**Манченкова Анна Игоревна**

**Московский Государственный Университет имени М.В. Ломоносова,**

**Факультет Иностранных Языков и Регионоведения**

**amanch2011@mail.ru**

**Manchenkova Anna**

**Lomonosov Moscow State University,**

**Faculty of Foreign Languages and Area Studies**

**amanch2011@mail.ru**

**Особенности репрезентации ценностей культуры в теонимах (на примере греческой, римской и кельтской мифологий)**

**Particularities of the representation of cultural values in theonyms (based on Greek, Roman and Celtic mythology)**

**Аннотация**

В данной статье рассматривается предположение о том, что теоним как вид имени собственного заключает в себе определенные ценности. В статье даются определения ключевых понятий, результаты анализа ряда греческих, римских и кельтских теонимов на предмет заложенных в них ценностей. Кроме того, рассматривается функционирование теонимов в современном коммуникативном пространстве через аллюзии.

***Ключевые слова***: теоним, ономастическое пространство, культура, ценность

**Abstract**

Present article considers the possibility that theonyms as proper names reflect certain values. The article includes explanation of key words and notions, as well as results of the analysis of a number of Greek, Roman and Celtic theonyms on the subject of values reflected in them. In addition, allusions to deities are reviewed in order to examine the way theonyms function in modern communicative space.

***Key words***: theonym, onomastic space, culture, value

Имена собственные обратили на себя внимание ученых ещё в глубокой древности. Однако, несмотря на столь давний интерес к проблеме происхождения имени, имена божеств изучались крайне мало ввиду сакральности исследуемого объекта, а также того факта, что истинные имена божеств чаще всего не использовались, а эвфемизировались, обрастая эпитетами. На настоящий момент в изучении теонимов превалирует исследование имен Бога в Священном Писании, что связано с господствующей позицией христианства в Европе на протяжении нескольких столетий. Имена же божеств древних пантеонов до сих пор в большинстве своем остаются в тени. Стоит отметить, что ономастическое исследование древних теонимов прольет свет на ценностные ориентации народов Античности, ведь в языке народа, в том числе в его ономастиконе, скрываются базовые ценности культуры.

Интересно также сопоставить не только теонимические ряды греческого и римского пантеонов, но и сравнить их с именами кельтских божеств, так как кельтские племена ощутили на себе влияние Римской Империи как на Британских островах, так и на территории Апеннинского полуострова. Кроме того, обращение к мифологии и мифологическим персонажам является одной из активных тенденций современной популярной культуры; следовательно, исследование теонимов способствует пониманию не только культурной ориентации народов древности, но и массовой культуры XXI века.

Для рассмотрения феномена отражения ценностей культуры в языке, а точнее в именах собственных, стоит начать с определения таких понятий, как «культура» и «ценность». Перечислить все определения культуры представляется непосильной задачей, поэтому стоит привести лишь некоторые из них. Так, Т.Г. Грушевицкая, В.Д. Попков и А.П. Садохин поясняют, что термин «культура» имеет три «повседневных» значения. Так, культуру можно понимать как систему учреждений, поддерживающих развитие и распространение духовных ценностей, т.е. как отдельную сферу жизни общества. Культуру также трактуют как совокупность присущих нации норм и ценностей. Кроме того, культура – это и совокупность достижений человека в какой-либо области, причем чаще всего в повседневной жизни речь идет о совокупности именно материальных объектов (Грушевицкая, Попков, Садохин, 2003).

Переходя к рассмотрению ценности как категории культуры, стоит привести следующее определение культуры: «Культура – это мир человеческой деятельности, преображение человеком природы по законам общества, это реализация ценностей путем культивирования высших человеческих достоинств» [Оразахынова, 2014: 65]. Из этого определения следует, что при помощи культуры человек преобразовывает и организовывает окружающий мир по своему замыслу. Кроме того, приведенное выше утверждение акцентирует внимание и на облагораживающей миссии культуры, её направленности на реализацию достоинств человека, что является одной из самых распространенных черт многих взглядов на культуру. В определении упоминается и категория ценности, толкование которой также не однозначно.

