

На правах рукописи

ЛЕВАНОВА Татьяна Владимировна

**СЛОВО «ПИАР» И ЕГО ПРОИЗВОДНЫЕ
В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ:
СИСТЕМНО-СТРУКТУРНЫЙ
И ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ**

Специальность 10.02.01 – русский язык



А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Волгоград – 2019

Работа выполнена в Государственном автономном образовательном учреждении высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет» (Самарский филиал).

Научный руководитель – *Сложеникина Юлия Владимировна*, доктор филологических наук, доцент.

Официальные оппоненты: *Козинец Сергей Борисович*, доктор филологических наук, доцент (ГАУ ДПО «Саратовский областной институт развития образования», профессор кафедры филологического образования);

Козловская Наталья Витальевна, кандидат филологических наук, доцент (ФГБУН «Институт лингвистических исследований» Российской академии наук, старший научный сотрудник).

Ведущая организация – ГОУ ВО Московской области «Московский государственный областной университет».

Защита состоится 22 марта 2019 г. в 10.00 час. на заседании диссертационного совета Д 212.027.03 в Волгоградском государственном социально-педагогическом университете по адресу: 400066, г. Волгоград, пр. им. В.И. Ленина, 27.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке и на сайте Волгоградского государственного социально-педагогического университета: <http://www.vgpu.org>.

Автореферат разослан 18 февраля 2019 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор филологических наук,
доцент



К.И. Декатова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования обусловлена потребностями лексикологии и семантики определить границы и составляющие семантического поля *пиар*, проследить процесс адаптации нового иноязычного слова в лексике и фразеологии современного русского языка; дериватологии – выявить продуктивность неологизма *пиар*, описать имеющиеся к настоящему времени словообразовательные парадигмы и цепочки в гнезде с вершинной-заимствованием *пиар*; лингвокультурологии – представить лексический непонятный фон (по терминологии Е.М. Верещагина, В.Г. Костомарова) *пиар*, определить актуальное значение лексемы в текстах СМИ, разговорной и художественной речи; социолингвистики – уточнить модели и принципы общественных коммуникаций, способствовавших вхождению компонентов тематического поля *пиар* в коммуникативное ядро новейшего русского вокабуляра.

Объектом исследования является тематическое поле *пиар* в современном русском языке.

Предметом исследования стали социолингвистические, системно-структурные и лингвокультурологические аспекты слова *пиар* и его производных в современном русском языке.

Материалом для исследования послужили данные Национального корпуса русского языка (НКРЯ). Его текстовая база стремится представлять язык на определенном этапе его существования во всем многообразии жанров, стилей и вариантов. Иллюстративный языковой материал собран по 760 документам, выявлено более 2400 вхождений слова *пиар* и его производных. Привлекались также данные словарей¹.

¹ Фадеев С. Словарь сокращений современного русского языка. СПб.: Литтехника, 1997. 527 с.; Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М.: Рус. яз., 2000. Т. 1: А–О. 1210 с.; Т. 2: П–Я. 1084 с.; Солганик Г.Я. Толковый словарь: Язык газеты, радио, телевидения. М.: АСТ: Астрель, 2002. 752 с.; Гуськова А.П., Сотин Б.В. Популярный словарь русского языка: Толково-энциклопедический. М.: Рус. яз. – Медиа, 2003. 869 с.; Большой толковый словарь русских существительных / авт.-сост. Л.Г. Бабенко [и др.]; под общ. ред. Л.Г. Бабенко. М.: АСТ-Пресс Книга, 2005. 862 с.; Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. М.: Эксмо, 2006. 944 с.; Русский орфографический словарь / О.Е. Иванова [и др.]; отв. ред. В.В. Лопатин. 3-е изд., стер. М.: АСТ-Пресс Книга, 2012. 960 с.; Каленчук М.Л., Касаткин Л.Л., Касаткина Р.Ф. Большой орфоэпический словарь русского языка. Литературное произношение и ударение начала XXI века: норма и ее варианты. М.: АСТ-Пресс Книга, 2012. 1008 с.; Новые слова и значения: словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века: в 3 т. / Т.Н. Буцева [и др.]; ред.: Т.Н. Буцева, Ю.Ф. Денисенко, Е.А. Левашов. СПб.: Дмитрий Буланин, 2014. Т. 3. 1356 с.

Цель исследования – описать процессы освоения и развития слова *пиар* в русском языке от момента первой фиксации до настоящего времени.

Основные исследовательские задачи определяются поставленной целью:

1. Проанализировать социолингвистические факторы вхождения лексемы *пиар* в русский язык, ее деривационный и семантический потенциал.

2. Рассмотреть фонетико-графическое и грамматическое освоение лексемы *пиар* в современном русском языке.

3. Описать трансформации фразеологических выражений посредством включения в них слова *пиар*.

4. Представить словообразовательное гнездо с вершиной *пиар* в современном русском языке, предложить его концептуально-фреймовую организацию.

5. Охарактеризовать лексический фон слова *пиар*, описать непонятные семантические компоненты иронии, оценки, подмены в актуальном значении слова.

Научная гипотеза заключается в следующем: актуальный для данного этапа развития социума неологизм на лексико-семантическом уровне в короткие сроки образует семантическое поле – группу слов, объединяющихся общим интегральным признаком; на словообразовательном – гнездо родственных слов, формирующееся стремительно и одновременно; на концептуальном – приобретает непонятные доли, выражающие картину мира человека в форме оценочных, эмоционально-экспрессивных и прочих коннотаций.

Методологическую основу исследования составили монографии, диссертации и статьи таких ученых, как Н.Ф. Алефиренко, Н.Н. Болдырев, Т.И. Вендина, Е.М. Верещагин, С.Г. Воркачев, В.В. Воробьев, В.З. Демьянков, М.Ю. Казак, В.И. Карасик, Ю.Н. Караулов, Н.И. Клушина, В.В. Колесов, В.Г. Костомаров, В.В. Красных, О.С. Крючкова, Л.П. Крысин, Е.С. Кубрякова, О.А. Лаптева, И.Б. Левонтина, В.В. Морковкин, Л.А. Новиков, М.А. Осадчий, З.Д. Попова, Ю.В. Сложеникина, И.А. Стернин, А.Н. Тихонов, И.С. Улуханов, Е.В. Урысон, В.М. Шаклеин, Н.Ю. Шведова, И.А. Ширшов, А.Д. Шмелев и др.

Методы и приемы исследования. На подготовительном этапе методом сплошной выборки было отобрано около 2400 употреблений слова *пиар* и его производных. При характеристике социальной обусловленности вхождения слова *пиар* в русский язык привлекались методы непосредственного наблюдения и анализа собранных данных. При определении места неологизма *пиар* в лексико-семантической системе современного русского языка оказались эффективными методы семного анализа слов, позиционный, анализа словарных дефиниций. При моделировании систе-

мы и структуры тематического поля *пиар* использовались словообразовательный, когнитивный метод и метод фреймового анализа. При представлении тематического поля *пиар* в русской языковой картине мира привлекался метод лингвокультурологического анализа.

Научная новизна и прикладное значение. В работе впервые 1) слово *пиар* квалифицировано как собственно неологизм, обозначивший новое понятие института связей с общественностью и ставший средством общественной коммуникации; 2) охарактеризован процесс ассимиляции неологизма *пиар* в современном русском языке на фонетическом, акцентологическом, графическом, орфографическом, морфологическом и синтаксическом уровнях, сделан вывод о его полном вхождении в лексико-семантическую систему русского языка; 3) представлено словообразовательное гнездо, включающее 1 исходное слово и 114 дериватов; 4) проведен анализ концепта *пиар*, смоделирована его ядерно-прототипическая зона (суперфрейм) и субфреймы; 5) выявлены национально-культурная семантика слова *пиар*, актуальный для носителей русского языка фоновый компонент иронии, оценки, подмены.

Теоретическая значимость работы. Многие исследователи отмечают своеобразный «неологический» взрыв в современном русском языке. Предложенное исследование обусловлено важностью изучения инноваций в современном русском языке, анализа причин и механизмов их появления, влияния экстра- и интралингвистических факторов языкового развития, его тенденций, способов создания новых слов, их кодификации и дефинирования в словарях современного русского языка, вхождения в активный словарь носителей языка, употребления в текстах разных стилей. Материалы исследования могут быть полезны для изучения процесса неологизации русского языка в XXI в. и его влияния на культурно-речевую ситуацию в обществе.

