberleninka.ru/article/n/pragmatonimy-v-

*Дифференцирующая функция.* Основной особенностью словесного знака является его направленность на различение товара определенного изготовителя или торгового предприятия (например, шоколад «Бабаевский» или «Коркунов», серия молочных продуктов «Веселый молочник» или «Домик в деревне»).

*Информативная функция.* Название доводит до потребителя информацию о производителе товара и его качестве (водка «Сталк», шоколад «СладкО»).

*Охранная функция.* Зарегистрированный товарный знак помогает защитить выпускаемый товар от недобросовестных конкурентов.

*Гарантийная функция.* Связана с обязательным соответствием качества товара установленному стандарту (например, конфеты «Мишка на Севере», масло «Хозяюшка», чай «Ахмад»).

*Психологическая функция.* Известный бренд создает у покупателя убежденность: качество предлагаемого продукта — максимально высокое (например, шоколад «Аленка» покупают, что называется, «не глядя», доверяя известному бренду). Общая же функция товарных знаков заключается в том, чтобы позволить отличить компанию, услугу или изделие от конкурирующих, т.е. сделать их легко распознаваемыми[26].

### 3.2. Прагматоним, товарный знак и бренд

Сегодня наряду с термином «прагматонимы», известным в русистике с 70-х гг. XX века, по-прежнему используются наименования «товарные знаки».

С давних времен человечество использовало маркировочные наименования в своей жизнедеятельности и для развития торговли. Как только начали зарождаться товарные отношения, появились отличительные знаки маркировки в виде клейма, указывающие на того или иного владельца

---

onomasticheskom-prostranstve-semanticheskiy-lingvokulturologicheskiy-i-sintaksicheskiy-aspekty-na-primere-nazvaniy (дата обращения: 29.04 2019).

[26] Новичихина М.Е. Коммерческая номинация. Воронеж, 2003. С. 34.

товара. Как говорят исследователи, «товарный знак, изобразительный или словесный, сам по себе ничто, но он обретает юридическую силу, соединившись с рекламируемым товаром»[27]. С совершенствованием письменности товарный знак становится на первое место. Товарные знаки или, иначе, прагматонимы, позволяют покупателям выбирать нужный бренд определенного производителя.

За последние годы манера называния явлений и вещей очень изменилась. В советские времена на улицах встречались одинаковые невыразительные названия, извещающие о типе товаров («Промтовары», «Обувь») или о типе магазина или учреждения («Универмаг», «Кулинария», «Сбербанк»). Иногда в имени подчеркивалась индивидуальность и уникальность заведения – ГУМ, ЦУМ, в том числе через историческую привязку, персональную (продуктовый магазин «Елисеевский») или топонимическую (универмаг «Даниловский»). Бытовали и эмоциональные обозначения, соотнесенные с потребителями («Руслан» — магазин одежды для мужчин, а «Людмила» — для женщин. Конечно, среди товаров широкого потребления (продукты питания, одежда, бытовая техника и пр.) существовало множество специфических прагматонимов, однако и они страдали определенной шаблонностью.

Создание товарного знака – непростое дело. До того, как товар получит словесное обозначение, следует произвести анализ возможностей его применения с помощью целевой аудитории, то есть необходимо обратиться к определенным возрастным и социальным группам для выявления критериев оценки потенциальной покупки. На основе аргументов выявляются тематические мотивы, вокруг которых осуществляется поиск слов, от которых могут быть образованы товарные знаки. После того как установлены аргументы, выявляются доводы подбирания товарного знака с исследованием психологической категории покупателя. Содержащаяся в названии информация должна иметь не только интеллектуальный, но и

[27] Соболева Т.А. Товарные знаки. М., 1986. С. 15.

эмоциональный характер. Вообще, товарный знак должен иметь высокий коэффициент ассоциативности.

По статистике более 80% всего выпуска товаров имеют свой торговый знак, который регистрируется в патентном бюро, и по качеству во всем их насчитывается уже более 20 миллионов. В таком море изобилия торговых марок для производителей есть необходимость создавать свои бренды, поднимать на достойный уровень качество, чтобы и на сегодняшний день, и в конечном итоге получать все большую прибыль.

Брендом называется торговая марка, вызывающая стабильно положительный ассоциативный ряд у значительной части целевой аудитории. На сегодняшний день бренд – это не любая торговая марка, а лишь уже получившая широкую известность. Если товар брендовый, на него проще установить цены премиум-класса. Благодаря лояльности большей части потребителей, он способен завоевать значительную долю рынка в сравнении с продаваемым под торговой маркой товаром.

Сам бренд существует лишь в сознании потребителя, он неосязаем. Он, как мощнейший нематериальный актив, включает в себя обещания, выгоды, ассоциации и функциональную полезность. Бренд – это, своего рода, путеводитель в мире услуг и товаров, опознавательный знак. Производитель может подчеркнуть высокое качество товара, используя бренд и заявляя о его преимуществах с помощью рекламы. При этом бренд сообщает покупателю о том, что товар гарантированно подлинный для занимаемой позиции на рынке.

Психосемантический ключ концепции рекламы бренда раскрывает его ценностное содержание, существующее у потребителя в отношении исследуемого продукта, и гарантирует положительные эмоции, отражая надёжность продукта и его высокое качество.

Имя бренда – это основной элемент идентификации, оно влияет на формирование нужного отношения к бренду. Правильное название создает необходимый настрой. Ребрендинг (смена бренда) – весьма рискованное

дело, так как товар может потеряв старое лицо, не приобрести нового. Именно поэтому в настоящее время рынок переполнен ностальгическими брендами, например, мороженое «48 копеек» (хотя цена у него уже другая). Производители, таким образом, пробуждают в потребителе эмоциональную связь с приятным воспоминанием.

Вопрос о «культурной памяти» актуализируется в тех случаях, когда она сохраняет связь с событием или понятием, а так же, когда есть возможность реконструировать забытые представления и традиции носителей языка. Избирательность «культурной памяти» нужна для сохранения существенных для носителей языка представлений и понятий, это, своего рода, элементы его «картины мира». Характерные для нашего времени интеграция и унификация, вызывают подъем национального обособления. Появление новых российских брендов тому пример: «Пельмени мещанские», «Сельдь по-купечески», «Русь» и тому подобные.

### 3.3. Торговые названия в православной культуре

Прагматонимы, или, иначе, коммерческие наименования, в наше время весьма распространены. Среди всего разнообразия коммерческих номинаций особое место занимают православные прагматонимы. Возможно, кому-то покажется странной связка «коммерческие православные наименования», но на самом деле ничего странного здесь нет.

Православие в нашей стране постепенно укрепляет свои позиции во многих областях общественной деятельности. Как отмечают даже сугубо светские интернет-источники, «православные христиане составляют основную часть нашего общества. Их совокупные мысли и действия задают тон развития государства»[28]. Появляются православные кафе, рестораны, открываются православные детские сады, гимназии, библиотеки, магазины одежды и продуктов питания.

[28] Православная одежда // Woman advice.ru. URL: https://womanadvice.ru/ pravoslavnaya-odezhda (дата обращения: 18.04.2019).

Активно развивается в настоящее время и такое явление, как православные прагматонимы. Ведь, как отмечают исследователи, «имя больше, чем другие языковые единицы, является точкой, в которой соприкасаются язык и национальная духовная культура»[29].

История православных прагматонимов в России началась тогда же, когда в нашей стране в принципе зародились истоки прагматонимии. Поскольку Россия до революции была православной страной, то и развитие торговых марок, и процессы брендинга происходили именно в этом культурном контексте.

Надо заметить, что история российских торговых марок пока изучена достаточно слабо, в особенности в лингвистическом аспекте. Между тем она имеет большое значение для осмысления эволюции, которая происходит в коммерческой номинации в последнее время.

В дореволюционное время торговые марки получают в России широкое распространение: развивается промышленное производство, возникает конкуренция. Первоначально марки относились ко всей продукции фирмы и выставлялись на изделиях в виде фабричного клейма. В этот период появились такие крупные российские бренды, как «Смирновъ» и конфетная фабрика «Эйнемъ», позже переименованная в «Красный Октябрь»[30]. В 1896 году вступил в силу закон «О товарных знаках». Он признавал товарным знаком любое обозначение, которое отличало один товар от другого.

Большая часть российских фабричных марок восходит к фамилиям владельцев или основателей производства. На рубеже XIX-XX вв. были наиболее известны А. Абрикосов (кондитерские изделия), Г. Брокар (парфюмерия), Ф. Эйнем (кондитерские изделия), А.М. Жуков (мыло), П.А. Смирнов (водка), Н.А. Шустов (коньяк), К.Г. Фаберже (ювелирные изделия).

---

[29] Кузнецова Т.Б. Имя собственное как объект ономастики // SuperInf.ru. Информационные материалы для студентов, 2009-2019. URL: http://superinf.ru/view_helpstud.php?id=4705 (дата обращения: 03.05.2019).

[30] История товарных знаков и торговых марок // Znakoved – Всё о товарных знаках, 2012-2019. URL: https://www.znakoved.ru/articles/istoriya_tovarnyx_znakov (дата обращения: 04.04.2019).

Несколько позже появляются и торговые наименования для отдельных товаров: обувь «Скороходъ», галоши «Треугольникъ», мыльный порошок «Победа», пиво «Новая Бавария», пожарный насос «Привилегия», нефтяной двигатель для пожарного насоса «Благословение» и т.д. Надо заметить, что в России конца XIX – начала XX вв. торговые марки имели лишь некоторые виды товаров: парфюмерия, табачные и кондитерские изделия, стройматериалы.

Российские фабриканты в начале XX в. гордились тем, что товар произведен в России. Поэтому доминирующая часть российских прагматонимов образовывалась от русских слов: цемент «Медведь», папиросы «Теремокъ», махорка «Казакъ». Владельцы кондитерской фабрики «Эйнем» в Москве немцы Эйнем и Гейц не дали своей продукции ни одного немецкого названия. Они называли конфеты «Мишка косолапый», «Ласточка», «Раковые шейки», шоколад «Боярский», «Золотой ярлык», «Серебряный ярлык». И только в области отечественных парфюмерных товаров встречается множество иностранных названий.

Названия парфюмерно-косметических товаров имели свою специфику: крем «Снежинка» и мыло «Сливочное» обещали белизну кожи, пудра «Лебяжий пухъ» вызывала ассоциации с белизной и легкостью, а мыла «Дешевое», «Народное», «Сельское» с дешевизной и доступностью.

Достаточно разнообразны были наименования папирос: здесь и метафорическое описание внешнего вида («Золотая соломка»), и экзотические символы («Османъ», «Цыганка», «Ева»), и звукоподражательные слова («Кри-Кри», «Ю-Ю»). Иногда встречались названия, казалось бы, совсем никак не связанные с папиросами: «Пушка», «Теремокъ», «Роскошь», «Новый Векъ», «Дюшесъ», «Голосъ». Подобный принцип номинации встречается и среди прочих товаров: цемент «Маякъ», кирпич «Фениксъ», лампа «Чудо», керосиновый фонарь «Идеалъ Реформа»,

двигатель «Авансъ» и т.д[31]. Мотивировка таких названий, очевидно, навсегда уже останется для нас тайной.

Что касается одежды, то здесь коммерческая номинация была еще в зачаточном состоянии, она сформируется позже, в советское время. Впрочем, это не касается шляп – здесь торговых наименований было много. Новые модели шляп появлялись всегда, как происходило значительное политическое, культурное или военное событие. Шляпа свидетельствовала о предпочтениях ее хозяина. Например, шляпку «Ромео» могли носить любители Шекспира, а шляпку «Франциск» – любители французской моды[32].

В последнее время специалисты по продвижению товаров все чаще используют в своих целях православную символику и лексику. С чем это связано? Прежде всего, с тем, что значительная часть населения (даже та, которая приходит в храм лишь затем, чтобы освятить на Пасху куличи) относится к Церкви и православию положительно. Не зря же три четверти россиян при ежегодных социологических опросах называют себя православными. Понятно, что подавляющая часть из них воспринимает православие просто как родную, национальную традицию[33], истоки культуры Руси. Они чувствуют себя генетически принадлежащими к православной культуре и подсознательно благоговеют перед священниками, монахами и всем, что касается Церкви и верят, что «в Церкви не обманут».

Это же отношение люди переносят на торговые названия, в которых есть церковные смыслы («благословенный», «монастырский», «святой» и т.д.). Как выразился один из интернет-комментаторов, «это пример доброй исторической и духовной памяти, когда подавляющее большинство населения не церковное и не верует в Бога, но между каким-нибудь

---

[31] Романова Т.П. Из истории торговых марок в России // Этнографическое обозрение. 2007. № 1. С. 134.

[32] Шляпный интерес: история женской шляпки // SuperMamma.ru. URL: http://www.supermamma.ru/shlyapnyij-interes-istoriya-shlyapyi (дата обращения: 12.03.2019).

[33] Православных россиян всё больше, в церковь ходят всё меньше // BBC NEWS. Русская служба, 2019. URL: http://www.bbc.com/russian/russia/2013/12/131224_russia_religion_polls (дата обращения: 03. 05.2019).

«Коктейлем Молотова» и «Монастырской избой» всё же выбирает второе. И не в последнюю очередь из-за названия»[34].

Как справедливо заметил М.А. Кучерявенко, «у людей существует религиозная потребность, и даже у человека, не имеющего отношения к Церкви, православие фигурирует в сознании как ментальная конструкция, с которой у него связаны определённые ассоциации. И поскольку в современном обществе в качестве объекта потребления выступают не только материальные, но и духовные ценности, то православие здесь выступает как бы «продавцом» духовных ценностей»[35]. То есть человек, покупая товары с православной символикой и православными названиями, подспудно надеется приобщиться к миру православия хотя бы таким образом.

### 3.4. Православные прагматонимы: тенденции развития

Бурное развитие православных прагматонимов имеет как положительную, так и отрицательную сторону. С одной стороны, это свидетельствует о том, что в российской промышленности ширится сегмент «товаров для православных», а это, в свою очередь, свидетельствует о ряде положительных тенденций. Например, о том, что экономическое сообщество стало воспринимать православных как серьезный сегмент рынка. Редкий магазин сейчас позволяет себе совершенно проигнорировать Великий пост: на полках обязательно есть постный майонез, постные вареники или печенье, в некоторых магазинах организуются даже специальные «постные» отделы. Появились магазины православной литературы, православного платья – вера в сознании нашего секулярного общества постепенно становится нормой.

Другая положительная тенденция – в том, что товары с православными названиями очень часто изготавливаются православными же людьми (особенно это касается продуктов из монастырских хозяйств, магазинов

---

[34] Севастьянов И. свящ. Между каким-нибудь «Коктейлем Молотова» и «Монастырской избой» и «Монастырской избой» человек все же выбирает второе» // Старообрядческий сайт «Русская вера», 2013-2019. URL: http://ruvera.ru/articles/svyatye_brendy_kommentarii_specialistov (дата обращения: 29.04.2019).

[35] Кучерявенко М.А. Православие и бренд // Философский штурм. Совместное философское творчество, 2006-2014. URL: http://philosophystorm.org/node/1406 (дата обращения: 29.04.2019).

православной одежды и т.д.) Поскольку же верующие люди всё стараются делать как перед Богом, то есть на совесть, то «православные бренды» — это, как правило, товары с исключительным качеством.

