

На правах рукописи

КУТЕНЕВА Татьяна Александровна

**Смысловая динамика идеологем советской эпохи
(от идеологии, пропаганды и агитации до пиара)**

10.02.01 – русский язык

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Екатеринбург
2008

Работа выполнена на кафедре риторики и стилистики русского языка
государственного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
«Уральский государственный университет им. А.М. Горького»

Научный руководитель: доктор филологических наук,
доцент **И.Т. Вепрева**

Официальные оппоненты: доктор филологических наук,
профессор **А.П. Чудинов**
кандидат филологических наук,
доцент **Е.Г. Соболева**

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Омский
государственный университет»

Защита состоится ___ июня 2008 года в ___ часов на заседании
диссертационного совета Д 212.286.03 по защите докторских и
кандидатских диссертаций при Уральском государственном университете
им А.М. Горького (620000, Екатеринбург, пр. Ленина, 51, комн. 248).

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Уральского
государственного университета им. А.М. Горького.

Автореферат разослан _____ мая 2008 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор филологических наук,
профессор

М.А. Литовская

Диссертационная работа посвящена исследованию смысловой динамики базовых идеологем советской эпохи в советском и постсоветском языковом пространстве.

Высокодинамический тип эволюции современного русского языка, особенно его лексической сферы, позволяет глазами одного поколения увидеть изменения, которые раньше можно было установить лишь в ходе диахронических исследований. Синхрония на срезе веков носит ярко выраженный динамический характер. Исследовательский интерес к изучению инновационных процессов в языке определяется активным обращением современной лингвистики к описанию тенденций развития языка (М.Я. Гловинская, О.П. Ермакова, Е.А. Земская, Е.В. Какорина, В.Г. Костомаров, М.А. Кронгауз, Л.П. Крысин, Н.А. Купина, Б.Ю. Норман, Г.Н. Скляревская, И.А. Стернин, А.П. Чудинов, В. Шапошников, Н.Ю. Шведова, Е.Н. Ширяев, Т.В. Шмелева и др.).

Начало третьего тысячелетия в России отмечено общественным переосмыслением культурных ценностей и мировоззренческих установок. Складывающаяся российская культура формируется из рефлексивного переосмысления традиционной культуры, советского наследия и активного освоения культурных образцов западного мира. Сегодня Россия находится в поисках новых идеологических смыслов, обретению которых в немалой степени способствуют исследования, посвященные изучению смысловой динамики идеологем советского периода, формирования новых идеологем постсоветского периода. В этой связи актуальным оказывается наблюдение за функционированием конкретных идеологем советской культуры, их смысловыми трансформациями и той значимостью, которую они приобретают в современном социокультурном пространстве. Оценочная интерпретация советских идеологем в языковом сознании постсоветского человека является уникальным феноменом социокультурно значимой концептуальной деятельности русской языковой личности на рубеже веков. Общая проблема осмысления советской культуры в современной перспективе **является актуальной** и попадает в поле междисциплинарных гуманитарных исследований.

В диссертационном исследовании осмысляются методологически важные единицы – лексемы *идеология* и *пропаганда*. Советская идеология как профессионально сконструированная, многомерная система идеологем, отражающая основные ценностные ориентиры советского общества, тесно связана с подчиненным ей пропагандистским дискурсом. Лексема *пропаганда* устойчиво закрепилась в языке советского времени в виде словосочетания *пропаганда и агитация*, свидетельствующего о неразрывной связи данных единиц. Они прочно входят в сформировавшийся «фундаментальный лексикон» (Е. Добренко) советской эпохи.

Лексемы *идеология*, *пропаганда*, *агитация* относятся к классу абстрактных имен. В силу высокого уровня обобщения действительности эти единицы названы *базовыми*, *металексемами*. Будучи метаименами, они сами являются опорой сознания в структурировании действительности, обозначают

наиболее общие свойства и признаки явлений и потому являются именами-категориями, то есть опредмеченными базовыми параметрами отдельных единичных фрагментов действительности. Данные единицы задают базовый уровень категоризации мира не только научному, но и обыденному сознанию, поскольку являются единицами общего для всех лексикона, требующими своего осмысления и описания.

Кардинальные преобразования в общественном устройстве повлекли за собой мену знака оценки лексем *идеология*, *пропаганда* и *агитация*. На фоне общественного переосмысления базовых советских идеологием *пропаганда* и *агитация* происходит поиск новых лексических единиц, служащих адекватной заменой советским единицам. Наиболее близким по семантике к словам *пропаганда* и *агитация* оказалась новая заимствованная из западного опыта единица *пиар* в разных вариантах своего графического оформления.

Объектом нашего исследования являются функционирующие в печатных средствах массовой информации советского и постсоветского периодов лексические единицы с идеологической семантикой – *идеология*, *пропаганда*, *агитация* – и (в современный период) лексема *пиар*.

Материалом исследования послужили словарные статьи анализируемых лексем, зафиксированные в лексикографических источниках досоветского, советского и постсоветского периодов, а также выборки из публицистических текстов советских и российских средств массовой информации.

Источники материала **советского периода** – толковые словари русского языка: «Толковый словарь русского языка» в 4-х томах под ред. Д.Н. Ушакова (далее ТСУ), «Словарь русского языка» в 4-х томах под ред. А.П. Евгеньевой (далее МАС), «Словарь современного русского литературного языка» в 17-ти томах (далее БАС), «Толковый словарь русского языка» С.И. Ожегова (далее СО).

Кроме толковых словарей, были использованы печатные издания политического характера (1920 – 1991 гг.), в своем большинстве включающие в свое название лексемы *пропаганда* и *агитация*: «Пропагандист», «Блокнот агитатора», «Политическая агитация», «Большевик», «Коммунистическая революция» (результат переименования журнала «Вестник агитации и пропаганды»), «Коммунист», «Партийная жизнь», «Партийное строительство» (последние два журнала – результат переименования журнала «Пропагандист»). Выборка из перечисленных журналов составляет около 800 контекстов, включающих лексические единицы *идеология*, *пропаганда* и *агитация*, а также их производные.