Практическая значимость исследования выражается в том, что его материалы могут быть использованы в курсах лексикологии, фразеологии, семантики; для иллюстрации процессов словообразования в гнезде с вершиной-неологизмом; в рамках лингвокультурологии для уточнения русской национальной картины мира конца XX – первых двух десятилетий XXI в.

Положения, выносимые на защиту:

1. Современный русский язык, характеризуясь признаками устойчивости и изменчивости, способен адекватно отражать общественные отношения и институты России первых двух десятилетий XXI в. Слово *пиар* называет явление, уже имеющее место в жизни общества. По сфере употребления неологизм является межстилевым; по стилистической окраске – относится к нейтральной лексике; по закрепленности в употребле-

нии – к языковой, т. е. известной широкому кругу носителей языка и получившей фиксацию в словарной литературе; по продолжительности активного употребления – к неологизмам постперестроечного периода.

2. Неологизм *пиар* завершает процесс ассимиляции в русском языке. На фонетическом уровне англицизм претерпел изменение артикуляции сонанта; с акцентологической точки зрения сохранил ударение языка-реципиента; на графическом уровне наблюдается различная дистрибуция графики *PR* и *пиар*; на орфографическом уровне в составе сложных слов корень *пиар*- переживает процесс транспозиции – перехода существительного в разряд имен прилагательных; на морфологическом уровне слово пополнило разряд существительных второго склонения; на синтаксическом – имеет разнообразные сочетаемостные валентности.

3. На современном этапе идиоматика русского языка обогатилась трансформированными выражениями со словом *пиар*. Прагматическими целями использования приема трансформации устойчивых сочетаний являются: более яркое выражение субъективности высказывания, активизация мыслительной деятельности читателя, создание внешней привлекательности текста, диалог с читательской аудиторией, усиление экспрессивности, иронический эффект.

4. Семантическое поле *пиар* в современном русском языке включает более 100 единиц и представлено тремя видами: неологизмами, потенциальными и окказиональными словами. Словообразовательное гнездо с исходным словом *пиар* квалифицируется как сильноразвернутое. Концепт *пиар* имеет 4 вертикальных уровня организации, связанных с профессиональным портретированием мира.

5. Лексема *пиар* на современном этапе проходит этап популяризации, утрачивает понятийную отнесенность и терминологическую определенность, демонстрирует высокий экспрессивно-оценочный потенциал. У слова *пиар* имеются дополнительные (фоновые, непонятийные) семантические доли иронии, оценки, подмены.

Оценка достоверности результатов исследования. Обоснованность и достоверность научных результатов исследования обеспечиваются тем, что в нем: 1) языковой материал объемом более 2400 словоупотреблений, собранный методом сплошной выборки, отражает актуальную для данного этапа развития социума языковую систему; 2) выводы опираются на материалы более 200 авторитетных работ, посвященных проблемам неологии, дериватологии, культурологии; 3) для лингвистического анализа привлечены материалы около 10 современных словарей (1997–2014 гг.), фиксирующих слово *пиар* и его производные; 4) динамика языкового развития неологизма *пиар* представлена также наглядно в форме графиков, рисунков и таблиц; 5) лингвистические выводы опираются на статистическую обработку языкового материала.

Дальнейшие перспективы исследования состоят в дополнении данных неологии, дальнейшем изучении языковой картины мира носителей русского языка.

Апробация работы. Отдельные положения исследования были представлены на VII Международной конференции «Сохранение, поддержка и продвижение русской культуры и языка за рубежом» (28–29 ноября 2017 г., Минск); XIX научной конференции студентов, магистрантов, аспирантов СФ МГПУ (15 марта 2018 г., Самара); Международной научно-практической конференции молодых ученых – магистрантов и аспирантов «Язык. Коммуникация. Культура» (20 апреля 2018 г., Москва); Международном Кирилло-Мефодиевском фестивале славянских языков и культур (23–25 мая 2018 г., Москва).

Основные положения и результаты исследования изложены в 9 публикациях, 5 из которых – в изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки России.

Структура и объем диссертации. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего 227 наименований, и двух приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обоснован выбор темы, показана ее актуальность, охарактеризованы цель и задачи исследования, определены его объект и предмет. Высказаны предположения относительно научной новизны полученных результатов, показана теоретическая и практическая значимость диссертации. Завершает введение информация об апробации результатов работы и публикациях по материалам исследования.

В **первой главе** «Лексика современного русского языка с точки зрения неологии» обозначена социальная обусловленность современного русского литературного языка, выявлены аспекты освоения новых слов, их вхождение в идиоматику русского языка.

В **параграфе 1.1** «Социальная обусловленность современного русского языка» литературный язык охарактеризован с точки зрения антиномии устойчивости / изменчивости, обозначены основные тенденции коммуникативных изменений в языке первых двух десятилетий XXI в., модели и принципы общественных коммуникаций, этапы возникновения и развития института пиар в российском социуме, описано слово *пиар* с разных позиций классификации неологизмов.

Современный русский язык конца второго десятилетия XXI в. продолжает реализовывать потенциалы, заложенные мощным импульсом социальных изменений постсоветского общества, сменой общественно-

политической парадигмы. Сферу *пиара* можно назвать одной из точек роста современного российского общества и языка. Сама номинация в русско-обозначенных тенденциях вошла в число англоязычных заимствований в русском языке благодаря тенденции к интернационализации лексики и потребности в наименовании нового социального института, возникшего в российском обществе в период формирования демократических институтов и рыночных отношений. С появлением новой сферы деятельности *пиар* в лексике современного русского языка наблюдаются весьма заметные и интенсивные изменения. Лексика *пиар* вошла в коммуникативное ядро новейшего русского лексикона. В Российской Федерации основы профессиональной пиар-деятельности были заложены в самом начале 90-х гг. XX в.

1. По своей оформленности новая лексема представляет собой отдельное слово. Языковая единица *пиар* восходит к англоязычной аббревиатуре *PR* (англ. Public Relations [пи-ар]), которая переводится на русский язык как «связи с общественностью», «общественные связи», «публичные отношения», «отношения с общественностью», «общественное взаимодействие». Лексема вошла в русский язык способом фонетической транскрипции.

2. По назначению понятие *пиар*, с нашей точки зрения, называет явление, которое уже имело место в жизни общества, но по тем или иным причинам не получило своего наименования. Генезис *пиар* достаточно древний. Каждая эпоха оставила свои историко-культурные коды, которые в трансформированном виде реализуются и в современной пиар-коммуникации.

3. По сфере употребления неологизм *пиар* является межстилевым, употребляемым в публицистическом, научном стиле, языке художественной литературы, разговорной речи.

4. По стилистической окраске слово *пиар* относится к нейтральной лексике. Однако контекст и способность к активному словопроизводству насыщают концепт *пиар* оттеночными маркерами.

5. По закрепленности в употреблении лексема *пиар* принадлежит к языковой, известной широкому кругу носителей языка и получившей фиксацию в словарной литературе.

6. По продолжительности активного употребления слово *пиар* можно отнести к группе неологизмов постперестроечного периода, вошедших в активный запас и употребляющихся наравне с другими актуальными единицами современного русского языка. Поисковая система Google по запросу «пиар» выдает 9 280 000 результатов. Российское общество выбрало русифицированное слово *пиар*. С подачи журналистов, публицистов, писателей, политиков, специалистов в области массовых коммуникаций это слово еще и приобрело качества модности, престижности.

7. По происхождению неологизм является внешним заимствованием из английского языка. В науке и практике связей с общественностью общепринято положение, что выражение *public relations* появилось в Америке в 1807 г. в черновике «Седьмого обращения к конгрессу» третьего президента США Томаса Джефферсона. Он заменил сочетание «состояние мысли» на «общественные отношения».

Неологизм *пиар* – это лексическое новообразование (собственно неологизм, сильный неологизм), которое в системе современного русского литературного языка с конца 80-х – начала 90-х гг. XX в. обозначило новое понятие – «институт связей с общественностью» – и стало служить средством общественной коммуникации.