С другой стороны, доверием людей к православию часто злоупотребляют и манипулируют – разумеется, люди, далекие от Церкви, для которых православие является удобным маркетинговым мотивом.

Так, продукция монастырских хозяйств пользуется особенным спросом, потому что изготавливается на совесть и с молитвой. «Зная об этом, дельцы массовой пищевой индустрии нередко используют для продвижения товаров церковные бренды. Колбасу не самого лучшего качества могут назвать «Монастырской», сомнительный квас – «Тихая обитель» (да ещё и с силуэтом храма на наклейке), пряники с пальмовым маслом – «Приятный пост»[36]. «Не имеющие никакого отношения к Церкви производители рекламируют «Монастырский чай» и «Монастырский кофе», говоря о целительных свойствах таких напитков[37]. Вообще, нашумевшая история с так называемым «Монастырским чаем», который широко рекламировался в прессе как панацея от всех болезней, очень показательна. Судя по количеству отзывов и форумов в интернете, устроители этой мошеннической акции очень неплохо заработали на доверии людей к монастырским продуктам. Белорусский Свято-Елисаветинский монастырь вынужден был давать официальный комментарий о том, что не является производителем вышеупомянутого продукта.

Тенденция использовать для коммерческих целей православие и Церковь людьми нецерковными иногда приводит просто к кощунству. Так, в 2013 году на мировых подиумах появились коллекции одежды с церковными принтами. Dolce&Gabbana, Alexander McQueen, Naeem Khan, Kenzo, Eupun

---

[36] Красавин Ю. О вкусном хлебе и лукавом бренде // Православный Мост. Православная газета. 2017. URL: http://www.krest-most.ru/?c=article&id=634 (дата обращения: 03. 03.2017).

[37] «Святые» бренды – кощунство или благо? // RUVERA. URL: http://ruvera.livejournal.com/894.html (дата обращения: 15.04.2019).

Choi и Givenchy by Riccardo Tisc представили в модных нарядах «византийскую тему»: части различных икон, изображения святых, кресты.

## Выводы

Таким образом, можем отметить большую важность на современном рынке православных прагматонимов.

Развитие коммерческой номинации в этой области идет весьма бурно, благодаря тому, что люди подсознательно доверяют всему связанному с Церковью.

С одной стороны, это можно оценить положительно – как косвенный признак того, что православие в нашей стране постепенно становится культурной доминантой. С другой стороны, на популярности православия в последнее время много спекулируют. Люди, которые не имеют никакого отношения к Церкви, используют прагматонимы с православной тематикой (и часто – некорректно), чтобы привлечь к себе покупателей.

## Глава 4. Прагматонимы в области православной одежды

### 4.1. Представления о православной культуре и православной женской одежде

Когда заходит речь о православной моде, у многих возникает в сознании тот образ, о котором пишет Н.А. Павлова, характеризуя обстановку первых лет возрождения Оптиной пустыни. «Паломницы спешно переодевались в черное с головы до пят и, подвязав по-монашески низко платки “в нахмурку”, именовали друг друга “матушками”. С “батюшками” же дело обстояло так: как раз в ту пору монастырю пожертвовали большую партию флотских шинелей, которые шли нарасхват. Потому что, если к черной шинели добавить черную шапочку типа скуфьи да взять четки поувесистей, то вид был почти монашеский»[38].

Однако современная православная мода опровергает эти представления. Православная женщина должна быть красива и элегантна. Разумеется, вместе с тем и скромна. Как рассуждает дизайнер православной одежды Оксана Форбаток, «если женщина пришла в церковь помолиться, она, наверняка, будет чувствовать себя неловко под удивленными взглядами женщин или восхищенными взглядами мужчин. Целомудренный стиль одежды, в первую очередь, связан с внутренними ощущениями». Но, добавляет Оксана, «что касается того, как женщине выглядеть в повседневной жизни, то мне кажется, она должна соответствовать образу современной девушки или женщины. На нас лежит громадная ответственность: мы должны стать образцом красоты для своих коллег на работе, для соседей, просто прохожих. Чтобы они посмотрели на нас, таких со вкусом одетых, утонченных, но при этом абсолютно не пошлых, и заинтересовались: «Откуда у этого человека такое внутреннее чувство стиля?»[39]

---

[38] Павлова Н.А. Пасха красная. О трех Оптинских новомучениках, убиенных на Пасху 1993 года. М., 2000. С. 16.

[39] Форбаток О. Зачем православной женщине красивое платье? // Православие в Украине. Информационный

Прекрасно сказал в одном из своих интервью Святейший Патриарх Московский и всея Руси Кирилл: «Православие – это не убожество, это красота жизни. Православие не заставляет нас одеваться в мрачные серо-черно-коричневые цвета. Мы должны показать пример народу, в том числе и своим внешним обликом»[40]. А протоиерей Всеволод Чаплин на показе православной моды заметил: «Внутреннее содержание и внешний облик человека взаимосвязаны, состояние нашей природы и состояние нашего сердца взаимосвязаны. Вот почему так важно, чтобы в человеке и внутреннее содержание, и внешний вид были прекрасны»[41].

### 4.2. Современные бренды православной одежды

Православная мода (в основном для женщин), которая сейчас формируется на рынке, уже имеет свои бренды.

Так, один из самых популярных сегодня брендов – это ***«Барышня-крестьянка»***. Слоган торговой марки – «Во всех нарядах хороша», перекликается со строчками произведения А.С. Пушкина, и органично вписывается в общую концепцию бренда. Также из произведений автора были взяты названия моделей платьев. Наименование марки связано с православием эпохи Пушкина. Такой выбор сделан прежде всего потому, что православие того времени не ассоциируется религиозно-политической и общественной деятельностью. красота и чистота души и мыслей, искренняя вера – характерные черты этой эпохи. Исходя из этой творческой концепции цитаты из классической литературы, выбраны в качестве названий платьев.

Позже мы подробно рассмотрим прагматонимы этого производителя, пока же отметим то, что в них преобладает культурный аспект. Предполагается, что потенциальная покупательница одежды этой марки – современная, культурно образованная, начитанная женщина. Ведь нужно

---

веб-портал УПЦ. URL: http://2010.orthodoxy.org.ua/node/73538 (дата обращения: 29.04.2019).

[40] «Дикона»: Какой должна быть одежда? // ДИКОНА. Одежда для православных женщин. URL: http://dikona.ru/company/about (дата обращения: 29.04.2019).

[41] Православный дресс-код // SOFTMIXER. Сетевой журнал, 2010-2019. URL: http://www.softmixer.com/2011/04/blog-post_74.htm (дата обращения: 29.04.2019).

обладать достаточно большой начитанностью, чтобы понять такое, например, название, как «Цветы от Маяковского» (отсылка к удивительной истории из биографии Маяковского: он положил огромную сумму на счет флористической фирмы, которая в течение многих лет доставляла Татьяне Яковлевой роскошные букеты – «от Маяковского»).

Вообще, чтобы оценивать по достоинству торговые названия платьев от «Барышни-крестьянки», надо иметь довольно широкий кругозор. Там встречаются и цитаты из классических произведений («Не бойся, Маша»), и названия музыкальных рок – альбомов («День серебра» группы «Аквариум»), и названия фильмов («Завтрак у Тиффани»), и устойчивые выражения («Столичная штучка»), и даже отсылка к законам физики («Теория относительности»).

Другой известный бренд на рынке православного платья – компания ***«Ксенюшка»***. Торговые названия одежды от «Ксенюшки» отличает нежность и женственность. Эта типология более традиционна и привычна для женской одежды. В названиях платьев «Ксенюшки» часто встречаются названия цветов, времена года, географические отсылки.

У компании ***«Мирянка»*** в названиях прослеживаются свои особенности, что свидетельствует даже из названия самого бренда. Особенность коммерческой номинации в данном случае в том, что значительная часть торговых названий – подчеркнуто православные. Иногда это добродетели («Послушание», «Смирение», «Кротость», «Благочестие», «Целомудрие»), иногда – образы православных женщин («Паломница», «Матушка», «Сестрица»). Впрочем, в ассортименте «Мирянки» есть и сугубо «светские», романтичные названия («Ассоль», «Мята», «Энигма»). Встречаются и названия, мотивировка которых не совсем понятна – например, «Глубина» (как высказался один из респондентов, «если бы не знал, то решил бы, что речь идет о водолазном костюме»).

Компания ***«Дикона»*** в своих торговых названиях также обладает яркой спецификой. Подавляющее большинство прагматонимов «Диконы» – это

имена, причем преимущественно иностранные («Кассандра», «Элиза», «Сальма», «Джоан»). Трудно сказать, почему создатели бренда выбрали именно такую позицию в создании торговых имен – как правило, их названия не апеллируют ни к православию, ни даже к традиционной русской культуре. Тем не менее, компания четко позиционирует себя как производителя православной одежды.

### 4.3. Коммерческие номинации в мужской одежде

Если в области женской православной одежды коммерческая номинация развита достаточно хорошо, то с мужской одеждой дело обстоит по-другому. Специфически «православной» мужской одежды на рынке очень мало, и это понятно – православному мужчине вполне можно одеваться в обычных магазинах: в обычных светских рубашках, брюках или толстовках вполне можно зайти в храм.

Впрочем, среди православных мужчин (как правило, неофитов) есть и приверженцы своеобразной полумонашеской моды: темная, желательно черная, одежда, широкий кожаный пояс, христианская символика на одежде. «Нам сегодняшним достаточно черной майки с белыми крестами, черепами и надписью: «Ортодоксия и танатос», чтобы представлять себя уже почти воином-схимником, Пересветом и Ослябей одновременно»[42].

Православная мужская мода существует, однако масштабы ее весьма малы, и вряд ли когда-то сильно увеличатся. Прагматонимов в этой области тоже весьма немного. Обычно производители, которые шьют для православных мужчин, в каталогах обозначают модели незатейливо: «Рубашка льняная серого цвета», «Косоворотка льняная оливкового цвета», «Брюки льняные натурального цвета» («Православный продукт»), «Лонгслив с крестом» («Христиания»). Однако несколько прагматонимов все-таки представлено на рынке.

---

[42] Загуляев А. Как одеться православному мужчине // Нескучный сад. Журнал о православной жизни. URL: http://www.nsad.ru/articles/kak-odetsya-pravoslavnomu-muzhchine (дата обращения: 23.03.2018).

Так, интернет-магазин «Христиания» предлагает современным православным мужчинам лонгслив «Спаси и сохрани», а также толстовку «Святая Русь». А в ассортименте интернет-магазина «Правжизнь» есть рубашка «Паломник», футболка «Любовь долготерпит» (принт с таким текстом есть на самой футболке) и футболка «Хочешь быть счастливым?». Как видим, прагматонимы в области православной мужской одежды также подчеркнуто православные, и их очень мало.

## Выводы

Можно сделать вывод, что православная мода в настоящее время – это, преимущественно, мода женская. И это понятно – православному мужчине вполне можно одеваться в обычных магазинах: в обычных светских рубашках, брюках или толстовках вполне можно зайти в храм.

Православная же мода для женщин активно развивается и уже имеет свои бренды. Производители платья для православных женщин по-разному видят своих покупательниц: одни дают моделям сугубо «православные» названия, другие – светские, отсылающие к культуре и искусству.

# Глава 5. Классификация православных прагматонимов в области женского платья (анализ собранного массива: практическая часть)

## 5.1. Макрогруппа «Природа» (200 наименований, 33%)

Нами был составлен корпус, включающий 606 названий различных моделей православного платья. Изучив весь массив собранных прагматонимов, мы разделили их на несколько макрогрупп.

Самая большая из макрогрупп «Природа», в нее вошли 33% всех исследуемых названий (абсолютное количество – 200). Мы поделили их на микрогруппы:

1. Цветы (41 прагматоним)

Для женской одежды цветочная тематика — традиционный семантический контекст. Это естественно, поскольку понятия «женщина» и «цветок» имеют много смежных ассоциаций, таких как: красота, юность, свежесть, нежность, приятный аромат. Эта группа многочисленна, и в ней можно выделить еще несколько подгрупп.

1.1. Общие «цветочные» прагматонимы. Без указания на название конкретного цветка: *Цветочное поле, Цветочный хоровод, Цветы, Цветок неба, Цветок солнца, Бутон, Букет цветов.*

Заметим, что эти прагматонимы по большей части составные, и связаны с семантикой других групп, например: «Танец» (*хоровод*), «Небо» (*небо, солнце*), «Местность» (*поле*).

1.2. Простые названия. Это наименование цветка, без каких-либо определений и дополнений: *Азалия, Лилия, Роза, Фиалка, Флердоранж, Незабудка, Колокольчик.*

1.3. Названия – словосочетания**:** *Белоснежный тюльпан, Голубой ландыш, Красные цветы, Синие цветы, Нежный тюльпан, Полевая лилия, Васильковая поляна, Васильковое поле, Водопад роз, Летний букет, Первые цветы, Царица роз.*

Мы видим, что главные составные части прагматонимов указанной группы – это цвет (*Голубой ландыш*) и форма (*поляна, поле, букет, водопад*). Кроме того, наблюдается связь с другими группами, например: «Девушка» (*Царица роз*), «Время года» (*Летний букет*).

2. Время года (39 прагматонимов)

Значительная часть прагматонимов макрогруппы «Природа» связана со временами года. Ассоциативная связь обеспечивается здесь особенностями каждого времени года.

*Весна:* юность, свежесть, пробуждение жизни

*Лето:* расцвет, жизнь, энергия, тепло, свет

*Осень:* легкая грусть, золотые оттенки, прохлада

*Зима:* сказка, белоснежные покровы, тайна, тишина

Рассмотрим каждую подгруппу в отдельности.

2.1. Весна: *Весеннее, Весеннее настроение, Весенние сны, Весна, Весенний букет, Капель.*

В этих названиях прослеживается связь с внутренним миром человека (*настроение, сны*), в также с соседней группой «Цветы» (*Весенний букет*).

2.2. Лето: *Воспоминания о лете, Летние сны, Летний луч, Мятное лето, Сиреневое лето, Солнечное лето.*

Эти прагматонимы также связаны со внутренним миром (*сны, воспоминания*). Кроме того, здесь используется категория цвета (*мятное, сиреневое*) и прагматоним из соседней группы «Небо» (луч).

2.3. Осень: *Осенний бал, Осенний парк, В объятиях осени, Скромная осень, Первый снег.*

Прагматонимы вызывают у людей устойчивые ассоциации с осенним настроением и особенностями осенней природы.

2.4. Зима: *Зимние узоры, Зимняя фантазия, Зимушка, Изумрудный иней, Морозное кружево, Снежное кружево, Снежный узор.*

«Зимние» прагматонимы тесно связаны с группой Ткань благодаря общей семантике (узоры). Причудливые морозные узоры на стекле стали источником вдохновения и для создателей женского платья.

### 3. Время суток (25 прагматонимов)

Эта категория издавна используется для названий разного рода, в том числе и прагматонимов, благодаря своей богатой ассоциативной составляющей. Ассоциативная схема, кстати, во многом повторяет «Времена года».