Источники материала **постсоветского периода** – ряд толковых словарей современного русского языка: «Русский толковый словарь» В.В. Лопатина, Л.Е. Лопатиной, «Толковый словарь русского языка» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой, «Толковый словарь русского языка» под ред. Н.Ю. Шведовой, «Толковый словарь иноязычных слов» Л.П. Крысина, «Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный» Т.Ф. Ефремовой, «Толковый словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия» под ред. Г.Н. Складневской, «Толковый словарь русского языка начала XXI в.

Актуальная лексика» под ред. Г.Н. Складневской, «Современный словарь русского языка» под ред. С.А. Кузнецова, «Новейший словарь иностранных слов и выражений».

Кроме толковых словарей, были использованы печатные центральные и региональные средства массовой информации – рассчитанные на широкий круг читателей газеты и журналы (с 1992 по 2008 гг.), из которых методом сплошной выборки получен корпус метаязыковых высказываний (2800 рефлексивов) по поводу анализируемых лексем, а также 40 000 контекстов, включающих исследуемые идеологемы. Материал получен с помощью интернет-источников – базы данных «Интегрум» (www.integrum.ru), информационно-поисковой системы «Национальный корпус русского языка» (www.ruscorpora.ru) и базы данных англоязычной периодики www.factiva.com.

Цель диссертационной работы – выявление смысловой динамики базовых идеологем советской эпохи – *идеология, пропаганда* и *агитация*, а также новой русской идеологемы *пиар*. Достижение поставленной цели требует решения следующих задач, определяемых в соответствии с этапами анализа.

1. На основе научных трудов и словарей энциклопедического типа представить теоретическое осмысление понятий *идеология, пропаганда, агитация* и *пиар*.
2. Проследить отраженные в лексикографических источниках советского и постсоветского периодов изменения в денотативной семантике анализируемых лексем с опорой на выявленную компонентную структуру лексических значений.
3. Представить рефлексивное осмысление и контекстные реализации анализируемых лексем на основе источников современной периодической печати, проследить смысловые изменения в коннотативном и денотативном компонентах лексического значения слов-идеологем.

Разработка темы диссертационного исследования проходила в три этапа. На каждом этапе работы выделен объект, предмет и задачи исследования.

На первом этапе исследования **объектом** является представление исследуемых единиц в философских и политологических словарях энциклопедического типа и научных исследованиях. **Предмет** исследования – содержание словарных статей словарей и научных работ по данной проблематике. **Задача** исследования – обобщение научных дефиниций и понятийное осмысление анализируемых лексем.

На втором этапе исследования **объектом** являются толкования слов в лексикографических источниках советского и постсоветского времени. **Предмет** исследования – словарное содержание лексем, отражающих обыденное сознание. **Задача** исследования – выявление семантических признаков, которые составляют языковое содержание слов и характеристика смысловой динамики анализируемых лексем в разные периоды российской истории по данным толковых словарей.

На третьем этапе исследования **объектом** являются высказывания-рефлексивы, участвующие в осмыслении и оценке значения анализируемых

лексем. Высказывание-рефлексив – «относительно законченное высказывание, содержащее комментарий к употребляемому слову или выражению, а также включающее лексическую единицу *слово*» (И.Т. Вепрева). Также **объектом исследования** являются высказывания, включающие анализируемые единицы и их производные, и отражающие функционирование единиц в советский и постсоветский периоды. **Предмет** исследования на данном этапе – коммуникативное значение анализируемых лексем и их производных в советский и постсоветский периоды. **Задача** исследования – выявление семантических признаков, составляющих речевое содержание слов, характеристика динамики денотативной и коннотативной составляющих семантики слов, исследование словообразовательного потенциала единиц.

Научная новизна исследования заключается в детальном подходе к изучению лексических единиц с идеологической семантикой. Сопоставление словарных дефиниций и речевых реализаций двух эпох позволило выявить появление новых смыслов в структуре лексического значения идеологем.

Теоретическая значимость исследования заключается в возможности использования полученных научных результатов в теоретических работах по лексической семантике.

Практическая значимость диссертации определяется возможностью использования ее материалов на занятиях по лексикологии, спецкурсах по проблемам лексической семантики, лингвокультурологии, социолингвистики, лексикографии, политической лингвистике.

В процессе исследования использован **метод** комплексного лингвистического описания, включающий приемы наблюдения, обобщения, интерпретацию и классификацию языковых фактов, а также **методы** компонентного, дефиниционного, контекстологического, словообразовательного анализа, методики ступенчатой идентификации, **приемов** лингвокультурологической интерпретации языковых средств, а также их количественного и сравнительно-сопоставительного анализа.

Положения, выносимые на защиту:

1. Развитие лексической системы русского языка рубежа XX – XXI столетий отмечено процессом деидеологизации, которая обусловлена дискредитацией советского режима, изменениями в социально-политической, экономической и духовной жизни общества. Процесс деидеологизации охватывает базовые идеологемы языка советской эпохи. Смысловая динамика базовых идеологем нашла свое отражение в толковых словарях, речи и коллективном языковом сознании.

2. В советский период развития русского языка лексема *идеология* приобрела упрощенную семантику. Слово *идеология*, обозначающее систему идей, выражающихся в разных формах общественного сознания, стало преимущественно употребляться для обозначения семантической сферы политического. Тенденция к политизации значения охватывает также употребление в речи лексем *пропаганда* и *агитация*.

3. Толковые словари советского времени сочетали корректное толкование значений слов-идеологем с тенденциозностью подбора речевых иллюстраций,

встроенных в идеологическую норму. Ряд словарей постсоветского периода отражают реальную многозначность исследуемой лексемы *идеология*, характерную для современного этапа функционирования языка.

4. Смысловая динамика лексем *идеология*, *пропаганда*, *агитация* в постсоветский период развития русского языка проявляется в процессах семантической деривации и семантической модификации и оказывается тесно связанной с ценностной мировоззренческой переориентацией.

5. Одним из аспектов речевого существования лексем *идеология*, *пропаганда*, *агитация* в постсоветский период является языковая рефлексия по поводу данных идеологием. Коллективное языковое сознание демонстрирует активную установку носителей языка на критическое осмысление политической составляющей семантики слов-идеологием.

6. Под воздействием экстралингвистических факторов формируется тенденция к аксиологической неустойчивости слов-идеологием: в условиях политической свободы положительная маркированность вытесняется отрицательной, которая, в частности, проявляется в попытке вывести слова *идеология*, *пропаганда*, *агитация* из активного словаря. В последнее время оценочность становится многомерной, происходит развитие разнополярных модусных смыслов, намечается тенденция к оценочной нейтрализации идеологием.

