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

Рецензия
на выпускную квалификационную работу

студента: Орлова Дмитрия Михайловича

Тема: Религиозные мотивы в современной русской коммерческой ономастике

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.

По мнению автора ВКР, актуальность исследования «заключается в том, что она выясняет истинное положение вещей в данном вопросе на сегодняшний день – российское общество находится в духовном поиске, показывая религиозную неграмотность, при общей симпатии и даже тяге к христианской культуре». Думается, что мысль автора понятна, хотя и выражена весьма неуклюже. Актуальность работы, вероятно, состоит в том, что ее результаты дают некоторое представление о том, каков уровень представлений о христианстве у людей, далеких от веры и Церкви, и какова степень интереса у этих носителей языка к религии.

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 основном соответствуют требованиям, предъявляемым к бакалаврским работам. Иногда стиль близок к публицистическому.

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

Исследование оригинальное имеет элементы научной новизны. Результаты исследования дают относительно объективную картину того, с чем ассоциируются в обществе так называемые православные мотивы, какие идеи лидируют в общественном сознании, когда речь заходит о религии. Эта информация, безусловно, полезна для будущего теолога, ориентированного на учебно-воспитательную и просветительскую деятельность.

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

Современными методиками исследования, такими как статистическая обработка данных и классификация, студент владеет на хорошем 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, список источников насчитывает более 50-ти наименований.

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 учебно-воспитательной и просветительской деятельности.

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).	**высокий**
2	Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2).	**высокий**
3	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3).	**высокий**
4	Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ОК-4).	**высокий**
5	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5).	**высокий**
6	Способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6).	**высокий**
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).	**высокий**
9	Способность использовать основы теологических знаний в процессе духовно-нравственного развития (ОК-10).	**высокий**
10	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности теолога на основе информационной и библиографической культуры	**высокий**

	с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1).	
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).	**высокий**
14	Способность вести учебно-воспитательную деятельность в образовательных и просветительских организациях различного уровня и типа (ПК-6).	**высокий**
Вывод: компетенции сформированы на **высоком уровне.**		

4. *Замечания и вопросы рецензента*

Работа хорошая, особых замечаний нет. Стоит обратить, пожалуй, внимание на незначительные стилистические и пунктуационные погрешности. Под стилистическими шероховатостями я имею в виду некоторый публицистический (и даже проповеднический!) пафос, неуместный в научном сочинении (см. с. 1, с. 8 и др.).

Вопросы такие:

- Можно ли каким-то образом влиять на политику именования в коммерческой сфере?

- Имеют ли подобные исследования научную перспективу? Какую?

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

Дата: 27.06.2019 г. Подпись_____

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

Отзыв руководителя на выпускную квалификационную работу

студента: Орлова Дмитрия Михайловича

Тема: Религиозные мотивы в современной русской коммерческой ономастике

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	Студент *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).	высокий	Студент *знает* причинно-следственные связи в процессе исторического развития и формирования христианской цивилизации; *умеет* аргументированно объяснять влияние христианской культуры на исторический процесс; *владеет* способностью критически оценивать историко-культурные процессы в контексте православного богословия.
3	Способность использовать основы	высокий	Студент *знает* особенности экономической системы внутрицерковных отношений; *умеет*

	экономических знаний в различных сферах жизнедеятель-ности (ОК-3).		принимать решения по экономическим 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).	высокий	Студен *знает* приемы речевого воздействия и способы построения бесконфликтного диалога; *умеет* моделировать в профессиональной деятельности ситуации, которые требовали бы применения навыков устной и письменной речи русского и изучаемого иностранного языка; *владеет* системой лингвистических знаний, включающей в себя знание основных явлений и закономерностей функционирования русского и изучаемого иностранного языка, способностью к коммуникации в устной письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.
6	Способность работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональ-ные и культурные различия (ОК-6).	высокий	Студент *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	Студент *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 профессиональ-ной деятельности (ОК-8).	высокий	Студент *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	Студент *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	Студент *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 профессиональ-ной деятельности теолога на основе информационной и	высокий	Студент *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

	библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1).		безопасности; *владеет* навыками систематизации и выбора необходимой информации согласно задачам профессиональной деятельности теолога на основе 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	Студент *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	Студент *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	Студент *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	высокий	Студент *знает* концепции и подходы к организации воспитания на всех уровнях образования в РФ; *умеет* оперативно осваивать передовой

	образовательных и просветительских организациях различного уровня и типа (ПК-6).		практический опыт педагогического сообщества по реализации воспитательной и просветительской деятельности в школе; *владеет* способностью конструировать и интегрировать методики, методы и средства в зависимости от цели, этапа и формы мероприятия или урока.

3. В ходе работы над ВКР студент 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	Студент активно использовал научно-богословскую литературу, представленную в печатном и электронном виде.
2	Своевременность выполнения заданий каждого этапа работы	высокий	Студент выполнял задание своевременно и в срок, установленный руководителем.
3	Степень инициативности и самостоятельности студента	высокий	Студент проявлял заинтересованность в работе над планом и текстом ВКР, самостоятельно писал итоговый текст работы, каковой потребовал только незначительных исправлений и дополнений со стороны научного руководителя.
4	Конфессиональная включенность	высокий	Студент ведет активную духовно-просветительскую работу среди прихожан своего прихода и в более широком кругу своего общения.

Замечания и рекомендации руководителя:

Как руководитель рекомендую студенту Д. М. Орлову осуществить еще одну-две научные публикации по собранному материалу, прежде всего, с целью ведения этого материала в научный обиход.

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

Выпускная квалификационная работа Дмитрия Михайловича Орлова 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 «Религиозные мотивы в современной русской коммерческой ономастике»

В ВКР представлена специфика ономастического подхода к языковому материалу, определена роль эргонимов и прагматонимов в выражении интереса к религиозным вопросам, на конкретных примерах выявлена религиозная неграмотность населения проявляющаяся в прагматонимах, в состав которых включен христианский компонент, и в язычески мотивированных эргонимвх, показан общественный интерес к религиозным вопросам, проявляющийся в современной отечественной коммерческой ономастике.

Ономастикон данного исследования включает в себя 302 названия, появившиеся в Российской Федерации за последние четыре года. Проведенный анализ обнаруживает, что прагматонимы, включающие православный компонент, на 82% коррелируются с христианской культурой, что свидетельствует о достаточно высокой религиозной грамотности общества, а язычески мотивированные эргонимы, имеющих славянские дохристианские мотивы, лишь на 17% и названия фирм имеющие неславянские мотивы на 41% являются отобъектными, т.е. связаны с семантикой мотивирующего аппелятива – это демонстрирует религиозную неграмотность этноса.

Выявленные данные открывают большое актуальное поле для миссионерской деятельности.

«___»_____20__ г. _____/_____

(подпись студента) (расшифровка подписи)

АВТОРЕФЕРАТ

70 с., 57 источник, 3 прил.

ПРАВОСЛАВНАЯ КУЛЬТУРА, ХРИСТИАНСКОЕ МИРОВОЗЗРЕНИЕ, РЕЛИГИОЗНАЯ ГРАМОТНОСТЬ, ДУХОВНЫЙ ПОИСК, ПРАГМАТОНИМЫ, ЭРГОНИМЫ, ЯЗЫЧЕСКИЕ МОТИВЫ, РУССКАЯ КОММЕРЧЕСКАЯ ОНОМАСТИКА, МИССИОНЕРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Объектом исследования являются товарные знаки (названия фирм) эргонимы и названия блюд (пищевые продукты) прагматонимы в состав которых включены христианский и язычески мотивированный религиозный компонент.

Предмет исследования – мотивы лексического отражения интереса к религиозным вопросам на современном этапе в ономастике.

В работе использованы **методы** исследования: классификационный, основание для классификации – лексический состав эргонимов и прагматонимов, а именно лексемы, отражающие религиозные мотивы христианского и языческого происхождения, а также методы структурного и семантического анализа.

Целью выпускной квалификационной работы - показать общественный интерес к религиозным вопросам, проявляющийся в современной отечественной коммерческой ономастике.

В результате исследования были сделаны выводы:

1. Была представлена специфика ономастического подхода к языковому материалу, определена роль эргонимов и прагматонимов в выражении интереса к религиозным вопроса;

2. Выявлена религиозная неграмотность населения на примере прагматонимов, в состав которых включен христианский компонент, и язычески мотивированных эргонимов, отражающих интерес их авторов к религии;

3. Показано наличие активного религиозного поиска в обществе и большого интереса к религиозным вопросам на современном этапе, нашедшие отражение в ономастике.

Практическая значимость: введении нового ономастического материала в научный обиход.

Перспективы дальнейшего исследования. Настоящее исследование не является исчерпывающим в рамках заявленной тематики, оно намечает подход к научной проблеме. Продолжение работы может быть связано с расширением ономастического корпуса и более глубоким лингвистическим анализом современной русской коммерческой ономастики,

содержащей православный компонент и языческие мотивы славянского и неславянского происхождения и отражающей религиозное мировоззрение общества.

Результаты исследования **могут быть использованы** в качестве подспорьем в борьбе с неоязычеством, итогом которой явится торжество православия, а также открывают большое актуальное поле для миссионерской деятельности.

ABSTRACT

70 pages, 57 sources, 3 enc.

ORTHODOX CULTURE, CHRISTIAN OUTLOOK, RELIGIOUS LITERACY, SPIRITUAL SEARCH, PRAGMATONIMA, ERGONIMA, PAGAN MOTIVES, RUSSIAN COMMERCIAL ONOMASTICS, MISSIONARY ACTIVITY

Object of a research are trademarks (the name of firms) of an ergonima and the name of dishes (foodstuff) of a pragmatonima in the list of whom is included Christian and pagan motivated religious component.

Object of research – motives of lexical reflection of interest in religious questions at the present stage in onomastics.

In work research methods are used: classification, the basis for classification – lexical structure of ergonim and pragmatonim, namely the lexemes reflecting religious motives of Christian and pagan origin and also methods of the structural and semantic analysis.

The purpose of final qualification work - to show the public interest in religious questions which is shown in modern domestic commercial onomastics.

As a result of a research conclusions were drawn:

1. The specifics of onomastichesky approach to language material were presented, the role of ergonim and pragmatonim in expression of interest to religious a question is defined;

2. The religious illiteracy of the population on the example of pragmatonim which structure included a Christian component, and pagan motivated ergonim reflecting the interest of their authors in religion is revealed;

3. Existence of active religious search in society and great interest to religious questions at the present stage, found reflection in onomastics is shown.

Practical importance: introduction of new onomastichesky material to scientific use.

Prospects of a further research. The real research is not exhaustive within the stated subject, it plans approach to a scientific problem. Further work can be connected with expansion of the onomastichesky case and deeper linguistic analysis of the modern Russian commercial onomastics containing an orthodox component and pagan motives of Slavic and non Slavic origin and reflecting religious outlook of society.

Results of a research can be used in quality by help in fight against Neopaganism which result will be the triumph of Orthodoxy and also open a big relevant field for missionary activity.

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

Орлов Дмитрий Михайлович

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА

Религиозные мотивы в современной русской коммерческой ономастике

Направление подготовки 48.03.01 Теология
Профиль ОПОП «Систематическая теология Православия»

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

Екатеринбург, 2019 г.

Оглавление

Введение.....5
Глава 1. Ономастика и религиозное воззрение общества.....8
1.1. Имя собственное и Священное Писание.....8
1.2. Ономастика как наука о языке.....9
1.3. Ономастика русского языка……10
1.4. Религиозная неграмотность населения……..11
1.5. «Пищевое поведение» и его отражение в языке……...13
1.6. Прагматонимы как разряд ономастики……..16
1.7. Эргонимы как разряд ономастики……..17
1.8. Языческие мотивы в эргонимии……20
Выводы.....22
Глава 2. Прагматонимия и культура православной трапезы.....24
2.1. Названия, основанные на идее монастыря, монастырской жизни..24
2.1.1. Указание-сравнение, лексема «по-монастырски» (38 прагматонимов, 33%).....24
2.1.2. Прямое указание на отношение к монастырю, лексема «монастырский» (34 прагматонима, 29,5%).....29
2.1.3. Указание через отсылку к духовному лицу, лексема «монах», «монашеский» (14 прагматонимов, 12,2%).....30
2.1.4. Указание через известный ранее бренд, синтагма «монастырская изба» (3 прагматонима, 2,75%).....31
2.1.5. Указание через отсылку к особенностям монастырского уклада жизни, лексема «келейный» (2 прагматонима, 1,8%).....32
2.2. Названия, основанные на общецерковной ассоциации.....32
2.2.1. Указание на высшую степень благоговения, лексема святой» (9 прагматонимов, 7,8%).....32
2.2.2. Указание на религиозный праздник, лексема «пасхальный» (7 прагматонимов, 6,1%).....33

2.3. Названия, основанные на идее священноначальной иерархии.....33
2.3.1. Указание на высокий уровень священноначалия, лексема «архиерейский» (7 прагматонимов, 6,1%).....33
2.3.2. Указание на высший уровень священноначалия, лексема «патриарший» (1 прагматоним, 0,8%).....34
Выводы.....34
Глава 3. Названия фирм, включающие в себя языческие мотивы славянского происхождения.....36
3.1. Эргонимы, основанные на идее теонима Велес (113 эргонимов, 79,14%).....36
3.2. Эргонимы, основанные на идее теонима Сварог (18 эргонимов, 12,5%).....42
3.3. Эргонимы, основанные на идее теонима Перун (7 эргонимов, 4,89%).....44
3.4. Эргонимы, основанные на идее теонима Макошь (2 эргонима, 1,39%).....45
3.5. Эргонимы, основанные на идее теонима Ярило (2 эргонима, 1,39%).....47
3.6. Эргонимы, основанные на идее теонима Стрибог (1 эргоним, 0,69%).....48
Выводы.....49
Глава 4. Названия фирм, включающие в себя языческие мотивы неславянского происхождения.....51
4.1. Эргонимы, основанные на идее теонима Митра (22 эргонима, 49,94%).....51
4.2. Эргонимы, основанные на идее теонима Лакшми (9 эргонимов, 20,43%).....53
4.3. Эргонимы, основанные на идее теонима Агни (6 эргонимов, 13,62%).....54

4.4. Эргонимы, основанные на идее теонима Кубера (3 эргонима, 6,81%).....55
4.5. Эргонимы, основанные на идее теонима Савитар (2 эргонима, 4,54%).....56
4.6. Эргонимы, основанные на идее теонима Мерлин (2 эргонима, 4,54%).....58
Выводы.....59
Заключение.....60
Список литературы.....62
Приложение 1.....68
Приложение 2.....69
Приложение 3.....70

Введение

«В начале было Слово…» (Ин. 1:1) В Богом созданной жизни имятворчеству отводится очень важное значение. Господь привел животных и птиц к человеку, «чтобы видеть, как он (Адам) назовет их, и чтобы, как наречет человек всякую душу живую, так и было имя ей» (Быт. 2:19). Таким образом получается, что назвать, значит познать, понять и отразить в имени самую суть. Иными словами, наречение имени тесным образом связано с мировоззрением, творческим началом и культурой самого имятворца. На постсоветском пространстве жизнь современного российского общества сильно изменилась. Особенно явно это происходило на рубеже XX-XXI веков, когда в след за неминуемым падение коммунистической идеологии Россия стала возвращаться в лоно православной церкви и как следствие произошли трансформации в сознании нашего народа. Изменения коснулись всех сфер жизни в том числе и экономики. Стало появляться огромное количество частных предприятий, каждое из которых имело свое название. В эргонимах (названиях деловых сообществ) отражались убеждения, пристрастия и отношение к религии их авторов. Часто декларируя свою приверженность православию, на деле авторы демонстрировали высокий интерес к христианской культуре, но при этом обнаруживали поверхностные, отрывочные знания, а порой и полное их отсутствие, и совершенно нерелигиозное мировоззрение. Поэтому **актуальность работы** заключается в том, что она выясняет истинное положение вещей в данном вопросе на сегодняшний день – российское общество находится в духовном поиске, показывая религиозную неграмотность, при общей симпатии и даже тяге к христианской культуре.

Цель данной работы – показать общественный интерес к религиозным вопросам, проявляющийся в современной отечественной коммерческой ономастике.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

1) описать специфику ономастического подхода к языковому материалу, определить роль эргонимов и прагматонимов в выражении интереса к религиозным вопросам;

2) выявить религиозную неграмотность населения на примере прагматонимов, в состав которых включен христианский компонент, и язычески мотивированных эргонимов, отражающих интерес их авторов к религии;

3) показать наличие активного религиозного поиска в обществе и большого интереса к религиозным вопросам на современном этапе, нашедший отражение в ономастке.