*Утро:* пробуждение жизни, свежесть, нежность, возрождение

*День:* свет, жизнь, энергия, расцвет сил

*Вечер:* сумрак, утомление, отдых, уют

*Ночь:* темнота, тишина, тайна, мистика

Перейдем к рассмотрению каждой из подгрупп в отдельности.

3.1. Утро: *Восход, Розовый восход, Рассвет, Заря, Луч солнца, Лавандовое утро, Утреннее кружево, Утренняя роса, Туман.*

Эта подгруппа оказалась самой многочисленной в выбранной категории. Очевидно, что идеи возрождения, свежести, нежности оказались для целевой аудитории наиболее привлекательными.

Прагматонимы этого ряда имеют связь с соседней группой «Цветы» (*Лавандовое утро*).

3.2. День: *Солнечный день, Июльский полдень.*

Названия связаны с группами «Небо» (*солнечный*) и «Времена года» (*июльский*).

3.3. Вечер: *Вечерний сад, Вечер на Неве, Осенний вечер, Светлый вечер.*

Данная группа имеет семантическую связь с группами «Время года» (*осенний*) и «Река» (*Нева*).

3.4. Ночь: *Тишина ночи, Ночь.*

Эта группа является малочисленной (как и «День») и не имеет прямо выраженных связей с другими группами. Вместе с тем она несет свое богатое ассоциативное наполнение, о котором мы сказали выше.

4. Растение (19 прагматонимов)

Растительная тема в области прагматонимов (именно в аспекте женского православного платья) выражена не так явно, как цветочная. Однако и в этом случае мы можем выявить некоторые тенденции. Заметим, что ассоциативный ряд группы достаточно размыт (в общем можно выделить, пожалуй, естественность, натуральность), для каждого растения ассоциации будут разными.

4.1. Простые названия: *Барбарис, Горошек, Горчица, Ленок, Мята.*

Как правило, простые наименования растений служат для обозначения цвета платья (*Барбарис, Горчица, Мята*), материала ткани (*Ленок*) и рисунка (*Горошек*).

4.2. Названия – словосочетания: *Виноградная лоза, Масличная ветвь, Серебряная ветка, Шорох листьев.*

Нетрудно заметить, что три из четырех прагматонимов связаны с образом ветви. В этом случае напрашивается аналогия с евангельскими образами, во всяком случае, в *Виноградной лозе* и *Масличной ветви* она несомненна.

5. Небо (14 прагматонимов)

Ассоциативный ряд здесь таков: высота, свобода, недосягаемость, полет. Эту лексико-семантическую группу можно разделить на две подгруппы.

5.1. Небо днем: *Небеса, Небесное, Солнышко, Солнечное, Ясное.*

В данном случае речь идет, конечно, о видимом небе. Но в то же время для православного человека явна отсылка к невидимому (*Небеса*).

5.2. Небо ночью: *Северная звезда, Синие звезды, Звездочка ясна, Сияние звезды, Альфа Центавра.*

Звезды всегда являлись для человека символом таинственности, загадки и ослепительной, холодной красоты. Впрочем, в одном из прагматонимов (*Звездочка ясная*) ассоциативный ряд несколько другой и перекликается с ласковым наименованием родного человека.

6. Птица (13 прагматонимов)

Образ птицы в русской культуре является одним из основных. Неудивительно поэтому, что он активно используется в создании православных прагматонимов.

6.1. Простые названия: *Голубка, Лебедь, Соловушка, Крылья.*

Традиционные наименования древнерусской красавицы-христианки. Красивой, грациозной (*Лебедь*), кроткой (*Голубка*), а иногда и певуньи с чудным голосом (*Соловушка*). Название *Крылья* вызывает в душе образ свободы, легкости и устремления вверх.

6.2. Названия – словосочетания: *Белый голубь, Птица дивная, Птица-лебедь, Первая ласточка, Цвет серой чайки.*

Эти названия также ассоциируются с грациозностью, красотой и свободой. Кроме того, *Первая ласточка* ассоциируется также с весной и началом большого дела.

7. Драгоценный камень (12 прагматонимов)

Очевидно, что эта семантико-тематическая группа сформировалась под влиянием представления о красоте и ценности драгоценных камней. Понятия «женщина» и «драгоценность» имеют множество смежных ассоциативных связей. Не напрасно эти связи постоянно подчеркиваются в рекламных сообщениях типа «Женщины и драгоценности созданы друг для друга».

7.1. Простые названия: *Жемчужина, Изумруд, Малахит, Рубин.*

Три последних названия явно указывают на цвет изделия, соответственно цвету камня (разумеется, сохраняя при этом семантику «драгоценности»). В прагматониме *Жемчужина* эта семантика еще усиливается, так как вызывает у потребителя образ чего-то редкого, красивого, благородного и очень дорогого.

7.2. Названия – словосочетания: *Волна аметистов, Волна бирюзы, Россыпь камней, Нити жемчуга, Черный янтарь.*

Хотя первые три прагматонима описывают одно и то же – большой объем драгоценностей, *Волна аметистов и Волна бирюзы* связаны с группой «Море». Это привносит названиям дополнительную романтичность.

7.3. Сделано из камней: *Ожерелье, Мозаика*

Очевидно, первое название указывает на изысканность платья, а второе – на его расцветку (в виде мозаики).

8. Море (11 прагматонимов)

Море – распространенный романтический символ, означающий красоту стихии, любовь к неизведанному и смелость. Также это символ глубины и бесконечности. В этой группе также оказалось несколько прагматонимов.

8.1. Вода: *Волна, Глубина, Лагуна, Лазурное, Легкое волнение, Гладь озера.*

Эта лексико-семантическая подгруппа собрала в себе несколько признаков моря. По схожести семантики мы отнесли сюда и прагматоним *Гладь озера*. Прагматоним же *Легкое волнение* можно понять двойственно: как небольшое движение волн или внутренние переживания человека.

8.2 Берег: *Белый песок, Берег, Острова.*

Первый прагматоним означает просто цвет, белый с легким бежевым оттенком, как песок на южном пляже. Прагматонимы *Берег* и *Острова* вызывают ассоциации с пристанью, куда добрался-таки усталый путник.

9. Дерево (8 прагматонимов)

Дерево в русской культуре ассоциируется с чем-то укоренившимся, традиционным, настоящим, живым. Впрочем, в изученном нами массиве прагматонимов образов, связанных с деревом, сравнительно немного. Это названия*: Сакура, Сирень, Черемушка, Сказочная тайга, Утренний лес, Оливковая ветвь.*

Все указанные прагматонимы связаны с узором на платье (цвет и рисунок, соответственный названию).

10. Ветер (7 прагматонимов)

Символ свободы, движения, жизни, новизны. Этот мотив активно используется и в создании прагматонимов. Это названия: *Ветер, Ветер перемен, Свежий ветер, Свободный ветер, Морской бриз.*

Тема ветра в наименованиях женских платьев объясняется, возможно, стремлением женщин как раз к свободе (в христианском ее понимании), жизни, новым впечатлениям. Прагматоним *Морской бриз*, кроме того, тесно связан с соседней подгруппой «Море».

11. Плод (6 прагматонимов)

Хотя понятие «плод» в христианской культуре весьма многогранно и его ассоциативные связи богаты, в данном случае «плодовые» прагматонимы указывают исключительно на цвет платья. Это названия: *Вишенка, Вишня, Калинка, Персик, Спелая черника, Теплая вишня.*

Заметим, что определения, которые имеют последние два прагматонима, не добавляют им принципиально новых смыслов. Это лишь уточнения цвета (более глубокого или более теплого).

12. Насекомое (4 прагматонима)

В данном случае подразумеваются, конечно же, не все насекомые – а лишь те, которые олицетворяют красоту, легкость и изящество. То есть ассоциации, которые мы приписываем и женщинам. Это названия: *Бабочка, Крылья бабочки, Полет бабочки, Стрекоза.*

Бабочка в нашем сознании прочно связана с чем-то праздничным, ярким, беззаботным, а стрекоза – легким и воздушным.

13.Озеро (1 прагматоним)

Озеро, как глубина души.

### 5.2. Макрогруппа «Женщина» (132 наименования, 21%)

Разумеется, образ женщины — один из центральных, который формирует лексико-семантический характер групп в нашем исследовании. В эту макрогруппу вошел 21% всех изученных нами прагматонимов (это 132 названия).

Главную и самую многочисленную группу в этом разделе мы назвали «Девушка». Рассмотрим подробнее, какие виды прагматонимов она в себя включает.

1. Девушка (64 прагматонима)

1.1. Разные социальные «ипостаси» женщины

В эту подгруппу мы собрали наименования, которые описывают различные социальные роли женщины в обществе. Это названия: *Барышня, Барышня-крестьянка, Кисейная барышня, Крестьянка, Княжна, Матушка, Мирянка, Паломница, Прихожанка, Горожанка, Восточная царица, Принцесса, Первая леди.*

Как видим, половина прагматонимов «родом» из XIX века, и это вполне естественно для православного сознания. В отличие от XXI века, эпохи «унисекс», дореволюционная Россия хранила образ женщины как женщины. Это время длинных женственных платьев, по которому скучает современная христианка.

Здесь же представлен образ «женщины у власти» (*Восточная царица, Принцесса, Первая леди*), который, возможно, не вполне гармонирует с православным представлением о смирении и кротости, но и не противоречит ему. И среди цариц, и среди принцесс, и среди первых леди были во все времена были истинные христианки и даже святые.

В эту же группу мы отнесли образ «женщина в Церкви» (*Матушка, Мирянка, Прихожанка, Паломница*). Это как раз специфические прагматонимы, которые характерны только для православной одежды. Больше таких названий мы не встретим ни у одного производителя.

1.2. Свойства личности.

Эта, довольно многочисленная, подгруппа, описывает женский характер во всех его проявлениях. Это названия: *Добрая, Душа-девица, Женственность, Жизнерадостная, Каприз, Кокетка, Кудесница, Мудрая, Нежность, Прилежница, Рукодельница, Страстность, Чемпионка.*

Часть прагматонимов здесь носит христианский характер и даже косвенно соотносится с группой «Добродетели» (*Добрая, Жизнерадостная, Мудрая, Прилежница и т.д.*). Другая же часть описывает свойства женской натуры, которые не вполне соответствуют образу женщины-христианки (*Каприз, Кокетка*). Два прагматонима (*Чемпионка и Страстность*) можно трактовать как в ту, так и в другую сторону.

1.3. Красота

Мы были бы удивлены, если бы среди всего массива прагматонимов, именующих модели православных женских платьев, не выделилась такая группа. Это названия: *Простая красота, Шарм, Очарование, Дива, Грация, Гармония.*

Заметим, что первый прагматоним, несмотря на то, что на первый взгляд в нем нет ничего специфически христианского, все же является таковым. Другие названия часто встречаются каждому и вне христианского контекста, но *Простая красота* встретилось нам только здесь.

1.4. Девушка в глазах мужчины

Не просто мужчины, но – жениха, мужа. Того мужчины, для которого эта девушка – его единственная. Прагматонимы данной группы говорят об этом недвусмысленно. Это названия: *Единственная моя, Неповторимая моя, Драгоценная моя, Радость моя, Милая моя, Любимая, Родная, Муза.*

Несколько выбивается из общего ряда прагматоним *Муза*, но мы всё же оставили его здесь по схожести семантического смысла (значение для мужчины). Прагматоним *Радость моя* отсылает нас еще и к известному изречению прп. Серафима Саровского.

2. Женское имя (54 прагматонимов)

Называть модели женского платья женскими именами – это повсеместная практика, которая нашла отражение и у производителей православной одежды. Впрочем, в этом случае прагматонимы имеют свою специфику.

2.1. Славянские: *Алёнушка, Ярославна.*

2.2. Из православных святцев: *Анастасия, Анисия, Анна, Валентина, Злата, Марина, Надежда.*

2.3. Западные: *Рената, Сальма, Шарлиз, Эмили, Юджени, Орнелла, Корнелия.*

3. Название - посвящение (13 прагматонимов)

Имя – посвящение: *Прасковья Жемчугова, Анна Павлова.*

Свою особенность привносят в эту группу именно полные православные имена. Те же славянские имена мы можем видеть и у светских производителей, а вот имена типа *Анисия* все же довольно специфичны и вне христианского контекста встречаются редко.

Удивительно в данном случае обилие иностранных имен (мы привели здесь лишь часть), не имеющих никакого отношения к православной культуре. Впрочем, все эти наименования принадлежат одному производителю – компании «Дикона», и не отражают общих тенденций в православной прагматонимии.

Интересна также идея с именами-посвящениями в качестве прагматонимов. В данном случае были выбраны известные представительницы дореволюционного русского искусства.

### 5.3. Макрогруппа «Искусство» (124 наименования, 20%)

Искусство, как средство отражения жизни во всех ее проявлениях, имеет огромный потенциал для ономастики. Рассмотрим, как этот потенциал реализовался в православных прагматонимах из области женской одежды.

1. Киноискусство (38 прагматонимов)

Для нас этот пласт православной прагматонимии оказался неожиданно многочисленным и разнообразным.

1.1. Отечественное кино: *Весна на Заречной улице, Зигзаг удачи, Мария Мирабела, Москва-Кассиопея, Обыкновенное чудо, Формула любви, В ожидании чуда, Небо. Самолет. Девушка.*

1.2. Зарубежное кино: *Главное событие, Главный день, Грозовой перевал, Девушка Бонда, Мои черничные ночи, Парижские этюды, Римские каникулы, Санта-Барбара, Сойка-пересмешница, Навсикая.*

Отметим сразу, что заимствование образов из кинематографа для наименования платьев – это не повсеместная традиция, а, можно сказать, исключительное явление. Все эти названия принадлежат одному православному производителю одежды (правда, крупнейшему) – компании «Барышня-Крестьянка».

Если оценивать данные прагматонимы с православной точки зрения, то большую их часть можно оценить, как положительные или нейтральные. Например, названия фильмов *Главное событие* или *Главный день* почти не влияют на восприятие покупателя (особенно если он не смотрел этих фильмов). У них есть «второй план»: платья с такими названиями воспринимаются как особо торжественные.

Прагматонимы, связанные с советскими фильмами (*Весна на Заречной улице, Обыкновенное чудо*) или с зарубежными фильмами середины прошлого века (*Римские каникулы*) тоже воспринимаются в целом положительно: эти ленты добрые и целомудренные.

Но вот названия типа *Сойка-Пересмешница* или *Девушка Бонда* уже вызывают вопросы. Учитывая моральный облик Бонда, вряд ли девушка-христианка захотела бы иметь с ним дело. Нам представляется, что в этом случае производители пожертвовали православной составляющей прагматонима в угоду эстетству.

2. Песня (32 прагматонимов)

Все прагматонимы этой группы также принадлежат «Барышне-Крестьянке». Мы разделили их на несколько тематических подгрупп.

2.1. Любовь: *Mon amour, Мелодия любви, Вечная любовь, Прекрасная N, Ланфрен-ланфра.*

2.2. Родина, дом: *Подмосковные вечера, Земля в иллюминаторе, Провинция у моря, Русское поле, Трава у дома.*

2.3. Настроение: *Тихое счастье, О, соле мио, Праздник у девчат, Цвет настроения, Романтика, Дольче вита, Голубая мечта, Вечер у камина.*

Прагматонимы этой группы также апеллируют к культурному содержанию человека.