Обращаясь к лингвистическому пониманию ценности, можно привести определение, данное В.В. Виноградовым. Он рассматривал категорию ценности как «идеальное образование, представляющее собой важность (значимость, значительность) предметов и явлений реальной действительности для общества и индивида, выраженное в различных проявлениях деятельности людей» [Попова, Бокова, 2012: 72].

А.П. Садохин отмечает, что ценности могут различаться по характеру и содержанию, и все они сосуществуют в сознании человека в виде определенной системы (Садохин, 2014). Среди групп ценностей исследователь выделяет личные ценности, ценности отдельных социальных групп, исторические ценности, общечеловеческие ценности и т.п. Особенно значимой представляется группа культурных ценностей, которая в свою очередь подразделяется на:

* «совокупность выдающихся произведений интеллектуального, художественного и религиозного творчества»
* «оправдавшие себя и доказавшие на практике свою эффективность принципы совместного сосуществования людей: нравы, обычаи, стереотипы сознания и поведения» [Садохин, 2014: 40].

И.В. Привалова утверждает, что именно язык является главной формой выражения национальной культуры, и вводит термин «языковые ревиленты национально-культурного сознания», подразумевая ряд языковых единиц, несущих в себе национально-культурную информацию (Привалова, 2001). К таким единицам Привалова относит, в частности, антропонимы. Таким образом, можно утверждать, что онимы национально и культурно окрашены. Прецедентные имена, в качестве которых способны функционировать имена собственные – «не только языковые, но и культурные знаки, хранящие и воспроизводящие культурные установки» [Молчанова, 2007: 57].

Е.Н. Рядчикова и С.В. Тарасенко сделали вывод о том, что чем «старше» слово, тем больше оно наполнено культурными смыслами и ценностями (Рядчикова, Тарасенко, 2007). Таким образом, можно утверждать, что теонимы – имена божеств, существующие уже несколько тысячелетий – наполнены культурными ценностями если не в наибольшей, то в значительной степени.

В «Словаре русской ономастической терминологии» Н.В. Подольской приводится следующее определение термина «теоним»: «Теоним – вид мифонима. Собственное имя божества в любом пантеоне» [Подольская, 1978: 131]. Теоним, как и любой вид онима, является частью ономастического пространства. Согласно А.В. Суперанской, ономастическое пространство – это «сумма имен собственных, употребляющихся в языке данного народа для именования реальных, гипотетических и фантастических объектов» [Суперанская, 2007: 9]. Оно неразрывно связано с представлением народа о строении мира. Ономастическое пространство динамично: его заполнение зависит от культурно-исторического периода и от характера и территории проживания народа, его формирующего. При этом ономастизируются не только реально существующие объекты и явления, но и вымышленные и гипотетические объекты. А.В. Суперанская отмечает, что «членение реального и нереального мира в ономастическом плане <…> определяется в первую очередь значением предметов для человека и потребностью в специальных индивидуализирующих обозначениях для них» [Суперанская, 1973: 142]. Таким образом, с течением времени не только степень наполненности ономастического пространства, но и членение внутри него претерпевает изменения.

Мифонимы, видом которых являются теонимы, относятся к сектору вымышленной онимии. Тем не менее, кроме сектора имен выдуманных объектов, к которым относятся мифологические наименования, можно выделить сектор имен объектов гипотетических, т.е. таких предметов или явлений, которые никогда не существовали, но в существование которых верит тот, кто их называет и употребляет. Таким образом, теонимы, в особенности имена древних божеств, можно считать стоящими на стыке секторов имен нереальных (вымышленных) и гипотетических предметов, ведь в древности люди верили в существование множества божеств, в то время как сейчас при употреблении подобных теонимов человек осознает вымышленность стоящего за ним объекта.

Хотя в древнем мире, в особенности в Древней Греции, интерес к именам божеств был довольно значительным, в Средние Века, с укреплением христианства и его становлением как господствующей европейской религии, интерес к античным именам утих, уступив место трудам о имени Бога в Священном Писании. В наше время заинтересованность в древних теонимах вновь набирает силу во многом благодаря активному использованию имен божеств во вторичной номинации, чему способствует богатый ассоциативный потенциал теонимов, обусловленный их историчностью и образностью.