Основным **методом исследования** будет избран классификационный, основание для классификации – лексический состав эргонимов и прагматонимов, а именно лексемы, отражающие религиозные мотивы христианского и языческого происхождения, а также будут использоваться методы структурного и семантического анализа. **Объектом исследования** в данной работе являются товарные знаки (названия фирм) эргонимы и названия блюд (пищевые продукты) прагматонимы в состав которых включены христианский и язычески мотивированный религиозный компонент. **Предметом исследования** являются мотивы лексического отражения интереса к религиозным вопросам на современном этапе в ономастике. Источником **материала** послужили интернет сайты фирм и производителей, каталоги торговых организаций, личные наблюдения, проведенные автором исследования в 2016-19 гг.

Структура курсовой работы включает в себя введение, четыре главы, заключение, список литературы, приложения. Во **введении** дается общий обзор заявленной проблематики, намечаются цели и задачи исследования. **Первая глава** представляет собой обзор литературы, посвященной именам собственным, в частности ономастике, и проблематики современной связи эргонимии и прагматонимики с религиозным воззрением общества. **Последующие главы** содержит корпус материала и классификацию

эргонимов и прагматонимов по семантике мотивирующих аппеллятивов. В **заключении** подводятся итоги и обозначается значимость данного исследования в поле миссионерской деятельности. В **приложении** содержатся фотографии некоторых пищевых продуктов и блюд общественного питания, названия которых связаны с православной культурой и графики, отражающие интегральные показатели изменения численности язычески мотивированных эргонимов в России.

Глава 1. Ономастика и религиозное воззрение общества

1.1. Имя собственное и Священное Писание

Бог сотворил мир за шесть дней, человека же сотворил «по образу Нашему [и] по подобию Нашему» (Быт. 1:26), а завершил процесс творения словами «И увидел Бог все, что Он создал, и вот, хорошо весьма» (Быт. 1:31). Уподобляясь Создателю, первый человек дает имена всем «животным полевым и птицам небесным», которых Бог привел к нему (Быт. 2:19), значит способность человека назвать (кого-то или что-то) угодна Творцу мира. Значение имени неоднократно подчеркивается в Священном Писании. У нашего праотца Аврама после вступления в Завет с Богом меняется имя, удваивается буква «а» – Авраам (Быт. 17:5), Иакову за его ревность по Богу дается имя Израиль (Быт. 32:28), Иисус Христос Спаситель дает имя своему ученику (Симону): «Я говорю тебе: ты – Петр» (Мф. 16:18). Кульминационным событием в этом смысле в Библии можно назвать Откровение Моисею «Я есмь Сущий» (Исх. 3:14). В связи с этим стоит вспомнить и не столь давние споры по вопросу имяславия (ономатодоксия), имеющие весьма драматический характер и непосредственно коснувшиеся в начале XX века российского общества и российского религиозного сознания. Знание и память о столь важном значении названия существ, предметов, явлений четко отразилось в культуре народов мира и христианских, и языческих. Так, например, в христианском обществе принято давать имена в честь святых людей, угодивших Богу. Для человека житие святого, имя которого он носит, является дополнительным примером и своеобразным маяком в земной жизни. У языческих народ глубоко укоренилась традиция тотемных имен, потому что в рамках их культурной парадигмы тот, кто знает истинное имя, обладает огромной властью. Светская культура также не обошла данный вопрос стороной. Рассуждая на эту тему «солнце русской поэзии» Александр Сергеевич Пушкин пишет «Что в имени тебе моем?»[1]

[1] Пушкин А.С. Собрание сочинений в 10 т. Т. 2. Стихотворения 1823–1836. М. 1959-1962. С. 285.

Такое отношение наблюдается не только к именам людей, но и к именам собственным как таковым, что нашло свое отражение во всех мировых языках и в частности в русском языке.

1.2. Ономастика как наука о языке

Изучать имена собственные, их сохранение, особенности и закономерности их передачи – это важная задача современной науки. Основной литературой, на которой будет основываться изучение вышеперечисленных вопросов, является труд А.В. Суперанской «Общая теория имени собственного»[2]. Омонимы выполняют сложную и крайне необходимую социальную функцию – они индивидуально и очень просто указывают на определённый предмет. Экстраординарной способностью имени собственного является то, что оно сохраняет свою основную значимость при полной невозможности связать его с другими словами того же языка. Примером может служить название столицы нашей родины. Москва – это финно-угорское слово, однако установить связь с другими словами этого языка не представляется возможным. Таким образом, можно выявить фундаментальную особенность онимов – их огромную устойчивость, сохраняющуюся при эволюционном развитии языка и даже при его революционных сдвигах. А это в свою очередь помогает установить характер языка, на котором интересующее название было создано. Из всего этого можно заключить, что ономастика дает бесценный материал для целого ряда других наук, таких как история, география, археология и др. А.В. Суперанская в своей книге «Общая теория имени собственного» относительно этого говорит следующее: «Существует ряд наук, особенно заинтересованных в ономастическом материале, представители которых считают ономастику своей вспомогательной дисциплиной. Однако собственные имена – слова, и как таковые они принадлежат прежде всего лингвистике. (…) Ономастика возникла как прикладная наука, необходимая историкам, географам,

[2] Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. М. 1973. С. 366.

этнолагам, литературоведам и не выходила за рамки «вспомогательной научной дисциплины», пока ею занимались представители этих специальностей. Когда к изучению данной проблематики подключились лингвисты, принесшие с собой методы структурного и семантического анализа, ономастика выделилась в самостоятельную дисциплину, анализирующую лингвистический материал лингвистическими методами»[3].

Каждый язык является огромной системой образов, имеющей свои отличия от всех других систем. С помощью организованных этой системой форм и категорий люди общаются и анализируют природу. Поэтому частью поведения человека вообще является языковое поведение. И в этой связи нужно указать на особую роль ономастики, которая связана с выбором человека конкурирующих альтернатив, а именно небольшого количества высококачественных имен и значительного количества раритетных. Например, для именования одного и тоже объекта существуют два имени. В этом случаем будет наблюдаться следующее явление – при более частом использовании одного названия, второе будет употребляться реже или вовсе со временем выйдет из употребления.

1.3. Ономастика русского языка

Богатство русского языка достойно оценили многие классики, подчеркивая его величие и могущество. Его лексикон позволяет обозначать предметы, их свойства, природные явления и многое другое, с чем мы часто сталкиваемся в повседневной жизни. В современном русском языке более тысячи нарицательных слов легко справляются с этой задачей. Однако, стоит выделить из этого многообразия другой, особый мир слов, который призван выполнять функцию выделения, выявления индивидуальных особенностей, мир, который представляет собой разнообразные названия и имена. «Словарь русского языка» дает следующее определение понятия ономастика: «1. В языкознании: совокупность собственных имен какого-н. языка. 2. Раздел

[3] Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. М. 1973. С. 366.

языкознания, изучающий собственные имена. || прил. ономастический, -ая, -ое»[4]. Слово ономáстика в переводе с древнегреческого означает искусство давать имена – ὀνομαστική, и изучает собственные имена, историю их возникновения, а также изменения, которые произошли в результате их длительного употребления. Предметом изучения этой науки является óним, необходимый для выделения объекта, который он именует. В связи с этим нужно сказать и об омонимах – дословно одинаковые имена, так как из-за них термин часто неоднозначно трактуется в разных контекстах. Синонимом ономастики является словотолкование, смысл которого – объяснение и толкование значений слов. Далее обратимся к направлениям науки ономастики, что приблизит нас к теме данной работы. Такими направлениями являются*:* антропонимика, астронимика, зоонимика, карабонимика, космонимика, хрематонимика, прагматонимика, теонимика, топонимика, эргонимика, этнонимика. Из вышеперечисленного списка в этой работе пойдет речь об эргонимики – направлении науки ономастики, изучающей наименования деловых сообществ, и прагматонимике – направлении науки ономастики, изучающей наименования товаров и продуктов.

1.4. Религиозная неграмотность населения

Е.А. Колякина в своей работе «Определение сущности понятия «религиозность» показывает насколько разнообразны подходы к этому понятию в научном сообществе. Сама же автор религиозную самоиндификацию человека определяет по ивариативной шкале по двум типам: 1) «верующий – индифферентный – неверующий»; 2) отношение человека к конкретному вероисповедованию (конфессии)[5]. В итоге в ее работе определение сводится к следующей формулировке: «Религиозность – это духовное, культурное, социальное состояние человека, вытекающее из принятия им той или иной разновидности доминанты религиозного сознания

[4] Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. М.. 2012. С. 192.
[5] Колякина Е.А. Определение сущности понятия «религиозность» // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. 2007. Т. 13. С. 53.

и поведения»[6]. Иными словами, мало декларировать свою принадлежность к какой-либо религии, нужно на поведенческом уровне проявлять свою принадлежность к ней. Чтобы оценить глубину влияния религиозной веры на жизнь человека одной самоидентификации недостаточно. На помощь приходит еще одно категориальное понятие, применимое к христианским традициям, «воцерковленность» – это знание устава церкви, обрядов, обычаев, повседневного ее бытия, приверженность человека к данной религии через его образ жизни. Говоря иначе, это практическая включенность в религиозную культуру.

Именно этому аспекту в рамках данной проблематики будет посвящена практическая часть работы. На примерах будет отслеживаться религиозная грамотность, т.е. конкретные знания современного российского общества в религиозных вопросах в области отечественной коммерческой ономастики. Само по себе апеллирование религиозными понятиями и терминами не является гарантией приверженности автора к той или иной вере. Напротив, неуместное их употребление выдает в имятворце невежество и нерелигиозный образ мыслей, хотя человек при этом искренне может стремиться обрести свои духовные корни.

Затрагивая тему духовных корней, традиций, преемственности, необходимо ввести в дискурс понятие опыт, в данном конкретном случае мы коснемся опыта народа в области религии. Важной аксиомой религиозного опыта является воспроизводство квинтэссенции культурной парадигмы этноса, аккумулирующего данный опыт. В православном обществе это прежде всего вера в Святую Троицу.

Религиозный опыт в контексте предлагаемой проблематики может рассматриваться только как «публичный религиозный опыт». Отечественный исследователь Ю.А. Кимелев в своей книге «Философия религии» сущностную особенность этого опыта выразил следующим образом:

---

[6] Колякина Е.А. Определение сущности понятия «религиозность» // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. 2007. Т. 13. С.54.

«Религиозный опыт, ставший публичным – это религиозный опыт, который получил вербализацию, т.е. оказался облеченным в язык, а также получил тематизацию»[7].

Стоит отметить, что «религиозный опыт» отличается от повседневного методического наблюдения и в силу этой особенности дает повод людям забывать о нем, пренебрегать им и не заботиться о его очищении и углублении. Однако это влечет за собой неминуемые последствия – человеческая религиозность ослабевает, обретает беспредметность, вырождается и становится склонной к соблазнам и извращениям.

В отличие от интеллектуальных продуктов нравственного и гуманистического характера, основывающихся на культурном релятивизме, научных открытиях, новизне современности, «религиозный опыт» – это опыт осознанного сохранения традиций, который ведет к состоянию духовного единства этноса. В связи с этим будет уместным вспомнить слова С. Н. Булгакова, который очень точно заметил, что «Вся история человечества, что касается его религиозного самосознания, превращается в нелепость, если не признать, что она опирается на живой религиозный опыт»[8].

Пушкинская ремарка «Народ безмолвствует!» на самом деле является очень «говорящей», особенно в разрезе проблематики данной работы. Общество, занимаясь имятворчеством, отражает свое религиозное мировоззрение, поэтому, выражаясь метафорически, этнос не безмолвствует, а говорит иным символичным языком.

1.5. «Пищевое поведение» и его отражение в языке

В практической части данной работы, как уже упоминалось ранее, будут представлены конкретные примеры только из двух направлений ономастики: прагматонимика (наименования товаров и продуктов), и эргонимика (наименования деловых сообществ). Поговорим об этом подробней.

---

[7] Кимелев Ю.А. Философия религии. М. 1998. С. 424.
[8] Булгаков С.Н. Свет невечерний. М. 1994. С. 415.

Проблематика, так или иначе связанная с темой «пища», одна из наиболее актуальных для самых разных областей науки. Под «пищевым поведением» понимаются навыки, принципы, привычки и особенности, связанные с процессом приема пищи. Скачок в развитии технического прогресса, в частности связанный с сельским хозяйством, является причиной целого ряда острейших проблем. Первая из них – это генетически измененные продукты, вторая – эпидемии типа птичьего гриппа и т.п. Общество сталкивается с новыми реалиями жизни, именно с этим связан лингвистический аспект данной проблематики. Никто не станет спорить, что приготовление и потребление пищи, является необходимым для жизни человека. В свою очередь стереотипы и пристрастия в еде тесно связаны с социально-культурной жизнью народа, относится к его «культурным корням». Запреты, нормы, этикет, связанные с пищей, определяет и регламентирует в большей степени именно культура. Пищевые навыки и предпочтения входят в культурный опыт человека, который он приобретает в течение всей жизни. Употребление в пищу тех или иных продуктов может сблизить или отдалить людей, а значит еда выполняет важную социальную функцию. А. Каппати и М. Монтанари, изучая историю итальянской кухни, пишут: «Средневековая культура весьма внимательна к сословным различиям: употребление той или иной пищи – важнейшая составляющая кодекса поведения»[9]. Благодаря их труду мы узнаем, что в Италии в средние века овощи считались едой простолюдинов. А в Древнем Риме самой важной была обеденная трапеза, она не носила чисто утилитарного значения. Римляне очень любили говорить, поэтому главной во время обеда была беседа. В продолжение разговора на эту тему, стоит вспомнить имя Ролана Барта. В современном французском обществе знаковость и социально-культурную обусловленность пищевых представлений он отметил один из первых. В частности, Барт сказал: «Еда может стать символом национальной идентичности»[10].

---

[9] Каппати, Монтанари. История итальянской кухни. М. 2006. С. 65.
[10] Барт Р. Мифологии. М. 2004. С.122.

Что же касается отечественных лингвистов, то тут нужно отметить, что, несмотря на актуальность и широкий круг коммуникативных ситуаций, семантическое поле «пища» нечасто попадало в зону их интересов. Это отчасти связано с социально-культурными причинами. Как указывают в своих исследованиях авторы Булыгина и Шмелева: «Для русской культурной традиции характерно разграничение материально-телесной и духовной сфер бытия с признанием приоритета последней»[11]. Немалое значение в этом вопросе имеют и этико-религиозные христианские представления. Определенное влияние на повседневное речевое общение оказывала и оказывает религия. Ориентация человека на физическое потребление в обыденном сознании часто представляется как бездуховность. Из повседневного речевого обихода, в качестве примера, можно привести следующие цитаты: «Не хлебом единым», «Не делайте из еды культа», «Не быть рабом желудка» и т.д. Русская литература оказала немалое влияние на такое положение дел. Анализируя описания кушаний и напитков в драматургии XVII-XIX веков, известный исследователь В.В. Похлебкин, отмечает: «В русской классической литературе полностью отсутствует кулинарный жанр, широко распространенный в литературах Западной Европы. Это связано с тем, что активную сознательную часть русского общества всегда интересовали вопросы чистые, высокие, идейные, а не низменные и мелкие, конкретные»[12]. В советское время и вовсе считалось унизительным уделять много времени еде. Чего стоит только одна борьба за раскрепощение женщины-труженицы, которая сопровождалась лозунгом «Долой кухонное рабство!». Современные реалии, такие как отсутствие дефицита, развитие рынка и т.д., сильно повлияли на общественное сознание. Можно говорить о своеобразной революции и в области гастрономии, что в свою очередь сильно повлияло и на семантическое поле «пища». Появился даже новый публицистический жанр – ресторанная критика. Современные

[11] Булыгина Т.В. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики). М. 1997. С. 114.
[12] Похлебкин В.В. Кушать подано! Репертуар кушаний и напитков в русской классической драматургии// URL: http://www.pravmir.ru/vopros-otvet/pochemu-monaxi-ne-edyat-myaso/ (дата обращения 02.03.2019).

ценности россиян ориентированы на «общество потребления». Авторы Гладарев и Цинман отмечают: «Огромное значение придается комфорту и гедонистической интерпретации потребления»[13]. Необходимо отметить, что в современном российском гастрономическом дискурсе, стала активно использоваться оценочная лексика: йогурт «Нежный», сок «Любимый сад», колбаса «Особенная» и т.д. Изменилась повседневная языковая практика россиян. В этой сложной ситуации особо важное значения имеет отражение православной культуры в общественном сознании, в частности проявляющееся в названиях пищевых продуктов.

1.6. Прагматонимы как разряд ономастики

В последнее время значительно увеличилось число лингвистических исследований взаимосвязи пищевого поведения человека с его речевым поведением. Данная работа рассматривает названия пищевых продуктов, следовательно, необходимо обратиться к именам собственным. Труд, на который в основном будет опираться данное исследование в этом аопросе, это коллективная монография «Еда по-русски в зеркале языка» У. Долешаль, М. В. Китайгородская, Н. Н. Розанова[14].