Естественен для женской тематики мотив любви, который создатели православного платья обыграли в названиях известных песен (*Мелодия любви, Вечная любовь, Ланфрен-Ланфра*).

Тот же принцип построения прагматонимов наблюдается в названиях на тему дома и настроения. При этом создатели прагматонимов подразумевают, что апелляции к культурным смыслам для покупательниц будут в этих случаях поняты и оценены.

3. Литература (22 прагматонимов)

Литература – обильный источник для создания любых прагматонимов в любой области, поскольку она насыщена метафорами и образами. Изученный нами массив прагматонимов можно условно разделить на три группы.

3.1. Сказка: *Малахитовый цветок, Царевна-лягушка, Царевна-лебедь, Гуси-лебеди, Рахат-лукум моего сердца.*

Почти все прагматонимы этой группы связаны с женскими образами и подспудно несут идеи красоты, царственности (даже *Малахитовый цветок*, хотя и не имеет прямо в названии женского образа, но вызывает в памяти Хозяйку медной горы).

3.2. Роман, повесть, рассказ: *Тихий Дон, Столичная штучка, Не бойся, Маша, Капитанская дочка, Темные аллеи, Юность.*

Все прагматонимы этой группы принадлежат «Барышне-Крестьянке» и, на наш взгляд, некоторые из них опять балансируют на грани остроумного и фривольного (*Не бойся, Маша, Столичная штучка*).

3.3. Поэзия: *Лукоморье, Багрец и золото, Хорошая девочка Лида, В тумане моря, Цветы от Маяковского, Лирика.*

В данной группе есть цитаты из стихотворений (*Багрец и золото, В тумане моря*), упоминание женских образов из стихотворений (*Хорошая девочка Лида*) и отсылка к биографии известного поэта (*Цветы от Маяковского*).

4. Музыка (13 прагматонимов)

Музыка также имеет много ассоциативных пересечений с женской тематикой. Красота, умиление, накал эмоций, возрождение души – все эти понятия применимы как к музыке, так и к отношениям с женщиной.

4.1. Музыкальные понятия: *Мелодия, Реприза, Ритм, Симфония, Соната, Гармония.*

4.2. Произведения и исполнители: *Вальсы Шуберта, Энигма.*

4.3. Связано с музыкой: *Гремми.*

В «музыкальных» прагматонимах использованы разные принципы построения, но почти все они призваны вызывать в сердцах ассоциации, связанные с романтикой и чувствами.

5. Картина (9 прагматонимов)

Есть распространенное выражение: «Живопись – это музыка в красках», и оно представляется нам справедливым. К живописи применимы почти все те же ассоциации, что и к музыке.

5.1. Общие понятия: *Игра света, Краски, Пленэр, Этюд.*

5.2.Произведения: *Девочка с персиками, Мона Лиза.*

Общие «живописные» прагматонимы вызывают ассоциации с яркими, живыми цветами, романтикой, свободой. Названия самих произведений,

очевидно, призваны напомнить покупательницам о невинности и нежности (*Девочка с персиками*), а также таинственности и загадочности (*Мона Лиза*).

6. Театр (5 прагматонимов)

Это названия: *Итальянская опера, Театральный сезон, Либретто, Шекспировские страсти.*

Театр – место, где люди соприкасаются с прекрасным и вечным (во всяком случае, так должно быть), место накала эмоций и катарсиса души. Все эти представления отражены и в указанных прагматонимах.

7. Танец (3 прагматонимов)

Это названия: *Бал дебютанток, Веселая кадриль, Русский танец.*

Заметим, что все эти прагматонимы обращаются не к современному танцу, а к более ранним традициям, времени балов, длинных платьев и подчеркнутой женственности.

### 5.4. Макрогруппа «Одежда» (52 наименования, 8,5%)

Макрогруппа «Одежда» объединяет прагматонимы, связанные непосредственно с самими платьями (стиль, цвет, узоры, ткань и т.д.)

1. Платье (23 прагматонимов)

В этой группе можно выделить две подгруппы: назначение платья (для каких случаев оно покупается) и отношение к платью.

1.1. Назначение: *Домашнее, Выходное, Воскресное, Венчальное, Офисное, Праздничное, Базовое, Постное.*

Из числа данных прагматонимов можно выделить как нейтральные (*Домашнее, Базовое, Праздничное*), так и с религиозным смыслом (*Воскресное, Венчальное, Постное*).

1.2. Отношение к платью: *Счастливое, Любимое, Мамино.*

Хотя прагматоним *Мамино* не говорит напрямую об отношении к платью, оно прочитывается между строк (любовь, бережное и трепетное отношение).

2. Костюм (23 прагматонимов)

Эта группа весьма показательна для описания женской православной одежды. Проанализировав ее, мы можем понять, какой видят одежду для православных женщин сами производители.

2.1. Стиль: *Классика, Классическое, Любимая классика, Новая классика, Спортивное, Сафари, Раманти, Платье с секретиком.*

Как видим, ничего специфически религиозного в этих названиях нет, однако тенденция налицо – производители явно тяготеют к классике (4 прагматонима из 8).

2.2. Удобство: *Уют, Уютное, Свободное, Комфорт.*

2.3. Впечатление: *Элеганс, Элегант, Элегантное, Шик.*

Эти прагматонимы также не имеют жесткой привязки к православному контексту, темы удобства или элегантности актуальны и понятны для всех женщин вообще.

3. Ткань (13 прагматонимов)

Это небольшая группа, которая также имеет в своем лексико-семантическом составе ничего связанного с православием.

3.1. Цвет: *Золотое, Цвет розовый орех, Вишневый цвет.*

3.2. Принт: *Алфавит, Клетка, Любимый горошек, Ромбы, Стрелк, Цветочное.*

Цвет и узор – это типичная тематика для названий женского платья вообще (не обязательно православного). Впрочем, в названии *Любимый горошек* можно усмотреть ностальгию по платьям советского периода.

### 5.5. Макрогруппа «Религия» (39 наименований, 6,4%)

Это макрогруппа, которая имеет для нашего исследования особое значение. Прагматонимов с такой семантикой мы не найдем у производителей женской одежды вообще, она присуща только тем, которые позиционируют себя как производители православного платья.

1. Добродетель (20 прагматонимов)

1.1 Общие понятия: *Добродетель, Благочестие, Теплота души, Идеал.*

1.2. Названия добродетелей: *Искренность, Кротость, Миролюбие, Послушание, Целомудрие, Смирение, Скромность.*

1.3. Цитаты с названием добродетели: *Любовь долготерпит.*

Мы должны заметить, что абсолютное большинство прагматонимов этой группы принадлежит компании «Мирянка». Можно по-разному относиться к таким названиям (об этом мы подробно скажем в другом разделе нашего исследования), но говорить о том, что это общая тенденция, нельзя.

2. Религиозный праздник (7 прагматонимов)

Это названия: *Красная Пасха, Пасхальное, Покров, Троица, Крещенский вечерок.*

Все указанные прагматонимы апеллируют к великим христианским праздникам и указывают на особое, торжественное назначение платья. Особняком стоит *Крещенский вечерок*, который частично относится к этой группе, а частично – к группе «Поэзия».

### 5.6. Макрогруппа «География» (37 наименований, 6,1%)

Эта макрогруппа объединяет прагматонимы, где так или иначе упоминаются географические объекты.

1. Населенный пункт (20 прагматонимов)

Это названия: *Царское село, Болдино, Петергоф, Севастия, Сан-Ремо, Милано, Марсель.*

Первые три прагматонима (*Царское Село, Болдино, Петергоф*) явно отсылают нас к пушкинским временам, то есть имеют косвенное отношение к православию. В названии *Севастия* также можно усмотреть православный контекст (*Севастийские мученики*). Наименование итальянского города Са-Ремо может навести на мысли о православии только высокообразованного

человека (это место любила посещать св. царица Александра Феодоровна, а в 1913 году здесь была освящен местный Храм Христа Спасителя).

2. Регион (8 прагматонимов)

Это названия: *Арктика, Скандинавия, Шварцвальд, Русский Север, Полесье.*

Все прагматонимы описывают стилистику платьев. В платье *Русский Север* используются соответствующие орнаменты, платье *Скандинавия* стилизовано под скандинавские наряды, и т.д.

Местность – это названия: *Воробьёвы горы, Кузнецкий мост, Новые Черёмушки, Монмартр.*

Каждое из названий вызывает в памяти свою цепь ассоциаций. Так, Кузнецкий Мост – одна из старейших улиц Москвы, богатая памятниками истории и архитектуры. Воробьёвы горы – также одно из старейших и красивейших мест Москвы, с этим местом связаны многие исторические события. Холм Монмартр – самая высокий холм Парижа, на его вершине находится базилика Сакре-Кёр.

4. Священное место (6 прагматонимов)

Это названия: *Эдем, Святая Русь, Палестина.*

Эти наименования говорят сами за себя.

5. Река (2 прагматонима)

Названия: *Хуанхе, Невский ажур.*

Если прагматоним *Невский ажур* рождает какие-то ассоциации (Петербург, романтика, кружево), то название платья *Хуанхе* вызывает вопросы. Нам кажется, что здесь имеется в виду просто цвет (китайская река Хуанхе известна также как «желтая река»).

6. Остров (1 прагматоним)

Это название: *Санторини.*

Этот греческий остров называют «островом церквей»: здесь на 8 тысяч местных жителей приходится 300 храмов, при этом у каждой семьи есть еще и своя домашняя церковь.

### 5.7. Макрогруппа «Продукты» (14 наименований, 2,3%)

Малочисленная из макрогрупп. Ее лексико-семантическое содержание не имеет религиозного компонента.

1. Десерт (9 прагматонимов)

Это названия: *Шоколад, Карамель, Пломбир, Малиновый зефир, Шоколадный мусс.*

2. Напитки (2 прагматонима)

Это названия: *Капучино, Молоко.*

Все перечисленные прагматонимы указывают исключительно на цвет платья, при этом, конечно, «вкусные» названия рождают соответствующие ассоциации.

3. Конфеты (2 прагматонима)

Названия: *Ассорти, Родные просторы.*

Трудно сказать, чем руководствовались создатели этих прагматонимов, видимо, ассоциациями, связанными со сладостью и праздничной атмосферой.

### 5.8. Не образующие макрогруппу (8 наименований, 1,3%)

В этой группе оказались прагматонимы, которые не соответствуют ни одной из выделенных нами макрогрупп.

Впрочем, и внутри этой группы мы также создали классификацию.

1. Наука (3 прагматонима)

Сюда вошли 3 прагматонима: *Красный диплом, Красная строка* и *Теория относительности*.

2. Идея победы (2 прагматонима)

*Новые горизонты* и *Пальма первенства.*

3. Чудо света (1 прагматоним)

Сюда мы отнесли прагматоним *Сады Семирамиды*.

4. Аттракцион (1 прагматоним)

Название для платья *Карусель*.

Большинство данных прагматонимов принадлежит компании «Барышня-Крестьянка», которая ориентируется на образованных культурных женщин.

## Выводы

Производители православного платья преимущественно апеллируют к чувству прекрасного у покупательниц. Макрогруппа «Природа» получилась в массиве изучаемых нами прагматонимов самой многочисленной. На наш взгляд, это действительно самый беспроигрышный вариант: красота Божьего мира, разлитая в природе, трогает любую душу.

Другие макрогруппы представляются нам не столь однозначными. В особенности это касается макрогрупп «Искусство» и «Религия».

Поскольку искусство – это отражение внутреннего мира человека-творца, это трансляция духовных ценностей всему человечеству, то с этой темой православным надо быть особенно осторожным. Мы выше говорили о том, что ставку именно на эту тематику сделала компания «Барышня-Крестьянка» и, на наш взгляд, ей не удалось полностью соблюсти нужный баланс. Так, прагматонимы «Девушка Бонда», «Шекспировские страсти», «Санта-Барбара», «Гала» и т.д. – странны в каталоге компании, которая позиционирует себя как производителя православного платья.

С другой стороны, выбрать основной тематикой для прагматонимов религию, как сделала компания «Мирянка», было еще более рискованно. И в корпусе названий «Мирянки» крен еще более очевиден. Платья с, казалось бы, сугубо христианскими названиями: «Послушание», «Смирение», «Добродетель», «Кротость» — вызывают недоумение и даже внутреннее неприятие. Это подтвердили и результаты опроса, который мы провели.

# Глава 6. Восприятие православных прагматонимов целевой аудиторией (результаты опроса)

## 6.1. Прагматонимы, получившие положительную и отрицательную оценку

Целью нашего исследования было узнать, какие ценностные установки предполагаемого православного потребителя проявляются в названиях женских платьев. Но была и более глобальная цель – понять то, как сегодня православные сами себя индентифицируют, что значит в их сознании «быть православным». Поэтому, выявив общие тенденции, мы решили узнать, насколько релевантны существующие названия реальному восприятию потребителя – и провели по этим названиям свой опрос среди знакомых нам православных женщин.

Вообще, для создания любого торгового названия необходимо взглянуть на него с точки зрения покупателя. Есть большая разница между тем, что закладывает в свой бренд производитель, и тем, что думает о нем покупатель. Единственный способ узнать, что же есть бренд на самом деле, – это спросить о нем потребителей[43].

Мы провели небольшое исследование для того, чтобы понять, как воспринимаются торговые названия православной женской одежды православной аудиторией. Мы провели опрос среди 20 респондентов (возраст – от 20 до 50 лет, все православные воцерковленные люди, преимущественно женщины). Показав корпус названий православного женского платья, мы попросили их выбрать среди названий три, которые им понравились больше всего (пояснить, почему) и три, которые, наоборот, больше всего не понравились (также объяснить, почему). Дополнительно мы попросили респондентов описать, какие ассоциации у них возникают, когда они слышат словосочетание «православное платье».

[43] Перция В. Брендинг: курс молодого бойца. СПб., 2005. С 16.

Результаты оказались весьма любопытными. Как правило, положительно оценивались названия, которые:

* вызывают приятные ассоциации

*Платье «Карамель»:*

** Такое платье должно иметь приятный янтарно-коричневый цвет. И ассоциации хорошие: сладость, праздник.*

** Вкусно звучит*

*Платье «Васильковое поле»:*

** Васильки вызывают приятные ассоциации, и цвет мне нравится васильковый.*

** Цвет, наверное, красивый, и сразу представляется приятная глазу картина.*

*Платье «Хрустальный колокольчик»:*

** Связано с мелодичным звучанием, с музыкой и весной.*

* вызывают хорошие эмоции

*«Счастливое платье»:*

** Красиво звучит. И хочется думать, что оно в самом деле будет счастливое))*

** Вдруг и правда счастливое*

* несут идеи женственности, красоты, гармонии

*Платье «Гармония»:*

** Гармония – это наше всё. То, к чему нужно стремиться.*

** Должно быть очень красивое платье, спокойное, светлое.*

*Платье «Аленушка»:*

** Рисует женственный, скромный, целомудренный образ обладательницы такого платья.*

** Ассоциация с образом сказочной героини и её внешним видом, ласковое звучание.*

В свою очередь, отрицательно оценивались прагматонимы, которые:

* называют добродетели, имеют подчеркнуто христианскую тематику.