В *параграфе 1.2* «Освоение заимствованных слов» описаны процессы фонетико-графической и грамматической ассимиляции неологизма *пиар* в современном русском языке.

Языковая новация стремится войти в литературный язык, «то есть стать узаконенной употреблением в литературных текстах. Однако это означает, что она должна отвечать всем качествам и соответствовать всем признакам литературного языка и входящих в его состав средств»².

1. Фонетико-графическое освоение

1.1. Фонетическое освоение. Оно происходит, поскольку не существует одинаковых фонетических систем даже среди близкородственных языков или внутри национального языка и его диалектов. В неологии выделяют 3 группы звуков сравниваемых языков: 1) одинаковые звуки, 2) сходные звуки, 3) звуки, специфические для сравниваемых языков. Фонетическая оболочка слова *пиар* состоит из 4 звуков: [п'иáр]. Звуки [п'], [и], [á] относятся к первой группе, их звучание в английском и русском языках совпадает. Звук [г] – ко второй группе. С акцентологической точки зрения язык-донор сохранил ударение языка-реципиента. Слово *пиар* сохраняет признаки своего иноязычного происхождения. Так, русский язык, являясь исторически консонантным, долгое время характеризовался низкой толерантностью к зияниям гласных. Однако массовое вхождение в современный русский язык иностранных заимствований снизило порог орфоэпической терпимости по отношению к зияниям.

1.2. Графическое освоение. Оно обозначает, что в письменной речи буквы иноязычной графики передаются буквами языка, который заимствует данное слово. В случае слова *пиар* речь идет о субституции латиницы и кириллицы. Английская аббревиатура *PR* вошла в русский язык как в оригинальной сокращенной форме, так и в форме транскрибированного слова *пиар*.

² Лаптева О.А. Жизнь слова: учеб. пособие по лексикологии русского языка. М.: Высш. шк., 2009. С. 49.

О.А. Лаптева замечает, что новые слова сначала «употребляются как “цитаты”, то есть чужеродные элементы, затем условные кавычки исчезают, новации становятся органичными для формируемого текста, а это – непосредственный шаг к становлению новации как полноправного члена системы языка»³. На рубеже 2000-х гг., когда еще резко ощущалась инородность слова *пиар*, оно зачастую употреблялось в кавычках: *...народ стал привыкать к информационным провокациям и искренне считает, что более-менее разбирается в этом самом «пиаре»* (Письма // Рекламный мир. 2000. 30 марта).

1.3. С точки зрения включения формы *пиар* в русскую орфографию представляет интерес правописание сложных слов с первой частью *пиар-*. В составе сложных слов корень *пиар-* переживает процесс транспозиции, конкретно – переход существительного в разряд имен прилагательных.

На начальном этапе вхождения неологизма в систему правил орфографии и пунктуации русского языка отмечались редкие случаи слитных написаний, например: *Так, в частности, он отбросил наиболее распространенную версию о том, что В. Путин – «это политический миф, созданный специалистами по пиаркампаниям»* (Почему Ельцин сделал ставку на Путина? // С.-Петерб. ведомости. 2000. 26 авг.).

2. Грамматическое освоение

2.1. Морфологическое освоение. Слово *пиар* включилось в морфологическую систему современного русского языка. Имея нулевое окончание, оно приобрело мужской род и, следовательно, пополнило разряд существительных второго склонения.

Таблица 1

Единственное число

Падеж	Окончание	Пример употребления
И.П.	–	<i>Наивно думать, что пиар, выборные технологии и слоганы – это изобретения наших дней</i> (Быков В., Деркач О. Книга века. М., 2000)
Р.П.	-а	<i>Итогом такого пиара стало то, что озадаченные клиенты... стали... требовать от его представителей выполнения обязательств</i> (Батутене С. Инкомбанк: без меня меня женили, на ВСКБ // Вост.-Сиб. правда. 1998. 11 июля)
Д.П.	-у	<i>Любому политическому пиару здесь не место</i> (Тарасевич Г. От классного руководства до классовой борьбы // Рус. репортер. 2011. 9 июня)

³ Лаптева О.А. Жизнь слова: учеб. пособие по лексикологии русского языка. М.: Высш. шк., 2009. С. 7.

Падеж	Окончание	Пример употребления
В.П.	–	<i>Государство, казня преступника, организует ему пиар, что для последнего в иных случаях дороже самого дорогого – жизни</i> (Богомолов Ю. Вспомнить Герострата // Известия. 2001. 20 июня)
Т.П.	-ом	<i>...большая часть газет, пишущих о политике, выполняют не функцию информирования своих читателей, а занимаются пиаром тех или иных политдвижений</i> (Культура – власти не помеха // Витрина читающей России. 2002. 25 окт.)
П.П.	-е	<i>Народ стал привыкать к информационным провокациям и искренне считает, что более-менее разбирается в этом самом «пиаре»</i> (Письма // Рекламный мир. 2000. 30 марта)

Таблица 2

Множественное число

Падеж	Окончание	Пример употребления
И.П.	-ы	<i>Пиары Арктики</i> (URL: http://legarhan.livejournal.com/2916894.html)
Р.П.	-ов	<i>Разрабатывался закон, вроде бы, в праведных целях борьбы за чистые выборы без черных, серых и прочих пиаров</i> (Степанычев В. На выборы с Эзопом // Богатей. 2003. 2 окт.)
Д.П.	-ам	<i>Все подружки по пиарам</i> (Cosmopolitan. 2010. 20 апр.)
В.П.	-ы	<i>Кремлевская олигархия начала придумывать черные пиары</i> (Гордиенко А. Чем озабочен президент? // Сов. Россия. 2003. 1 сент.)
Т.П.	-ами	<i>Кинематографисты предлагают создать киберполицию для борьбы с пиарами</i> (URL: https://sm-news.ru/kinematografisty-predlagayu-sozdat-kiberpolitsiyu-dlya-borby-s-piarami/)
П.П.	-ах	<i>Вы, неполноценные, замкнулись в своих «газпромах», дешевых «пиарах» и олимпиадах</i> (Калашников М. Звезда пленительного риска. М., 2017)

Слово *пиар* в аспекте формообразования не имеет лакун. К настоящему времени оно окончательно «обрусело», и его склонение ничем не отличается от изменения других общеупотребительных слов русского языка второго склонения.

2.2. Синтаксическая сочетаемость. За сравнительно короткий период времени слово *пиар* «обросло» разнообразными связями с другими лексическими единицами. Оно стало составной частью разнообразных синтаксических конструкций и по характеру сочетаемости не отличается от других русских слов. Приведем примеры сочетаемости неологизма *пиар* в современном русском языке.

2.2.1. С полными именами прилагательными (причастиями), выступающими в роли согласованных определений:

а) качественная оценка (*черный, крутой, скандальный* и др.): *Выражаясь современным языком, 7 лет назад «Известия» сделали Пирогову **крутой пиар*** (Ивкин А. Ваятель на старой телеге // Известия. 2001. 3 авг.);

б) социально-политические, профессиональные отношения (*политический, государственный, партийный* и др.): *Именно поэтому **государственному пиару** во всех смыслах придается огромное значение* (Бабаева С., Бовт Г. Теорема Путина-Лобачевского. Признаки скорого дефолта // Известия. 2002. 14 июля);

в) относительные характеристики (*московский, местный, отечественный* и др.): *...на небосклоне **отечественного пиара** промелькнула звезда первой величины* (Строкань С. Человек, который отмыл Клинтонa // Совершенно секретно. 2003. 6 февр.);

г) временные отношения (*современный, предвыборный, синхронный* и др.): *...в какой мере критика «Единой России» в адрес правительства является **предвыборным пиаром*** (Багира Д. СПС и «Яблоко»: обострение классово-борьбы // Политком.ру. 2003. 5 мая).

2.2.2. С существительными, выступающими в роли дополнения или несогласованного определения (*перед выборами, государства, депутатов* и др.): *Ясно одно: между **пиаром проблемы** и ее решением часто лежит огромная пропасть* (Бабаева С., Новопрудский С. Смотри – не перепутай // Известия. 2002. 19 февр.).