Одной из самых характерных тем для общения в любом социуме является тема «хлеба насущного». Поэтому пищевой дискурс и связанные с ним проблемы чрезвычайно актуален. Особенно остро данные вопросы стоят в современном мире, который переживает бурный технологический прогресс и интеграцию в области социально-культурного пространства. Очень многие особенности, связанные с ритуалами и обычаями в пищевом поведении с одной стороны становятся общедоступными в планетарном масштабе, с другой, наблюдается повсеместное заимствование и смешение таковых в отдельно взятых сообществах.

---

[13] Гладарев Б. Дом, школа, врачи и музеи: потребительские практики среднего класса // Новый быт в современной России: гендерные исследования повседневности: коллективная. СПб. 2009. С. 189.
[14]. Еда по-русски в зеркале языка. М. 2013. С. 586.

Особенно ярко это заметно в нашей стране на постсоветском пространстве. Преобразования в сфере современного общественного питания не могли не сказаться на укладе повседневной жизни, культуры питания и социальных взаимодействий в «пищевой» сфере. Здесь мы можем наблюдать серьезные изменения характера и форм взаимодействия, включая речевое общение. Расширился ассортимент пищевых продуктов, связанных с иноязычной гастрономической лексикой. Знакомство с новыми блюдами и новой культурой, в частности кулинарной, идут параллельно. Поэтому появляются и новые стереотипы пищевого поведения, и новые пищевые символы. Поскольку пищевое и речевое поведение сильно связаны, то и в лингвистическом поле «пища» тоже происходят стремительные изменения.

Однако нужно заметить, что исследований в области пищевой лексики недостаточно, как на Западе, так и в России. Именно этим объясняется большой интерес к этой теме, который наблюдается в последние десятилетия. Не охваченных вопросов еще очень много. В настоящей работе мы обращаемся к исследованию проявления в языке пищевого поведения общества в аспекте отражения в языке православной культуры. В последнее время в России в прагматонимах (названиях товаров и продуктов), а именно в названиях блюд общественного питания все чаще появляется православный компонент – слова и понятия, связанные с православной культурой, что делает заявленную тему актуальной.

1.7. Эргонимы как разряд ономастики

В конце XX столетия в России произошли судьбоносные социальные и политические изменения. Советский Союз прекратил свое существование и, сменивший его, демократический строй кардинально поменял экономику страны. Благодаря рыночным отношениям появилось много новых предприятий, фирм, компаний, у каждой из которых есть свое название – эргоним. Именно в это время стали появляться деловые сообщества, названные в честь восточнославянских языческих богов. В дальнейшем

популярность таких названий неуклонно росла, а параллельно с этим наблюдалось бурное развитие неоязыческих идей в целом. Из этого можно заключить, что существует связь между этими двумя процессами, а это в свою очередь побуждает проанализировать тенденции развития языески мотивированной эргонимии в России. К этому явлению, современному русскому неоязычеству, можно относиться по-разному. Кто-то видит в этом религиозное движение, кто-то националистические идеи или квазирелигиозные политические течения, кто-то просто историческую реконструкцию, и тогда явление сводится по сути к взрослым играм. Некоторые публицисты, такие как, например, В. Василик, напрямую связывают эти явления с проектами советских либо американских спецслужб[15]. Как бы там ни было, несомненным остается одно – большой интерес соотечественников к древней, а может даже праславянской, русской культуре и истории. Из этого следует, что крайне важно разобраться в сути этих процессов.

Издавна и простых обывателей и ученых привлекают имена собственные, их сегодня изучают профессиональные исследователи самых разных отраслей науки. В данной работе пойдет речь о таком направлении ономастики, как эргонимия. Для определения обратимся к «Словарю русской ономастической терминологии»: «Эргоним – собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка»[16]. Соответственно дисциплина, изучающая эргонимы, их историю, развитие, способы и принципы образования – называется эргонимия. В России, в связи с переходом на рыночную экономику, возникла масса новых предприятий, от больших корпораций до скромных ларьков и торговых палаток. Старые названия многих учреждений и деловых сообществ, сменив форму собственности, были заменены на новые. Вновь возникшие городские объекты получали свои индивидуальные

[15] Василик В. диак. Неоязычество как проект западных спецслужб по разрушению России //Русская народная линия, 2017. URL: http://ruskline.ru/news_rl/2012/05/02/neoyazychestvo_kak_proekt_zapadnyh_specsluzhb_po_razrusheniyu_rossii (дата обращения: 30.01.2019).
[16] Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. М., 1988. С. 181.

собственные имена. В Советском Союзе в основном встречались невыразительные, не отличающиеся выдумкой и разнообразием, но точно отражающие суть, сообщающие о типе товара, названия – «Одежда», «Продукты», «Рынок» и т.д. Сегодня имянаречение наблюдается по большей части в области коммерции и обусловлена потребностями маркетинга, выполняет задачи позиционирования. Занять выгодную позицию на рынке, не потеряться в товарном изобилии, привлечь потребителя – вот главная цель. Удачное имя – успех фирмы, оно стимулирует продажи, создает привлекательный имидж предприятия. В качестве примера можно привести историю, которая может считаться с точки зрения эргонимии хрестоматийной. Автомобиль «Жигули», прототип итальянского «Фиата». В советское время 70% продукции Тольяттинского автозавода отправлялось на экспорт, стране нужна была валюта. Но в Европе эргоним «Жигули» вызывал ассоциацию со словом «жигало». Пришлось для данного рынка переименовать товар – так «Жигули» стали «Ладой». Все это говорит о том, что эргономическая лексика представляет собой постоянно меняющийся, живой мир и занимает особое положение в ономастике.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что рекламная и информативная функции являются основными для эргонима. По степени указания на именуемый объект, опираясь на труд В.Д. Бондалетова «Русская ономастика», выделяют 3 группы эргонимов[17]. Первая – наименования с низкой степенью необходимости номенклатурного указания («Автосалон», «Фрукты»). Вторая – эргонимы со средней степенью необходимости, их значение вполне определенно сообщает о перечне товаров и услуг («Зоомагазин», «Антикафе»). Третья – названия с высокой степенью необходимости слова-сопроводителя, потому что очень слабо отражают в семантике вид деятельности объекта («Дружба», «Заря»). Таким образом становится очевидна важность отражения в эргониме особенностей именуемого объекта.

[17] Бондалетов В.Д. Русская ономастика. М. 1983. С. 74.

Но обязательно нужно учесть, что эргоним не столько обозначает какой-либо товар, но и вызывает ассоциации со значениями других слов, а этот момент очень важен, поскольку чем положительней ассоциация, тем лучше название фирмы выполняет свою функцию привлечение клиентов. В связи с этим также стоит упомянуть и об аттактивной задаче эргонима, которая позволяет отличать конкретную компанию от конкурирующих, и здесь принципиальное значение имеет точность в названии, потому что это напрямую влияет на доступность предприятия.

1.8. Языческие мотивы в эргонимии

Как уже говорилось выше со времен перестройки в нашей стране стали появляться предприятия, названные в честь языческих богов славянского и неславянского происхождения. С 90-х годов полки книжных магазинов заполонили издания, посвященные языческой культуре. Основная часть этих книг, к сожалению, носила явно псевдонаучный характер. Так как спрос рождает предложения, а в современной России издатели очень чутко реагируют на интересы читателей, то сегодня с полной уверенностью можно констатировать факт увеличения литературы по данной тематике, правда надо отметить, что среди изданий появились и научные труды. Это напрямую повлияло на количество язычески мотивированных названий фирм и предприятий. В условиях рыночной экономики бизнесмены, выступающие в данном случае как имятворцы, сразу поняли, что люди, будь то клиенты, деловые партнёры или просто прохожие, делают свои первые выводы об объекте по его названию. Это еще раз доказывает, что эргонимы очень изменчивы и открыты для влияния языковой моды, а, следовательно, дохристианская мифология на них тоже влияет.

Данная работа является продолжением начатого в предшествующие года исследования, связанного с отражением религиозных мировоззрений общества на примере язычески мотивированных эргонимов славянского происхождения, которое опиралось на труды А. А. Бескова, в частности на его

статью, посвященную восточнославянскому язычеству в реалиях российского общества. А.А. Бесков обратился к данным интернет-сайта ООО «Коммерсантъ КАРТОТЕКА»[18] и подсчитал количество язычески мотивированных эргонимов, закрепленных за юридическими лицами, зарегистрированными в России. Обрабатывалась информация с 1989 по 2015 года. Проанализировав собранный ономастический корпус, автор смог представить интегральный показатель изменения численности таких эргонимов в нашей стране, в результате стало известно, что их количество постепенно возрастает[19]. В работе предыдущих лет рассматривались подобные названия деловых сообществ, возникших в нашей стране в 2016 – 2017 годах, а ее выводы подтвердили все тенденции, обозначенные Бесковым. А в исследовании 2017-2018 годов в ономастический корпус были включены язычески мотивированные эргонимы неславянского происхождения, построенные на идее теонимов индуистских, кельтских богов и божеств зороастризма. Это было сделано с целью проследить динамику и выяснить сохраняются ли в нашей стране процессы, связанные с этой проблематикой.

Методика сбора информации состояла в следующем: на интернет-сайте «Желтые страницы»[20] собирались результаты по поисковым запросам, в качестве которых выступали имена неславянских языческих богов. Вся полученная информация внимательно просматривалась, чтобы названия, попавшие в выборку, были релевантными исследовательским задачам. Обязательно нужно упомянуть, что в ономастический корпус вошли не только те названия, которые полностью идентичны летописным теонимам, но и те, которые от них образованы – например, «Митра-Риэлти» и т.п. Далее результаты поисков суммировались по каждому запросу. Весь получившийся ономастический корпус поделен на группы, связанные с конкретным

[18] Информационное агентство ООО Коммерсантъ КАРТОТЕКА// kartoteka.ru, 1995-2019. URL: http://www.kartoteka.ru (дата обращения: 14.02.2019).
[19] Бесков А. А. Восточнославянское язычество. Саарбрюккен. 2010.С. 6-19.
[20] Желтые страницы – справочник компаний России. URL: http://www.yp.ru (дата обращения: 12.02.2019).

теонимом, участвующим в запросе, и расположены по порядку в зависимости от количества названий от большего числа к меньшему.

Также нужно остановиться на географическом вопросе. Поскольку нас интересуют религиозные мировоззрения общества, то будет вполне уместным рассматривать не только территорию современной Российской Федерации, а пространство, населенное людьми, которые сформировались как личности в одной культурной парадигме и в последствии с одной доминирующей религией. В данном случае речь идет о странах СНГ, ранее входящих в состав Советского Союза, граждане которых имеют один менталитет и по сути один язык, а также общие традиции. В частности, в ономастикон данного исследования вошли названия украинских и белорусских фирм.

В качестве ономастической типологии, ссылаясь на труд С.О. Горяева, было выбрано деление на две группы: отобъектные с косвенной мотивировкой и неотобъектные[21].

Выводы

Изучая Священное Писание можно легко обнаружить, что с самого начала творения мира Богом большое внимание уделяется именам. Со времен Адама до сегодняшнего дня присвоение названий тесно связано с процессом познания и идентификации, и представляет практический интерес для человечества в целом и для миссионерской деятельности в частности, поскольку отражает религиозное мировоззрение автора.

Имена собственные с одной стороны просто, а с другой точно и конкретно указывают на определённый предмет, в этом заключается их сложная, но очень нужная социальная функция.

В этой работе будет вестись разговор о прагматонимах, в состав которых включен православный компонент, и о язычески мотивированных эргонимах, т.е. о современной русской коммерческой ономастике. Сегодня для разных

[21] Горяев С.О. Номинативные интенции субъекта ономастической номинации (на материале русских прагмонимов). Екатеринбург, 2000. 20 с.

областей науки, в том числе и теологии, данная тема и связанная с ней проблематика очень актуальна, поскольку она является очень точным индикатором социальных процессов и мировоззрений общества и позволяет выяснить уровень грамотности этноса в религиозных вопросах. Особый интерес в связи с этим представляет популярность пищевых продуктов, содержащих отсылку к христианской культуре, и языческих идей славянского и неславянского происхождения среди россиян, которая четко прослеживается в названиях предприятий. Эта тенденция наводит на мысль о возможной связи этих процессов и необходимость из изучения.

Глава 2. Прагматонимия и культура православной трапезы

В практической части данной работы будет рассматриваться классифицированный ономастический корпус, формирующийся с 2016 года. Сначала разберем прагматонимы, объединенные в группы по принципу содержания в них определенных лексем, и выявим сколько названий пищевых продуктов в процентном отношении коррелируются с понятиями православной культуре. Это поможет узнать уровень грамотности этноса в религиозных вопросах через воцерковленность имятворцев. Отметим, что общее количество прагматонимов данного корпуса, а их по количеству 115, принимается за 100%.

2.1. Названия, основанные на идее монастыря, монастырской жизни

В данную группу этой работы включены названия, объединённые общей семантикой – отношение к монастырю, монашеской жизни.

2.1.1. Указание-сравнение, лексема «по-монастырски» (38 прагматонимов, 33 %)

«Свинина по-монастырски». Первое название ономастикона вынуждает нас разобраться с вопросом о постной и скоромной пище с точки зрения православия. В Евангелии от Матфея мы читаем: «В первый же день опресночный приступили ученики к Иисусу и сказали Ему: где велишь нам приготовить Тебе пасху?» (Мф. 26:17) Несмотря на то, что Евангелие входит в канон Новозаветных книг Библии, речь в данном отрывке идет о традиции Ветхозаветного праздника, который включал в себя поедание закланного агнца, т.е. мяса. Правила и постановление Новозаветной Церкви гласят: «Аще кто, епископ, или пресвитер, или диакон, или иподиакон, или чтец, или певец, не постится во Святую Четыредесятницу пред Пасхою, или в среду, или в пяток, кроме препятствия от немощи телесныя: да будет извержен. Аще же мирянин: да будет отлучен»[22]. Что же касается монастырской трапезы, то тут

[22] Никодим (Милаш), священисп. Правила Святых Апостолов и Вселенских соборов с толкованиями//Азбука

и вовсе все гораздо строже. Например, *старец Дионисий, один из самых почитаемых афонских духовников, один из последних столпов «старой школы» исихазма, которого называли «патриархом Афона», так высказывался по этому вопросу: «*Святые отцы решили, что монахи не должны есть мяса, потому что оно разжигает страсти более всякой другой пищи. Мясо – не нечистая пища, это пища, данная Богом, но святые отцы решили, чтобы в монашестве не ели мяса ни под каким предлогом, чтобы легче было бороться с плотскими страстями»[23]. Священник Алексий Колосов дает такие комментарии по данному вопросу: «Проблема не в самом мясе (пища не приближает человека к Богу и не отдаляет от Него), а в том, что отказ от мяса является для монахов действенным методом самодисциплины и установления контроля над телом. С духовной точки зрения, систематический отказ от мясной пищи имеет смысл только в рамках монашеской дисциплины»[24]. Одним словом, необходимо с рассуждением относиться к данному аспекту. Пост, связанный с едой, нужно воспринимать не как закон, а как твердую рекомендацию, но из вышесказанного становится очевидно, что в православной культуре мясные блюда не могут быть связаны с монахами и монастырями, в отличии от Запада, где пренебрегли этим правилом, и католические монахи вкушают мясо. Таким образом, мы видим, что первый прагматоним демонстрирует неграмотность имятворца в вопросах православной культуры.

«Жаркое по-монастырски». Для большей убедительности в качестве примера приведем список ингредиентов этого блюда: 500 г свиной шейки, 4 картофелины, 2 средних морковки, 1 крупная луковица, 20 г сушёных грибов, 1 лавровый лист, 4 ст.л. сметаны, 800 мл воды или мясного бульона, растительное масло для жарки, небольшой пучок петрушки, соль, молотый

веры, 2005. URL:https://azbyka.ru/otechnik/Nikodim_Milash/pravila-svjatyh-apostolov-i-vselenskih-soborov-s-tolkovanijami/. (дата обращения 23.12.2018).

[23] Дмитрий Н. Пост – это Божественная благодать. Из бесед со старцем Дионисием (Игнатом) URL: Русская беседа, URL: http://forum.rusbeseda.org/index.php?topic=14866.0 (дата обращения: 23.12.2018).

[24] Колосов Алексий свящ. Почему монахи не едят мясо? Задать вопрос священнику //Православие и мир, 2003-2019. URL: http://www.pravmir.ru/vopros-otvet/pochemu-monaxi-ne-edyat-myaso/ (дата обращения: 2.03.2019).

чёрный перец. Свиная шейка и мясной бульон продукты скоромные, а значит, как мы выяснили ранее, несовместимы с понятием монастырская еда. Продолжая тему несоответствия названий пищевых продуктов православной культуре можно перечислить следующие прагматонимы: «Мясо по-монастырски» (ингредиенты: мясо – свинина, говядина или кура, картошка и т.д.), «Голуби по-монастырски», «Утка по-монастырски», «Фазан по-монастырски», «Рулет из фазана по-монастырски», «Индейка по-монастырски».