*Платье «Послушание»:*

** Представляешь себе не женское платье, а монашеское облачение.*

** Платье мрачное, неприспособленное к активной деятельности.*

** Можно понять, что это платье, которое смиряет.*

*Платье «Яко с нами Бог»:*

** Название амбициозно-бесвкусное, с претензией на «духовность».*

** Для платья слишком громко.*

** Считаю, что вообще не может быть названием одежды.*

** Имя Бога всуе. Зачем?*

* несут в себе идеи, далекие от православия

*Платье «Шекспировские страсти»:*

** При чем тут православие? Страсти – они и есть страсти, чего их воспевать?*

** Любые страсти тревожат душу и приводят к печальным последствиям.*

*Платье «Девушка Бонда»:*

** Платье представляется очень вульгарным и откровенным.*

** Образ, далекий от православия.*

** Негативные ассоциации с полуобнаженной женщиной-вамп.*

* связанные с работой или учебой

*Платье «Красный диплом»:*

** Чопорное.*

** Не сочетается с православием.*

** Непонятно, как к платьям применить диплом – если только платья для защиты и выпуска?*

*Платье «Офисное»:*

** У меня такая ассоциация: в больницах есть прачечные, там стоит бак с корявой надписью «Грязное». Вот «Офисное» - как раз из этой оперы: «Фу! Брось немедленно! Это офисное...».*

** Слишком строго звучит.*

** При чем тут православие? Что-то не сочетается.*

Некоторые прагматонимы собрали себе как голоса «за», так и голоса «против». Например, вышеупомянутое платье «Офисное» – некоторые респонденты не увидели в этом названии ничего противоречащего православию, а просто четкое обозначение стиля – строгого делового.

Есть и другие примеры.

Платье «Мудрая»:

** Звучит как самовосхваление.*

** Это характеристика не платья, а человека.*

** Хорошее название, отражает сущность хозяйки.*

** Мне нравится, красиво звучит.*

Платье «Прихожанка»:

** Строгое платье, очень удобное и комфортное для молитвы в Церкви перед Богом, платье в котором сразу понимаешь, что человек верующий, служит при Храме или идет в Церковь молиться перед Господом Иисусом Христом.*

** В этом названии заложен глубокий смысл.*

** Вера – это нечто сакральное, и для названий платьев не очень подходит.*

### 6.2. Восприятие массовым сознанием понятия «православная одежда»

Также мы задали нашим респондентам вопрос: «Что вы представляете себе, когда слышите выражение «православное платье»»? Оказалось, что большинство из них воспринимают православное платье красивым, гармоничным, скромным, но со вкусом. Именно таким, как его позиционируют производители.

** Ассоциация с женственностью, душевным спокойствием, гармонией внешнего вида и внутреннего содержания.*

** Скромное, но отделанное со вкусом платье в классическом стиле.*

** Красивый длинный свободный сарафан из льна или штапеля в народном стиле.*

** Соответствие нормам православной жизни; скромное обаяние женщины; каноничность.*

** Скромное, но красивое платье, которое дополняет красоту девушки, как бы венчает ее и позволяет заиграть природной красоте линий еще более яркими красками.*

Впрочем, часть ответов показала, что у многих выражение «православное платье» вызывает не совсем приятные ассоциации.

** Что-то темное, мешковатое.*

** Не имеет ничего общего с изяществом и красотой. Такое платье, скрывает красоту женщины, а не оттеняет ее.*

** Длинное, темное или в цветочек мелкий, крестьянское.*

** Есть категория таких платьев, темных, мрачных как туча, которые делают такими же любую женщину.*

** Возникают ассоциации: кулёма, не современное, из сельской местности, из старообрядческого гетто и т.п.*

Значит, стереотип о том, что верующая женщина должна одеваться мрачно, все-таки довольно живуч. Даже директор магазина православной одежды «12 Праздников» Елена Караваева однажды в интервью заметила: «Женщина не должна стремиться к тому, чтобы нравиться, потому что она должна нравиться Богу»[44]. Но все же постепенно массовое сознание понемногу сживается с мыслью о том, что православная женщина — это женщина прекрасная во всем.

## Выводы

Реальным людям (и потенциальным покупателям!) нравятся названия платьев, в которых звучат идеи женственности, красоты, гармонии.

[44] Православная мода: «Смирение» и «Послушание» // TRENDBRAND.INFO. - МЫ ЗНАЕМ, ГДЕ СКИДКИ! URL: http://www.trendbrand.info/articles/pravoslavnaya-moda-smirenie-i-poslushanie (дата обращения: 30.04.2019).

Положительно оцениваются прагматонимы, связанные с цветом, природой, которые вызывают в душе светлые образы и приятные ассоциации.

Преимущественно негативную оценку вызывают прагматонимы-названия художественных произведений/фильмов/картин, которые у всех на слуху, но при этом никак не соотносятся с православными ценностями.

Так же негативно воспринимаются и прагматонимы специфически религиозные, например, наименования христианских добродетелей. В этом случае респондентам не нравится, как бы «выпячивание» православных ценностей напоказ, некое фарисейство.

## Заключение

В настоящем исследовании мы рассмотрели прагматические установки в сфере коммерческой номинации именно на примере православных прагматонимов (торговые названия православного платья).

Сфера коммерческой номинации в настоящее время – одна из наиболее динамично развивающихся областей ономастики. Основные функции онимов в сфере коммерческой номинации – не только называть, но и создавать в сознании покупателя положительное отношение к товару/услуге/бренду, мотивировать его на покупку. Более глобальная функция коммерческих прагматонимов – менять картину мира и систему ценностей потребителя.

Таким образом, можем отметить большую важность на современном рынке православных прагматонимов. Развитие коммерческой номинации идет весьма бурно, благодаря тому, что люди подсознательно доверяют связанное с Церковью.

Для того, чтобы показать наиболее актуальной тенденции в выборе православного платья были взяты наименования изделий с наиболее известных фирм производителей сайтов, такие как: «Барышня-крестьянка», «Ксенюшка», «Мирянка», «Дикона». Они открыто показывают самый новый актуальный товар и заявляют, что их платья созданы для современного потребителя.

Данная работа точно показывает, что коммерческая номинация на современном рынке бурно развивается и основные идеи, пользующие наибольшей популярностью, особое место в этом процессе занимают: природа, география, искусство и литература. Различные производители православного платья видят своих покупательниц несколько по-разному. Одни (например, «Барышня-крестьянка») предполагают, что их потребители – любящие природу люди, много путешествующие, интересующиеся новинками кинематографа, любящие классическую музыку и фольклор, живописью и имеющие представления о современных художниках,

читающие классическую и современную литературу. Другие («Мирянка») считают, что их потребители отличаются скромностью и более обращают внимание на внутреннее (добродетели), чем на внешнее.

Разумеется, мы совсем не претендуем на то, чтобы придать нашему маленькому исследованию вид глобального и всеохватывающего. Это всего лишь небольшой срез того, что происходит сегодня в области православной прагматонимии. И тем не менее, тенденции налицо: православная женщина в глазах современников становится всё более прекрасной. Образ сутулой мрачной прихожанки в черном заменяется другим. Православная женщина – образованная, ухоженная и элегантная. Глубоко верующая, при этом без всякой фальши и показного благочестия.

И на наш взгляд, это свидетельствует о позитивных переменах в самых глубинах русского духа.

## Список литературы


1. Беловолов Геннадий, прот. Это коммерческое подтверждение высокого авторитета Церкви [Электронный ресурс] / прот. Геннадий Беловолов // Православное информационное агентство «Русская линия», 1998-2017. – URL: https://rusk.ru/st.php?idar=181727. – Дата обращения: 14.04.2019.

2. Богославцева М.С. Брендовые номинации в ономастическом пространстве [Электронный ресурс] / М.С. Богославцева // Пятигорский государственный университет, 2019. – URL: https://pglu.ru/upload/iblock/dbf/uch_2010_vii_00003.pdf. – Дата обращения: 12.05.2019.

3. Введенская Л.А. От собственных имен к нарицательным [Текст]: Кн. для учащихся ст. классов сред. шк. / Л.А. Введенская, Л.А. Колесников. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Просвещение, 1989. – 143 с.: ил.

4. Вороничев О.Е. Лексическая стилистика и культура речи [Текст] / О. Е. Вороничев. – Брянск: Изд-во Курсив, 2009. – 252 с.

5. Горяев С.О. «Черный монах», «Слеза монашки»: церковная тематика в названиях вин постсоветского времени [Электронный ресурс] / С.О. Горяев // Quaestio Rossica. – 2014. – № 3. – С. 209-226. Электронный научный архив УрФУ, 2004-2019. – URL: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/28168/1/qr_3_2014-14.pdf. – Дата обращения: 06.05.2019.

6. Загуляев А. [Электронный ресурс] / Как одеться православному мужчине / А. Загуляев. // Нескучный сад. Журнал о православной жизни. – URL: http://www.nsad.ru/articles/kak-odetsya-pravoslavnomu-muzhchine. – Дата обращения: 23.03.2019.

7. Запретов – нет? [Электронный ресурс] // Upakovano.ru. – URL: http://www.upakovano.ru/articles/335. – Дата обращения: 04.04.2019.

8. Исангузина И.И. Прагматонимы в ономастическом пространстве: семантический, лингвокультурологический и синтаксический аспекты (на примере названий кондитерских изделий) [Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА». – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/pragmatonimy-v-onomasticheskom-prostranstve-semanticheskiy-lingvokulturologicheskiy-i-sintaksicheskiy-aspekty-na-primere-nazvaniy. – Дата обращения: 29.04.2019.

9. Каталог платьев. Барышня-Крестьянка: классические платья из натуральных тканей [Электронный ресурс] // Барышня-Крестьянка, 2012-2019. – URL: http://baryshnya.com/katalog. – Дата обращения: 15.01.2019.

10. Каталог платьев. Благочестие: одежда для православных женщин [Электронный ресурс] // Blagochestie.Ru, 2007-2017. – URL: https://www.blagochestie.ru/categories/platya. – Дата обращения: 15.01.2019.

11. Каталог платьев. Дикона: одежда для православных женщин [Электронный ресурс] // ДИКОНА. Одежда для православных женщин. – URL: http:// https://dikona.ru/catalog/platya/. – Дата обращения: 15.01.2019.

12. Каталог одежды. Знамение: православный интернет-магазин [Электронный ресурс] // Православный интернет-магазин. Знамение, 2012-2019. – URL: https://znamenie.biz/catalog/svetskaya-odejda. – Дата обращения: 15.01.2019.

13. Каталог платьев. Ксенюшка: магазин православной одежды [Электронный ресурс] // Ксенюшка, 2016-2019. – URL: https://ksenyushka.ru/platya. – Дата обращения: 15.01.2019.

14. Каталог платьев. Мирянка: одежда для православных [Электронный ресурс] // Мирянка. Одежда для православных, 2019. – URL: https://miryanka.ru/catalog/platya. – Дата обращения: 15.01.2019.

15. Корчагин А.Д. Товарные знаки с религиозными мотивами [Электронный ресурс] / А.Д. Корчагин, О.Л. Алексеева // AdVesti.ru, 2004-2019. – URL: http://www.advesti.ru/publish/tm/210405_religion. – Дата обращения: 04.04.2019.

16. Красавин Ю. О вкусном хлебе и лукавом бренде [Электронный ресурс] / Ю. Красавин // Православный Мост. Православная газета. 2017. – URL: http://www.krest-most.ru/?c=article&id=634. – Дата обращения: 03. 03.2017.

17. Кузнецова Т.Б. Имя собственное как объект ономастики [Электронный ресурс] / Т.Б. Кузнецова // SuperInf.ru. Информационные материалы для студентов, 2009-2019. – URL: http://superinf.ru/view_helpstud.php?id=4705. – Дата обращения: 03.05.2019.

18. Кучерявенко М.А. Православие и бренд [Электронный ресурс] / М.А. Кучерявенко // Философский штурм. Совместное философское творчество, 2006-2014. – URL: http://philosophystorm.org/node/1406. – Дата обращения: 29.04.2019.

19. Маркина О.В. Этика и брендинг [Электронный ресурс] / О.В. Маркина // ДИЗАЙН-РЕВЮ – НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ по дизайну и архитектуре. – 2011. – № 1. – URL: http://design-review.net/index.php?id=239&number=1&show=article&year=2011. – Дата обращения: 04.04.2019.

20. Новичихина М.Е. Коммерческая номинация [Текст]: монография / М.Е. Новичихина. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2003. – 192 с.: ил., табл.

21. Новичихина М.Е. Особенности современной коммерческой номинации // Культура общения и ее формирование: Материалы V региональной научно-методической конференции (Воронеж, 20-21 апреля 1998 г.) / М.Е. Новичихина. – Воронеж: Полиграф, 1998. – С. 22-23.

22. Новичихина М.Е. Теоретические проблемы исследования эффективности коммерческой номинации [Текст]: Дис … д-ра филол. наук: (10.02.19) / М.Е. Новичихина; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж: Изд-во Воронежского государственного университета, 2004. – 351 с.

23. Овсянникова К.В. Особенности номинации предприятий общественного питания: на примере коммерческих названий [Текст]: Дис. …

д-ра филол. наук: (10.02.01) / К.В. Овсянникова; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж: Изд-во Воронежского государственного университета, 2016. – 217 с.

24. Павлова Н.А. Пасха красная. О трех Оптинских новомучениках, убиенных на Пасху 1993 года [Текст] / Н.А. Павлова. – М.: Альта-принт, 2000. – 417 с.

25. Перция В. Брендинг: курс молодого бойца [Текст] / В. Перция. – СПб.: Питер, 2005. – 206 с.: ил.

26. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии [Текст] / Н.В. Подольская. – М.: Наука, 1978. – 200 с.

27. Попов С.А. Что такое ономастика? [Электронный ресурс] / С.А. Попов // ОНОМАСТИКА РОССИИ. Имена собственные в нашей жизни, 2012-2019. – URL: http://www.onomastika.ru/terms/onomastika. – Дата обращения: 03.05.2019.

28. Православная мода: «Смирение» и «Послушание» [Электронный ресурс] // TRENDBRAND.INFO – МЫ ЗНАЕМ, ГДЕ СКИДКИ! – URL: https://trendbrand-info.livejournal.com/11694.html. – Дата обращения: 30.04.2019.

29. Православная одежда [Электронный ресурс] / Woman advice.ru. – URL: https://womanadvice.ru/pravoslavnaya-odezhda. – Дата обращения: 18.04.2019.

30. Православный дресс-код [Электронный ресурс] / SOFTMIXER. Сетевой журнал, 2010-2019. – URL: http://www.softmixer.com/2011/04/blog-post_74.htm. – Дата обращения: 29.04.2019.

31. Православных россиян всё больше, в церковь ходят всё меньше [Электронный ресурс] // BBC NEWS. Русская служба, 2019. – URL: http://www.bbc.com/russian/russia/2013/12/131224_russia_religion_polls. – Дата обращения: 03. 05.2019.

32. Романова Т.П. Из истории торговых марок в России [Текст] / Т.П. Романова // Этнографическое обозрение. – 2007. – № 1. – С. 132-136.

33. «Святые» бренды – кощунство или благо? [Электронный ресурс] // RUVERA. – URL: http://ruvera.livejournal.com/894.html. – Дата обращения: 15.04.2019.