2.2.3. С глаголами, выступающими в роли сказуемого (*значит, означает, привел, начался* и др.): *Вот что значит **хороший пиар!*** (Вот что значит хороший пиар! // Вечерняя Москва. 2002. 8 авг.).

2.2.4. При местоимении (*это* и др.) или существительном, выступая в роли сказуемого: *Если **это пиар**, так он слишком дорогой* (Закрытый перелом // Профиль. 2003. 21 июля).

2.2.5. При глаголах, причастиях, деепричастиях, существительных, выступая в роли дополнения (*итогом, разбирается в, воспитанный, затеваемая* и др.): *...в глазах **воспитанного пиаром** зрителя особой ценностью отечественные подмошки не обладают* (По торжественным дням? // Театральная жизнь. 2003. 24 нояб.).

В параграфе 1.3 «Неологизмы в идиоматике современного русского языка» отмечаются фразеологизмы, трансформированные словом *пиар*.

Актуализация в русском языке вторичных номинативных единиц в виде трансформированных фразеологизмов подчинена действию закона языковой экономии: новое повествование опирается на уже существующие тексты, обладающие большим культурно значимым потенциалом представления информации. Вслед за И.Р. Фефеловой под трансформацией устойчивых выражений понимаем «изменения любого характера, связанные с переосмыслением лексического, семантического или грамматического состава»⁴.

Среди трансформированных выражений отмечаем следующие: *не пиаром единым; сам себе пиар; чистойшей (чистой) воды пиар; торчат уши пиара; пиар во время чумы; пиар на крови; пиар на костях; пиар на грани фола; медвежий пиар; на ниве пиара; в чужом пиаре похмелье; рыцари плаща и пиара; золотой век пиара; любовь зла, но особенно зол пиар; все подружки по пиарам; большой пиар.*

Пример заголовка с трансформированным фразеологизмом – *В ЧУЖОМ ПИАРЕ ПОХМЕЛЬЕ* (Столяренко Л. В чужом пиаре похмелье // Нов. газ. 2003. 2 янв.). Основой новейшего фразеологизма послужило исходное устойчивое выражение *В чужом пиру похмелье*. Имея разговорный, ироничный характер, оно обозначает неприятности, возникшие из-за действий другого человека (других людей). Референтная интенция заголовка проявляется в соотносительности содержания статьи с внешними обстоятельствами. Речь в публикации идет о грязных пиар-технологиях, когда в результате деятельности черных пиарщиков в избирательной борьбе страдает репутация неудобного кандидата.

Прагматическими целями использования приема трансформации устойчивых сочетаний являются более яркое выражение субъективности высказывания, активизация мыслительной деятельности читателя, создание внешней привлекательности текста, диалог с читательской аудиторией, усиление экспрессивности, иронический эффект.

Во **второй главе** «Лексика *пиар* в системно-структурном освещении» в максимально полном объеме представлены и проанализированы лексика предметной области *пиар* в современном русском языке, словообразовательное гнездо с вершиной-неологизмом, его концептуально-фреймовая организация.

В **параграфе 2.1** «Лексика предметной области *пиар* в современном русском языке», включающем анализ около 120 языковых единиц, все составляющие распределены на три группы.

1. Неологизмы. Они зафиксированы в словарях, отражающих лексику, ее употребление и произношение, актуальное в XXI в. В максимально полном объеме словник зафиксирован в лексикографическом источнике

⁴ Фефелова И.Р. Трансформация устойчивых сочетаний в заголовках как оценочное средство языка // Вестн. Челяб. гос. пед. ун-та. 2016. № 6. С. 191.

«Новые слова и значения: словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века» (2014): *пиар, пиар-агентство, пиар-акция, пиар-группа, пиар-деятельность, пиар-директор, пиар-индустрия, пиарист, пиарить, пиариться, пиар-кампания, пиар-команда, пиар-компания, пиар-консультант, пиар-контора, пиармен, пиар-менеджер, пиар-мероприятие, пиарный* и др. – в словаре всего 43 лексем.

2. Потенциальные слова. Они созданы и функционируют в языке публицистики, художественной литературы, разговорной речи, но пока не стали достоянием литературного языка в смысле кодифицированной системы. Потенциальные слова имеют эффект новизны. Потенциальные слова могут быть легко созданы говорящим / пишущим по продуктивным моделям словообразования, по закону аналогии. Ряд потенциальных слов может быть продолжен до бесконечности, поэтому предметная область *пиар* с точки зрения языкового выражения является принципиально открытой.

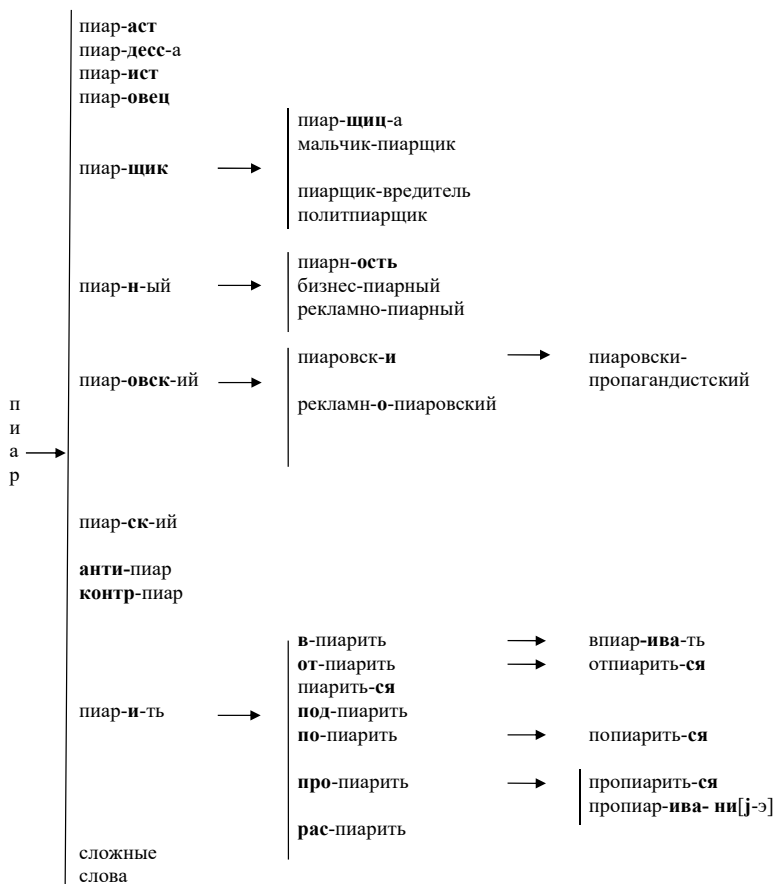
Источником потенциальных слов в нашем исследовании послужил Национальный корпус русского языка: *антипиар, бизнес-пиарный, впиаривать, впиарить, контрпиар, отпиаренный, отпиарить, отпиариться, пиар-активность, пиар-акцент, пиар-действие, пиар-задача, пиар-законотворчество, пиар-игра, пиар-идея, пиар-имитация, пиар-инструмент* и др. – всего 54 единицы.

3. Окказионализмы. Для включения в данный разряд лексики считаем необходимым соблюдение трех условий: неологизм должен фиксироваться у одного автора (соавторов), иметь коннотативное значение и функцию выразительного средства в тексте. Источником окказионализмов также послужил Национальный корпус русского языка. Отметим следующие новообразования: *мальчик-пиарицик* (В. Заборский), *пиар-амнистия* (А. Политковская), *пиараст* (коллективный форум), *пиар-война* (Б. Миронов), *пиар-десант* (Д. Данилова), *пиардесса* (В. Попов), *пиар-инкогнито* (А. Карабаш), *пиар-менеджер* (газета «Хулиган»), *пиар-нуар* (О. Балла, М. Эпштейн), *пиар-пир* (В. Никифорова), *пиар-раздача* (М. Виноградов, Н. Ратиани), *пиар-спурт* (А. Нагорный), *пиар-травля* (Ю. Латынина), *пиар-ум* (А. Братерский, С. Пфедфенхофен), *пиар-фронт* (коллективный форум), *пиары* (А. Гордиенко), *селф-пиар* (Е. Пищикова) – всего 17 лексем.