7. Наблюдения за функционированием лексем *идеология*, *пропаганда*, *агитация* в постсоветский период свидетельствуют об изменениях их синтагматических связей. Лексема *идеология* свободно сочетается как с единицами абстрактной семантики, так и семантики конкретной. Примета современной синтагматики лексемы *пропаганда* – сочетаемость с негативно заряженными единицами. Лексема *агитация* употребляется преимущественно для обозначения вида пропагандистской деятельности в период избирательных кампаний.

8. Заимствованная лексема *пиар* в современном русском языке обнаруживает интенсивную реализацию словообразовательных возможностей, широкие сочетаемостные свойства, семантические, в том числе метафорические, преобразования, коннотативные сдвиги. Слово *пиар* в речи стало употребляться как аналог идеологиемам *пропаганда* и *агитация*.

Апробация работы. Основные положения диссертационного исследования изложены автором в выступлениях на Всероссийских научных конференциях в Екатеринбурге (2006, 2008), Москве (2007). По теме диссертации опубликовано семь работ, одна из статей опубликована в рецензируемом научном журнале, рекомендованном ВАК РФ.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав и заключения, списка использованной литературы, списка использованных словарей и справочников, списка принятых сокращений.

Краткое содержание диссертации

Во **введении** обосновывается актуальность избранной темы, новизна исследования, определяются цели и задачи, формулируются положения, выносимые на защиту, отбираются и осмысливаются базовые теоретические понятия.

В диссертации анализируется языковой материал двух периодов – советского (1920-е – 1991 гг.) и постсоветского (с 1992 по 2008 гг.). Наибольший интерес представляет тоталитарно-административный этап советского периода, поскольку в это время происходит формирование и развитие тоталитарного языка, или «новояза» (Э.В. Будаев, А.П. Чудинов, Д. Вайсс, А.А. Ворожбитова, Н.В. Говердовский, О.П. Ермакова, Е.А. Земская, М.В. Китайгородская, Н.Н. Розанова, М.А. Кронгауз, Н.А. Купина, К.Ф. Седов, Г.Н. Склярская, Э.В. Чепкина, О.Е. Чернова, Е.Н. Ширяев, M.S. Gorham, P. Seriot, F. Thom и др.). Во введении выявлены и зафиксированы значимые для диссертационной работы признаки тоталитарного языка.

В основе диссертационного исследования лежит анализ семной и семантической структур анализируемых лексических единиц на материале лексикографических источников, контекстов и высказываний-рефлексивов. Важными для исследования являются понятия, лежащие в основе структуры лексического значения: *денотативный компонент* (И.В. Арнольд, Ю.Н. Караулов, И.М. Кобозева, Н.Г. Комлев, О.А. Михайлова, А.А. Уфимцева и др.), *коннотативный (прагматический) компонент* (В.З. Демьянков, И.М. Кобозева, З.Д. Попова, И.А. Стернин, Г.Н. Склярская, В.Н. Телия, В.И. Шаховский, М.Н. Эпштейн и др.), *идеологический компонент* лексической семантики (В.М. Мокиенко, Г.Н. Склярская, Г.Г. Слышкин, В. Norman, Н. Jachnow и др.).

Глава первая **«Смысловая динамика базовой идеологемы советской эпохи – лексемы идеология»** состоит из четырех параграфов.

В параграфе 1.1. *«Идеология как общественный феномен: теоретическое осмысление»* на основе словарей энциклопедического типа и научных исследований представлено широкое (Б.С. Ерасов, В.И. Коваленко, А.И. Костин, Г.Я. Нестеренко, А.П. Романенко, З.С. Санджи-Гаряева, Г.Г. Слышкин, А. Яковлев и др.) и узкое (Л.М. Барботько, В.А. Войтова, Э.М. Мирский, Г.Г. Дилигенский, М. Ильин, Н. Кириллова, К. Маннгейм и др.) определения понятия *идеология*.

В параграфе 1.2. *«Лексема идеология в лексикографическом освещении»* на основе толковых словарей советского и постсоветского периодов прослеживается фиксация лексической семантики слова *идеология* в словарях двух эпох, развитие значения в постсоветском языковом пространстве.

Слово *идеология* в русский язык пришло в конце 18-го века. Единица употреблялась как синоним умозрительной философии. См., например, определение в «Толковом словаре живого великорусского языка» В.И. Даля: *«Мыслесловие, часть метафизики или психологии, рассуждающая о мышлении и мысли»*. В этом значении слово употреблялось в русском языке в течение 19-го века. В 80-е – 90-е гг. этого столетия термин приобретает

идеологизированное значение, начиная широко употребляться в марксистской литературе.

На основе словарных дефиниций толковых словарей *советского периода* выявлена компонентная структура анализируемой лексической единицы. Категориально-лексическая сема лексемы *идеология* – ‘*система идей (взглядов)*’ – носит комплексный характер: идеи (взгляды), организованные как целое, представлены в системной форме. Дифференциальная сема (ДС)₁ носит *субъектно-объектный* характер. В позиции объекта находятся реальные выразители системы идей: *общество, политическая партия, социальные группы, классы*, которые одновременно являются субъектом этой идеологии. Особенностью данного семантического компонента является его «расщепленный» характер. В субъекте идеологии можно вычленилть более активных в политическом отношении людей (интеллектуальную элиту, идеологов), призванных формировать идеологические цели своей группы, класса, и более пассивных, являющихся объектом идеологического воздействия. В сфере влияния идеологического поля вынуждены жить все члены общества, либо принимая эту идеологию и переходя в класс субъектов, либо оказывая ей сопротивление, оставаясь объектом идеологического воздействия.

ДС₂ – *определятельно-характеризующая*. Данный дифференциальный компонент семантики, зафиксированный в МАСе, отражает широкое понимание идеологии, определяет возможность проявления идеологических взглядов в разных формах общественного сознания: кроме политической сферы, в философии, праве, морали, искусстве, религии.