Древнегреческие теонимы были выбраны для анализа, приведенного в данной статье, по причине того, что греческая культура, в особенности классического периода, являлась одной из самых развитых культурных систем древнего мира и оказала значительное влияние на дальнейшее формирование культур Европы. Античная литература, искусство и философия стали образцами для подражания. Религия древних греков и связанная с ней богатая мифология подарила миру множество образов, впоследствии заимствованных деятелями литературы и искусства.

Культура Древнего Рима продолжила эллинистическую традицию, что заметно при сравнении греческого и римского пантеонов. Из-за сходства функций между греческими и римскими божествами целесообразно провести сопоставительный анализ греческих и римских теонимов. В случае с кельтскими теонимами стоит упомянуть, что они в свою очередь, возможно, подверглись влиянию со стороны римских верований. Кельтские племена, проживающие на территории современной Британии и Апеннинского полуострова (бритты и галлы), ощутили на себе воздействие со стороны Римской Империи, став её частью в результате захвата территорий.

При анализе этимологии и значения имен божеств было обнаружено, что в ряде случаев не составляет труда определить ценность, символизируемую божеством, вчитываясь лишь в его имя. Так, например, греческая Рея провозглашает ценность плодородия (греческое εὐρύς), римский Меркурий, обязанный своим именем латинскому mercor («торговать»), выдвигает на первый план такое ценное качество, как предприимчивость, а кельтская Андрасте, названная «непобедимой», олицетворяет ценность силы и мощи.

Однако для выявления ценностей, стоящих за большей частью теонимов, приходится обращаться и к образам и функциям божества в мифологии. Анализ одновременно образа бога и его имени поможет раскрыть ценностные ориентации таких теонимов, как, например, Афродита, Юпитер и Морриган. Наконец, в ряде случаев лишь обращение к образу божества в мифологии позволило понять скрытую за именем ценность. К таким теонимам относятся, к примеру, Афина, Бахус и Сулис.

Чаще всего в проанализированных теонимах встречались такие ценности, как власть и авторитет, сила и мощь, богатство и плодородие, а также ценность жизни как таковой и жизненного начала и ценность гармонии. Воинственность как ценность также была представлена в именах богов всех трех народов.

Для более полного понимания особенностей отражения ценностей культуры в теонимах была составлена классификация выбранных имен божеств по принципу номинации. В ходе исследования были выделены следующие группы номинации:

* по типу «качество, присущее божеству» (6 греческих божеств (e.g. Аид, Гера), 7 римских (e.g. Плутон, Минерва) и 13 кельтских (e.g. Нудонс, Неман));
* по типу «сущность божества» (3 греческих божества (Гея, Посейдон, Деметра), 2 римских (Теллура, Марс) и 8 кельтских (e.g. Дану, Розмерта));
* по типу «функция божества» (2 греческих божества (Уран, Гермес), 5 римских (e.g. Сатурн, Церера) и 4 кельтских (e.g. Сулис, Анкамна));
* по типу «атрибут божества» (3 греческих божества (Гестия, Афина, Артемида), 2 римских (Веста, Бахус) и ни одного кельтского);
* по типу «полная эвфемизация имени божества» (1 греческое божество (Зевс), 2 римских (Юпитер, Диана) и 2 кельтских (e.g. Езус, Тевтат));
* по типу «происхождение божества» (2 греческих божества (Афродита, Дионис) и ни одного римского или кельтского божества);
* по типу «конкретное событие мифологии» (1 греческое божество (Кронос) и ни одного римского или кельтского божества).

Сравнительный анализ выбранных теонимов указал на значительное сходство между греческой и римской культурой в области религиозных культов. Оба народа создали большее количество теонимов по типу «качество божества», проецируя одни и те же качества в именах аналогичных божеств, что подчеркивает схожие ценностные ориентации народов. К примеру, имена греческого Гефеста и римского Вулкана отражают «огненный» и «пылающий» характер ремесла этого божества.

И греки, и римляне также сконцентрировались именно на сущности божества, давая имя Гее и Теллуре, богиням первого поколения. Кроме того, оба народа использовали «полные эвфемизмы», обращаясь к верховному богу пантеона (Зевсу или Юпитеру), что указывает на большое уважение и, возможно, страх, который испытывали греки и римляне перед этими божествами.