В параграфе 2.2 «Словообразовательное гнездо с вершиной *пиар* в современном русском языке» проведен деривационный анализ гнезда с исходным словом – иноязычным неологизмом.

Сложные слова: *пиар-агент, пиар-агентство, пиар-акцент, пиар-активность, пиар-акция, пиар-амнистия, пиар-война, пиар-группа, пиар-действие, пиар-департамент, пиар-десант, пиар-деятельность, пиар-директор, пиар-задача, пиар-законотворчество, пиар-игра, пиар-идея, пиар-имитация, пиар-индустрия, пиар-инкогнито, пиар-инструмент, пиар-информационный, пиар-кампания, пиар-команда, пиар-компания, пиар-конкурс, пиар-консультант, пиар-контора* и др.

Словообразовательное гнездо с вершиной *пиар*



С количественной точки зрения словообразовательное гнездо с исходным словом *пиар* квалифицируем как сильноразвернутое – отмечаем 114 дериватов и 1 исходное слово. Производные словообразовательного гнезда с вершиной *пиар* относятся к I – III ступеням словообразования. На I ступени словообразования фиксируется максимальное количество производных – 91. Из них: 9 суффиксальных дериватов, 2 – приставочных и 80 композит. На II ступени – 17 производных. Из них: 4 суффиксальных, 6 – приставочных и 7 композит. На III ступени фиксируем 6 производных лексем. Из них: 5 суффиксальных и 1 композита. В совокупности по способу словообразования отмечаем: 88 композит, 18 суффиксальных и 8 префиксальных дериватов.

Словообразовательное гнездо с вершиной *пиар* характеризуется достаточно большой глубиной и сложностью. На горизонтальной оси (отношения последовательного словопроизводства) структуру гнезда репрезентируют две единицы: минимальная – словообразовательная пара и более крупная – словообразовательная цепь. В гнезде *пиар* насчитывается 94 словообразовательные пары, 18 словообразовательных цепей. Из них:

- трехкомпонентных – 12: *пиар – пиарицик – пиарицица; пиар – пиарицик – мальчик-пиарицик; пиар – пиарицик – пиарицик-вредитель* и др.;
- четырехкомпонентных – 6: *пиар – пиарить – впиарить – впиаривать; пиар – пиарить – отпиарить – отпиариться; пиар – пиарить – попиарить – попиариться* и др.

В *параграфе 2.3* «Концептуально-фреймовая организация словообразовательного гнезда с вершиной *пиар*» представлены результаты осмысления гнезда с когнитивной точки зрения.

Концепт *пиар* очерчивает ядерно-прототипическую зону, так называемую верхнюю область, суперфрейм. В инвариантный компонент входят семы: 1) материальный мир; 2) органический мир; 3) человек; 4) человек в обществе; 5) трудовая деятельность человека. Эти семы в качестве ядерного, статичного компонента входят в значение всех производных лексемы *пиар*.

На «нижнем уровне» выделяем 6 субфреймов.

1. Действие, деятельность *пиар* – 78 единиц.
2. Объединение, структура, осуществляющая деятельность *пиар*, – 15 единиц.
3. Признаковость, свойственность, характерность для *пиар* – 10 единиц.
4. Мероприятие, событие *пиар* – 5 единиц.
5. Ситуация *пиар* – 4 единицы.
6. Отношения в сфере *пиар* – 2 единицы.

Представим в качестве примера субфрейм «Действие, деятельность *пиар*».

В субфрейме «Действие, деятельность *пиар*» верхний ярус иерархии занимают нейтральные лексемы *пиар-деятельность, пиар-действие, пиар-работа*. Это некая совокупность действий по созданию и внедрению в общественное мнение идеального и необходимого для жизни образа объекта (идеи, товара, услуги, персоналии, организации, бренда).

Глаголы с данным значением можно разделить на две группы:

– переходные, обозначающие действия *пиар*, направленные на некий объект: *пиарить, впиарить, впиаривать* – «доведение действия *пиар* до нужного предела»; *отпиарить* (может употребляться в двух значениях: «завершение и прекращение действия *пиар*» и «доведение действия *пиар* до излишнего предела»); *подпиарить* – «совершение действия *пиар* слегка»; *попиарить* – «совершение действия *пиар* в течение непродолжительного времени»; *пропиарить* – «доведение действия *пиар* до нужного пре-

дела», *распиарить* – «распространение действия *пиар* в разные стороны» (к этой группе примыкает отглагольное существительное *пропиаривание*); – непереходные, возвратные, могущие употребляться в двух значениях, как лично- и общезовратные: *отпиариться, пиариться, попиариться, пропиариться*.

На следующем ярусе концептуализации в субфрейме «Действие, деятельность пиар» выделяем 15 слотов.

1.1. Субъект деятельности – человек, в обязанности которого входит продвижение идеи, товара, услуги, персоналии, организации, бренда в общественных отношениях (19 лексем).

С оценочной точки зрения:

– нейтральные обозначения: *пиар-специалист, пиарист, пиаровец, пиарицки, пиарищица, политпиарицки, пиар-агент, пиар-директор, пиар-консультант, пиармен, пиар-менеджер, пиар-профессионал, пиар-технолог*;

– сниженные, ироничные: *пиараст, пиардесса, мальчик-пиарицки, пиарицки-вредитель, пиар-менеджер, пиар-ум*.

1.2. Объект деятельности (1 лексема *пиар-инкогнито* – потребитель пиар-услуг, пожелавший остаться неизвестным).

1.3. Сфера деятельности (3 слова: *пиар-рынок* – совокупность экономических отношений на основе регулярных обменных операций между производителями пиар-услуг и потребителями; *пиар-фронт* – место, сфера применения активных, наступательных пиар-приемов; *пиар-индустрия* – совокупность организаций, занятых производством пиар-услуг в широких масштабах).

1.4. Структура деятельности (1 речевая единица *пиар-составляющая* – использование пиар-технологий в какой-либо сфере деятельности).

1.5. Содержание деятельности (1 лексема *пиар-сюжет* – последовательность пиар-действий).

1.6. Направления деятельности (6 производных: *антипиар, контрпиар* – противодействие пиар-воздействию; *пиар-нуар* – деятельность пиар, направленная на ухудшение имиджа лица, организации, политической силы и т. п.; *политпиар* – деятельность по формированию в обществе определенного мнения о субъектах политики; *самопиар, селф-пиар* – внедрение в ценностный ряд какой-либо социальной группы выгодной информации о себе).

1.7. Средства деятельности (1 единица *пиар-инструмент* – средство для достижения целей продвижения в общественном сознании лица, организации, политической силы и т. п.).

1.8. Темп деятельности (2 слова: *пиар-активность* – интенсивность пиар-действий; *пиар-спурт* – резкое усиление темпа пиар-деятельности).

1.9. Результат деятельности (4 композиты: *пиар-продукт* – сформированный в общественном сознании образ лица, организации, политической

структуры, бренда и т. п.; *пиар-амнистия* – ослабление средствами *пиар* негативной оценки в общественном мнении; *пиар-победа* – успех, торжество, триумф, достигнутые методами *пиар*; *пиар-эффект* – впечатление, произведенное на целевую аудиторию).

1.10. Способ, прием деятельности (7 единиц: *пиар-технология* – совокупность правил, приемов, методов изменения общественного мнения *пиар-средствами*; *пиар-прием* – конкретный, единичный способ осуществления *пиар-действия*; *пиар-игра* – *пиар-деятельность*, осуществляемая по своим собственным правилам и не имеющая необратимых последствий в силу необязательности ее результатов; *пиар-маневр* – изменение направления *пиар-деятельности*; *пиар-операция* – совокупность специальных действий по единому замыслу и плану для решения оперативных или стратегических *пиар-задач*; *пиар-ход* – единичное действие по формированию общественного мнения; *пиар-находка* – ценный, удачный *пиар-прием*).

1.11. Замысел, побуждение к деятельности (1 лексема *пиар-идея* – основная, главная мысль, замысел, определяющий содержание *пиар-кампании*).

1.12. Организация деятельности (1 слово *пиар-обеспечение* – оказание услуг в области коммуникаций при помощи *пиар-средств*).