Последнее время становится популярным православный туризм. На сайте, посвященном этому виду путешествий, PILIGRIM размещен рецепт «Кофе "по-монастырски"». Автор заметки уверяет, что такой способ заваривания кофе он узнал в одном из православных румынских монастырей. В частности, автор сообщает: «Нужен хороший и очень мелко**,** практически в пудру перемолотый кофе. Заваривать его надо в обычной турке, но вместо воды заливается... ром; очень вкусно и совершенно необычное ощущение от мгновенно пьянящего горячего алкоголя и резко тонизирующего кофеина»[25]. Если даже частная история в Румынии действительно имеет место, то в данном рецепте идет устойчивое позиционирование связи кофе и крепкого алкоголя как монастырской традиции, а это противоречит канону.

«Пельмени по-монастырски (постные)». Название блюдо пельмени плохо сочетается с понятием монастырь, но уточнение «постные» спасает положение. Для убедительности обратимся к рецепту – картофель и грибы. Эти продукты допустимы и, более того, являются традиционными в монастырской кухне. «Котлеты по-монастырски». История отчасти повторяется, котлеты и монастырь не лучшее словосочетание, но рецепт (картофель, лук, зубчик чеснока, грецкие орехи) точно указывает на допустимость такого блюда, а значит и названия в православной культуре.

---

[25] Кофе "по монастырски"//Кулинарные рецепты Российских монастырей, 2019. URL: http://news.wekzdorov.ru/index.php/pit/489-kulinarnye-retsepty-rossijskikh-monastyrej/ (дата обращения: 15.04.2019).

«Рыба по-монастырски». В этой группе рассматриваются названия пищевых продуктов, в состав которых входит рыба и морепродукты. В отличие от мяса рыбу можно вкушать и в монастыре, и в определенные дни даже во время поста. «Хек по-монастырски», «Сельдь по-монастырски», «Сельдь **"по-монастырски"», «С**емга по-монастырски», «Постные бутерброды с сёмгой по-монастырски», «Рыба по-монастырски запечённая с картофелем и грибами», «Скумбрия по-монастырски», «Омары по-монастырски», «Постный судак фаршированный по-монастырски», «Постная рыбная солянка "По-монастырски"». Здесь можно наблюдать разнообразие рецептов и названий, что соответствует традициям. Все это в купе свидетельствует об устойчивой связи рыбы и монастырской трапезы в общественном сознании.

«Грибной суп по-монастырски». Суп – это блюдо очень популярно в православной кухне, хотя у него и не столь давняя история. Раньше использовалось слово похлебка. Эти блюда имеют схожие рецепты.

«Каша по-монастырски». Следующая группа объединена понятием каша и является по сути одной из самых многочисленных, но с часто повторяющимися названиями. Поэтому в данной работе приводятся только оригинальные прагматонимы. «Вареная чечевица по-монастырски» (болгарский рецепт), «Отварная фасоль по-монастырски», Последние два рецепта хоть и не включают в свое название само слово «каша», но по своим рецептам (состав продуктов и способ приготовления) относятся именно к этой группе и это весьма распространенный случай. Так же надо упомянуть и о том, что в мире появилось много названий подобных блюд, адаптированных к современным условиям – «Гречневая каша по-монастырски в мультиварке»[26].

«Омлет по-монастырски». Крашеное яйцо – символ праздника Пасхи, этим объясняется такое большое внимание, уделяемое этому продукту и украшению этих блюд в православной кухне, что в свою очередь отразилось

[26] Повар. Горячие блюда. "//Кулинарные рецепты Российских монастырей, 2019. URL: http://news.wekzdorov.ru/index.php/pit/489-kulinarnye-retsepty-rossijskikh-monastyrej/ (дата обращения: 15.04.2019). (дата обращения: 23.02.2019).

в общественном сознании. «Яи**чница с изюмом по-монастырски», «Я**ичница по-монастырски».

«Картофель по-монастырски». Этот продукт сравнительно недавно появился в светской и православной кухне, но благодаря своим качествам быстро завоевал популярность и легко прижился среди давно известных блюд. Из-за этого многим может показаться, что картофель с незапамятных времен является нашим национальным блюдом. Вследствие чего наблюдается богатая фантазия в названиях и рецептах, связанных с этим клубневым растением. Это можно будет заметить далее в этой работе.

Следующая группа названий является одной из самых традиционных в монастырской кухне, так как связана с заготовками, в частности солениями и хранением продуктов в маринаде. Они объединены понятием закуски. Хотя не все прогматонимы данной группы включают в свой состав – это слово, по своим рецептам они являются именно таковыми. Стоит оговориться по поводу того, что данные продукты подразумевают долгое хранение, но готовы к употреблению сразу после своего приготовления: «Маринованные баклажаны по-монастырски», «Капуста по-монастырски», «Кукуруза по-монастырски», «Закуски по-монастырски».

Даная лексема «по-монастырски» объединяет следующие названия: «Зразы с грибами по-монастырски», «Хлеб по-монастырски», «Чай по-монастырски», «Сладости по-монастырски». Таким образом, можно отметить, что массовые представления отражают разнообразие блюд и многокомпонентность кулинарного искусства монастырей.

В итоге из 38 названий блюд, объединенных лексемой «по-монастырски», 9 явно не соответствуют православной традиции, т.к. в их состав входит мясо. Еще два названия косвенно можно соотнести с монастырской трапезой, поскольку в приготовлении блюда используются постные продукты, это касается пельменей и котлет.

2.1.2. Прямое указание на отношение к монастырю, лексема «монастырский» (34 прагматонима, 29,5 %)

«Пельмени "Монастырские"», «Пельмени "Монастырские Традиции"», «Пельмени Премиум "Монастырские обычаи"», «Пельмени "Монастырские Традиции"». «Пельмени Премиум "Монастырские обычаи"», «Монастырская курица», салат «Монастырская закуска» (ингредиенты: 300-500 г. свинины; 300-500 г. картофеля и т.д.). В этом разделе данной работы снова фиксируется некорректные представления о православии и в частности монастырской кухне – мясные блюда связывается с монастырем. Подобными рецептами изобилует интернет[27].

«Монастырская каша», «Монастырский суп», «Суп "Монастырский"», «Монастырская постная уха из свежей рыбы», «Щи "Монастырские" с ванильными булочками». По составу продуктов эти блюда постные, а значит легко могут «вписаться» в православную кухню. Отметим, что они тоже отличаются разнообразием и интересной рецептурой.

«Котлеты "Монастырские"», «Монастырские котлеты». В данной работе уже говорилось о сочетании слов монастырь и котлеты, но в этом случае речь идет исключительно о постных блюдах из моркови, свеклы и капусты.

«Омлет "Монастырский"», «Омлет монастырский». В монастырской кухне, в зависимости от устава, нечасто встретишь подобные блюда. Они скорее относятся к светской трапезе и демонстрируют представление мирян о монастырских кулинарах, как о высоких профессионалах, у которых все продумано, гармонично подобрано, так как состав ингредиентов и способ приготовления свидетельствуют о том, что из простых продуктов можно приготовить очень вкусное, питательное и красиво оформленное блюдо.

«Семга постная, особого монастырского посола», «Семга постная, особого монастырского посола». В общественных представлениях четко зафиксировано, что рыба – это монастырское блюдо.

---

[27] Как приготовить мясо по-монастырски //КакПросто. Мясо. URL: https://www.kakprosto.ru/kak-243616-kak-prigotovit-myaso-po-monastyrski (дата обращения: 4.03.2019).

«"Тушенка" монастырская» (из картофеля), «Картофель монастырский», «Запеканка монастырская» (из картофеля), «Закуски "Монастырские традиции"». Все блюда исключительно постные и после хранения не требуют дополнительного приготовления, поэтому столь популярны в монастырях. Это свойство продуктов позволило в народном представлении прочно закрепить связь этих блюд с православной культурой.

«Монастырский хлеб». Постепенно исследования в данной работе подходят к названиям продуктов, которые сами по себе являются постными и некоторые из них пришли в светскую кухню именно из православной или даже конкретно монастырской. Это группа включает в себя хлебобулочные изделия и выпечку. «Монастырский кулич», «Пирожки из постного теста монастырские», «Монастырская коврижка (постная)», «Коврижка монастырская», «Булочки "Монастырские" (песочно-слоеные)», «Булочки монастырские на капустном рассоле».

Православную кухню и даже монастырскую в частности не стоит воспринимать как исключительно аскетическую. Напротив, их разнообразие и кулинарная фантазия способны удивить несведущего человека. В качестве примера можно привести продукты, объединенные понятием сладости - «Монастырские сладости», «Монастырские постные сладости», «Конфеты постные монастырские», «Монастырский чай», «Столица монастырских сладостей», «"Розочки" монастырские», «Кулебяка "Монастырская"». В общественном сознании довольно четко отражено, что православной культуре много «утешительных рецептов».

Подводя промежуточные итоги отметим, что в этой группе прагматонимов 7 названий не соответствуют православной традиции.

2.1.3. Указание через отсылку к духовному лицу, лексемы «монах», «монашеский» (14 прагматонимов, 12,2 %)

«Постная монашеская рыбная тарелка», «Горячий монашеский завтрак», «Постная монашеская закуска из устриц с лимончиками», «Монашеские

закусочные корзиночки», «Монашеские рулетики», «Нежная рубка в пароварке "Питания монахов"», «Постный десерт «Монашеский ужин», «Запеченный осетр «Монашеский стол», «Рыба запеченная "К монашескому столу"», «Постные баклажанные рулетики по-монашески», «Пирожки с фазаньим фаршем по-монашески», «Постный монашеский суп», «Монашеский завтрак», салат «Радость монаха». Такое разнообразие прагматонимов может говорить о том, что в массовом представлении жизнь монаха не представляется скучной и унылой, а с другой, о достаточной осведомленности об уставе жизни духовных лиц, потому что все перечисленные блюда являются постными. Словосочетания «устрицы с лимончиками», «нежная рыбка», «баклажанные рулетики», употребляемые в названиях продуктов, свидетельствует о том, что служение монаха ассоциируется с добротой и лаской.

2.1.4. Указание через известный ранее бренд, синтагма «монастырская изба» (3 прагматонима, 2,7 %)

«Торт "Монастырская изба"», «Закуска "Монастырская изба"», вино «Монастырская изба». Этот бренд известен в нашей стране еще с советских времен благодаря болгарскому вину. Качество продукта спровоцировало тиражирование прагматонима и обеспечило ему определенную популярность. Правда само слово изба в реальности не связывается с монастырским укладом жизни, монахи живут в кельях. Но в массовых представлениях «изба» легко сочетается с монастырем и не вызывает в быту никакого антагонизма. Поскольку вина приготавливается из виноградного сока, то является постным продуктом.

2.1.5. Указание через отсылку к особенностям монастырского уклада жизни, лексема «келейный» (2 прагматонима, 1,8 %)

В данной группе представлены два прагматонима «Келейная колбаса» и «Келейная колбаса (польская)»[28]. Значение слово келья – жилище монаха. С этим связывается слово колбаса, в состав которой входит постная свинина, жирная свиная грудинка, зайчатина, телятина, мясо птицы, соль, перец и красное вино. Что в купе выглядит в лучшем случае как пародия и не коим образом не может входить в меню монастырей.

2.2. Названия, основанные на общецерковной ассоциации

Во второй группе данной работы рассматриваются названия, объединённые общей семантикой – представления в общественном сознании о святости и о самом главном празднике всех христиан Пасхе.

2.2.1. Указание на высшую степень благоговения, лексема «святой» (9 прагматонимов, 7,8 %)

«Закуска из лангуста по-святоданиловски», «Запеченная стерлядь "По-святоданиловски"», «Постные стейки из семги по-святоданиловски», «Корейка косули по-святоданиловски», «Курник с грибами по-святоотечески», «Постный фасолевый соус а-ля майонез "Святой Илларион"», «Закусочный торт с икрой по-святоданиловски», «Постный монашеский тортик "Святое сердце Христа"», «Постная монашеская закуска "Святые Христовы яйца"». Здесь среди прагматонимов есть названия, обозначающие духовных лиц, и лексема «монашеский». Следовательно, названия можно было бы ввести в другие группы, ранее представленные в данной работе, но семантика Свято-Даниловского монастыря перетягивает.

---

[28] Крестьянская польская колбаса //kulina.ru: кулинарный портал, 2000-2019. URL: http://www.kulina.ru/articles/pogreb/ kolbasy/goryacheekopchenie/ krestyanskayapolska/ (дата обращения: 02.04.2019).

2.2.2. Указание на религиозный праздник, лексема «пасхальный» (7 прагматонимов, 6,1 %)

«Пасхальная заливная рыба», «Пасхальная каша», «Пасхальный рулет с омлетом и лососем», «Пасхальный омлет», «Омлет "Пасхальное яйцо"», «Пасхальный хлеб», «Греческий пасхальный хлеб». Стоит особо рассмотреть прагматоним «Пасхальная каша». Причастность к этой группе названий очевидно, но на самом деле это блюдо называется «Кутья» – каша, обычно рисовая, с медом, изюмом, которую едят на поминках. В качестве иллюстрации можно привести список ингредиентов, используемых в приготовлении продукта «Греческий пасхальный хлеб»: мука пшеничная, желток яичный, сахар, дрожжи, молоко, масло сливочное (пасхальный хлеб подразумевает употребление после окончания поста), цедра лимона, цукаты, масло растительное, соль, анис (молотый), кунжут (семена), яйцо куриное (вареные, 5 - пасхальных крашеных). Таким образом, становится очевидным, что данное хлебобулочное изделий – это праздничный продукт, содержащий и в своем названии и рецепте признаки Пасхального торжества, а также демонстрирующий огромное разнообразие, традиции и кулинарные изыски православной кухни.

2.3. Названия, основанные на идее священноначальной иерархии

В третьей группе собраны названия, объединённые общей семантикой – иерархи церкви.

2.3.1. Указание на высокий уровень священноначалия, лексема «архиерейский» (7 прагматонимов, 6,1 %)

«Печенье овсяное ВкусВилл "Архиерейское"», «Постные котлеты "Архиерейские"» [20], «Картофель по-архиерейски» [8], салат "Архиерейский", (ингредиенты: мясо (отварное) — 500 г., яйцо куриное — 5 шт., майонез (250 мл.) и т.д.). В общественном сознании «Архиерейское» - значит очень хорошее, свидетельствующее о высоком качестве. Так же здесь

просматривается и уважение к духовным персонам столь высокого уровня. Однако есть и другой момент. Отдельно стоит рассмотреть следующий прагматоним – «Уха "Архиерейская"»[29]. Рецепт этого блюда включает в себя водку и куриный бульон. Таким образом, священнослужитель третьей (высшей) степени священства и, что немало важно, высшее лицо в черном духовенстве связывается со спиртным напитком и скоромной пищей[30]. Сам Иису Христос именуется апостолом Павлом в Послании к Евреям «Архиереем по чину Мелхиседекову во веки» (Евр. 6:20). Разновидностями названия этого блюда являются прагматонимы «Архиерейская уха» и «Уха по-архиерейски» с шампиньонами и шампанским. В данном случае просматривается некая изысканность, светскость, что скорее ассоциируется с чревоугодием, чем с лицом высшего духовенства. Таким образом 2 прагматонима в это группе противоречат монастырскому уставу.

2.3.2. Указание на высший уровень священноначалия, лексема «патриарший» (1 прагматоним, 0,8 %)

«Курочка "Патриаршия". В народном представлении продукт, в состав которого входит православный элемент «Патриарший», связывается с изысканностью, особым качеством. Вместо обычного обозначения продукта «курица» используется слово «курочка», в прибавлении суффикса проявляется уважительное отношение к высокой духовной персоне. Однако все это не сочетается с православным каноном, т.к. Патриархом может стать только монах, давший обед не вкушать мясо.

Выводы

На постсоветском пространстве достаточно много и часто в названиях блюд общественного питания встречается православный компонент. Хотя массовые представления не всегда точно отражают понятия христианской

[29] Уха "Архиерейская //Кулинарный портал. URL: http://www.kulina.ru/ (дата обращения: 24.04.2019).
[30] Священник// Религия, верования. Словари и энциклопедии на Академике. URL: http://dic.academic.ru /dic.nsf/ relig/91/ (дата обращения: 03.03.2019).

религии, но в тоже время «православные» лексемы в составе прагматонима ассоциируются с качеством и изысканностью продукта.

В целом выделяются следующие понятия и идеи, манифестирующие в общественном сознании представления о православной культуре. Во-первых, это идея монастыря и монашества (этим подчеркивается не только утилитарное значение трапезы, но и высший, духовный смысл), во-вторых, это идея церковной иерархии (четко прослеживается связь – чем выше сан духовного лица, тем изысканней блюдо, с одной стороны в этом видны почет и уважение, с другой, незнание аскетики иерархов церкви, духовенства, монашества), в-третьих, это, не представленная четко идея святости вообще и идея церковного праздника – Пасхи (традиции печь куличи и красить яйца не были уничтожены в советский период истории нашей страны, в народном сознании точно зафиксировано, что Пасха – это самого главный христианский праздник).