34. Севастьянов И. свящ. Между каким-нибудь «Коктейлем Молотова» и «Монастырской избой» и «Монастырской избой» человек все же выбирает второе» [Электронный ресурс] / свящ. И. Севастьянов // Старообрядческий сайт «Русская вера», 2013-2019. – URL: http://ruvera.ru/articles/svyatye_brendy_kommentarii_specialistov. – Дата обращения: 29.04.2019.

35. Синявская О.Е. Коммерческая номинация как средство манипулятивного воздействия на потребителя [Текст] / О.Е. Синявская // Науч. вестн. Херсонск. гос. ун-та. – 2013. – Вып. 18. – С. 276-281. – (Сер. Лингвистика).

36. Соболева Т.А., Суперанская А.В. Товарные знаки [Текст] / Т.А. Соболева, А.В. Суперанская. – М.: Наука, 1986. – 176 с.: ил. – (Сер. Литературоведение и языкознание).

37. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного [Текст] / А.В. Суперанская. – М.: Наука, 1973. – 366 с.

38. Суперанская А.В. Теория и методика ономатических исследований [Текст] / А.В. Суперанская, В.Э. Сталтмане, Н.В. Подольская и др. – 2-е изд. – М.: Наука, 1986. – 254 с.

39. История товарных знаков и торговых марок [Электронный ресурс] / Znakoved – Всё о товарных знаках, 2012-2019. – URL: https://www.znakoved.ru/articles/istoriya_tovarnyx_znakov. – Дата обращения: 04.04.2019.

40. «Дикона»: Какой должна быть одежда? [Электронный ресурс] /А. Трунин, Т. Трунина. О компании // ДИКОНА. Одежда для православных женщин. – URL: http://dikona.ru/company/about. – Дата обращения: 29.04.2019.

41. Флейшер Е.А. Основы прецедентности имени собственного [Текст]: Дис. … канд. филол. наук: (10.02.01) / Е.А. Флейшер; Санкт-Петербургский гос. ун-т. – СПб:, 2014. – 235 с.

42. Форбаток О. Зачем православной женщине красивое платье? [Электронный ресурс] / О. Форбаток // Православие в Украине. Информационный веб-портал УПЦ. URL: http://2010.orthodoxy.org.ua/node/73538. – Дата обращения: 29.04.2019.

43. Шляпный интерес: история женской шляпки [Электронный ресурс] / SuperMamma.ru. – URL: http://www.supermamma.ru/shlyapnyij-interes-istoriya-shlyapyi. – Дата обращения: 12.03.2019.