1.13. Количество, объем деятельности (1 прилагательное *пиароемкий* – обладающий большими возможностями для *пиар-продвижения*).

1.14. Планирование деятельности (1 композита *пиар-программа* – изложение содержания, этапов и цели деятельности *пиар-кампании*).

1.15. Конкретные виды деятельности. Всего 13 производных слов:

1.15.1. Деятельность по маскировке, подражанию, сокрытию, утаиванию (2 лексемы: *пиар-имитация* – подделка, подмена реальных действий их упоминанием в СМИ, *пиар-легенда* – вымышленная биография лица, история организации, бренда и под.).

1.15.2. Деятельность по созданию, изменению, ликвидации (3 единицы: *пиар-производство* – процесс создания *пиар-продукта*; *пиар-обработка* – коммуникативное давление, воздействие с целью изменения общественного мнения; *пиар-травля* – использование *пиар-коммуникаций* с целью преследования, нападок, создания негативного общественного мнения).

1.15.3. Деятельность по выдвиганию на первый план (1 композита *пиар-акцент* – выделение, выдвигание на первый план в *пиар-кампании* чего-либо в качестве главного, основного).

1.15.4. Деятельность по использованию, оказанию услуг, удовлетворению потребностей (2 слова: *пиар-услуга* – *пиар-работа*, выполняемая для удовлетворения потребностей объекта *пиар* на коммерческой основе; *пиар-обслуживание* – *пиар-деятельность*, направленная на поддержание позитивного общественного мнения о лице, организации, политической структуре, бренде и т. п.).

1.15.5. Деятельность по охране, подкреплению, усилению (2 единицы: *пиар-усилие* – умственное и физическое напряжение субъекта *пиар* для до-

стижения пиар-эффекта; *пиар-поддержка* – комплекс пиар-мероприятий для сохранения жизнеспособности, подкрепления, усиления позиций лица, организации, политической структуры, бренда в коммуникативном пространстве).

1.15.6. Коммуникативная деятельность (3 сложных слова: *пиар-монолог* – речь объекта пиар, не предполагающая непосредственного отклика целевой аудитории; *пиар-ответ* – пиар-действия, вызванные каким-либо событием, ситуацией; *пиар-текст* – сообщение, служащее созданию взаимопонимания, формированию убеждения, обеспечению взаимодействия, побуждению к действию).

Концепт *пиар* связан с профессиональным портретированием мира – это историческое социально-субъективное осмысление и вербализация определенной сферы трудовой жизни общества.

В **третьей главе** «Лексика пиар в русской языковой картине мира: лингвокультурологический подход» отмечается оценка деятельности *пиар* в языковой картине мира носителей русского языка, иллюстрируется культурологический фон иронии, оценки и подмены.

Для *параграфа 3.1* «Лексический фон “ирония”» отобрано 283 словоупотребления. В нашем материале зафиксированы следующие стратегии и тактики создания иронического лексического фона слова *пиар*.

I. Вербальная стратегия.

1. Лексические тактики: эпитеты, трансформация фразеологизма, метафоризация, метонимизация, оксюморон, перифразирование, антонимия, антономазия, контекстные антонимы.

2. Грамматические тактики: ряды однородных членов, употребление в составе неосновного высказывания (в составе уступительной конструкции, в составе присоединительной конструкции), словообразование.

3. Стилистические тактики: сниженная, жаргонная лексика.

II. Когнитивная стратегия.

1. Логические тактики: контраст пропозиций (понижение статуса пиар-деятельности, ее субъекта, целей, методов и пр.).

2. Семантические тактики: аллюзии, сгущение смысла.

Приведем некоторые примеры.

Эпитеты. *Разнузданный, фантастический, незатейливый, топорный, серый пиар* и др.: *Та же грязь, тот же разноцветный пиар, те же информационные войны...* (Свешников А. Победителя не судят, но отдают ему должное // Богатей (Саратов). 2003. 23 окт.).

Трансформация фразеологизма. *Пиар дороже жизни. Государство, казня преступника, организует ему пиар, что для последнего в иных случаях дороже самого дорогого – жизни* (Богомолов Ю. Вспомнить Герострата // Известия. 2001. 20 июня). В основе трансформированного фразеологизма лежит сентенция Ф. Шиллера «честь дороже жизни».

Метафоризация контекста. *Многие политтехнологи говорят, что из большого политического пиара ушли драматизм, игра, поэзия – то,*

что рождало Сценарии... и новых партийных гомункулусов (Орлов Д. Корпоративные выборы // Профиль. 2003. 3 февр.). Понятие «гомункулус» восходит к представлениям средневековых алхимиков (XIII в.), которые называли таким образом подобное человеку существо, полученное искусственным путем. Очевидно, автор статьи с большим сарказмом относится к российским политическим фигурам: посредством пиара на отечественной политической сцене («драматизм, игра, поэзия») появляются не реальные деятели, а некие искусственно созданные образы.

Антонимия. *Мощный – ничтожный: ...такой мощной пиар-кампании по столь ничтожному поводу припомнить трудно* (Романчин В. Император тундры // Вслух о... 2003. 30 апр.).

Ряды однородных членов. *Фарс, пиар, балаган. Перед советским прошлым выглядит смехотворно бутафорская «петербургская империя» Президента, в которой нет места величию, трагедии, государственному подвигу, а один только фарс, пиар, балаган* (Проханов А. Антисоветский Путин // Завтра. 2003. 13 авг.).

Сниженная, жаргонная лексика. *Крутой пиар: ...крутой пиар со стороны правоохранительных органов* (Спирин Ю. и др. Оперативный розыск // Известия. 2003. 24 июня).

Контраст пропозиций. Понижение статуса пиар-деятельности (ее субъекта, целей, методов и пр.). *Лидеры партии впали в экстаз. Лучший пиар трудно было себе представить* (Ростовский М. Россия – родина клонов // Моск. комс. 2003. 14 янв.). В данной цитате субъекты политического пиара – лидеры партий – находятся в иступленно-восхищенном состоянии, которое еще называется пребыванием вне себя.

Аллюзии. *Избирателей ...трудно сбить с толку даже самым чернушным пиаром, да и в бесплодных мечтаниях... наши земляки замечены не были* (Кореневский М. Гоголевские мотивы губернаторских выборов // Петерб. Час Пик. 2003. 3 сент.). Прямое указание на гоголевские мотивы, завуалированное – на бесплодные мечтания отсылают нас к образу Манилова, герою «Мертвых душ». Деятельность пиар для автора статьи представляется созданием бесплодной мечты, оторванностью от реальных потребностей населения, дачей заведомо несбыточных обещаний, беспринципностью.

Сгущение смысла. При сгущении смысла возникает фантазмагорическая ситуация «популяризации популяризации», китча, запредельной экстравагантности, крикливости, безвкусицы. Подобный семантический процесс наблюдаем в заголовке «Пиар в квадрате». В статье прямо говорится о том, что много пиара – это плохо: *Когда о пиаре говорят много, то это, конечно, плохо характеризует людей, которые пиаром занимаются* (Баранов А. Пиар в квадрате // Завтра. 2003. 16 марта).

В параграфе 3.2 «Лексический фон “оценка”» делается вывод о биполярном восприятии носителями русского языка деятельности пиар. На по-

люсе ее негативной оценки, т. е. как деятельности, направленной на разрушение, ухудшение, оказалось, по нашим наблюдениям, 66 словоупотреблений (или 23%), на полюсе позитивной оценки, т. е. как деятельности, направленной на созидание, улучшение, – 8 словоупотреблений (или 3%). По совокупности лексический фон оценки обнаруживается у 26% цитат.

В нашем материале разделим способы отражения оценки на две группы: 1) проявляющиеся на уровне слова и 2) выявляемые на уровне словосочетания, предложения, контекста.

Приемы создания негативной оценки

1. Уровень слова. Отмечаем эпитеты, метафоры, перифразы, аллюзии, разговорную лексику.