Толкования словарей советского времени не носят демонстративно политический характер, языковые определения близки к терминологическим, ср.: «*идеология – система идей, представлений, понятий, выраженная в разных формах общественного сознания – философии, политике, праве, морали, искусстве, религии и отражающаяся коренные интересы классов, социальных групп*» (МАС). Экспансия политического (идеологизированного) смысла не получила четкой лексикографической фиксации. Косвенной поддержкой идеологического наращивания послужил иллюстративный материал и неправомерное расширение лексической семантики слова *политика*. Отсутствие перечислительного ряда видовых компонентов толкования в ТСУ, по мнению Н.А.Купиной, свидетельствует о «примитивизации семантики слова *идеология*», что является одним из проявлений тоталитаризма. Идеологическая нагруженность лексемы проявляется в иллюстративной части словарных статей, например: в ТСУ – *Пролетарская идеология*, в МАСе – *Марксистско-ленинская идеология. Буржуазная идеология*.

Рассмотренные толковые словари *постсоветского времени* разделены на две группы. Одна группа словарей повторяет толкование лексемы *идеология*, содержащееся в словарях советского периода, другая – отмечает у анализируемой единицы несколько лексическо-семантических вариантов значения. В качестве отдельного, *основного значения* словари фиксируют политизированное (идеологизированное) значение слова *идеология*, ср.:

«идеология – 1. **Полит.** Система взглядов, идей, представлений, лежащая в основе государственного устройства, политического строя, характеризующая партию, движение, общество» (Толковый словарь русского языка начала XXI в. Актуальная лексика» под ред. Г.Н. Складневской). Кроме основного значения, словари также фиксируют появление вторичных значений лексемы, что свидетельствует о разрушении в общественном сознании общепринятого представления об идеологии как явлении, связанном с сугубо политической сферой, ср.: «2. *Совокупность философских, правовых, нравственных, религиозных, эстетических норм, взглядов, представлений; мировоззрение.* 3. *Совокупность взглядов, идей, воззрений, составляющая основу какой – л. сферы деятельности, художественных, публицистических произведений и т.п.*» (Там же).

Анализ толковых словарей постсоветского периода позволяет сделать вывод о том, что в сознании современного носителя языка лексема *идеология* в основном значении закрепила как советская идеологема, прежде всего, связанная с политической жизнью советского общества. При этом семантическая сфера политического в условиях советского государства подчинила себе все остальные сферы общественного сознания.

Отражение многозначности у слова *идеология* в современных словарях свидетельствует о том, что 1) толковые словари постсоветского периода фиксируют изменения, произошедшие в семантике слова *идеология*; 2) в общественном сознании разрушается общепринятое представление об идеологии как явлении, связанном сугубо с политической сферой; 3) расширяется сфера деятельности и деполитизируется характер субъекта идеологии, 4) лексикографически зафиксировано реальное бытование лексемы *идеология* в качестве идеологема в советский период российской истории.

В параграфе 1.3. «Рефлексивное осмысление лексемы идеология» на материале метаязыковых высказываний постсоветского периода прослежена динамика развития оценочных смыслов лексемы идеология. Анализ метаязыкового материала показал, что анализируемая идеологема имеет оценочный характер, не отраженный в словарной дефиниции. На протяжении свыше десяти лет отмечается сформированная советским режимом, присущая слову отрицательная коннотация: Для людей старшего поколения само слово «идеология» одиозно, ибо под сенью идеологии - марксистско-ленинской - они прожили всю свою сознательную жизнь (Независимая газета 15.09.1992); Слово «идеология» теперь стали связывать исключительно с понятием «коммунистическая» и использовать в негативном смысле (Вечерняя Москва 28.09.1996); Мы до сих пор шарахаемся от слова «идеология», потому что в свое время нас ею «перекормили» (Монитор 02.04.2001); После того как 70 лет правили известные деятели из КПСС, само слово «идеология» вызывает у людей раздражение (Время Новостей 25.05.2005).

Отрицательная оценка сформировалась в рамках неофициального русского языка в советский период и эксплицировалась в условиях политической свободы постсоветского периода. В общественно-политическом контексте современной России наблюдается тенденция к нейтрально-

безоценочному употреблению лексемы *идеология*, о чем свидетельствуют следующие типы речевых реакций носителя русского языка по поводу советской идеологемы: 1) вывести данное слово из активного обихода: *Слово «идеология» является заплесневевшим архаизмом* (Симбирский курьер 15.05.1997); *В постсоветский период слово «идеология» в нашей стране стало непопулярным* (Российские вести 28.01.2004); *Подзабытое нами слово «идеология»* (Советская Чувашия (Чебоксары) 02.02.2006); 2) заменить «скомпрометировавшую себя» лексему идеология другим словом или близким по значению сочетанием слов: *Я предпочитаю идеологии слова «мирочувствование» и «мировоззрение»* (Вечерний клуб 16.11.1996); *Если вам не нравится слово «идеология», давайте заменим его на слово «убеждения»* (Профиль 10.07.2006); 3) дать новое толкование слова, освобождая его от идеологических наращений: *Идеология – это, прежде всего, средство, которое сплачивает людей и цементирует их объединения* (Солидарность 11.06.2002); *Идеология – это ответственная функция государства, которое должно формировать некие ценностные установки и понятным для населения языком культуры их доносить* (Московская правда 16.04.2005); 4) «реабилитировать» советскую идеологему: *Пора прекратить отворачиваться от слова «идеология»* (Республика Саха 06.09.1996); *Слово «идеология» ушло, а взамен ничего не дали* (Куранты 24.12.2003).

Лексема *идеология* с социально-оценочной доминантой в значении, отрефлексируемая, вновь включается в актуальный ряд политического лексикона. Наличие разнополярных оценочных характеристик лексемы свидетельствует об аксиологической неустойчивости семантики слова *идеология*.

В параграфе 1.4. «Изменение денотативной составляющей лексемы *идеология*» на материале периодики представлено функционирование анализируемой лексемы в советский и постсоветский периоды.