Тем не менее, были найдены и отличия. Называя богов, греки придают больше значения легендарным событиям и мифам о происхождении божества – греческая мифология богаче римской в этом аспекте. Для греческой философии было характерно представление о едином «космосе» для людей и богов; следовательно, для греческого человека не было ничего удивительного в факте рождения божества, которое подчинялось таким же законам мироздания, как и он сам. Близость божественных небожителей и их сходство с людьми являлось важной ценностью греческой культуры, символизирующей также ценностный компонент «дистанция власти».

Что касается римских теонимов, здесь главным отличием является то, что количество имен римских божеств, основанных на функции бога или богини, больше, чем греческих. Причиной этому мог быть размеренный и логичный характер римского общества. Для великой империи особенно важной являлась система иерархии, и данная ценность отразилась и в строгом пантеоне божеств. Интересен и тот факт, что с течением времени представление о главной «триаде» божеств у римлян изменилось. Если в начале существования империи в эту триаду входили Юпитер, Марс и Квирин, покровительствующие успешным завоеваниям, то в дальнейшем, во время расцвета империи, акцент сместился на Капитолийскую триаду Юпитер – Юнона – Минерва, которая покровительствовала семейному процветанию и социальному развитию. Вместе со сменой божественной триады изменялись и ценностные ориентиры: если римляне, чтившие триаду Юпитер – Марс – Квирин, прежде всего ценили воинственность и военные успехи, то римские граждане, выдвинувшие на первый план Юпитера, Юнону и Минерву, заботились о благосостоянии и процветании сформировавшейся империи.

Переходя к анализу имен кельтских божеств, стоит отметить отсутствие в кельтской номинации принипа «атрибут божества», что может быть объяснено тем фактом, что кельты начали изображать своих богов в виде людей и приписывать им атрибуты уже в эпоху римского владычества. Для кельтского сознания божество не нуждалось в каком-либо атрибуте ещё и потому, что кельты верили в то, что боги содержатся в самой природе, во всех её проявлениях (пантеизм). Из пантеизма следует и отсутствие кельтских теонимов по принципу «происхождение божества». Божественные духи присутствовали в природе изначально, что противоречило факту их рождения.

Кроме того, при сопоставительном рассмотрении римских и кельтских божеств было выявлено, что триада, упомянутая Луканом (Езус, Таранис и Тевтат) точно соотносится с первой триадой римских богов – Юпитером, Марсом и Квирином. Езус – аналог Марса, Таранис отождествлялся с Юпитером. Тевтат, хоть и ассоциировался с Марсом и Меркурием, по своей функции и по значению имени («бог / защитник племени») больше напоминает имя Квирина, бога сабинян. Подобное сравнение дает нам возможность утверждать, что как для кельтских племен, так и для римлян во время становления Римской Империи была характерна ориентация на воинственность и стремление к военным победам.

Интересным для рассмотрения аспектом является функционирование древних теонимов в современном мире. Для выявления актуализируемых значений имен божеств в современной коммуникации и того, какие аллюзии породили божества, был проанализирован «Оксфордский словарь аллюзий» (The Oxford Dictionary of Allusions). В первую очередь стоит отметить, что кельтские теонимы в словаре упомянуты не были. Этот факт позволяет сделать вывод о том, что на данный момент кельтская мифология и образы, связанные с ней, не актуализированы в лингвокультурном пространстве. Возможно, это связано с тем, что о кельтах остались лишь обрывочные сведения, недостаточные для того, чтобы реалии кельтской культуры закрепились в сознании современного человека. Кроме того, кельтские племена почти не оказали влияния на развитие европейской культуры в целом, в то время как многие достижения культуры Греции и Рима вошли в её основу, что привело к сохранению значимости греческих и римских культурных реалий в современности. Что же касается греческих и римских божеств, было выявлено, что боги первого и второго поколения (Уран и Гея, Кронос и Рея, Целус и Теллура, Сатурн и Опс) не закрепились в современном дискурсивном пространстве. Денотатами аллюзий стали имена именно Олимпийских божеств, которые сразу сопряжены с их римскими эквивалентами.