Эпитеты. Отрицательная оценка пиар-деятельности и в терминологическом употреблении, и в журналистике, и в речевой деятельности закрепились в понятии «черный пиар» (совокупность мероприятий, направленных на ухудшение имиджа конкурирующей стороны): *Представители ЦИК все время говорят, что проблему «черного пиара» может решить четкое разделение в законе понятий «информирование» и «агитация»* (Тропкина О. Писать можно, только осторожно // Независ. газ. 2003. 22 июля). В одном ряду часто оказываются эпитеты *черный* и *грязный*: *Однако правда и то, что ясновидицы и хироманты нередко и впрямь участвуют в грязном пиаре* (Абаринов В. Личный Распутин фюрера // Совершенно секретно. 2003. 7 июля).

Аллюзии. *Далее слово взяла пламенная Валерия Новодворская, поведавшая миру о своем понимании пиара и о том, что в ближайшие годы в отечественной политике будет преобладать «красный» пиар. Красным врожденная революционерка считает его потому, что он «потребует много крови, как во времена Нерона или Гитлера»* (Ильичев Г. Кассандры, полные печали // Известия. 2002. 4 июля). Основным приемом является аллюзивная отсылка к историческим и мифологическим персонажам: Нерону, Гитлеру, Кассандре. Она требует от читателя общего с автором культурно-исторического фона и способности к интерпретации. Отец отечества, 14-кратный трибун, 13-кратный император, 5-кратный консул, Великий понтифик вошел в историю как преступное чудовище, кровавый безумец и убийца, поджигатель Рима, творящий бесчинства ради собственного удовольствия. В ряду кровавых преступников – Гитлер, втянувший во Вторую мировую войну 62 государства с общим количеством населения 1,7 млрд человек. Сама В. Новодворская, делая столь печальный прогноз, уподобляется Кассандре. Дочь последнего троянского царя Приама в древнегреческой мифологии получила пророческий дар от Аполлона. Однако за то, что не ответила ему взаимностью, была наказана: трагическим предсказаниям Кассандры никто не верил, ее осмеивали и называли безумной. Но предсказания воплощались в жизнь. Еще одна аллюзив-

ная линия отсылает читателя к революции, в целом воспринимаемой современным обществом как трагедия: *врожденная революционерка, красный пиар, пламенная Валерия Новодворская*.

2. Уровень словосочетания, предложения, контекста. Отмечаем ряды однородных членов, антитезы, синтагматические связи, контекстное употребление.

Ряды однородных членов. Понятие *черный пиар* находится в ряду *свобода вранья, черный нал*: *Выступая вчера в Думе, Вешняков заявил, что поправки в закон о СМИ – «это удар не по свободе слова, а удар по свободе вранья, черному пиару и черному налу»* (Волгин Д. Поправки к закону «О СМИ» усилят региональную власть // Политком.ру. 2003. 23 мая). Слово *вранье* является стилистически сниженным синонимом к лексеме *ложь*. В отличие от *лжи*, являющейся преднамеренным, сознательным речевым актом, *вранье* в языковом сознании – это неприятная черта личности, беспричинная и бесцельная чепуха, пустая болтовня, нелепость, вздор. *Нал* – разговорное сниженное сокращение от слова *наличный*, принадлежность сленга. *Черный нал* – термин рыночных отношений, обозначающий официально не учтенные бухгалтерией организации наличные деньги. Их использование является незаконным или даже преступным.

Антитеза. Негативная оценка пиара может быть выражена в контексте за счет противопоставления, например, на положительном полюсе – закон, на отрицательном – грязные технологии и черный пиар: *Спикер Госдумы Геннадий Селезнев поставил перед участниками задачу: «Надо добиться, чтобы торжествовал закон, а не правила бал грязные технологии и черный пиар»* (Садчиков А. Резиновые понятия. Депутаты против избиркомов-нарушителей // Известия. 2001. 18 дек.). Устойчивое выражение *править бал* имеет разговорное ироничное значение и означает «управление, распоряжение чем-либо».

В другом контексте такая биполярность эксплицитно не выражена, но подразумевается, что «добрая» информация в прессе противопоставлена злему черному пиару: *Если же такие вещи проходят в прессе, то здесь нужно отличать, написано это по-доброму или же мы имеем дело с «черным пиаром»* (Вы над собой смеяться не боитесь? // Дело (Самара). 2002. 3 мая).

Контекст словоупотребления, синтагматические связи. В большом количестве фиксируются контексты со значением *войны, захвата, завоевания*, например: *Чтобы сегодня завоевать мировое господство, не надо захватывать территории, как это делали Сталин и Гитлер. Достаточно записать свое выступление в прямом эфире. Объявить акцию возмездия или джихад. Поборотся за сердца людей методами политического пиара* (Колесников А. Третья Мировая в прямом эфире // Известия. 2001. 8 окт.). Налицо милитаристская лексика: *мировое господство, захватывать территории, акция возмездия, джихад*.

Для именованя субъектов пиар-деятельности может использоваться лексика заказных убийств (заказчик, исполнитель): *В ходе разоблачения очередной порции черного пиара против партии он назвал заказчиков и исполнителей этой антирекламы* (Дичев М. Кондотьеры черного пиара // Известия. 2003. 24 июля). В контексте черного пиара реализуется тема жертвы: *... «жертва № 1» у нас уже избрана подавляющим большинством голосов мастеров художественного пиара, и о ее ежедневной беготне от асфальтового катка наслышаны в Петербурге даже дети* (Зубарев Е. Вы слышите: грохочут чудачки? // Петерб. Час Пик. 2003. 24 сент.). Ассоциация черного пиара с убийством возникает также за счет упоминания асфальтового катка. Фразеологический неологизм недавнего времени *закачать в асфальт* употребляется чаще всего как угроза и означает «расправиться самым беспощадным образом».

Приемы создания позитивной оценки

В значительно меньшем количестве в текстах СМИ встречаются позитивные оценки пиар как деятельности, направленной на созидание, улучшение, развитие. В нашем материале оценка со знаком плюс выражается эпитетами, т. е. стилистическим приемом на уровне слова. **Грамотный.** *В принципе понятно, что грамотный пиар – это увеличение капитализации* (Гаврюшенко А., Боровков А. Михельсон открывает карты // Дело (Самара). 2002. 26 апр.). Слово употреблено в переносном значении как характеристика выполненного со знанием дела, в соответствии с основными требованиями данной области знаний, правильного подхода. **Бесподобный.** *Лариса Матросова, помимо написания заметок, делала газете бесподобный пиар...* (Комраков А. Как это было // Дело (Самара). 2002. 10 июня). Прилагательное, характеризующее деятельность пиар, также выражает вторичное значение чего-либо, не имеющего себе равного, исключительного по силе и степени проявления. **Надежный, доброжелательный.** *Несмотря на всю уверенность Закаева и Редгрейв в своей правоте, им еще придется поработать над имиджем. Буквально всем нужен надежный, доброжелательный пиар* (Егорова О. Красная Сирена // Спецназ России. 2003. 15 марта). В примере работа по специальному конструированию образа известного человека, включающего разные аспекты личности (поведение, стиль общения, внешность и др.), оценивается как созидательная, способствующая воздействию на окружающих.

В параграфе 3.3 «Лексический фон “подмена”» указывается, что на современном этапе социального развития исследователи, в частности О.В. Одинцова, считают возможным говорить о формировании культуры подмены. К базовым ценностям культуры подмены ученый относит «деньги, власть, статус, потребление, комфорт, конкуренцию»⁵.

⁵ Одинцова О.В. Образ руководителя в культуре подмены // Экономическая психология: прошлое, настоящее, будущее. 2016. № 31. С. 271.

Анализ контекстов употребления слова *пиар* показал, что связи с общественностью зачастую стали подменной, симуляцией реальной деятельности на уровне государства, организации, личности.

Уровень государства

Подмена *пиаром* реального разделения властей. Законодательно закрепленные меры по недопущению узурпации одной ветвью власти всей полноты власти в государстве, т. е. так называемая *политика «сдержек и противовесов»* порой выглядит как просто умело сбалансированный *пиар*... Именно поэтому государственному *пиару* во всех смыслах придается огромное значение (Бабаева С., Бовт Г. Теорема Путина-Лобачевского. Признаки скорого дефолта // Известия. 2002. 14 июля).

Подмена *пиаром* внешней политики государства: *Она не находит, увы, подкрепления в виде прорывных контрактов и договоров, которые должна готовить его команда. «Прозападный» внешнеполитический пиар есть. Внешней политики – нет* (Бовт Г. Молчание ягнят. Наша дипломатия не реагирует на «доктрину Буша» // Известия. 2002. 1 февр.).