Наблюдение за функционированием лексемы *идеология* и производных от нее слов в специализированных партийных журналах *советского периода* позволило сделать вывод о том, что семантическое освоение тоталитарным языком лексемы *идеология* сужает многокомпонентную структуру термина. На советской почве философская семантическая сфера сводится к манифестации одного идеологического учения – марксизма-ленинизма: *Подлинно научной идеологией является марксизм-ленинизм, отражающий интересы и объективное положение рабочего класса* (Коммунистическая революция 1935 № 1); *Марксизм-ленинизм стал властителем дум передового человечества* (Политическая агитация 1970 № 17). При этом формируется поляризованное противопоставление марксистско-ленинской и буржуазной идеологий. Резкость данного противопоставления создается высокочастотным употреблением лексики милитаристской семантики: *Идеологическая вооруженность* (Коммунист 1935 № 11); *Идеологическое противоборство между пролетариатом и буржуазией* (Коммунист 1980 № 4); *Борьба с буржуазной идеологией* (Огонек 1987 № 44). Семантическая сфера политического превалирует в идеологическом тексте: единственным субъектом идеологии

является партия, деятельность которой носит активный, воздействующий характер: *Различные формы идеологического воздействия использует партийная организация* (Партийная жизнь 1975 № 19); *Большой размах приобретает идеологическая работа партийных организаций* (Коммунист 1970 № 3); *Идеологическая работа обкома партии* (Политическая агитация 1989 № 19).

Наблюдение за функционированием лексемы *идеология* в публицистике *постсоветского периода* показало изменения в денотативной семантике лексической единицы. Высказывания аналитического типа отражают возникшее в современной России состояние идеологической опустошенности. Данные высказывания содержат суждения, в которых носитель языка: 1) отмечает полное отсутствие идеологии: *А факт заключается в том, что нынче у нас нет ни идеологии, ни национальной идеи* (Липецкая газета 05.11.1998); *Не определена до сих пор идеология новой России, не названа цель, а значит, и путь наш дальнейший не очень ясен* (Красноярский рабочий 30.12.2000); 2) утверждает необходимость новой идеологии: *Но нам нужна идеология, которая соотносится с интересами и духовными ценностями большинства нашего народа* (Гудок 11.06.2004); 3) фиксирует становление новой идеологии на современном этапе: *Основной элемент идеологии, главный для нашей страны – это простые семейные ценности* (Время новостей 25.05.2005); *Сегодня идеология государства заключается в том, чтобы передать как можно больше жилья в собственность граждан* (Аргументы и факты – Рязань 19.01.2006).

Функционирование лексемы *идеология* в новых общественно-политических условиях вызывает изменения в денотативной семантике лексической единицы. Языковой материал демонстрирует широкие сочетаемостные возможности лексемы *идеология* на современном этапе развития языка. Способность единицы сочетаться с большим количеством контекстных партнеров позволяет выделить и проследить наполнение различных тематических сфер: *сферы политики, экономики, права, медицины, культуры, религии, сферы этического и социального*. Современное языковое существование создает благоприятные условия для формирования, развития и обогащения сфер применения идеологии. Употребляясь в современных контекстах, лексема реализует себя как единица, выражающая многокомпонентную содержательную сущность, представляющую совокупность политических, экономических, правовых, нравственных, религиозных, художественных взглядов, являющихся духовным выражением интересов современного общества.

В рамках каждой тематической сферы лексема *идеология* сочетается с конкретными номинациями: *идеология кодекса, идеология корпорации, идеология автомобиля, идеология театра, идеология ресторана* и др. Сочетаемость лексемы с конкретными существительными свидетельствует о формировании нового лексико-семантического варианта слова *идеология* – «совокупность взглядов, идей, воззрений, составляющая основу какой – л. сферы деятельности». Новое значение получает свою реализацию на

грамматическом уровне: слово *идеология* начинает употребляться как в форме единственного, так и множественного чисел. Анализируемый материал с лексемой *идеология* в форме множественного числа позволяет обсудить проблему содержательной наполняемости лексемы *идеология*: набор ценностных признаков одного объекта может отличаться по своему конкретному содержанию от другого объекта этой же группы: *идеология ресторана «Узбекистан»* → уютные кабинеты, мягкие подушки, предупредительные официанты. *Идеология ресторана «Марриот»* → атмосфера, дизайн, искусство кухни, обслуживание. *Идеология Renault Clio Dynamique* → скромные габариты и высокая посадка, «автомат» упрощает управление автомобилем. *Идеология Mercedes-Benz* → стройный и подтянутый S-class, роскошный салон из кожи персикового цвета, многофункциональный бортовой руль и др.

Освобождение семантики слова *идеология* от экспансии политического позволило слову в условиях постсоветского пространства вступать в широкие синтагматические отношения как с единицами абстрактной семантики, так и с единицами семантики конкретной. Расширение круга контекстных партнеров стимулировало появление новых лексико-семантических вариантов ранее однозначного слова.

Глава вторая «Смысловая динамика базовых идеологем советской эпохи – лексем *пропаганда* и *агитация*» состоит из четырех параграфов.

В параграфе 2.1. «*Пропаганда* и *агитация* как вид социальной деятельности: теоретическое осмысление» с опорой на специализированные словари энциклопедического типа и исследовательскую литературу выявлено широкое и узкое понимание пропаганды. Исследования по данной проблематике отражают несколько подходов к определению понятия *пропаганда* (Л. Войтасик, Г.С. Джоуэтт, В. О’Доннел, Е.В. Егорова-Гантман, К.В. Плешакова, О.С. Иссерс, Д.В. Ольшанский, Х. Ортега-и-Гассет, Г. Франке, А. Цуладзе, А.В. Шипова, Н.Д. Lasswell и др.). Политологические источники связывают понятие *агитации* с общественно-политической деятельностью.

В параграфе 2.2. «Лексемы *пропаганда* и *агитация* в лексикографическом освещении» на основе толковых словарей досоветского, советского и постсоветского периодов прослежено развитие лексической семантики данных лексем в русском языке, определена компонентная структура анализируемых слов.

Первая словарная фиксация лексем *пропаганда* и *агитация* в русском языке отмечена в «Толковом словаре живого великорусского языка» В.И. Даля: «*агитация* латн. народныя или сословныя смуты, подговоры, наущенья и волнение, тревога. *Агитаторъ*, волнователь, подстрекатель, смутчик, зачинщик мятежа»; «*пропаганда* итал. распространение какого-либо толка, учения, старанье объ этомъ, самое общество, пропагандисты». Дефиниция лексемы *агитация* содержит негативно оценочный семантический компонент ‘побуждение к совершению плохого поступка’. Кроме того, в семантике можно выявить идеологическую составляющую ‘восстание против власти’, которая

заложена в толковании слов *мятеж* и *смута*. Лексическое значение слова *пропаганда* не содержит идеологических компонентов.