## Приложение

| № | Фирма | Название изделия Прагматонимы | Объект назначение | М/Ж | Макроидея | Идея |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Барышня-крестьянка | Mon amour | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 2. | Барышня-крестьянка | Алиса Селезнева | Светская одежда | Ж | Женщина | Название - посвящение |
| 3. | Барышня-крестьянка | Альфа Центавра | Светская одежда | Ж | Природа | Небо |
| 4. | Барышня-крестьянка | Анна Павлова | Светская одежда | Ж | Женщина | Название - посвящение |
| 5. | Барышня-крестьянка | Аригато | Светская одежда | Ж | География | Регион |
| 6. | Барышня-крестьянка | Аурелия | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 7. | Барышня-крестьянка | Багрец и золото | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература Стихотворение |
| 8. | Барышня-крестьянка | Бал дебютанток | Светская одежда | Ж | Искусство | Танец |
| 9. | Барышня-крестьянка | Барышня | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 10. | Барышня-крестьянка | Барышня-крестьянка | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 11. | Барышня-крестьянка | Белый налив | Светская одежда | Ж | Природа | Дерево |
| 12. | Барышня-крестьянка | В тумане моря | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература Стихотворение |
| 13. | Барышня-крестьянка | Вальсы Шуберта | Светская одежда | Ж | Искусство | Музыка |
| 14. | Барышня-крестьянка | Весна на Заречной улице | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 15. | Барышня-крестьянка | Воробьёвы горы | Светская одежда | Ж | География | Населенный пункт (часть) |
| 16. | Барышня-крестьянка | Гала | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 17. | Барышня-крестьянка | Гимназистка румяная | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 18. | Барышня-крестьянка | Главное событие | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 19. | Барышня-крестьянка | Главный день | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 20. | Барышня-крестьянка | Голос Америки | Светская одежда | Ж | География | Регион |
| 21. | Барышня-крестьянка | Голубая мечта | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 22. | Барышня-крестьянка | Горожанка | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 23. | Барышня-крестьянка | Грозовой перевал | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 24. | Барышня-крестьянка | Гудаури | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 25. | Барышня-крестьянка | Гуси-лебеди | Светская одежда | Ж | Природа | Птица |
| 26. | Барышня-крестьянка | Девочка с персиками | Светская одежда | Ж | Искусство | Картина |
| 27. | Барышня-крестьянка | Девушка Бонда | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 28. | Барышня-крестьянка | Девушка с мандолиной | Светская одежда | Ж | Искусство | Музыка |
| 29. | Барышня-крестьянка | Джелато | Светская одежда | Ж | Продукты | Десерт |
| 30. | Барышня-крестьянка | Диминуэндо Большая | Светская одежда | Ж | Искусство | Музыка |
| 31. | Барышня-крестьянка | Дольче Вита | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 32. | Барышня-крестьянка | Единственная моя | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 33. | Барышня-крестьянка | Земля в иллюминаторе | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 34. | Барышня-крестьянка | Зигзаг удачи | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 35. | Барышня-крестьянка | Игра света | Светская одежда | Ж | Искусство | Картина |
| 36. | Барышня-крестьянка | Итальянская опера | Светская одежда | Ж | Искусство | Театр |
| 37. | Барышня-крестьянка | Кабо-Верде | Светская одежда | Ж | Искусство | Музыка |
| 38. | Барышня- | Кейптаун | Светская | Ж | География | Населенный пункт |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | крестьянка | | одежда | | | |
| 39. | Барышня-крестьянка | Кисейная барышня | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 40. | Барышня-крестьянка | Классика жанра | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 41. | Барышня-крестьянка | Компас земной | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 42. | Барышня-крестьянка | Космос как предчувствие | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 43. | Барышня-крестьянка | Кострома | Светская одежда | Ж | География | Населенный пункт |
| 44. | Барышня-крестьянка | Красная строка | Светская одежда | Ж | Не образующие макрогруппу | Орфография |
| 45. | Барышня-крестьянка | Красный диплом | Светская одежда | Ж | Не образующие макрогруппу | Наука |
| 46. | Барышня-крестьянка | Крестьянка | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 47. | Барышня-крестьянка | Крещенский вечерок | Светская одежда | Ж | Религия | Религиозный праздник |
| 48. | Барышня-крестьянка | Кстати, о птичках | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 49. | Барышня-крестьянка | Кузнецкий мост | Светская одежда | Ж | География | Населенный пункт (часть) |
| 50. | Барышня-крестьянка | Лавстори | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 51. | Барышня-крестьянка | Лазурное | Светская одежда | Ж | Природа | Море |
| 52. | Барышня-крестьянка | Ланфрен-ланфра | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 53. | Барышня-крестьянка | Легкое волнение | Светская одежда | Ж | Природа | Море |
| 54. | Барышня-крестьянка | Либретто | Светская одежда | Ж | Искусство | Театр |
| 55. | Барышня-крестьянка | Листья травы | Светская одежда | Ж | Природа | Растения |
| 56. | Барышня-крестьянка | Мадмуазель | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 57. | Барышня-крестьянка | Маленькая страна | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 58. | Барышня-крестьянка | Мария, Мирабела | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 59. | Барышня-крестьянка | Медовый месяц | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 60. | Барышня-крестьянка | Министерство культуры | Светская одежда | Ж | Искусство | Организация |
| 61. | Барышня-крестьянка | Мои черничные ночи | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 62. | Барышня-крестьянка | Мона Лиза | Светская одежда | Ж | Искусство | Картина |
| 63. | Барышня-крестьянка | Монмартр | Светская одежда | Ж | География | Населенный пункт (часть) |
| 64. | Барышня-крестьянка | Морская фигура | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 65. | Барышня-крестьянка | Москва-Кассиопия | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 66. | Барышня-крестьянка | Навсикая | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 67. | Барышня-крестьянка | Не бойся, Маша | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература роман |
| 68. | Барышня-крестьянка | Небо. Самолет. Девушка. | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 69. | Барышня-крестьянка | Нить Ариадны | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 70. | Барышня-крестьянка | Новые Черёмушки | Светская одежда | Ж | География | Населенный пункт (часть) |
| 71. | Барышня-крестьянка | О соле мио | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 72. | Барышня-крестьянка | Ольга Гончарова | Светская одежда | Ж | Женщина | Название - посвящение |
| 73. | Барышня-крестьянка | Оля | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 74. | Барышня-крестьянка | Оригами | Светская одежда | Ж | Искусство | Картина |
| 75. | Барышня-крестьянка | Пальма первенства | Светская одежда | Ж | Не образующие макрогруппу | Идея победы |
| 76. | Барышня-крестьянка | Первая ласточка | Светская одежда | Ж | Природа | Птица |
| 77. | Барышня-крестьянка | Первая леди | Светская одежда | Ж | Женщина | Жена главы государства |
| 78. | Барышня-крестьянка | Пленэр | Светская одежда | Ж | Искусство | Картина |
| 79. | Барышня- | Пломбир | Светская | Ж | Продукты | Десерт |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | крестьянка | | одежда | | | |
| 80. | Барышня-крестьянка | Подарок судьбы | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 81. | Барышня-крестьянка | Полесье | Светская одежда | Ж | География | Регион |
| 82. | Барышня-крестьянка | Прасковья Жемчугова | Светская одежда | Ж | Женщина | Название - посвящение |
| 83. | Барышня-крестьянка | Прекрасная N | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 84. | Барышня-крестьянка | Провинция у моря | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 85. | Барышня-крестьянка | Птичка певчая | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 86. | Барышня-крестьянка | Разнотравье | Светская одежда | Ж | Продукты | Постные продукты |
| 87. | Барышня-крестьянка | Рахат лукум моего сердца | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература сказка |
| 88. | Барышня-крестьянка | Реприза | Светская одежда | Ж | Искусство | Музыка |
| 89. | Барышня-крестьянка | Римские каникулы | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 90. | Барышня-крестьянка | Русалочка | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 91. | Барышня-крестьянка | Русский танец | Светская одежда | Ж | Искусство | Танец |
| 92. | Барышня-крестьянка | Русское поле | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 93. | Барышня-крестьянка | Сады Семирамиды | Светская одежда | Ж | Не образующие макрогруппу | Чудо света |
| 94. | Барышня-крестьянка | Сан - Ремо | Светская одежда | Ж | География | Населенный пункт |
| 95. | Барышня-крестьянка | Санта-Барбара | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 96. | Барышня-крестьянка | Санторики | Светская одежда | Ж | География | Остров |
| 97. | Барышня-крестьянка | Сердце Фландрии | Светская одежда | Ж | География | Регион |
| 98. | Барышня-крестьянка | Сказочная тайга | Светская одежда | Ж | Природа | Деревья |
| 99. | Барышня-крестьянка | Сойка-пересмешница | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 100. | Барышня-крестьянка | Столичная штучка | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература роман |
| 101. | Барышня-крестьянка | Темные аллеи | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература Рассказ |
| 102. | Барышня-крестьянка | Теория отно-сительности | Светская одежда | Ж | Не образующие макрогруппу | Наука |
| 103. | Барышня-крестьянка | Тихий Дон | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература роман |
| 104. | Барышня-крестьянка | Туманность Андромеды | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 105. | Барышня-крестьянка | Утро Полины | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 106. | Барышня-крестьянка | Флердоранж | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |
| 107. | Барышня-крестьянка | Формула любви | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 108. | Барышня-крестьянка | Ханина Ранина | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 109. | Барышня-крестьянка | Хорошая девочка Лида | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература Стихотворение |
| 110. | Барышня-крестьянка | Хуанхе | Светская одежда | Ж | География | Река |
| 111. | Барышня-крестьянка | Цвет настроения | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 112. | Барышня-крестьянка | Цветы от Маяковского | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература поэма |
| 113. | Барышня-крестьянка | Центр циклона | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 114. | Барышня-крестьянка | Шварцвальд | Светская одежда | Ж | География | Регион |
| 115. | Барышня-крестьянка | Шекспировс-кие страсти | Светская одежда | Ж | Искусство | Театр |
| 116. | Барышня-крестьянка | Шербургские зонтики | Светская одежда | Ж | Искусство | Театр |
| 117. | Барышня-крестьянка | Яло | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 118. | Благочестие | Букет цветов | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 119. | Благочестие | Бутон | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |
| 120. | Благочестие | Вальс цветов | Светская | Ж | Искусство | Музыка |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | одежда | | | |
| 121. | Благочестие | Весеннее | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 122. | Благочестие | Весенний букет | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 123. | Благочестие | Весна | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 124. | Благочестие | Ветер | Светская одежда | Ж | Природа | Ветер |
| 125. | Благочестие | Вечер | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 126. | Благочестие | Волна | Светская одежда | Ж | Природа | Море |
| 127. | Благочестие | Восход | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 128. | Благочестие | Гармония | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 129. | Благочестие | Душа | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 130. | Благочестие | Зимушка | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 131. | Благочестие | Капель | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 132. | Благочестие | Карамель | Светская одежда | Ж | Продукты | Десерт |
| 133. | Благочестие | Легкость | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 134. | Благочестие | Луч солнца | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 135. | Благочестие | Любимое | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 136. | Благочестие | Марсель | Светская одежда | Ж | География | Населенный пункт |
| 137. | Благочестие | Мелодия | Светская одежда | Ж | Искусство | Музыка |
| 138. | Благочестие | Мечта | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 139. | Благочестие | Мозайка | Светская одежда | Ж | Природа | Камень |
| 140. | Благочестие | Нежность | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 141. | Благочестие | Незабудка | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |
| 142. | Благочестие | Нить жемчуга | Светская одежда | Ж | Природа | Камень |
| 143. | Благочестие | Ночь | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 144. | Благочестие | Паломница | Светская одежда | Ж | Религия | Паломник |
| 145. | Благочестие | Первые цветы | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 146. | Благочестие | Россыпь камней | Светская одежда | Ж | Природа | Камни |
| 147. | Благочестие | Снежное кружево | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 148. | Благочестие | Соловушка | Светская одежда | Ж | Природа | Птица |
| 149. | Благочестие | Утренняя роса | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 150. | Благочестие | Цветочное поле | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 151. | Благочестие | Цветущий сад | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 152. | Благочестие | Черная лебедь | Светская одежда | Ж | Природа | Птица |
| 153. | Благочестие | Шоколад | Светская одежда | Ж | Продукты | Десерт |
| 154. | Благочестие | Шоколадный мусс | Светская одежда | Ж | Продукты | Десерт |
| 155. | Дикона | Альбертино | Светская одежда | Ж | Женщина | Название - посвящение |
| 156. | Дикона | Анжелика | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 157. | Дикона | Анисия | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 158. | Дикона | Астрид | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 159. | Дикона | Аурели | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 160. | Дикона | Аэлита | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 161. | Дикона | Бабочка | Светская | Ж | Природа | Насекомое |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | одежда | | | |
| 162. | Дикона | Бьянка | Светская одежда | Ж | Женщина | Название - посвящение |
| 163. | Дикона | Вера | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 164. | Дикона | Глория | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 165. | Дикона | Гольяно | Светская одежда | Ж | Одежда | Модельер |
| 166. | Дикона | Гремми | Светская одежда | Ж | Искусство | Музыкальная премия |
| 167. | Дикона | Дениз | Светская одежда | Ж | Женщина | Название - посвящение |
| 168. | Дикона | Дея | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 169. | Дикона | Дива | Светская одежда | Ж | Женщина | девушка |
| 170. | Дикона | Зимние узоры | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 171. | Дикона | Злата | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 172. | Дикона | Изумруд | Светская одежда | Ж | Природа | Камень |
| 173. | Дикона | Кассандра | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 174. | Дикона | Кларис | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 175. | Дикона | Клетка | Светская одежда | Ж | Одежда | Ткань |
| 176. | Дикона | Кокетка | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 177. | Дикона | Колет | Светская одежда | Ж | Одежда | Костюм |
| 178. | Дикона | Корнелия | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 179. | Дикона | Красные цветы | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 180. | Дикона | Крестьянка | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 181. | Дикона | Крылья бабочки | Светская одежда | Ж | Природа | Насекомое |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 182. | Дикона | Ларианна | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 183. | Дикона | Лебедь | Светская одежда | Ж | Природа | Птица |
| 184. | Дикона | Лиля | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 185. | Дикона | Лимоны | Светская одежда | Ж | Природа | Растение |
| 186. | Дикона | Линда | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 187. | Дикона | Лирика | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература Поэзия |
| 188. | Дикона | Лотос | Светская одежда | Ж | Природа | Растение |
| 189. | Дикона | Малиновые цветы | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 190. | Дикона | Мейбл | Светская одежда | Ж | Женщина | Название - посвящение |
| 191. | Дикона | Милано | Светская одежда | Ж | География | Населенный пункт |
| 192. | Дикона | Надежда | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 193. | Дикона | Натали | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 194. | Дикона | Оливия | Светская одежда | Ж | Женщина | Название - посвящение |
| 195. | Дикона | Орнелла | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 196. | Дикона | Осенний парк а | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 197. | Дикона | Принт Осенний | Светская одежда | Ж | Одежда | Ткань |
| 198. | Дикона | Раманти | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 199. | Дикона | Рапсодия | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 200. | Дикона | Рената | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 201. | Дикона | Риана | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 202. | Дикона | Розита | Светская | Ж | Женщина | Название - |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | одежда | | | посвящение |
| 203. | Дикона | Романс | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 204. | Дикона | Ромашки | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 205. | Дикона | Рона | Светская одежда | Ж | Женщина | Название - посвящение |
| 206. | Дикона | Сакура | Светская одежда | Ж | Природа | Дерево |
| 207. | Дикона | Сальма | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 208. | Дикона | Саманта | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 209. | Дикона | Синие цветы | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 210. | Дикона | Тори | Светская одежда | Ж | Женщина | Название - посвящение |
| 211. | Дикона | Ульяна | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 212. | Дикона | Фентази | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 213. | Дикона | Шарлиз | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 214. | Дикона | Элиза | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 215. | Дикона | Эмили | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 216. | Дикона | Эмма | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 217. | Дикона | Этель | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 218. | Дикона | Этюд | Светская одежда | Ж | Искусство | Картина |
| 219. | Дикона | Юджени | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 220. | Знамение | Аделия | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 221. | Знамение | Ажур | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 222. | Знамение | Азалия | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 223. | Знамение | Аленушка | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 224. | Знамение | Алфавит | Светская одежда | Ж | Одежда | Ткань |
| 225. | Знамение | Анастасия | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 226. | Знамение | Арктика | Светская одежда | Ж | География | Регион |
| 227. | Знамение | Ассорти | Светская одежда | Ж | Продукты | Конфеты |
| 228. | Знамение | Базовое | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 229. | Знамение | Бант | Светская одежда | Ж | Одежда | Ткань |
| 230. | Знамение | Белоснежный тюльпан | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |
| 231. | Знамение | Белый песок | Светская одежда | Ж | Природа | Море |
| 232. | Знамение | Берег | Светская одежда | Ж | Природа | Море |
| 233. | Знамение | Береста | Светская одежда | Ж | Природа | Растение |
| 234. | Знамение | Валентина | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 235. | Знамение | Васильковая поляна | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 236. | Знамение | Весеннее | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 237. | Знамение | Весенний букет | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 238. | Знамение | Весна | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 239. | Знамение | Ветер | Светская одежда | Ж | Природа | Ветер |
| 240. | Знамение | Виктория | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 241. | Знамение | Вишневый цвет | Светская одежда | Ж | Одежда | Ткань |
| 242. | Знамение | Воздух | Светская одежда | Ж | Природа | Небо |
| 243. | Знамение | Волна | Светская | Ж | Природа | Море |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | одежда | | | |
| 244. | Знамение | Волшебница | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 245. | Знамение | Восточная сказка | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература сказка |
| 246. | Знамение | Восточная царица | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 247. | Знамение | Галадриель | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 248. | Знамение | Гармония | Светская одежда | Ж | Искусство | Музыка |
| 249. | Знамение | Гладь озера | Светская одежда | Ж | Природа | Озеро |
| 250. | Знамение | Горное кружево | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 251. | Знамение | Горячий шоколад | Светская одежда | Ж | Продукты | Десерт |
| 252. | Знамение | Грация | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 253. | Знамение | Грация | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 254. | Знамение | Дар-Свыше | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 255. | Знамение | Домашнее | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 256. | Знамение | Жар-птица | Светская одежда | Ж | Природа | Птица |
| 257. | Знамение | Жемчужина | Светская одежда | Ж | Природа | Камень |
| 258. | Знамение | Жозефина | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 259. | Знамение | Зимняя фантазия | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 260. | Знамение | Зоря | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 261. | Знамение | Идеал | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |
| 262. | Знамение | Иней | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 263. | Знамение | Искренность | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 264. | Знамение | Каприз | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 265. | Знамение | Карамель | Светская одежда | Ж | Продукты | Десерт |
| 266. | Знамение | Карусель | Светская одежда | Ж | Не образующие макрогруппу | Аттракцион |
| 267. | Знамение | Классик | Светская одежда | Ж | Одежда | Костюм |
| 268. | Знамение | Колерия | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 269. | Знамение | Колокольчик | Светская одежда | Ж | Природа | Растение |
| 270. | Знамение | Комфорт | Светская одежда | Ж | Одежда | Костюм |
| 271. | Знамение | Контраст | Светская одежда | Ж | Одежда | Костюм |
| 272. | Знамение | Кристина | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 273. | Знамение | Кружевная орхидея | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |
| 274. | Знамение | Кружево | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 275. | Знамение | Крылья | Светская одежда | Ж | Природа | Птица |
| 276. | Знамение | Кудесница | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 277. | Знамение | Лебедь-Царевна | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература сказка |
| 278. | Знамение | Легкость | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 279. | Знамение | Леди Мери | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 280. | Знамение | Ленок (лен) | Светская одежда | Ж | Природа | Растение |
| 281. | Знамение | Летний луч | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 282. | Знамение | Лето | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 283. | Знамение | Лилия | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |
| 284. | Знамение | Лунный свет | Светская | Ж | Природа | Время года |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | одежда | | | |
| 285. | Знамение | Любимое | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 286. | Знамение | Малахит | Светская одежда | Ж | Природа | Камень |
| 287. | Знамение | Малахитовый цветок | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература Сказка |
| 288. | Знамение | Марина | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 289. | Знамение | Марсель | Светская одежда | Ж | География | Населенный пункт |
| 290. | Знамение | Мираж | Светская одежда | Ж | Природа | Небо |
| 291. | Знамение | Мой район | Светская одежда | Ж | География | Населенный пункт (часть) |
| 292. | Знамение | Морозное кружево | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 293. | Знамение | Морской бриз | Светская одежда | Ж | Природа | Ветер |
| 294. | Знамение | Мудрость | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |
| 295. | Знамение | Муза | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 296. | Знамение | Небеса | Светская одежда | Ж | Природа | Небо |