Таким образом, можно сделать вывод, что современное российское общество стремиться к своим культурным корням, пытается осмыслить разные аспекты и специфические особенности православия. Пищевой ономастический материал вбирает в себя такие слова и понятия как «келья», «патриарх», «святой» и др. Однако на фоне этого заметна неосведомленность во многих важных и принципиальных вопросах христианской религии. Это часто проявляется в переносе знаний и представлений о светском обществе на духовных лиц и уклад монастырской жизни. Из 115 прагматонимов 21 (18%) не коррелируется с православной культурой, выдавая религиозную неграмотность авторов. Но в тоже время цифра 82% явно свидетельствует о том, что в народном представлении христиане плохого не подадут поесть, и в этом чувствуется почет, уважение и желание приобщиться к православию.

Глава 3. Названия фирм, включающие в себя языческие мотивы славянского происхождения

В данной главе рассматриваются язычески мотивированные эргонимы славянского происхождения. В качестве основы были взяты названия божеств дохристианской Руси. Поскольку исторических и археологических артефактов очень немного, то в качестве основы использовались имена божеств из так называемого пантеона князя Владимира, известного по сообщению «Повести временных лет»[31]: Велес, Сварог, Перун, Макошь, Ярило, Стрибог. Затем такие эргонимы были проверены на представленность их в интернете. Всего получилось – 143 тономинации, которые были приняты за 100%. Теперь рассмотрим их последовательно.

3.1. Эргонимы, основанные на идее теонима Велес (113 эргонимов, 79,14%)

Ве́ле́с, Во́лос – одно из божеств древнерусского языческого пантеона, его еще иначе называют «скотий бог». Считалось, что он помогает сказителям и поэзии в целом.

Опираясь на теорию «основного мифа» можно сделать вывод, что Велес является антагонистом Перуна, следовательно, один из центральных богов мифологи славян. Выяснить до конца этимологию имени Велес так и не удается, но М. Фасмер в своих исследованиях по аналогии с моделью белый – белёсый, усматривает связь велий (великий) – Велес[32]. А Ю. В. Подлипчук в своих комментариях к «Слову о полку Игореве» приходит к выводу, что бога Велеса никогда не существовало, так как употребляется это слово в древнерусских источниках крайне редко и понять его проще, если исходить из семантики слова «великий»[33]. В вышеупомянутом «Слове о полку Игореве», Боян величается как «Велесовъ внуче», но осмысляется это как «внук

[31] Повесть временных лет. М., 2007. 191 с.
[32] Фасмер, М. "Велес"; "Волос"//Этимологический словарь русского языка: М.1986. С. 343.
[33] Слово о полку Игореве: древнерусский текст и переложения. Свердловск, 1985. 211 с.

богатырей», а не как внук бога Велеса. Однако, благодаря трудам В. В. Иванова и В. Н. Топорова мы узнаем, что в договоре 907 года между Русью и Византией бога Велеса сравнивают с золотом, а в обычае оставлять в дар этому богу несжатые злаковые стебли, так называемую «Волосовую бородку» (в «Повести временных лет» этот бог называется Волос), прослеживаются сельскохозяйственные функции Велеса[34]. Одним словом, сельское хозяйство, животноводство и мудрость – вот круг первых ассоциаций с именем этого бога.

Вначале будет представлена самая многочисленная группа названий фирм, имеющих отсылку к языческим мотивам. Столь большая популярность данного теонима наводит на мысль о том, что в большинстве случаев на выбор названия предприятия влияет сама причастность слова к древнерусскому язычеству. По всей вероятности, авторам эргонимов, исповедующих неоязычество, этого вполне достаточно. Можно предположить, что для наших соотечественников является очень привлекательным присутствие в названии делового сообщества темы сакрального. Отдельно стоит вспомнить Веселову книгу, как популярную фальсификацию, это безусловно повиляло на распространение данного теонима[35]. Важным является и тот факт, что данный эргоним соответствует большинству современных правил присвоения названий деловым объектам, бытующим в нашей стране. К этим правилам можно отнести краткость и новизну, легкость произнесения и благозвучность. Размытость функций и неопределенность образа дают простор для фантазии.

В первой подгруппе приведены названия фирм, чья деятельность так или иначе имеет ассоциативные привязки к семантике языческого божества Велес. Их можно отнести к отобъектным названиям с косвенной мотивировкой. В основном это связано с природными материалами, животноводческой и сельскохозяйственной продукцией, указывая на функции данного божества.

---

[34] Иванов В. В. Велес. Т.1 //Мифы народов мира. М. 1987. С. 227.
[35] Данилевский И. Н. Велесова книга: //Православная энциклопедия: Т.9. М. 2005. С. 128-129.

ООО «Велес Дом Продукт» (производство оцилиндрованного бревна), ООО «Торговый дом «Велес» (официальный представитель масложирового комбината ОАО «Евдаковский МЖК»), ООО НПК «Велес» (разработка и производство диетических кормов и добавок для сельскохозяйственных животных и птиц), Центр ветеринарной медицины ООО «Велес» (весь спектр ветеринарных услуг), ООО компания «Велес» (асфальтирование территории, благоустройство и озеленение), ООО «Велес» (аптечная сеть), ООО компания «Велес» (ландшафтный дизайн), ООО «Агро-Велес» (сельхоз оборудование), ООО «ВеЛес» (продукцию из липы, осины), ООО «Велес» (купле-продажа с/х продукции), ИП «ВЕЛЕС» (кулинария), ООО оптовая компания «ВЕЛЕС» (мясная продукция), ООО «Велес» (торговля пиломатериаломи).

Ученые, основываясь на летописях, определяют Велеса как бога скота или шире – бога торговли. Это уже дает большой простор для использования эргонима в сфере бизнеса, но вненаучные трактовки его образа куда более многообразны. Во второй подгруппе собраны названия предприятий, в которых не просматривается явная семантическая связь с теонимом Велес, следовательно, они относятся к неотобъектным названиям.

ООО Компьютерный центр «Велес» (комплектация и монтаж локальных и глобальных сетей), ООО «Велес Строй» (торговля металлопрокатом), ООО «Велес» (реализацией складского грузоподъемного оборудования и комплектующих ведущих европейских производителей), ООО «Велес» (производство носочно-чулочных изделий), Компания «Велес Капитал Девелопмент» (реализация проектов малоэтажного строительства), ООО «Велес транс» (грузоперевозки), ООО «Велес-Н» (производство: посуда одноразовая, изделия из нетканых материалов), ООО «Велес Эстейт» (подбор помещений для банков, страховых компаний, сетевых ретейлеров), ООО компьютер центр «Велес-Дата» (поставка вычислительной техники), ООО Компания «Велес» (отделочные материалы для жилых и офисных помещений), ООО «Велес-С» (продажа входных и межкомнатных, импортных и отечественных дверей), ООО «Велес-Мастерпол» (поставка товаров из-за

рубежа), ООО группа компаний «Велес-МС» (изготовление высококачественных автоматических ворот), ООО «Велес» (поставка бытовой химии), ООО «Велес» (качественные бухгалтерские услуги), ООО «Химки ТК "Велес"» (изготовление сантехнических кабин и перегородок), ООО "Велес-энерго" (обслуживание энергосетей), ООО "Велес Групп" (производство теплоизоляционных и огнезащитных материалов), ЧОО «Велес» (частная охранная организация, лицензия № 0293 ВО), ООО «Велес» (полосовые, ленточные, морозостойкие-стандартные ПВХ-завесы для промышленных помещений), ООО «Велес» (производство и поставка комплектов снабжения для дежурных шлюпок, символы ИМО), ЗАО «Велес» (оптовая и розничная торговля посадочным материалом), ООО «Велес» (проектирование и строительство под ключ индивидуальных домов), ООО «Велес» (комплектация строительных объектов стеновыми материалами), ООО «Велес-Авто» (автоперевозки и экспедирование грузов), ООО «Велес» (оптовая и розничная торговля сантехникой), ООО «Авто-Велес» (доставка товаров из Китая, Казахстана и других стран СНГ), ИП Алексеев Анатолий Дмитриевич «Велес» (стоматологическая клиника), ООО «Велес-С» (продажа металлопроката), ООО Торговый дом "ВЕЛЕС" (материально-техническое снабжение предприятий и организаций), ООО «Велес» (поставка натуральной кожи), ООО «НХК Велес» (оптовая реализация нефтехимической продукции), ООО Архитектурно – Строительная Компания «Велес» (архитектурное проектирование), ООО «Велес» (торговля алкогольной продукцией), ООО «Велес-Амид» (производство лакокрасочной продукции), ООО Фабрика мебели «Велес» (корпусную мебель из МДФ), ООО Торговая компания «Велес» (оптовая и розничная торговля бытовой химией), ООО «Велес» (торговля банковским оборудованием), ООО Компания «Велес» (ремонтно-строительные и транспортные услуги), ООО «Велес» (транспортно-экспедиторские услуги), ООО «Велес» (туристические услуги), ООО «Велес НН» (транспортно-экспедиционная компания), ООО «Велес» (перевозка насыпных грузов), ООО «Велес» (оптовая торговля: светлые нефтепродукты

– растворители, бензин, дизельное топливо), ООО «Велес» (поставка сырья для легкой промышленности), ООО ПКФ «Велес» (производит и реализует войлочные пыжи и картонные прокладки), ООО научно-производственное предприятие «Велес» (производство высокопрочных крепежей), ООО Торгово-Строительная Компания «Велес» (комплексное благоустройство территорий и водоотведение), ООО «Велес» (поставка оборудования и материалов для систем вентиляции и кондиционирования), ЧП «Велес-Тур» (туристическая фирма), ООО «Велес» (производство и продажа пеногасителей для розлива пива), ИП «Велес» (изготовление наружной рекламы, продажа светодиодной техники ELF), ООО «Велес» (производство тентов и каркасов), ООО «Велес» (торговля строительными материалами), ООО «Велес» (обеспечения промышленных предприятий высокотехнологичным оборудованием для производства), ООО «Велес» (торговое оборудование), ИП «Велес» (сдача в аренду офисных помещений), ООО «Велес» (торговля: паркет и ОСП плиты), ООО «Велес» (столярное производство, торговля пиломатериалами), ООО Автоцентр «Велес-40» (торговля легковыми, грузовыми автомобилями, автобусами), ООО Торговая компания «ВЕЛЕС» (керамогранит, поставка строительных материалов), ООО «Велес» (производственное, строительное и промышленное оборудование), ООО «Велес» (раскрутка сайта в поисковых системах), ООО ПК «Велес» (металл, трубы, метизы ЭСБО), ООО «Велес» – (торговля вагонкой и доской), ООО «ВЕЛЕС» (изготовление корпусной мебели на заказ), ООО КФ «Велес» (юридические и бухгалтерские услуги), ООО «Велес» (продажа пиротехники), ООО Научно-производственный центр «Велес» (производственно-коммерческая компания), ООО «Велес» (оптовая продажа мебели для баров, ресторанов, конференц и кинозалов), ООО «Велес» (изделий из стеклопластика и искусственного камня), ООО «Велес» (транспортная компания), ООО «Велес» (производство целлофана), ООО «Велес» (текстильная компания), Компания ООО «Велес-Строй» (строительство), Фирма ООО «Велес» (изготовление тары), ООО Торговая компания «Велес»,

ООО «ВТК ВЕЛЕС» (монтаж и комплектация проектов), ООО ТЭК «Велес» (транспортно-экспедиционная компания), ООО «Велес-Тревел» (туристическое агентство), ООО «Велес-Урал» (производство изделий из искусственного камня), ООО «Группа Велес-Менеджмент» (реструктуризация задолженностей), ООО «ВЕЛЕС-ФРУТ» (оптовая продажа овощей и фруктов), ООО «ВЕЛЕС» (оптовая продажа лакокрасочной продукции), ООО Уральская мебельная компания «ВЕЛЕС» (производство мебели), ООО оптово-розничная компания «ВЕЛЕС» (производство пастельного белья), ООО «ВЕЛЕС» (транспортная компания), ООО туристическое агентство «ВЕЛЕС ТУР», ООО торгово-производственная компания «ВЕЛЕС-УРАЛ» (интерьерные салоны, дизайн-бюро), ООО оптово-розничная компания «ВЕЛЕС-А», ИП «ВЕЛЕС» (производство, продажа, установка окон), ООО строительная фирма «ВЕЛЕС» (чёрная металлургия), ООО «ВЕЛЕС» (агентство недвижимости), ООО «ВЕЛЕС-БЫТ-СЕРВИС» (товары для дома), ИП «ВЕЛЕС-В.А.» (организация фейерверк-шоу), ООО торгово-монтажная компания «ВЕЛЕС» (изготовление решеток и ограждений), ОАО оптовая компания «ВЕЛЕС» (юридические услуги), ООО «ВЕЛЕС» (сантехническое оборудование), ООО «КАЛЕЙДОСКОП ВЕЛЕС-БЫТ-СЕРВИС» (строительные и отделочные материалы).

Поскольку неоязычество – явление сравнительно новое и представляет из себя искусственно созданное движение, опирающееся на богатую фантазию своих основателей и скудные исторические фрагменты, то говорить серьезно о языческой культуре не приходится, но если все же принять во внимание «Веселову книгу» и «Славяно-Арийски Веды»[36], то даже в этом случае окажется, что только 12 (10,5%) из 113 эргонимов имеют семантические привязки к языческому божеству. Такая очевидная религиозная неграмотность служит еще одним доказательством того, что новоявленные движения по возрождению некой «веры предков» ничто иной как чисто интеллектуальный

[36] Хиневич А.Ю. Славяно-Арийские Веды. Кн. 1: Саньтии Веды Перуна. Омск. 2001. С. 250.

продукт, не имеющий под собой ни глубоких историко-культурных коней, ни научных фактов.

3.2. Эргонимы, основанные на идее теонима Сварог (18 эргонимов, 12,5%)

Сварóг – как считают некоторые ученые, и в частности Климов Е.В., верховный бог восточных славян, а также небесный огонь, бог-кузнец и отец Даждьбога[37]. Пожалуй, самой популярной среди исследователей является версия о созвучии теонима Сварог с древнеиндийским svarga, что переводится как «небо» или «небесный». Из этого созвучия напрашивается вывод не только о лингвистическом родстве слов, но и функциях славянского божества Сварога. В связи с этим стоит вспомнить теорию О. Н. Трубачёва об индоарийском языковом субстрате на территории Северного Причерноморья и об отчаянных попытках в наши дни с помощью этой теории обосновать гипотезу об индоарийском происхождении теонима Сварог[38]. Опираясь на «Повесть временных лет», некоторые ученые указывают на тесную связь Сварога с Даждьбогом в древнерусском пантеоне. В ипатьевской летописи говорится об отношениях этих божеств как отца с сыном: «...сего ради прозваша и богъ Сварог... и по семь царствова сынъ его именемъ Солнце, его же наричють Дажьбогъ... Солнце царь сынъ Свароговъ еже есть Дажьбогъ»[39]. Нельзя не упомянуть и о версии последних лет. Н. И. Зубов предположил, что никакого бога Сварога в славянской мифологии вовсе нет, так как это имя в источниках упоминается лишь один раз и это, скорее всего, ошибочная интерпретация имени бога Сварожич, олицетворяющего огонь, которую мог сделать переписчик[40].

Прямых ассоциаций с этимологией или семантикой вышеупомянутого теонима в данных эргонимах не много, поэтому нижеперечисленные названия

---

[37] Климов Е. В. Монотеизм восточных славян//Вопросы истории. 2007. №12 С. 169.
[38] Трубачёв О. Н. Indoarica в Северном Причерноморье. М. 1999. С. 280: Его же. Этногенез и культура древнейших славян. М. 2003. С. 198.
[39] Повесть временных лет. М. 2007. С. 160.
[40] Зубов Н. И. Научные фантомы славянского Олимпа // Живая старина. 1995. № 3 (7). С. 46-48.

относятся к группе неотобъектных, с высокой степенью необходимости уточнений. Скорее всего данные названия связываются с этим словом по принципу значимости, звучности и претензией на лидерство, желание уже самим названием продемонстрировать мощь и славу предприятия, то есть все это в купе позволяет автору эргонима самоутвердиться, давая волю смелым фантазиям, которые преподносятся в качестве фактов.