Словарные статьи основных толковых словарей *советского времени* содержат практически тождественные толкования лексемы *пропаганда*. Ядерной семой является категориально-лексическая сема интеллектуальной деятельности – ‘сделать доступным, известным, понятным’. Дифференциальная семантика отражает функциональные характеристики ядра семемы. Выявлены две *объектные* ДС. В позиции *объекта-адресата* находятся ‘массы’; В позиции *прямого объекта* распространения находятся – ‘идеи, учения, знания’. ДС *адресанта, субъекта действия* на уровне лексикографических источников носит скрытый характер. Специализированным адресантом пропагандистской деятельности является единственно существующая в СССР ‘Коммунистическая партия’.

Словари характеризуют агитацию как целенаправленную деятельность, имеющую воздействующий характер. Помимо ядерной семантики – ‘общественно-политическая речевая деятельность’, семема содержит ряд сем дифференциального характера: специализированную сему *субъекта воздействия* – ‘партия’, которая может иметь как эксплицитный (ТСУ, БАС) и имплицитный (СО, МАС) характер лексикографической фиксации; ДС *объекта действия* – ‘широкие народные массы’, данный компонент выражен во всех толкованиях; дифференциальной семы-характеризатора агитационной деятельности – целевой ДС ‘оказать влияние’, ‘воздействующая’.

Словари *постсоветского времени* фиксируют сформировавшуюся многозначность семантики лексем *пропаганда* и *агитация*. Внутри лексемы *пропаганда* выделено два самостоятельных лексико-семантических варианта (ЛСВ₁ и ЛСВ₂). ЛСВ₁ представляет собой нейтральное употребление единицы, отражающее научную картину мира носителей языка – «распространение, разъяснение и ознакомление с идеями, взглядами и учениями». ЛСВ₂ – «сугубо идеологическая и политическая деятельность, являющаяся транслятором воздействия на общественное сознание». Последнее значение лексемы *пропаганда* закрепилось в современном языковом сознании как основное, сформированное в условиях советского дискурса.

В лексическом значении слова *агитация* существенных изменений не произошло. Современные лексикографические источники дают информацию о том, что слово *агитация* – отглагольное существительное, лексическим значением которого является «распространение идей (политических) с целью оказания воздействия на массы». Некоторые словари фиксируют появление нейтрального по идеологической окраске, переносного разговорного значения, ср.: «2. перен. Настойчиво убеждать в чем-н., склонять к чему-н. (разг.). Сослуживцы агитируют меня взять отпуск («Толковый словарь русского языка» под ред. Н.Ю. Шведовой).

В параграфе 2.3. «Рефлексивное осмысление лексем *пропаганда* и *агитация*» прослежена динамика развития оценочных смыслов анализируемых идеологем.

Приватизированное советским дискурсом, идеологическое содержание лексем *пропаганда* и *агитация* провоцирует негативную оценку данных единиц в постсоветский период. Наибольшей дискредитации в общественном сознании подверглось слово *пропаганда*, поскольку лексема *агитация* всегда имела политизированный характер, и агитационные тексты не скрывали своей воздействующей целенаправленной функции и были принадлежностью политического языка. Отрицательная характеристика анализируемых идеологем фиксируется в условиях постсоветского пространства в виде метаязыковых высказываний и носит оценочный характер: *Слово «пропаганда» стало бранным* (Независимая газета 13.04.2001); *С советских времен у нас аллергия на слово «пропаганда»* (Нижегородские новости 30.09.2000); *Слово «пропаганда» имеет в языке эдакий негативный оттенок* (Волгоградская правда 24.03.2005); *Страшное слово «агитация»* (Российская газета 13.02.2004) и др.

В конце 1980-х – начале 1990-х годов происходит идеологическая переориентация концептов политической сферы. Мена аксиологических оценок в смысловой структуре слов-идеологем часто представляется в виде оценочного размывания (Н.А. Купина). Подвижность идеологического компонента ярко демонстрируют некоторые типы речевых реакций носителя языка по поводу лексем *пропаганда*, указывающие на 1) уход единицы из активного употребления: *Слово «пропаганда» редко употребляется* (Правда России 07.12.1995); *Забывтое слово «пропаганда»* (Честное слово 05.02.2003); 2) возвращение единицы в речевой обиход: *Пора прекратить бояться слова «пропаганда». Это у коммунистов пропаганда – оболванивание. А у нас – просвещение, энергичное целеустремленное распространение идей, целей, путей их достижения»* (Тульские известия 28.05.1999); 3) замену советской идеологемы пропаганда на такие лексические единицы, как *информирование, пиар, идеологическая работа, точка зрения* и др. Данные типы речевых реакций демонстрируют попытку говорящего нейтрализовать отрицательный компонент семантики слова *пропаганда* путем снятия идеологических наращений. Нейтрализация значения слова-идеологемы приводит к появлению единичных метаязыковых высказываний, в которых метаоператорами выступают лексические единицы с положительной семантикой: *В хорошем смысле слова «пропаганда»* (Независимая газета 09.04.1997); *Слова «пропаганда», «пропагандист» - нормальные политические термины* (Советская Россия 16.10.1997); *Мне больше нравится слово «пропаганда». К этому слову можно подойти позитивно* (Московская правда 11.05.1999).

Анализ метавысказываний по поводу лексем *агитация* показал, что рефлексивное осмысление слова пошло по пути уточнения семантики лексем. Лексема *агитация* в современном русском языке сузила свою семантику, употребляясь в политической сфере преимущественно в ситуации выборных кампаний. Задача точного и исчерпывающего толкования лексем *агитация* становится к тому же практической проблемой, поскольку в рамках действующего закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан РФ» толкование лексем *агитация* является

достаточно широким, и Центризбирком своими поправками намерен был исправить положение, сузив определение. Некорректная ЦИКовская поправка вызвала много споров и обсуждений в печати. Поэтому высказывания-рефлексивы, прежде всего, фиксируют ситуации различного толкования слова в практике проведения предвыборных кампаний: *По его мнению, республиканский Избирком трактует слово «агитация» слишком субъективно: в частности, агитационной была признана даже публикация о включении Дмитрия Шумкова в комиссию Шувалова (День (Ижевск) 16.10.2003).*

В параграфе 2.4. «Изменение денотативной составляющей лексем пропаганда и агитация» на материале периодики представлено функционирование анализируемых лексем в советский и постсоветский период.