Подмена *пиаром* государственной поддержки малообеспеченных граждан, в частности пенсионеров: *«Незначительно повышая пенсии, правительство делает при этом шумный пиар»*, – констатировал на субботней пресс-конференции вице-спикер Госдумы от «Яблока» Владимир Лукин (Чернега Ю. Вотум Совхозного значения // Коммерсантъ-Daily. 2003. 28 апр.).

Подмена *пиаром* и бумаготворчеством реальной государственной деятельности чиновников: *И все же президентским пиаром в «ОПОРе» довольны* (Кампанейщина. Чиновники заменяют работу «отчетами о проделанной работе» // Известия. 2002. 26 марта).

Подмена *пиаром* координированной деятельности представителей власти на местах: *Это что: такой местный пиар или налицо дефект в государственном устройстве?* (Степура И. Дела Амурные // Рос. газ. 2003. 2 марта).

Подмена *пиаром* необходимых административных и прочих реформ: *После этого уже ни правительство, ни тем более президентские службы нельзя будет упрекнуть, что административная реформа не сдвинулась с мертвой точки. Пиар окончательно размыл политику* (Вощанов П. Портвешок – это все, что нас связывает с Португалией // Нов. газ. 2003. 30 янв.).

Подмена *пиаром* борьбы с коррупцией: *Вряд ли кто-то может всерьез надеяться на то, что победить таким образом коррупцию, а даже просто создать впечатление борьбы с ней, невозможно. Пиар для идиотов* (Иванов Н. Пиар для идиотов // Время МН. 2003. 9 июля).

Уровень организации

Подмена *пиаром* партийной работы и представления интересов населения: *Обвинения в «предвыборном пиаре» в «Яблоке» считают нелепы-*

ми: *«Ругать политика за то, что он пытается привлечь к своей позиции внимание избирателей, – это все равно что обвинять писателя, который хочет написать хорошую книжку, чтобы ее прочитало как можно больше людей»* (Иванова Т. Фитнес для правительства // Моск. комс. 2003. 14 янв.).

Подмена пиаром политических дебатов и партийных программ: *Вместо дискуссии, однако, началась пиар: в разных изданиях за разными подписями практически одновременно появились статьи, подвергающие предложения «яблочников» уничтожающей (и поразительно похожей) критике* (Вишневецкий Б. Квартрасплата // Нов. газ. 2003. 16 янв.).

Подмена пиаром критики политической власти: *... в какой мере критика «Единой России» в адрес правительства является предвыборным пиаром, а в какой отражает принципиальную позицию партии* (Багиrow Д. СПС и «Яблоко»: обострение классовой борьбы // Политком.ру. 2003. 5 мая).

Подмена пиаром и разнообразными театрализованными формами протеста (флешмобами, хеппенигами, перформансами) некоторыми сообщениями или личностями реальной оппозиционной деятельности: *Так что активистская энергия расходуется на решение двух главных задач: подготовить акцию так, чтобы избежать репрессий, и обеспечить акции спектакулярный эффект, предварительный пиар и дальнейшую раскрутку в медиа* (Зайцева А. Спектакулярные формы протеста в современной России: между искусством и социальной терапией // Неприкосновенный запас. 2010. № 4(72)).

Подмена пиаром профессиональной деятельности, в частности журналистики: *Общество уже разобралось в том, где пиар, а где подлинная журналистика, защищающая его интересы* (10 лет «Прессе» – 300 лет российской прессе // Витрина читающей России. 2002. 25 окт.).

Уровень личности

В сознание граждан посредством пиара могут внедряться иные ценности, культурные установки, ломающие и запутывающие привычную картину мира. В тексте СМИ находим: *В наши дни, в эпоху повсеместного пиара, умеющего так запутать, что и себе перестанешь доверять, главное можно увидеть только собственными глазами* (Дело в частностях // Домовой. 2002. 4 мая).

Подмена пиаром, личной выгодой или желанием наживы подлинных человеческих отношений: *...никакой дружбы и любви нет, а есть лишь пиар и корыстные интересы, преследуемые определенной группой лиц* (Новопрудский С. Репка за бабки // Известия. 2002. 10 дек.).

Подмена пиаром благотворительности, искренней помощи и сострадания: *Оказывая кому-то помощь, обязательно хотят получить общественное признание, получить «компенсацию» в виде славы и пиара* (Соколов-Митрич Д. Ответ Мурзика // Известия. 2003. 6 февр.).

Направленность имиджевых усилий на себя получила название самопиара. Кроме понятия *самопиар*, используются выражения *делать себе*

пиар, личный пиар, собственный пиар, пиар самого себя, персональный пиар, селф-пиар.

В заключении диссертации подводятся итоги, делаются необходимые выводы и обобщения.

Основные положения диссертационного исследования изложены в следующих научных публикациях автора:

*Статьи в рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК
Министерства образования и науки Российской Федерации*

1. Леванова, Т.В. Концепто-фреймовая организация словообразовательно-гнозид с вершиной пиар / Т.В. Леванова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Русский и иностранные языки и методика их преподавания». – 2017. – Т. 15. – № 4. – С. 458–473 (1,5 п. л.).

2. Леванова, Т.В. Лексический состав семантического поля пиар в современном русском языке / Т.В. Леванова // Международный аспирантский вестник. Русский язык за рубежом. – 2017. – № 4. – С. 64–68 (0,8 п. л.).

3. Леванова, Т.В. Словообразовательное гнездо с вершиной пиар в современном русском языке / Т.В. Леванова // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Филология. Теория языка. Языковое образование». – 2018. – № 1(29). – С. 117–127 (1 п. л.).

4. Леванова, Т.В. Слово пиар с позиций неологии / Т.В. Леванова // Верхневолжский филологический вестник. – 2018. – № 2. – С. 84–93 (1 п. л.).

5. Леванова, Т.В. Слово «пиар» в лингвокультурологической оценке: лексический фон иронии / Т.В. Леванова, Ю.В. Сложеникина, А.В. Растягаев // Культура и текст. – 2018. – № 2(33). – С. 194–215 (авт. – 0,5 п. л.).

*Статьи в сборниках научных трудов и материалов
научных конференций*

6. Леванова, Т.В. Трансформация фразеологизмов (на примере идиом со словом ПИАР) / Т.В. Леванова // Сохранение, поддержка и продвижение русской культуры и языка за рубежом: сб. по материалам VII Междунар. конф. 28–29 нояб. 2017 г. – Минск, 2017. – С. 193–198 (0,8 п. л.).

7. Леванова, Т.В. Пиар как подмена: лингвистический взгляд / Т.В. Леванова // Язык. Коммуникация. Культура: сб. по материалам II Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых – магистрантов и аспирантов. Москва, 20 апр. 2018 г. – М., 2018. – С. 70–72 (0,25 п. л.).

8. Леванова, Т.В. Пиар в лингвокультурологическом освещении: лексический фон «оценка» / Т.В. Леванова // Международный Кирилло-Медоидиевский фестиваль славянских языков и культур: сб. по материалам конф. Москва, 23–25 мая 2018 г. – М., 2018. – С. 187–194 (0,8 п. л.).

9. Леванова, Т.В. Лексика пиар в системе и структуре современного русского языка / Т.В. Леванова // День науки-2018: сб. ст. XIX науч. конф. студентов, магистрантов, аспирантов СФ МГПУ. – Самара: СФ ГАОУ ВО МГПУ, 2018. – С. 305–308 (0,5 п. л.).

ЛЕВАНОВА Татьяна Владимировна

СЛОВО «ПИАР» И ЕГО ПРОИЗВОДНЫЕ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ:
СИСТЕМНО-СТРУКТУРНЫЙ И ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Подписано к печати 18.01.19. Формат 60x84/16. Бум. офс.
Гарнитура Times. Усл. печ. л. 1,4. Уч.-изд. л. 1,5. Тираж 110 экз. Заказ .

Научное издательство ВГСПУ «Перемена»
Типография Научного издательства ВГСПУ «Перемена»
400066, Волгоград, пр. им. В. И. Ленина, 27