ООО «Сварог» (производство противопожарных стальных дверей), ООО «Сварог» (продажа резервуаров и труб), ООО «Сварог» (производство рукавов высокого давления), ООО «Сварог» (производство продуктов питания: замороженные полуфабрикаты), ООО «Сварог» (оптовая торговля строительными материалами), ООО «Сварог-СД» (производство и монтаж металлических дверей), ООО «Сварог Трейдинг» (запасные части к транспортному рефрижераторному оборудованию), ООО «Сварог» (производство межкомнатные дверей), ООО «Сварог» (производство полуфабрикатов), ООО ТМ «Сварог» (оптовая торговля), ОАО «Сварог» (изготовление металлоконструкций), ООО МП «СВАРОГ» (продажа металлопроката), ИП «Сварог» (строительство дачных домов), ОАО Строительная компания «Сварог», ИП Рекламная группа «СВАРОГ» (наружная реклама), ОАО торгово-сервисная компания «СВАРОГ» (сварочные материалы, оборудование), Частное охранное предприятие «СВАРОГ», ООО монтажная компания «СВАРОГ» (охранные системы: проектирование, установка, обслуживание).

Для многих лидеров и адептов неоязычества отправной точкой является труд академика Б.А. Рыбакова[41], поэтому в основе многих учений этого движения лежат сфабрикованные факты, а порой и просто фантасмагории, в которых желаемое выдается за действительное. В силу этого учения язычество нового времени не представляют из себя стройной системы, все ограничивается именами якобы существующих богов без четкой иерархии в пантеоне и конкретной «зоны ответственности» каждого из божеств. Таким

[41] Рыбаков Б. А. Язычество древних славян. М. 2018. 639 с.

образом можно заключить, что и в этой группе эргонимов все названия имеют лишь совпадение с теонимом, но не раскрывают ни значения его, ни вероучения. Однако в данных примерах обнаруживается любопытное явление. Для некоторых названий характерна специальная игра слов, своеобразная шутка. Эта особенность хорошо описывается в монографии Т. А. Гридиной "Языковая игра", в частности автор пишет: «...используя различные ассоциативные связи, человек ... довольствуется уже имеющимися звуковыми комплексам»[42]. В рассматриваемом нами ономастиконе есть эргоним ОАО торгово-сервисная компания «СВАРОГ» – сварочные материалы, оборудование (г. Екатеринбург), это название образовано по созвучию со словом «сварка», а не из религиозных убеждений.

3.3. Эргонимы, основанные на идее теонима Перун (7 эргонимов, 4,89%)

Перу́н – в мифологии славян это бог-громовержец, а также покровитель князей и дружины в древнерусском языческом пантеоне.

С достаточно большой долей вероятности можно заключить, что этимология имени славянского бога Перуна восходит к праславянскому слову Perunъ, которое в свою очередь происходит от глагола perti, что значит «ударять» или «бить»[43]. При добавлении суффикса –unъ, по аналогии со словами «бегун», «прыгун», имя Перун приобретает значение «бьющий, разящий», например, громом и молнией. Прокопий Кесарийский, византийский писатель VI века, в книге «Война с готами» упоминает о культе Громовержца у славян: «…Они считают, что один из богов, творец молний, является владыкой над всеми, и ему приносят в жертву и совершают другие священные обряды»[44]. Одним из самых важных исторических источников в этом вопросе является «Повесть временных лет», которая содержит первые упоминания имени этого бога, возглавлявшего пантеон богов князя

[42] Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург. 1996. С. 4.
[43] Перун// Этимологический словарь русского языка: в 4 т.; Т. 3. М.1987. С. 246.
[44] Прокопий Кесарийский. История войн 3. Война с готами //Азбука веры, 2005. URL https://azbyka.ru/otechnik/6/vojna-s-gotami/ (дата обращения: 02.03.2018).

Владимира[45]. Так же снова можно обратиться к договору, который был заключен между Русью и Византией в 907 году и содержит клятву Перуном.

В данной группе, несмотря на то, что она немногочисленна, можно проследить привязки к семантике лексемы в названиях предприятий, т.к. в народе Перун самый известный славянский бог. Это объясняется тем, что в древнерусских источниках о Перуне содержится много информации, поэтому и в художественной литературе и кино он упоминается чаще других божеств, и среди учёных, занимающихся восточнославянской мифологией, признан богом грозы и войны. Данные эргонимы можно отнести к группе отобъектных с косвенной мотивировкой, со средней степенью необходимости номенклатурного указания. А вот небольшая популярность подобных эргонимов наверняка связана с отрицательными ассоциациями, при восприятии теонима на слух, о чем в своей статье А. Бескова говорит так: «Вероятно, большему распространению этого названия мешают лишние, в том числе, явно неблагозвучные семантические, фонетические и орфографические ассоциации («связанный с перьями», «пердун», «перну»)»[46].

ООО «Перун» (продажа деревообрабатывающего оборудования), Компания «Перун» (проектированию арт-объектов), ООО НТФ «Перун» (строительство зданий и сооружений), ООО «Перун» (ремонт деревообрабатывающего оборудования), Оружейный салон-магазин «Перун» (оружие для охоты и самообороны), ЧП «РСВ-Перун» (физическая охрана объектов, людей, мероприятий, перевозимых грузов), ООО «ПЕРУН» (монтаж систем охраны).

3.4. Эргонимы, основанные на идее теонима Макошь (2 эргонима, 1,39%)

Мо́кошь (Ма́кошь) – в славянской мифологии это единственное женское божество, идол которого стоял наравне с идолами других богов в киевском капище князя Владимира. «Повесть временных лет», перечисляя кумиров

[45] Боровский Я.Е. Мифологический мир древних киевлян. Киев. 1982. С. 214.
[46]Бесков А.А. Реминисценции восточнославянского язычества в современной российской культуре. Нижний Новгород, 2015. С. 18.

богов Киевской Руси, завершает список именем Мокошь. Богиню связывают с ремеслами и в частности с прядением и ткачеством.

Именно так предлагают трактовать ее имя В.В. Иванов и В.Н. Топоров от слова mokos, что значит «прядение»[47]. Именно эти ученые выдвинули версию о том, что Мокошь древними славянами почиталась как жена Громовержца-Перуна, а, следовательно, играла одну из важнейших ролей в основном мифе. Отсюда вытекает персонификация пятницы, как нечетного дня недели в противоположность мужскому четному дню – четвергу. В данной трактовке аппозиция выглядит следующим образом: «чет – нечет», «четверг – пятница», «мужское – женское», «Перун – Мокошь». А вот Б.А. Рыбаков использует написание имени этой богиня «Макошь» и в своей монографии «Язычество древних славян» утверждает, что именно это божество является центральной фигурой культа дохристианской Руси, в которой славянские народы видели покровительницу плодородия, благоденствия и судьбы[48]. В поучениях против язычества и древних летописях достаточно часто упоминается имя этой богини.

Немногочисленность названий предприятий, связанных с именем богини, показывает непопулярность этого теонима. Можно предположить, что это происходит по гендерным причинам, руководители крупных компаний традиционно мужчины, следовательно, имя богини в качестве названия фирмы не представляет для них интереса. Хотя эти названия соответствуют правилам присвоения имен деловым объектам (новизна, краткость, благозвучие и т.д.), но сильно тяготеют к сфере рукоделия, пошива одежды, а это, в свою очередь, опять ассоциируется с интересами слабого пола. Плюс ко всему, мягкое шипящее звучание слова, также может влиять на не востребованность данного эргонима, так как слабо выражает идею могущества и уверенности.

---

[47] Иванов В.В. К реконструкции Мокоши как женского персонажа в славянской версии основного мифа // Балто-славянские исследования. М. 1983. С. 187.
[48] Рыбаков Б.А. Язычество древних славян. М. 2018. 639 с.

ООО «Макошь» (съёмки кинофильмов, кастинг, 3D анимация, историческое кино), ООО «Макошь h» (реализация компрессорного оборудования).

3.5. Эргонимы, основанные на идее теонима Ярило (2 эргонима, 1,39%)

Яри́ла (Яри́ло) – вопрос о статусе до сих пор остается открытым. Часть ученых считает, что оснований считать Ярило божеством нет. К ним присоединяется Н. Гальковский, который в частности утверждает, что первым о Яриле упоминает только Тихон Задонский в своих увещаниях жителям Воронежа в 1763 году, в то время как древние памятники и вовсе молчат на этот счет[49]. Таким образом, Ярило не больше чем «персонификация одного из летних праздников» в календаре славянских язычников. Но этот скептицизм разделяют не все ученые. Согласно энциклопедическому изданию «Мифы народов мира» от 1980 года Ярила считается «божеством весеннего плодородия»[50].

Согласно Шпилевскому Павлу Михайловичу (П. Древлянскому) Ярило предстает перед нами в образе молодого светловолосого кудрявого парня с венком на голове, колосьями в руке, сидя на белом коне[51]. Где он пройдет, там жди урожая, на кого взглянет, у того сердце разгорится любовью. Язычники в песнях и присказках обращаются к нему с просьбами о теплом лете и богатом урожае. Эти мифы легли в основу знаменитой сказки А. Н. Островского «Снегурочка».

По количеству названий можно говорить о непопулярности имени этого божества, несмотря на то, что данный теоним знаком многим по творчеству русского кллассика, и даже соответствие правилам присвоения названий деловым сообществам не спасло ситуацию. Но в данном случае мы наблюдаем пример объединения в одном эргониме двух теонимов связанных с язычеством (название первой фирмы). Для нашего исследования это представляет

[49] Гальковский Н. Борьба христианства с остатками язычества в Древней Руси. М. 2000. С. 41.
[50] Ярила // Мифы народов мира: Энциклопедия. Т2. 1988. С. 687.
[51] Шпилевский, Павел Михайлович (П.Древлянский). Белорусские народные предания /Рукописи, которых не было. Подделки в области славянского фольклора. М.2002. 310 с.

большой интерес. Эргоним отнесен к этой группе, так как на первом месте стоит слово «Ярило». Соединение двух теонимов дохристианской Руси основывается на схожести функций божеств – домашнее хозяйство и благополучие и антитезе: мужское – женское. Примечательно и то, что имя женского божества поставлено на второе место, возможно это связано с гендерным принципом, о котором мы говорили раньше. Согласно выбранной типологии это отобъектное название с низкой степенью необходимости номенклатурного указания.

ООО «Ярило и Макошь» (одежда и обувь для танцев, фигурного катания, гимнастики, цирка), ООО ТЕКО-Казань группа компаний Трансфер «Ярило (продажа, монтаж и обслуживание промышленного холодильного оборудования).

3.6. Эргонимы, основанные на идее теонима Стрибог (1 эргоним, 0,69%)

Стрибог – божество в языческой Руси, функции которого размыты. Из «Повести временных лет» мы узнаем, что в 980 году в Киеве князь Владимир установил идол Стрибога в числе прочих богов, а в «Слове о полку Игореве» мы встречаем упоминание старого бога (стрый – дядя, отец), деда ветров, что возможно указывает на атмосферные функции Стрибога[52]. В многочисленных поучениях против язычников часто повторяется имя этого божества.

Существуют две основные версии происхождения этого теонима. Индоевропеист Т. В. Гамкрелидзе и лингвист В. В. Иванов полагают, что этимология имени «Стрибог» неразрывна связана с индоевропейским словом dievas-pater, что значит «Небо-Отец»[53]. В результате тесного общения славянских и ираноязычных племен (скифов) часть слова dievas заменилась на иранское baga (в праславянском языке bogъ), а со временем части слов поменялись местами и индоевропейское pater перешло в славянское стрый. А российский лингвист О.Н. Трубачев в первой части теонима видит слово

[52] Л. А. Дмитриев. Слово о полку Игореве. Библиография изданий, переводов и исследований, 1938-1954. М. 1955. С.12.
[53] Гамкрелидзе Т.В. Индоевропейский язык и индоевропейцы: Т.2. Тбилиси.1984. С. 798.

праславянского языка sterti, что можно перевести как «распространять» и полагает, что Стрибог – это одушевленная сила природы, скорее всего ветер[54].

Самая малочисленная группа. Причина, возможно, лежит в размытости функций божества и не очень удобном звучании, а также ассоциация со словом «старый» многим кажется непривлекательной. Однако деятельность самого предприятия, имеющего данный эргоним, вполне точно увязывается с семантикой теонима, если опираться на версию О. Н. Трубачева – распространенность, ветер и оптовая торговля. Этот эргоним относится к отобъектным, с низкой степенью необходимости номенклатурного указания. ОАО «Стрибог» (оптовая торговля промышленными товарами).

Выводы

Из 143 названий только 24 (17%) являются отобъектными, т.е. связаны с семантикой мотивирующего аппелятива. Цифра говорит сама за себя, уровень грамотности народа в вопросах языческой культуры низкий, но можно ли требовать большего, когда реставрация восточнославянской мифологии в основном представлена в псевдонаучных работах. Скорее наоборот, религиозная неграмотность, связанная с язычеством, – это еще одно доказательство, что все движения по воскрешению «веры предков» основываются на «кабинетном мифе» и по сути являются выдумкой. Невозможно приобщиться к тому, чего нет. Если предположить, что до крещения Руси у восточнославянских язычников действительно была высокая культура, то от нее должны остаться исторические свидетельства как письменные, так и археологические, наглядным примером может послужить древний Египет, но таковых нет. Мысль о том, что христианство «религия слабых», поскольку призывает к смирению и прощению, а наши праотцы в язычестве были сильным, непобедимым народом тоже не выдерживает критики. Например, в «Хрониках Фредегара» (VII век) четко

[54] Трубачёв О.Н. Indoarica в Северном Причерноморье. М. 1999. С. 280; Его же Этногенез и культура древнейших славян. М. 2003. С. 198.

засвидетельствовано о чрезвычайно бедственном положении наших предков, находившихся под игом аваров[55].

Но анализируя выше представленный ономастикон мы приходим к выводу, что интерес соотечественников к религиозным вопросам не ослабевает. Имятворцу недостаточно чисто утилитарных функций эргонима, он жаждет духовных смыслов, а потому не перестает искать. Другой вопрос почему часть общества игнорирует мощные тысячелетние традиции и стройность вероучения православия и устремляет свои взгляды на дохристианскую культуру? То ли это дурное наследство советского периода, то ли лень и невежество, столь глубоко укоренившиеся в нашем менталитете, дали свои ядовитые плоды. Как актуально в связи с этим звучат слова апостола Павла об язычестве: «Но тогда, не знав Бога, вы служили богам, которые в существе не боги. Ныне же, познав Бога, или лучше, получив познание от Бога, для чего возвращаетесь опять к немощным и бедным вещественным началам и хотите еще снова поработить себя им?» (Гал. 4:8-9). Но это уже тема для отдельного внимательного исследования.

[55] Свод древнейших письменных известий о славянах: в 2 т. Т. 2. М. 1995. С. 367.

Глава 4. Названия фирм, включающие в себя языческие мотивы неславянского происхождения

В этой части работы представлены язычески мотивированные эргонимы неславянского происхождения. В данном исследовании в целях соблюдения релевантности по аналогии с предыдущей главой были взяты названия деловых сообществ основанных на идее языческих богов, встречающихся в индуизме, зороастризме, а также божества кельтского происхождения. Осуществляя запросы в интернете, по указанной в первой главе методике, было обнаружено 6 основных идей, послуживших основанием для названий деловых сообществ, перечислим их: Митра, Лакшми, Агни, Кубера, Савитар, Мерлин. В этой главе будет рассмотрено 44 эргонима, в целях соблюдения единообразия они будут приняты за 100%. Каждую группу названий фирм предваряет краткий семантический и этимологический анализ конкретного теонима.

4.1. Эргонимы, основанные на идее теонима Митра (22 эргонима, 49,94%)

Ми́тра – божество индоиранского происхождения, связанное с согласием, дружественностью, договором и солнечным светом. В переводе с авестийского языка, одного из древнейших иранских языков, представленных письменными памятниками, означает «дружба», в буквальном смысле «то, что связывает»[56]. Примечательно, что в данном значении слово Митра мужского рода, хотя в русском языке оно имеет женское окончание, с точки зрения фонетики происходит смягчение, что, в свою очередь, добавляет благозвучия.

О Митре, как божестве, встречаются упоминания в трёх аспектах: Ми́тра индоариев, как ведийское божество, у древних иранцев, как божество зороастризма и в эллинистический период, как главное божество митраизма.

[56] Иванов П.В. Сотериологические аспекты митраизма. СПб.. 2003. С. 86.

Религия была очень популярна в Риме с I века н. э., солдаты римских легионов были приверженцами культа, поскольку считалось, что этот бог приносит победу. Но особым почитанием культ пользовался среди социальных низов, т.к. данная религия провозглашала равенство среди ее приверженцев и обещала блаженную загробную жизнь, что и создавало особую привлекательность[57].

Любопытен тот факт, что уже древние апологеты христианства отмечали общие черты между данным культом и христианством. В особых мистериях Митры участвовали только посвященные мужчины. В митреумах они совершали жертвоприношения и культовые трапезы[58].