Анализ специализированных партийных журналов *советского времени* показал, с одной стороны, высокую частотность употребления лексем *агитация* и *пропаганда* (а также производных единиц, входящих в словообразовательные гнезда исследуемых единиц), с другой – специфику их сочетаемостных возможностей, на основе которых выявлены следующие тематические сферы употребления анализируемых слов-идеологем: *политика, экономика и финансы, промышленность, здоровье, правовые отношения, религиозная, военная, печатные СМИ, культура, наука и техника, морально-нравственная сфера*. Советский аппарат агитационно-пропагандистской работы целиком покрывал все сферы деятельности советского общества и внедрял универсальную нормативно-ценностную систему, одной из важнейших особенностей которой являлась «принципиальная невыполнимость предъявляемых к человеку требований» (Ю. Левада), что, в свою очередь, порождало негативное отношение к пропагандистскому инструментарию, которое позже трансформировалось в негативное отношение к словам, номинирующим исследуемый феномен.

Наблюдение за функционированием лексем *пропаганда* и *агитация* в *постсоветский период* позволяет сделать вывод о том, что набор выделенных тематических сфер употребления слова *пропаганда* остается неизменным. При этом меняется круг контекстных партнеров, позволяющих выяснить особенности функционирования слова в новых социальных условиях. Во-первых, внутри каждой сферы наблюдается увеличение лексем, с которыми сочетается слово *пропаганда*, объект распространения конкретизируется. Во-вторых, происходят качественные изменения в синтагматических связях. Встречается «негативная» сочетаемость в тематических сферах здоровья, морально-нравственной и военной сфер: *пропаганда наркотиков, пропаганда пива, пропаганда пошлости и разврата, пропаганда аборт, пропаганда войны и насилия* и др. Разнонаправленность пропаганды говорит о том, что современное общество ушло от непререкаемой правильности пропагандистских утверждений советского времени. Пропаганда становится видом деятельности, осуществляющим популяризацию и распространение идей заинтересованных социальных заказчиков, имеющих свои корыстные интересы (например, получить материальную выгоду от продажи алкоголя, табака, наркотиков и

т.д.). Современная ситуация ценностного вакуума позволяет пропагандировать в СМИ безнравственное поведение и аморальные поступки, что свидетельствует о кризисе культуры и самого общества. Бездумное существование советского человека, насильственно находящегося в «системе уже готовых ценностей» (Е. Добренко), меняется на образ жизни человека рефлексирующего: выбор модели социального поведения остается за самим человеком. Проблема формирования новых ценностных отношений ставит перед обществом задачу возрождения образцов традиционной русской культуры.

Контексты конкретизируют ту часть общества, которая является *источником пропаганды*. В отличие от советского периода, когда специализированным субъектом распространения идей и знаний был агитационно-пропагандистский аппарат Коммунистической партии, в постсоветском пространстве ограничения по характеру субъекта снимаются.

В сознании современного носителя языка функционирование лексемы *агитация* прочно связано с периодом избирательных кампаний: *Нарушение принципа при проведении предвыборной агитации* (Невское время 26.11.1993); *Ход предвыборной кампании создаст возможность для политической агитации* (Известия 23.12.1993); *Шла агитация различных партий: «Голосуйте за наших кандидатов!»* (АиФ (Томск) 15.03.2007) и др. Контексты фиксируют частотное употребление лексемы *агитация* с прилагательным *предвыборная*: словосочетание *предвыборная агитация* составляет одну треть от всех употреблений лексемы. На основе анализа языкового материала в данном разделе представлено определение лексемы *агитация* и словосочетания *предвыборная агитация*.

Глава третья **«Смысловая и словообразовательная динамика идеологемы постсоветской эпохи – лексемы *пиар*»** состоит из шести параграфов.

Параграф 3.1. содержит замечания, предваряющие третью главу и мотивирующие обращение к анализу новой для русского языка, заимствованной единицы *пиар*, которая оказалась наиболее близкой по семантике словам *пропаганда* и *агитация*.

В параграфе 3.2. «*Пиар* как вид социальной деятельности: теоретическое осмысление» при опоре на научные исследования по данной проблематике (И.В. Алешина, Е. Блажнов, С. Блэк, Ф.А. Буари, Е.Г. Калиберда, А.Д. Кривоносов, Г.Г. Почепцов, Ш. Харрисон, А.Н. Чумиков, Э.А. Уткин и др.) сформулировано терминологическое определение пиара как профессиональной деятельности, направленной на создание и поддержку взаимопонимания и доброжелательных отношений между организациями и общественностью и основанной исключительно на этических нормах общения.

В параграфе 3.3. «Лексема *пиар* в лексикографическом освещении» проанализированы словарные дефиниции лексемы *пиар* в современных толковых словарях, определена компонентная структура анализируемой лексемы, проведено сопоставление компонентных структур лексем *пропаганда*, *агитация* и *пиар*.

Опираясь на словарные толкования, представим компонентную структуру основного значения лексемы *пиар*: КЛС – ‘интеллектуальная деятельность’; ДС субъекта действия – ‘профессиональная’, целевая ДС – ‘сформировать’, ‘создать’, ‘разъяснить’, инструментальная ДС – ‘с помощью СМИ’, ДС объекта распространения – ‘мнение’, ‘образ’, ‘представление’, ДС объекта воздействия – ‘люди’.

Сопоставление семных структур лексем *пропаганда*, *агитация* и *пиар* позволяет сделать следующие выводы. Данные лексические единицы объединяет общность ядерных сем ‘интеллектуальная деятельность’, ‘речевая деятельность’. Сема ‘речевая деятельность’ включена в состав ядерной семантики на основании словаря-справочника «Лексико-семантические группы русских глаголов» (1988), в котором глаголы *агитировать* и *пропагандировать* входят одновременно в несколько ЛСГ – в ЛСГ речевого сообщения, общественно-политической деятельности и в ЛСГ убеждения. Характер проявления интеллектуальной речевой деятельности может быть различным. Значение лексемы *агитация* проявляется как общественно-политическая деятельность, имеющая обычно устный характер. Лексема *пропаганда* (в отличие от *агитации*) в основном значении является деятельностью, реализуемой не только в политической сфере. Одинаковой для всех лексем будет дифференциальная сема объекта воздействия – ‘множество субъектов’, которая в словарных толкованиях манифестирована в виде лексем ‘массы’, ‘люди’. Совпадают инструментальные ДС лексем *пропаганда* и *пиар* – ‘с помощью СМИ’, ДС объекта распространения – ‘идея’, ‘представление’. Значения слов *пиар* и *агитация* совпадают по целевой дифференциальной семе – ‘оказать влияние’ на ‘сознание’.