| 297. | Знамение | Нежность | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 298. | Знамение | Нежный тюльпан | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |
| 299. | Знамение | Неповторимая моя | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 300. | Знамение | Нимфея | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |
| 301. | Знамение | Нити жемчуга | Светская одежда | Ж | Природа | Камень |
| 302. | Знамение | Ночь | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 303. | Знамение | Ожерелье | Светская одежда | Ж | Природа | Камень |
| 304. | Знамение | Оливия | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 305. | Знамение | Острова | Светская одежда | Ж | Природа | Море |
| 306. | Знамение | Офисное | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 307. | Знамение | Очарование | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 308. | Знамение | Парижские этюды | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 309. | Знамение | Первый снег | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 310. | Знамение | Подснежник | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |
| 311. | Знамение | Подснежники | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 312. | Знамение | Полина | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 313. | Знамение | Праздничное | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 314. | Знамение | Принцесса | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 315. | Знамение | Птица дивная | Светская одежда | Ж | Природа | Птица |
| 316. | Знамение | Рассвет | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 317. | Знамение | Ритм | Светская одежда | Ж | Искусство | Музыка |
| 318. | Знамение | Роза | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |
| 319. | Знамение | Розовый сад | Светская одежда | Ж | Природа | Растения |
| 320. | Знамение | Романтика | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 321. | Знамение | Ромбы | Светская одежда | Ж | Одежда | Ткань |
| 322. | Знамение | Рубашечное | Светская одежда | Ж | Одежда | Ткань |
| 323. | Знамение | Рубин | Светская одежда | Ж | Природа | Камень |
| 324. | Знамение | Сафари | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 325. | Знамение | Свежесть | Светская | Ж | Природа | Ветер |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | одежда | | | |
| 326. | Знамение | Свежий ветер | Светская одежда | Ж | Природа | Ветер |
| 327. | Знамение | Светелка | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 328. | Знамение | Свободный ветер | Светская одежда | Ж | Природа | Ветер |
| 329. | Знамение | Серебряная ветка | Светская одежда | Ж | Природа | Растение |
| 330. | Знамение | Серо-голубая дымка | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 331. | Знамение | Симар | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 332. | Знамение | Симфония | Светская одежда | Ж | Искусство | Музыка |
| 333. | Знамение | Синие звезды | Светская одежда | Ж | Природа | Небо |
| 334. | Знамение | Сияние звезды | Светская одежда | Ж | Природа | Небо |
| 335. | Знамение | Скандинавия | Светская одежда | Ж | География | Регион |
| 336. | Знамение | Славянка | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 337. | Знамение | Снежинка | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 338. | Знамение | Снежное кружево | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 339. | Знамение | Солнечное | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 340. | Знамение | Солнечный | Светская одежда | Ж | Природа | Небо |
| 341. | Знамение | Солнышко | Светская одежда | Ж | Природа | Небо |
| 342. | Знамение | Соната | Светская одежда | Ж | Искусство | Музыка |
| 343. | Знамение | Спортивное | Светская одежда | Ж | Одежда | Костюм |
| 344. | Знамение | Стиль | Светская одежда | Ж | Одежда | Ткань |
| 345. | Знамение | Страстность | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 346. | Знамение | Стрекоза | Светская одежда | Ж | Природа | Насекомое |
| 347. | Знамение | Стрела | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 348. | Знамение | Стрелки | Светская одежда | Ж | Одежда | Ткань |
| 349. | Знамение | Счастье | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 350. | Знамение | Тишина | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 351. | Знамение | Тишина ночи | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 352. | Знамение | Туман | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 353. | Знамение | Узелок | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 354. | Знамение | Узор | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 355. | Знамение | Умиротворе-ние | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |
| 356. | Знамение | Утреннее кружево | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 357. | Знамение | Утренняя роса | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 358. | Знамение | Уют | Светская одежда | Ж | Одежда | Костюм |
| 359. | Знамение | Уютный | Светская одежда | Ж | Одежда | Костюм |
| 360. | Знамение | Фрезия | Светская одежда | Ж | Природа | Растение |
| 361. | Знамение | Хадир | Светская одежда | Ж | Религия | Исламский праведник |
| 362. | Знамение | Христиания | Светская одежда | Ж | География | Населенный пункт |
| 363. | Знамение | Хрусталь | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 364. | Знамение | Хрустальный колокольчик | Светская одежда | Ж | Искусство | Музыка |
| 365. | Знамение | Хрустальный цветок | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература роман |
| 366. | Знамение | Царевна-жаба | Светская | Ж | Искусство | Литература |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | одежда | | | Сказка |
| 367. | Знамение | Царица роз | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 368. | Знамение | Цветок | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |
| 369. | Знамение | Цветок неба | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 370. | Знамение | Цветок солнца | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 371. | Знамение | Цветочное | Светская одежда | Ж | Одежда | Ткань |
| 372. | Знамение | Цветочное поле | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 373. | Знамение | Чемпионка | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 374. | Знамение | Черная лебедь | Светская одежда | Ж | Природа | Птица |
| 375. | Знамение | Шарм | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 376. | Знамение | Шик | Светская одежда | Ж | Одежда | Костюм |
| 377. | Знамение | Шоколад | Светская одежда | Ж | Продукты | Десерт |
| 378. | Знамение | Шорох листьев | Светская одежда | Ж | Природа | Растение |
| 379. | Знамение | Элеганс | Светская одежда | Ж | Одежда | Костюм |
| 380. | Знамение | Элегант | Светская одежда | Ж | Одежда | Костюм |
| 381. | Знамение | Элегантное | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 382. | Знамение | Этюд | Светская одежда | Ж | Искусство | Картина |
| 383. | Знамение | Ярославна | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 384. | Знамение | Ярусный | Светская одежда | Ж | Одежда | Костюм |
| 385. | Ксенюшка | Аленький цветочек | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература сказка |
| 386. | Ксенюшка | Анна | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 387. | Ксенюшка | Барбарис | Светская одежда | Ж | Природа | Растение |
| 388. | Ксенюшка | Беляночка | Светская одежда | Ж | Женщина | Название - посвящение |
| 389. | Ксенюшка | В объятиях осени | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 390. | Ксенюшка | Васильковое поле | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 391. | Ксенюшка | Венчальное | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 392. | Ксенюшка | Вернисаж | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 393. | Ксенюшка | Весёлая кадриль | Светская одежда | Ж | Искусство | Танец |
| 394. | Ксенюшка | Весенние сны | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 395. | Ксенюшка | Ветер перемен | Светская одежда | Ж | Природа | Ветер |
| 396. | Ксенюшка | Вечер на Неве | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 397. | Ксенюшка | Вечер у камина | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 398. | Ксенюшка | Вечерний сад | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 399. | Ксенюшка | Вечная любовь | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 400. | Ксенюшка | Вишня | Светская одежда | Ж | Природа | Плод |
| 401. | Ксенюшка | Водопад роз | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 402. | Ксенюшка | Волна аметистов | Светская одежда | Ж | Природа | Камень |
| 403. | Ксенюшка | Волна бирюзы | Светская одежда | Ж | Природа | Камень |
| 404. | Ксенюшка | Воскресное | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 405. | Ксенюшка | Времена года | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 406. | Ксенюшка | Голубушка | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 407. | Ксенюшка | Горошек | Светская | Ж | Природа | Растение |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | одежда | | | |
| 408. | Ксенюшка | Горчица | Светская одежда | Ж | Природа | Растение |
| 409. | Ксенюшка | Гроздья душистые | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 410. | Ксенюшка | Дивная | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 411. | Ксенюшка | Дорога домой | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 412. | Ксенюшка | Драгоценная моя | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 413. | Ксенюшка | Душа девица | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 414. | Ксенюшка | Душевный разговор | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |
| 415. | Ксенюшка | Единственная моя | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 416. | Ксенюшка | Звездочка ясная | Светская одежда | Ж | Природа | Небо |
| 417. | Ксенюшка | Зимний сон | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 418. | Ксенюшка | Изумрудный иней | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 419. | Ксенюшка | Июльский полдень | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 420. | Ксенюшка | Калинка | Светская одежда | Ж | Природа | Плод |
| 421. | Ксенюшка | Капитанская дочка | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература роман |
| 422. | Ксенюшка | Капучино | Светская одежда | Ж | Продукты | Напиток |
| 423. | Ксенюшка | Княжеское | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 424. | Ксенюшка | Княжна | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 425. | Ксенюшка | Кружевная симфония | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 426. | Ксенюшка | Лавандовое утро | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 427. | Ксенюшка | Ландыш Айвори | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 428. | Ксенюшка | Ландыш Голубая | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |
| 429. | Ксенюшка | Летние сны | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 430. | Ксенюшка | Лукоморье | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература Стихотворение |
| 431. | Ксенюшка | Любимая классика | Светская одежда | Ж | Одежда | Костюм |
| 432. | Ксенюшка | Любимый горошек | Светская одежда | Ж | Одежда | Ткань |
| 433. | Ксенюшка | Малахитовая шкатулка | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература сказка |
| 434. | Ксенюшка | Малиновый зефир | Светская одежда | Ж | Продукты | Десерт |
| 435. | Ксенюшка | Мелодия любви | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 436. | Ксенюшка | Милая моя | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 437. | Ксенюшка | Молоко | Светская одежда | Ж | Продукты | Напиток |
| 438. | Ксенюшка | Морской круиз | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 439. | Ксенюшка | Мятное лето | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 440. | Ксенюшка | Невский ажур | Светская одежда | Ж | География | Река |
| 441. | Ксенюшка | Новые горизонты | Светская одежда | Ж | Не образующие макрогруппу | Идея победы |
| 442. | Ксенюшка | Ностальгия | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 443. | Ксенюшка | Обыкновен-ное чудо | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 444. | Ксенюшка | Оливковая ветвь | Светская одежда | Ж | Природа | Дерево |
| 445. | Ксенюшка | Осенний бал | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 446. | Ксенюшка | Осенний вечер | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 447. | Ксенюшка | Первый дождь | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 448. | Ксенюшка | Петербургская | Светская | Ж | Искусство | Литература |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | история | одежда | | | История |
| 449. | Ксенюшка | Пикник | Светская одежда | Ж | Природа | Море |
| 450. | Ксенюшка | Подмосков-ные вечера | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 451. | Ксенюшка | Полевая лилия | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |
| 452. | Ксенюшка | Полет бабочки | Светская одежда | Ж | Природа | Насекомое |
| 453. | Ксенюшка | Праздник у девчат | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 454. | Ксенюшка | Прогулка по набережной | Светская одежда | Ж | География | Населенный пункт (часть) |
| 455. | Ксенюшка | Родные просторы | Светская одежда | Ж | Продукты | Конфеты |
| 456. | Ксенюшка | Роза | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |
| 457. | Ксенюшка | Розовое облако | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 458. | Ксенюшка | Розовый восход | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 459. | Ксенюшка | Рукодельница | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 460. | Ксенюшка | Русский север | Светская одежда | Ж | География | Регионы |
| 461. | Ксенюшка | Светлый вечер | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 462. | Ксенюшка | Северная звезда | Светская одежда | Ж | Природа | Небо |
| 463. | Ксенюшка | Сиреневое лето | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 464. | Ксенюшка | Смолянка | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 465. | Ксенюшка | Солнечное лето | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 466. | Ксенюшка | Сон у моря | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 467. | Ксенюшка | Спелая черника | Светская одежда | Ж | Природа | Плод |
| 468. | Ксенюшка | Театральный сезон | Светская одежда | Ж | Искусство | Театр |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 469. | Ксенюшка | Теплая вишня | Светская одежда | Ж | Природа | Плод |
| 470. | Ксенюшка | Теплота души | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |
| 471. | Ксенюшка | Тихое счастье | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 472. | Ксенюшка | Трава у дома | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 473. | Ксенюшка | Фиалка | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |
| 474. | Ксенюшка | Фрезия | Светская одежда | Ж | Природа | Растение |
| 475. | Ксенюшка | Царевна-лебедь | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература сказка |
| 476. | Ксенюшка | Царское село | Светская одежда | Ж | География | Населенный пункт |
| 477. | Ксенюшка | Цвет розовый орех | Светская одежда | Ж | Одежда | Ткань |
| 478. | Ксенюшка | Цвет серой чайки | Светская одежда | Ж | Природа | Птица |
| 479. | Ксенюшка | Цветочный хоровод | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 480. | Ксенюшка | Чайная роза | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |
| 481. | Ксенюшка | Черемушка | Светская одежда | Ж | Природа | Дерево |
| 482. | Ксенюшка | Черный янтарь | Светская одежда | Ж | Природа | Камень |
| 483. | Ксенюшка | Юность | Светская одежда | Ж | Искусство | Литература Повесть |
| 484. | Ксенюшка | Ярославна | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 485. | Мирянка | Ассоль | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 486. | Мирянка | Белая роза | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |
| 487. | Мирянка | Белый голубь | Светская одежда | Ж | Природа | Птица |
| 488. | Мирянка | Благородная девица | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 489. | Мирянка | Благородное | Светская | Ж | Женщина | Девушка |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | одежда | | | |
| 490. | Мирянка | Благочестие | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |
| 491. | Мирянка | Болдино | Светская одежда | Ж | География | Населенный пункт |
| 492. | Мирянка | Букет цветов | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 493. | Мирянка | В ожидании чуда | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 494. | Мирянка | Васильковый букет | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 495. | Мирянка | Весеннее настроение | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 496. | Мирянка | Вечер | Светская одежда | Ж | Природа | Время суток |
| 497. | Мирянка | Вишенка | Светская одежда | Ж | Природа | Плод |
| 498. | Мирянка | Воздушное | Светская одежда | Ж | Природа | Небо |
| 499. | Мирянка | Возрождение | Светская одежда | Ж | Искусство | Картины |
| 500. | Мирянка | Волна | Светская одежда | Ж | Природа | Море |
| 501. | Мирянка | Воскресное | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 502. | Мирянка | Воспоминание о лете | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 503. | Мирянка | Выходное | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 504. | Мирянка | Глубина | Светская одежда | Ж | Природа | Море |
| 505. | Мирянка | Голубка | Светская одежда | Ж | Природа | Птица |
| 506. | Мирянка | Грация | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 507. | Мирянка | Дива | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 508. | Мирянка | Добрая | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 509. | Мирянка | Добродетель | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 510. | Мирянка | Женское сердце | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 511. | Мирянка | Женствен-ность | Светская одежда | Ж | женщина | Девушка |
| 512. | Мирянка | Жизнерадост-ная | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 513. | Мирянка | Заботушка | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |
| 514. | Мирянка | Золотое | Светская одежда | Ж | Одежда | Ткань |
| 515. | Мирянка | Искренность | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |
| 516. | Мирянка | Классическое | Светская одежда | Ж | Одежда | Костюм |
| 517. | Мирянка | Княжна Анна | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 518. | Мирянка | Коллекция Пасхальная | Светская одежда | Ж | Религия | Религиозный праздник |
| 519. | Мирянка | Краски | Светская одежда | Ж | Искусство | Картина |
| 520. | Мирянка | Красная Пасха | Светская одежда | Ж | Религия | Религиозный праздник |
| 521. | Мирянка | Кротость | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |
| 522. | Мирянка | Кубанское диво | Светская одежда | Ж | Природа | Дерево |
| 523. | Мирянка | Лаванда | Светская одежда | Ж | Природа | Растение |
| 524. | Мирянка | Лагуна | Светская одежда | Ж | Природа | Море |
| 525. | Мирянка | Летний | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 526. | Мирянка | Летний букет | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 527. | Мирянка | Любимая | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 528. | Мирянка | Любимый | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 529. | Мирянка | Мамино платье | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 530. | Мирянка | Матушка | Светская | Ж | Женщина | Девушка |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | одежда | | | |
| 531. | Мирянка | Миролюбие | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |
| 532. | Мирянка | Мирской | Светская одежда | Ж | Религия | Паломник |
| 533. | Мирянка | Мирянка | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 534. | Мирянка | Мудрая | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 535. | Мирянка | Муза | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 536. | Мирянка | Мята | Светская одежда | Ж | Природа | Растение |
| 537. | Мирянка | Мята | Светская одежда | Ж | Природа | Растение |
| 538. | Мирянка | Небесное | Светская одежда | Ж | Природа | Небо |
| 539. | Мирянка | Нежное создание | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 540. | Мирянка | Незабудка | Светская одежда | Ж | Природа | Цветок |
| 541. | Мирянка | Неувядаемый цвет | Светская одежда | Ж | Религия | Икона |
| 542. | Мирянка | Новая классика | Светская одежда | Ж | Одежда | Костюм |
| 543. | Мирянка | Новое платье | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 544. | Мирянка | Облачко | Светская одежда | Ж | Природа | Небо |
| 545. | Мирянка | Паломница | Светская одежда | Ж | Религия | Паломник |
| 546. | Мирянка | Пасхальное | Светская одежда | Ж | Религия | Религиозный праздник |
| 547. | Мирянка | Персик | Светская одежда | Ж | Природа | Плод |
| 548. | Мирянка | Платье с секретиком | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 549. | Мирянка | Послушание | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |
| 550. | Мирянка | Постное | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 551. | Мирянка | Праздничное | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 552. | Мирянка | Прилежница | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 553. | Мирянка | Прихожанка | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 554. | Мирянка | Простая красота | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 555. | Мирянка | Простое решение | Светская одежда | Ж | Искусство | Киноискусство |
| 556. | Мирянка | Радость | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |
| 557. | Мирянка | Радость моя | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 558. | Мирянка | Родная | Светская одежда | ж | Женщина | Девушка |
| 559. | Мирянка | Романтика | Светская одежда | Ж | Искусство | Песня |
| 560. | Мирянка | Свободное | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 561. | Мирянка | Семья | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |
| 562. | Мирянка | Сирень | Светская одежда | Ж | Природа | Дерево |
| 563. | Мирянка | Скромная красота | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |
| 564. | Мирянка | Скромная осень | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 565. | Мирянка | Скромность | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |
| 566. | Мирянка | Славная | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 567. | Мирянка | Славяночка | Светская одежда | Ж | Женщина | Девушка |
| 568. | Мирянка | Смирение | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |
| 569. | Мирянка | Снегурочка | Светская одежда | Ж | Женщина | Женское имя |
| 570. | Мирянка | Снежный узор | Светская одежда | Ж | Природа | Время года |
| 571. | Мирянка | Солнечный | Светская | Ж | Природа | Время суток |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | день | одежда | | | |
| 572. | Мирянка | Счастливое платье | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 573. | Мирянка | Троица | Светская одежда | Ж | Религия | Религиозный праздник |
| 574. | Мирянка | Утренний лес | Светская одежда | Ж | Природа | Деревья |
| 575. | Мирянка | Цветы | Светская одежда | Ж | Природа | Цветы |
| 576. | Мирянка | Целомудрие | Светская одежда | Ж | Религия | Добродетель |
| 577. | Мирянка | Элегантное | Светская одежда | Ж | Одежда | Платье |
| 578. | Мирянка | Элегантный костюм | Светская одежда | Ж | Одежда | Костюм |
| 579. | Мирянка | Энигма | Светская одежда | Ж | Искусство | Музыка |
| 580. | Мирянка | Яко с нами Бог | Светская одежда | Ж | Религия | Молитва |
| 581. | Мирянка | Ясная | Светская одежда | Ж | Природа | Небо |
| 582. | Ново - Тихвинский монастырь | Византийское | Богослужеб-ное | М | География | Священное место |
| 583. | Ново - Тихвинский монастырь | Виноградная лоза | Богослужеб-ное | М | Природа | Растение |
| 584. | Ново - Тихвинский монастырь | Владимирское | Богослужеб-ное | М | География | Населенный пункт |
| 585. | Ново - Тихвинский монастырь | Воскресения день | Богослужеб-ное | М | Природа | Время года |
| 586. | Ново - Тихвинский монастырь | Иверон | Богослужеб-ное | М | География | Священное место |
| 587. | Ново - Тихвинский монастырь | Иже Херувимы | Богослужеб-ное | М | Религия | Молитва |
| 588. | Ново - Тихвинский | Кириопасха | Богослужеб-ное | М | Религия | Религиозный праздник |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | монастырь | | | | | |
| 589. | Ново - Тихвинский монастырь | Константино-польское | Богослужеб-ное | М | География | Священное место |
| 590. | Ново - Тихвинский монастырь | Литургия ангелов | Богослужеб-ное | М | Религия | Молитва |
| 591. | Ново - Тихвинский монастырь | Масличная ветвь | Богослужеб-ное | М | Природа | Растение |
| 592. | Ново - Тихвинский монастырь | Неопалимая Купина | Богослужеб-ное | М | Религия | Икона |
| 593. | Ново - Тихвинский монастырь | Неувядаемый цвет | Богослужеб-ное | М | Религия | Икона |
| 594. | Ново - Тихвинский монастырь | Новгородское | Богослужеб-ное | М | География | Населенный пункт |
| 595. | Ново - Тихвинский монастырь | Палестина | Богослужеб-но | М | География | Священное место |
| 596. | Ново - Тихвинский монастырь | Петергоф | Богослужеб-ное | М | География | Населенный пункт |
| 597. | Ново - Тихвинский монастырь | Покров | Богослужеб-ное | М | Религия | Религиозный праздник |
| 598. | Ново - Тихвинский монастырь | Птицы Небесные | Богослужеб-ное | М | Природа | Птицы |
| 599. | Ново - Тихвинский монастырь | Севастия | Богослужеб-ное | М | География | Населенный пункт |
| 600. | Ново - Тихвинский монастырь | Цареградское | Богослужеб-ное | М | География | Населенный пункт |
| 601. | Ново - Тихвинский монастырь | Эдем | Богослуже-бное | М | География | Священное место |
| 602. | Правжизнь | Любовь | Светская | М | Религия | Добродетель |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | долготерпит | одежда | | | |
| 603. | Правжизнь | Паломник | Светская одежда | М | Религия | Паломник |
| 604. | Правжизнь | Хочешь быть счастливым… | Светская одежда | М | Не образующие макрогруппу | Наука |
| 605. | Христиания | Святая Русь | Светская одежда | М | География | Священное место |
| 606. | Христиания | Спаси и сохрани | Светская одежда | М | Религия | Молитва |