Основным мотивом обращения к данному теониму в имянаречении является то, что Митра как божество, символизирующее победу, подходит для любой сферы деятельности. Владельцу фирмы важно с одной стороны продемонстрировать идеи, связанные с превосходством и уверенностью, а с другой заручиться некой поддержкой у высших сил, позиционировать себя как амбициозного и застрахованного игрока в бизнес-сообществе, которое часто особенно в нашей стране ассоциируется с нестабильностью и риском.

В этой группе эргонимов собраны названия предприятий, в которых не просматривается явная семантическая связь с теонимом Митра, следовательно, они относятся к неотобъектным названиям.

ООО «Митра» (изготовление школьной, офисной, армейской, медицинской, гостиничной мебели), ООО «Митра» (создание сайтов), ООО «Митра Групп» (оценка имущества и юридическое сопровождение), «Митратехниксгрупп» (проектирование и поставка криогенного оборудования; инжиниринговые и консалтинговые услуги по криогенным и холодильным системам; комплектация промышленных объектов, использующих криогенную технику), ООО «Митра-тур» (туристическая компания), «Митра» (производство масла сливочного и масложировых

[57] Иванов П. В. Сотериологические аспекты митраизма. СПб. 2003. С.84.
[58] Митра// Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: в 86.Т. 37. СПб. 1896. URL:http://pravoslavnoe-duhovenstvo.ru/library/material/5910/. – 15.04.2019

продуктов), «Митра» (обслуживание юридических лиц; регистрация и ликвидация предприятий), «Митра» (производство: канаты, веревки, морские лини, шпагат, пакля строительная, шнуры), ТД «Митра» (производство и торговля: стропы грузоподъемные, льнопеньковая продукция), «Митра» (наружные работы по отделке зданий сайдингом, оптово-розничная продажа подвесных потолков), «Митра-Риэлти» (купля-продажа, обмен, расселение квартир), ООО «Митра» (индукционные лампы, светильники, прожекторы), «МИТРА» (оптовая торговля: электрические лампы, светильники), «Митра» (торговля нефтепродуктами), «Митра-тур» (санатории, горячие туры, круизы по Волге, отдых за рубежом), ООО «Митра Консалтинг Групп» (консалтинговая компания), ООО «Митра» (оптовые поставки рабочих перчаток, рукавиц, спецодежды, спецобуви), ООО «Митра Трейдинг» (поставка оборудования и материалов из Индонезии, Китая, Кореи), ООО «МК «Митра» (чугун, ферросплавы, цветные металлы), ЧП «Митра-Харьков» – Харьков (соки фруктовые, ягодные и овощные), ПКП «Митра» (принадлежности домашние, постельное белье, ковровые изделия), ООО «Митра» (бутылки и упаковочные тубы, баночки из пластика).

4.2. Эргонимы, основанные на идее теонима Лакшми (9 эргонимов, 20,43%)

Ла́кшми в переводе с санскрита буквально означает «счастье» и считается богиней благословения, изобилия, процветания, богатства и удачи. Она воплощает собой грацию, обаяние и красоту[59]. Такие характеристики как удача и богатство очень хорошо сочетаются с желанием владельцев бизнеса процветать. С этой точки зрения может даже показаться странным сравнительно небольшое количество коммерческих объединений, решивших взять в качестве названия данный теоним. Можно предположить, что мягкое и не совсем привычное для русского языка звучание, которое обеспечивается

[59] Лакшми // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона. В 86 т. Т. 33. СПб., 1896. URL:http://pravoslavnoe-duhovenstvo.ru/library/material/5910/ (дата обращения: 15.04.2019).

благодаря отсутствию твердых согласных и наличию шипящего звука в середине слова, отталкивает имятворцев от данного онима. Если учесть, что в основном пул руководителей коммерческих фирм и корпораций в нашей стране в гендерном аспекте представлен мужчинами, то указанная фонетическая особенность может быть весьма существенной. Но в тоже время нужно акцентировать внимание на том, что в данной группе эргонимов четко прослеживается связь между значением слова и родом деятельности фирм, значит их можно отнести к отобъектным с косвенной мотивировкой. Это говорит о том, что идеи успешности и застрахованности от нищеты, очень востребованы в российском обществе, прослеживаются явные интенции в названии предприятия иметь некий оберег, что опять же сопряжено с чем-то сакральным и мистичным.

ООО Торговый Дом «Лакшми» (поставка и гарантийное обслуживание упаковочного оборудования), ООО «Лакшми» (индивидуальные туры, аренда недвижимости на Кипре), ООО «Лакшми» (ювелирная мастерская, ломбард), Склад регион, ООО «Лакшми» (поставка складского оборудования), Салон красоты «Лакшми» (косметология), сеть магазинов здорового питания «Лакшми» (натуральные, экологически чистые, вегетарианские продукты), ИП «Лакшми» (сеть гастрономов здоровых продуктов), НПООО «Лакшми» (резидент Парка высоких технологий РБ), ЧП «Лакшми» (предоставление парикмахерских услуг).

4.3. Эргонимы, основанные на идее теонима Агни (6 эргонимов, 13,62%)

Далее в работе пойдет речь о языческом божестве Агни. Количество названий фирм, связанных с этим божеством немного, но стоит закономерность, которая прослеживается весьма четко – чем меньше популярность того или иного божества, тем выше степень семантических ассоциаций. Индийский бог Агни́ в переводе с санскрита означает «огонь» и считается, что он является покровителем жертвенного костра и домашнего очага[60]. Основной функцией Агни является посредничество между богами и

[60] Гамкрелидзе Т. В. Индоевропейский язык и индоевропейцы. В 2 т. Т. 2. Тбилиси. 1984. С. 798.

людьми и защита верующих в него от нищеты и голода, именно поэтому некаторе время он был главным из земных индийских богов[61].

Данные эргонимы можно отнести к группе отобъектных с косвенной мотивировкой, со средней степенью необходимости номенклатурного указания. В основном это фирмы, связанные с пиротехникой, сварочными работами и плазменными технологиями, т.е. их сфера деятельности так или иначе сопряжена с темой огня. Но особенно стоит выделить коннотации с идеей посредничества, так как именно на этом скорее всего основывается имятворчество владельцев книжных магазинов и издательских домов. Вероятно, авторы эргонима полагают, что человек читающий знаком с индийскими языческими верованиями и сможет достойно оценить ассоциативные привязки названия предприятия с данным божеством.

Студия Пиродизайна «Агни» (фейерверки), магазин «Агни» (реализация: художественные картины, фотопейзажи, репродукции, открытки, альбомы по искусству, учебные пособия, книги; услуги по печати, дизайну), издательский дом «Агни» (издательская деятельность, типография, прием заказов на печать), «Агни» (разработка, производство и ремонт сварочного инструмента), «Агни Прогресс» (поставка синтетических гранул для производства изделий из пластмасс, мягких контейнеров), «АГНИ-К» (плазмотроны и плазменные технологии).

4.4. Эргонимы, основанные на идее теонима Кубера (3 эргонима, 6,81%)

Теперь познакомимся с совсем немногочисленными группами эргонимов и попробуем в них проследить основные механизмы отражения религиозных воззрений общества на примере названий коммерческих объединений, содержащих языческие мотивы. В связи с этим рассмотрим еще одно индуистское божество. Перевод с санскрита слова Куби́ра несколько затруднен, но по версии Пола Томаса оно означает «имеющий уродливое

[61] Агни // Литературная энциклопедия. В 11 т. Т. 1. М. 1930. С. 29.

тело», потому что это одноглазый бог[62]. Кубера первоначально являлся божеством хтоническим, то есть олицетворяющим подземный мир, и ассоциировался с землей и горами[63].

Теоним непопулярен. Можно предположить, что это происходит по причине сравнительно малой известности самого божества с одной стороны и неблагозвучности слова на русском языке с другой. Из этого напрашивается вывод, что наши соотечественники не очень сильны в индуизме, а фонетический аспект речи играет очень важную роль в жизни российского общества. Мелодичность и закономерность, а порой даже музыкальность звукосочетания являются решающим фактором в вопросах предпочтения для человека, воспитанного в традициях русской культуры. Тем ни менее нужно отметить, что в данном конкретном случае мы видим жесткие привязки к семантике в эргонимах. Деятельность фирм, название которых построено на теониме Кубера, связана непосредственно с земляными работами, то есть в буквальном смысле из недр планеты черпаются богатства. Это не может не наталкивать на мысль о том, что в нашем обществе есть приверженцы индуизма, для которых принципиально важно привнести в название деловой корпорации свои верования и мистический смысл.

ООО «Кубера Нефтехим» (сварочно-монтажные работы, прокладывание трубопроводов, антикоррозионная защита), Компания ООО «Кубера» (добыча и обогащение железных руд), СПД «Кубера» (земляных работы всех видов).

4.5. Эргонимы, основанные на идее теонима Савитар (2 эргонима, 4,54%)

На данном этапе работы будет представлена последняя группа эргонимов включающих в себя языческие мотивы божеств индуистского происхождения. На русский язык Са́витар переводится с санскрита в первом

[62] Борухович В.Г. История древнегреческой литературы. Классический период. М. 1962. С. 62.
[63] Хтонические божества // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона. В 86 т. Т. 74. СПб., 1903. URL:http://pravoslavnoe-duhovenstvo.ru/library/material/5910/ (дата обращения: 15.04.2019).

случае как «побудитель», во втором как «Солнце»[64]. Эпитеты, применимые к этому божеству, позволяют смело судить о его солярном характере. У него золотые глаза, руки и даже язык, его запряженная белыми конями колесница, тоже золотая. Считается, что Савитар излучает сильное сияние вокруг себя и тем самым освещает землю, небо и весь мир. Такие благородные мотивы способны вызвать большую симпатию у поклонников. Не удивительно, что у язычника возникает желание сделать столь сильное, благородное и со всех сторон положительное божество своим кумиром и защитником[65].

Самая малочисленная группа язычески мотивированных эргонимов, связанных с индуизмом, представляется особенно интересной с той точки зрения, что имеет коннотации со славянским богом солнца Ярило. Примечательно, что в славянском язычестве и индуизме солярным божествам приписываются схожие радужные качества, в частности у Ярило золотые волосы, а Савитар весь золотой. И в том и в другом случае фигурируют белые кони[66]. Эти божества у поклонников вызывают большую надежду и радостные чувства. Однако можно проследить и общую тенденцию, связанную с немногочисленностью названий фирм, построенных на этих теонимах, даже соответствие правилам присвоения названий деловым сообществам не спасло ситуацию. Возможно, что в случае с ведийским божеством мешает ассоциация со словом «аватар» и, как следствие этого, под угрозу ставятся информативная и эстетическая функции эргонимов. В итоге можно говорить о том, что данные названия коммерческих объединений относятся к группе неотобъектных, с высокой степенью необходимости уточнений.

ООО «Савитар Плюс» (продажа инфракрасных пленочных обогревателей), ООО «Савитар» (производство и продажа дезинфицирующих средств: пероксимед, отбеливатель, средство для мытья посуды).

4.6. Эргонимы основанные на идее теонима Мерлин

[64] Савитр // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона. В 86 т. Т. 56. СПб., 1900. URL:http://pravoslavnoe-duhovenstvo.ru/library/material/5910/ (дата обращения: 15.04.2019).
[65] Там же.
[66] Ярила // Мифы народов мира. В 2 т. Т. 2. М. 1988. С. 687.

(2 эргонима, 4,54%)

Теперь в работе будет рассмотрена еще одна группа язычески мотивированных эргонимов, но уже кельтского происхождения.

Ме́рлин (англ. *Merlin*) – волшебник кельтских мифов и мудрец в британском цикле мифов, а также наставник и советник знаменитого короля Артура. Стоит отметить, что имя Мерлин встречается в средневековой кельтской поэзии бардов как эпитет. Происхождение этого слова тесно связано с валлийским именем *Myrddin* и возникло, скорее всего, в силу неправильной его интерпретации[67]. Валлийский язык относится к британской группе кельтских языков, который распространен в Уэльсе, западной части Британии, и является самым распространенным кельтским языком на сегодняшний день[68]. В кельтских легендах Мерлин – отшельник в лесной глуши, повелитель зверей. Его имя упоминается в поэме «Могилы воинов» (Englynnion Y Bedeu), написанной в форме «Englyn milwr» – трехстишье, содержится в «Черной книге из Кармартена» и приписывается барду Талиесину[69]. По приданию, Мерлин проклял саксов, которые после смерти Артура смогли захватить Британию. Это проклятие так или иначе сбылось. Вильгельм Завоеватель в битве при Гастингсе убил последнего саксонского короля Гарольда и королевский престол после Плантагенетов, Йорков и Ланкастеров захватили валлийцы по крови Тюдоры (то есть бритты), таким образом, власть вернулась к потомкам кельтов.

Легендарность и популярность Мерлина, на первый взгляд, должна сыскать большое количество приверженцев. Кто не хочет иметь в числе покровителей столь сильного заступника, кто не хочет уподобиться знаменитому королю Артуру. Но, как уже отмечалось в данной работе, для человека, выросшего в культурной парадигме нашей страны, очень важна эстетическая функция эргонима. Ассоциация в русском языке слов «Мерлин» и «мерин», способна напрочь отбить желание имятворцев иметь в названии

[67] Дмитриева О. Белый дракон над Англией // Знание-Сила. 1997. № 11. С. 4.
[68] Калыгин В.П. Введение в кельтскую филологию. М. 2012. С. 215.
[69] Дмитриева О. Белый дракон над Англией // Знание-Сила. 1997. № 11. С. 4.

своего предприятия подобные коннотации. Отсюда можно заключить, что россиянину благозвучность важнее смысловой нагрузки. Прямых связей с этимологией или семантикой вышеупомянутого теонима в данных эргонимах не много, поэтому нижеперечисленные названия относятся к группе неотобъектных, с высокой степенью необходимости уточнений.

ООО «Мерлин» (домашние и кухонные принадлежности; компьютеры, телекоммуникационные сети), ООО «Мерлин» (производство мужской одежды: футболки, поло, шорты, штаны, толстовки, джемпера).

Выводы

В современном российском обществе продолжают появляться названия деловых сообществ, включающих в себя теонимы языческих богов не славянского происхождения. Больше всего вызывает напряжение тот факт, что процесс очень стабилен. Так же стоит отметить, что есть несколько причин возникновения таких названий. Во-первых, исповедание самих культов. Многие эргонимы отобъектные с низкой степенью необходимости слова-сопроводителя, с четко выраженной семантической привязкой, значит, авторы названий хорошо знакомы с теми божествами, на идее которых основываются эргонимы (18 эргонимов – 41%). Во-вторых, желание подстраховаться, получить оберег, заручиться хоть какой-нибудь поддержкой, толкает имятворцев не гнушаться никакими божествами и культами, они твердо верят, что сакральные, мистические, пусть даже самые для российского менталитета экзотические названия смогут принести удачу, богатство и процветание. Речь идет о неотобъектных эргонимах, с высокой степенью необходимости уточнений (26 эргонимов – 59%). Наши сограждане демонстрируют неистребимую веру в то, что от названия зависит очень многое. Но в тоже время нельзя не отметить, что благозвучие в эргонимах уверенно доминирует над семантикой.

Заключение

В Богом созданном мире наречение имени имеет принципиально важное значение и тесным образом связано с мировоззрением и творческим началом самого имятворца. Подтверждение этому мы в большом количестве находим в Священном Писании. На рубеже XX – XXI веков в России, благодаря смене политической, идеологической и экономической формации произошел всплеск в области коммерческой ономаскики, которая отразила массовые представления о религии и отношение к ней.

В настоящем исследовании рассматривались религиозные мотивы в современной русской коммерческой ономастике в рамках двух разрядов – эргонимии и прагматонимики. Основным методом исследования был избран классификационный, основание для классификации – лексический состав онимов, а именно лексемы, отражающие религиозные мотивы христианского и языческого происхождения, а также использовался методы структурного и семантического анализа.

Внимательное изучение данного вопроса позволило сделать выводы, которые напрямую отвечают поставленным в исследовании задачам. В данной работе была представлена специфика ономастического подхода к языковому материалу, определена роль эргонимов и прагматонимов в выражении интереса к религиозным вопросам. В ходе исследования на конкретных примерах была выявлена религиозная неграмотность населения, проявляющаяся в прагматонимах, в состав которых включен христианский компонент, и в язычески мотивированных эргонимвх, отражающих интерес их авторов к религии. Проведенный в практической части анализ совершенно точно показывает наличие активного религиозного поиска в обществе и большого интереса к религиозным вопросам на современном этапе, нашедшие отражение в ономастке.