При сопоставительном анализе ценностей, изначально вложенных в теонимы, и тех ассоциаций, которыми наполнены имена божеств сейчас, становятся явными присутствующие в некоторых случаях расхождения. Аллюзии в основном возникли на базе образов и ролей, которые божества играли в эпосе, а не только лишь на значении имени. К примеру, «Оксфордский словарь аллюзий» относит греческого Посейдона к темам Anger и Water. В случае с этим божеством власть и авторитет, заложенные в его имени («владыка земли»), перекрываются его гневливой натурой. Кроме того, аллюзия на Посейдона, встречающаяся при упоминании каких-либо явлений, связанных с водой, отражает изначальную функцию Посейдона как бога моря. Иным примером можем стать Аид («невидимый»), отнесенный в словаре к темам Darkness, Suffering, Unpleasant and Wicked Places. В самом теониме не заложено отсылок ни к темноте, ни к страданиям, ни к гиблым местам, но можно утверждать, что подобные аллюзии появились благодаря его образу как бога подземного мира.

Таким образом, этимологический и аксиологический анализ греческих, римских и кельтских теонимов выявил, что существует три типа имени, а именно: имя, в котором изначально заложена ценность; имя, в котором ценность раскрывается лишь через образ божества; имя, для определения ценностного потенциала которого необходим анализ как имени, так и божественного образа. Чаще всего в проанализированных теонимах встречались такие ценности, как власть и авторитет, сила и мощь, богатство и плодородие, а также ценность жизни как таковой и жизненного начала и ценность гармонии. Воинственность как ценность также была представлена в именах богов всех трех народов.

Исследованные теонимы были расклассифицированы по принципу номинации. Типы «происхождение божества» и «конкретное событие мифологии» оказались уникальными для теонимов греческого пантеона. Среди оставшихся типов у всех трех народов лидировали теонимы, названные по принципу «качество божества». У римлян популярным была и номинации по типу «функция», что подчеркивает логичный характер римского общества, его функциональность.

Наконец, было проанализировано функционирование греческих и римских теонимов в современном обществе через аллюзии. Было выявлено, что аллюзии на божеств строятся исходя из их ярких образов и самых запоминающихся событий мифологий. Встречается и указание на функцию божества. Аллюзия через значение имени наблюдается крайне редко.

Следует отметить, что аксиологический компонент, заложенный в исходном теониме, редуцируется в современном коммуникативном пространстве. Это происходит благодаря влиянию социокультурной среды на восприятие образа и дальнейшую профилизацию актуальных для конкретного общества в определенный период времени ценностей. Ценностный потенциал теонима не исчезает, какие-то характеристики уходят на второй план, образуя своего рода ценностную базу, какие-то профилируются. Профиль подвижен и позволяет проследить динамику ценностных ориентаций в обществе.

Использованная литература

1. **Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П.** 2003. *Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов*. М.: ЮНИТИ-ДАНА.
2. **Молчанова Г.Г.** 2007. *Английский как неродной: текст, стиль, культура, коммуникация. Учебное пособие*. М.: ОЛМА Медиа Групп
3. **Оразахынова Н.А.** 2014. *Язык как отражение культуры* // Science and world № 10 (14) / II: 65-66.
4. **Подольская Н.В.** 1978. *Словарь русской ономастической терминологии*. Издательство «Наука», Москва.
5. **Попова Т.Г., Бокова Ю.С.** 2012. *Категория «Ценность» как сущностная характеристика языка* // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика №2 (261): 72.
6. **Привалова И.В.** 2001. *Отражение национально-культурных ценностей в паремиологическом фонде языка* // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей. М.: МАКС Пресс. Вып. 18.
7. **Рядчикова Е.Н., Тарасенко С.В.** 2007. *Лингвокультурные принципы и способы отражения национального самосознания и национальной культуры в языке* // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. №2: 13-20
8. **Садохин А.П.** 2014. *Введение в теорию межкультурной коммуникации: учебное пособие*. М.: КИОРУС.
9. **Суперанская А.В.** 1973. *Общая теория имени собственного.* Издательство «Наука», Москва.
10. **Суперанская А.В., Сталтмане В.Э., Подольская Н.В., Султанов А.Х.** 2007. *Теория и методика ономастических исследований*. Издательство ЛКИ.
11. *The Oxford Dictionary of Allusions*. 2001. Oxford University Press.