Ономастикон данного исследования включает в себя 302 названия, появившиеся за последние четыре года, что явно говорит о большом интересе

общества к религиозным вопросам. Прагматонимы, включающие православный компонент, на 82% коррелируются с христианской культурой, что свидетельствует о достаточно высокой религиозной грамотности общества. В язычески мотивированных эргонимах наблюдается иная картина: лишь 17% названий деловых сообществ, имеющих славянские дохристианские мотивы, являются отобъектными, т.е. связаны с семантикой мотивирующего аппелятива (это демонстрирует религиозную неграмотность этноса, но при этом количество таких эргонимов является стабильно высоким – 143); названия фирм имеющие неславянские мотивы на 41% являются отобъектными, (значит имятворцы хорошо знакомы с конкретными религиозными течениями, однако общее количество таких эргонимов в разы меньше – 44). Все это в целом говорит о том, что общество находится в состоянии активного религиозного поиска, оно стремиться к своим духовным корням, но дело в том, что эти духовные истоки все понимают по-разному. Не взирая на не научность и отсутствие единой концепции славянской дохристианской мифологии, в народе присутствует сильное влечение к язычеству, к фантасмагориям в вопросе «родной веры». Хотя на примере эргонимов мы точно видим, что благозвучность превалирует над информативностью, т.е. отсутствует желание разобраться в учении, которое исповедуешь, такая одержимость не может не вызывать опасений. В то же время мы видим, как православные мотивы практически всегда ассоциируются с качеством, престижностью, а христианский уклад жизни в большинстве случаев вызывает уважение, почет и желание приобщиться к нему. Среди идей, манифестирующих в массовом сознании представления о православной культуре, лидирует идея монастыря и монашества (этим подчеркивается не только утилитарное значение трапезы, но и высший, духовный смысл). Важность изучения этого вопроса не вызывает сомнений, а значит открывает большое актуальное поле для миссионерской деятельности.

Список литературы

1. Агни [Текст] // Литературная энциклопедия: в 11 т.; Т. 1 / Ред. коллегия: П. И. Лебедев-Полянский, А. В. Луначарский, И. М. Нусинов и др. – М.: Изд-во Ком. Акад.,1930. – 768 стб.: ил.

2. Барт Р. Мифологии [Текст] / Барт Р. – М.: Наука, 2004. – 122 с.

3. Бесков А.А. Восточнославянское язычество [Текст] / Бесков А.А. –Саарбрюккен, 2010. – 178 с.

4. Бесков А.А. Реминисценции восточнославянского язычества в современной российской культуре [Текст]: Ст.1/ А.А. Бесков // Colloquium heptaplomeres: Научный альманах; Вып. 2 / Сост. А.А. Бесков, Р.В. Шиженский. – Нижний Новгород: НГПУ им. К. Минина. – 2015. – С. 6-19.

5. Бондалетов В.Д. Русская ономастика [Текст] / В.Д. Бондалетов. – М.: Наука, 1983. – 74 с.

6. Боровский Я.Е. Мифологический мир древних киевлян [Текст] / Я.Е. Боровский; Под ред. Г.Н. Подлесной; Институт археологии АН УССР. – Киев: Наукова думка, 1982. – 214 с.

7. Борухович В.Г. История древнегреческой литературы. Классический период [Текст]: [Учеб. пособие для гос. ун-тов и пед. ин-тов СССР] / В.Г. Борухович. – М.: Высшая школа, 1962. – 275 с.

8. Булгаков С.Н. Свет невечерний [Текст] / С.Н. Булгаков. – М.: Республика, 1994. – 415 с.

9. Булыгина Т.В. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики) [Текст] / Т.В. Булыгина, А.Д. Шмелева. – М.: Просвещение, 1997. – 114 с.

10. Василик Владимир диак. Неоязычество как проект западных спецслужб по разрушению России [Электронный ресурс] / диак. Владимир Василик // Русская народная линия, 2017. – URL: http://ruskline.ru/news_rl/2012/05/02/neoyazychestvo_kak_proekt_zapadnyh_spec sluzhb_po_razrusheniyu_rossii. – Дата обращения: 30.01.2019.

11. Гальковский Н. Борьба христианства с остатками язычества в Древней Руси [Текст] / Н. Гальковский. – Репринт изд.1913, 1916 гг. – М: Индрик, 2000. – 700 с.

12. Гамкрелидзе Т.В. Индоевропейский язык и индоевропейцы [Текст]: Т. 2 / Т.В. Гамкрелидзе, В.В. Иванов. – Тбилиси: Изд-во ТГУ, 1984. –1409 с.

13. Гладарев Б. Дом, школа, врачи и музеи: потребительские практики среднего класса [Текст] // Новый быт в современной России: гендерные исследования повседневности: коллективная монография / Гладарев Б., Цинман Ж.; Отв. ред. Е Здравомыслова, А. Роткирх, А. Темкина. – СПб.: Питер, 2009. – 189 с.

14. Горяев С.О. Номинативные интенции субъекта ономастической номинации (на материале русских прагмонимов) [Текст]: автореф. дис…канд.филолог. наук: (10.02.01) / С.О. Горяев; УрГУ. – Екатеринбург: 2000. – 20 с.

15. Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество [Текст] / Т.А. Гридина. – Екатеринбург: Изд-во Уральского гос. педагог.ун-та, 1996. – 225 с.

16. Данилевский И.Н. Велесова книга [Текст] / И.Н. Данилевский // Православная энциклопедия: Т. 9. – М.: Церковно-научный центр «Православная энциклопедия», 2005. С. 128-129.

17. Дмитриев Л.А. Слово о полку Игореве. Библиография изданий, переводов и исследований, 1938-1954 / Отв. ред. М.О. Скрипиль; Институт русской литературы (Пушкинский Дом) АН СССР. – М.: Изд-во Академии наук СССР, 1955. – 378 с.

18. Дмитриева О. Белый дракон над Англией [Текст] / О. Дмитриева. // Знание-Сила. –1997. –№ 11. – С. 78-89.

19. Дмитрий Н Пост – это Божественная благодать. Из бесед со старцем Дионисием (Игнатом) [Электронный ресурс] / Н. Дмитрий; Пер. с рум. З. Пейкова Русская беседа. – URL: http://forum.rusbeseda.org/index.php?topic=14866.0. – Дата обращения: 23.12.2018.

20. Еда по-русски в зеркале языка [Текст]: монография / Н.Н. Розанова, М.В. Китайгородская, У. Долешаль, Д. Вайс и др. – М.: РГГУ, ИРЯ РАН, 2013. – 586 с.

21. Желтые страницы: справочник компаний России [Электронный ресурс] // ООО «Желтые страницы», 1997-2019. – URL: http://www.yp.ru. – Дата обращения: 12.02.2019.

22. Зубов Н.И. Научные фантомы славянского Олимпа [Текст] / Н.И. Зубов // Живая старина – 1995. – № 3 (7). – С. 46-48.

23. Иванов В.В Велес [Текст] // Мифы народов мира: В 2 т.; Т. 1 / В.В. Иванов, В.Н. Топоров; Гл. ред. С.А. Токарев. – М.: Советская энциклопедия, 1987. –227 с.

24. Иванов В.В. К реконструкции Мокоши как женского персонажа в славянской версии основного мифа [Текст] // Балто-славянские исследования / В.В. Иванов, В.Н. Топоров. – М.: Индрик, 1983. – С. 175–197.

25. Иванов П.В. Сотериологические аспекты митраизма [Текст] / П.В. Иванов // Образ рая: от мифа к утопии: международная конф. 31 окт. – 2 нояб. 2002 г. / каф. философии религии и религиоведения, Центр сравнительного изучения религии философ. фак. СПбГУ. – СПб: Санкт-Петербургское философское общество, 2003. – С. 83-86. – (Серия “Symposium”: Вып. 31).

26. Информационное агентство Коммерсантъ КАРТОТЕКА [Электронный ресурс] // kartoteka.ru,1995-2019. – URL: http://www.kartoteka.ru. – Дата обращения: 14.02.2019.

27. Как приготовить мясо по-монастырски: рецепты [Электронный ресурс] // КакПросто. Мясо. – URL: https://www.kakprosto.ru/kak-243616-kak-prigotovit-myaso-po-monastyrski. – Дата обращения: 04.03.2019.

28. Калыгин В.П. Введение в кельтскую филологию [Текст] / В.П. Калыгин. – 3 изд. исп. – М.: ЛИБРОКОМ, 2012. –264 [3]с.: табл.

29. Каппати Монтанари. История итальянской кухни [Текст] / Каппати, Монтанари. – М.: Дрофа, 2006. – 65 с.

30. Кимелев Ю.А. Философия религии [Текст] / Ю.А. Кимелев. – М.: Nota bene, 1998. – 424 с.

31. Климов Е.В. Монотеизм восточных славян [Текст] / Е.В. Климов // Вопросы истории. – 2007. – № 12. –169 с.

32. Колосов Алексий, свящ. Почему монахи не едят мясо? Задать вопрос священнику [Электронный ресурс] / свящ. Алексий Колосов // Православие и мир, 2003-2019. – URL: http://www.pravmir.ru/vopros-otvet/pochemu-monaxi-ne-edyat-myaso/. – Дата обращения: 02.03.2019.

33. Колякина Е.А. Определение сущности понятия «религиозность» [Текст] // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. – 2007. – Т.13. – С. 51-55.

34. Кофе "по монастырски"[Электронный ресурс] // Кулинарные рецепты Российских монастырей, 2019. – URL: http://news.wekzdorov.ru/index.php/pit/489-kulinarnye-retsepty-rossijskikh-monastyrej/. – Дата обращения: 15.04.2019.

35. Крестьянская польская колбаса [Электронный ресурс] // kulina.ru-кулинарный портал, 2000-2019. – URL: http://www.kulina.ru/articles/pogreb/kolbasy/goryacheekopchenie/ krestyanskayapolska/. – Дата обращения: 02.04.2019.

36. Митра [Эленктронный ресурс] // Энциклопедический словарь. Брокгауза и Ефрона: В 86 т.; Т. 37 / под ред. проф. И.Е. Андреевского; издатели: Ф.А. Брокгауз (Лейпциг), И.А. Ефрон (С.-Петербург). – СПб., 1896. – URL:http://pravoslavnoe-duhovenstvo.ru/library/material/5910/. – Дата обращения: 15.04.2019.

37. Мифы народов мира [Текст]: Энциклопедия: В 2 т.; Т. 2: К–Я / гл. ред. С.А. Токарев. – 2-е изд.– М.: Советская Энциклопедия, 1988. – 687 с.

38. Никодим (Милаш), священисп. Правила Святых Апостолов и Вселенских соборов с толкованиями [Электронный ресурс] / священисп. Никодим (Милаш) // Азбука веры, 2005. – URL:https://azbyka.ru/otechnik/Nikodim_Milash/pravila-svjatyh-apostolov-i-vselenskih-soborov-s-tolkovanijami/. – Дата обращения: 23.12.2018.

39. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 100000 сл. / С.И. Ожегов; ред. Л. И. Скворцова. – 28-е изд., испр.и доп. – М.: Мир и образование; Оникс-лит, 2012. – 1376 с.

40. Повар: Горячие блюда [Электронный ресурс] // Кулинарные рецепты Российских монастырей, 2019. – URL: http://news.wekzdorov.ru/index.php/pit/489-kulinarnye-retsepty-rossijskikh-monastyrej/. – Дата обращения:15.04.2019.

41. Повесть временных лет [Текст] / ред. В. П. Андрианова-Перетц; пер. М. Замотина. – М.: Олма Медиа Групп, 2007. – 191 с. - ("Литературные памятники").

42. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии [Текст] / Н.В. Подольская. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Наука, 1988. – 192 с.

43. Похлебкин В.В. Кушать подано! Репертуар кушаний и напитков в русской классической драматургии [Электронный ресурс] / В.В. Похлебкин // PRAVMIR.RU. – URL: http://www.pravmir.ru/vopros-otvet/pochemu-monaxi-ne-edyat-myaso/ – Дата обращения: 02.03.2019.

44. Прокопий Кесарийский. История войн 3. Война с готами [Электронный ресурс] / Прокопий Кесарийский // Азбука веры, 2005. – URL https://azbyka.ru/otechnik/6/vojna-s-gotami/. – Дата обращения: 02.03.2018.

45. Пушкин А.С. Собрание сочинений: В 10 т.; Т. 2: Стихотворения 1823–1836. – М.: ГИХЛ, 1959-1962. – 285 с.

46. Рыбаков Б.А. Язычество древних славян [Текст]: научное издание / Б.А. Рыбаков. – М.: Академический Проект, 2018. – 639 с.: ил.

47. Свод древнейших письменных известий о славянах [Текст]: В 2 т; Т. 2. / Сост. С.А. Иванов, Г.Г. Литаврин, В.К. Ронин. – М.: Изд. фирма «Восточная литература» РАН, 1995. – 593 с.

48. Священник [Электронный ресурс] // Религия, верования: Словари и энциклопедии на Академике. – URL: http://dic.academic.ru /dic.nsf/ relig/91/ – 03.03.2019.

49. Слово о полку Игореве: древнерусский текст и переложения [Текст] / худ. В. Волович. – Свердловск: Сред-Урал. кн. изд-во, 1985. – 211 с.

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

51. Трубачёв О.Н. Indoarica в Северном Причерноморье [Текст] /О.Н. Трубачёв. – М.: Наука, 1999. – 320 с.

52. Трубачёв О.Н. Этногенез и культура древнейших славян [Текст] / О.Н. Трубачёв. – М.: Наука, 2003. – 198 с.

53. Уха "Архиерейская" [Электронный ресурс] // Кулинарный портал– URL: http://www.kulina.ru/ – Дата обращения: 24.04.2019.

54. Фасмер М. "Велес"; "Волос" [Текст] // Этимологический словарь русского языка: В 4 т.; Т. 1: А – Д / Пер. с нем. и доп. О.Н. Трубачёва, Под ред. и с предисл. Б.А. Ларина. – 2 изд., стер. – М.: Прогресс, 1986. – С. 343.

55. Хиневич А.Ю. Славяно-Арийские Веды [Текст]: Кн. 1: Саньтии Веды Перуна / А.Ю. Хиневич. – Омск, 2001. – 49 с.

56. Шпилевский П.М. (П. Древлянский). Белорусские народные предания [Текст] / П. М. Шпилевский // Рукописи, которых не было. Подделки в области славянского фольклора. – М.: Ладомир, 2002. – 310 с.

57. Этимологический словарь русского языка [Текст]: Russisches etymologisches Wörterbuch: В 4 т.; Т. 3 / авт.-сост. М. Фасмер; пер. с нем. и доп. чл. кор. АН СССР О. Н. Трубачёва. – 2 изд. стер. – М.: Прогресс, 1987. – 246 с.

Приложение 1



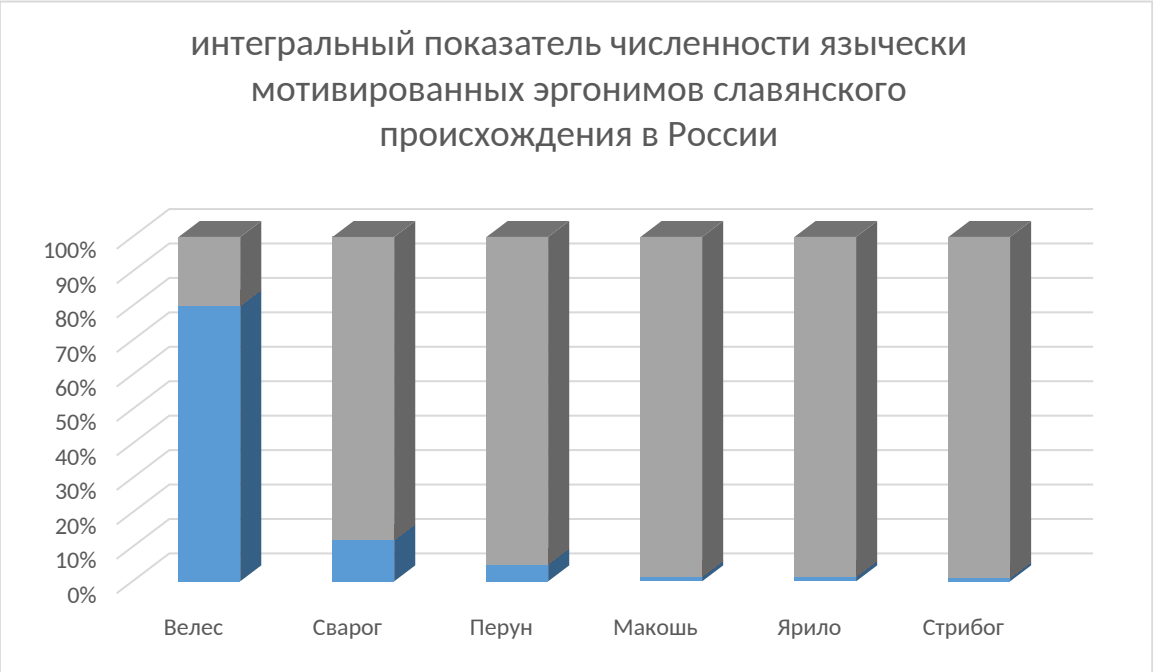
Фото 1. «Монашеские закусочные корзиночки»



Фото 2. «Сельдь по-монастырски»

Приложение 2

График



Приложение 3

График