Таким образом, сопоставление компонентных структур лексем, выявленных на базе лексикографических источников, демонстрирует наличие в значении новой лексемы *пиар* семантических компонентов как слова *пропаганда*, так и слова *агитация*. Лексема *пиар* совместила в себе тот смысловой комплекс, который раньше передавали две единицы – *пропаганда* и *агитация*. В российском массовом сознании данное слово тесно связано с этими единицами.

Толковые словари фиксируют многозначность лексемы *пиар*. На русской почве сформировался новый лексико-семантический вариант значения лексемы *пиар* – «информационно-пропагандистская деятельность, основанная на ложных фактах, на домыслах», который получил языковое выражение, в частности, в виде клишированного словосочетания *черный пиар*. В этом значении слово является *идеологемой*, функционирует преимущественно в политической сфере, являясь инструментом воздействия на массовое сознание.

В параграфе 3.4. «Рефлексивное осмысление лексемы *пиар*» представлено метаязыковое комментирование новой заимствованной единицы. Активное вхождение в речевой обиход слова *пиар* потребовало от носителей языка осмысления значения лексической единицы. В значительной части рефлексивных высказываний говорящий противопоставляет российский *пиар* западному, нагружая лексему негативными идеологическими добавками,

превращая ее в идеологему: *Только в России словом «пиар» именуют рынок противозаконных манипуляций. Public relations – это нормальная солидная деятельность, но к тому, что у нас называют пиаром, никакого отношения не имеет* (Время новостей 13.01.2003); *В том, что стоит за русским словом «пиар» (в отличие от западного), нет ни идеи продолжительных усилий, ни идеи доброжелательных отношений* (Знамя 15.08.2006); *Слово «пиар» по-русски звучит как «вранье»* (Молодежный курьер 06.09.2003); *У нас слово «пиар» стало символом нечистоплотности* (Вечерний клуб 10.11.2004). Набор отрицательных характеристик обусловлен манипулятивным характером деятельности, обозначаемой данной лексической единицей. В метаязыковом сознании лексема отождествляется, прежде всего, с использованием ее в сфере политики, уже – в системе предвыборных технологий, нарушающих принятые в обществе нравственно-этические нормы, и на основе этого употребления слово приобретает эпитет *черный*: *После выборов слово «пиар» приобрело цвет, к сожалению, черный и особый смысл науки манипулирования общественным сознанием* (Советник 15.09.2006); *Словосочетание «черный пиар» – это недостоверная, компрометирующая информация о политических конкурентах* (Владимирские Ведомости 13.03.2007); *Популярное ныне словосочетание «черный пиар». Появились первые пострадавшие от черных пиар-технологий. газета «Патриоты России заполнена компроматом на КПРФ* (Вятский наблюдатель 11.10.2007).

Интересно отметить, что словосочетание *черный пиар* вернулось в язык-источник как русское по своему происхождению. Данное употребление фиксирует база данных англоязычной прессы Factiva.com, например: *In a recent interview with the Russian business daily Vedomosti, Mr. Deripaska claimed that allegations of criminal activity against him made by business rivals in U.S. and U.K. courts were «a lot of black PR» – a Russian term for false propaganda («черный PR» – русский термин ложной, фальшивой пропаганды – перевод наш)* (The Wall Street Journal 19.04.2007).

В параграфе 3.5. «Словообразовательный потенциал лексемы *пиар*» рассмотрена словообразовательная активность анализируемой лексической единицы.

Обращение к специальному рассмотрению словообразовательного аспекта (в отличие от лексем *идеология*, *пропаганда* и *агитация*) не случайно. В данном случае словообразовательный потенциал слова является, во-первых, одним из факторов, способствующим формированию негативной оценки слова. В связи с этим важно рассмотреть характер производных единиц. Во-вторых, реализация словообразовательных возможностей заимствованной единицы свидетельствует о степени адаптации слова в русском языке, мере его освоенности и способности быть равноправным членом оппозиции тождества *пропаганда*, *агитация* – *пиар*. В-третьих, производные лексемы *пиар* нуждаются в подробном описании, так как при активном употреблении в речи они пока не фиксируются словарями в полном объеме.

На основе собранного материала представлено словообразовательное гнездо лексемы *пиар* (более 300 единиц), в качестве вершины гнезда выступают

корневые аббревиатуры PR и ПР, корневая лексема *пиар*. Словообразовательное гнездо получило в диссертационном исследовании разноаспектную характеристику.

Описание способов словообразования, продуктивных в рамках исследуемого гнезда, выявило, что преобладающее количество производных в гнезде образовано сложением основы *пиар*- с исконно русским или хорошо освоенным заимствованным словом. В данном классе сложных слов иноязычный элемент *пиар* рассматривается в качестве несклоняемого определителя при существительном, или в качестве **аналитического прилагательного** (М.В. Панов). В большинстве слов адъективированная лексема *пиар* зафиксирована в препозиции, что указывает на отнесенность ее к рядом стоящему слову. Наш материал показывает, что аналитическое прилагательное *пиар* может свободно сочетаться с любыми основами и образовывать целые серии производных единиц, например: *пиар-акция*, *пиар-кампания*, *пиар-аргумент*, *пиар-бюджет*, *пиар-группа*, *пиар-кампания*, *пиар-инструмент*, *пиар-карта*, *пиар-период* и др. Сопоставительный анализ сочетаемости аналитического прилагательного *пиар* в составе сложного слова с прилагательными *пропагандистский* и *агитационный* позволил сделать вывод о контекстной синонимии данных единиц. В нашем материале обнаружен факт речевой избыточности данных лексем, что, на наш взгляд, усиливает идеологический эффект употребления данных единиц в речи, ср.: *пропагандистская пиар-акция*, *пропагандистский пиар-ход*, *агитационная пиар-кампания* и др.

В результате классификации производных слов на основе словообразовательных значений в составе гнезда выделено 11 формально-семантических групп.

Исследовательский интерес вызвал анализ окказионализмов, входящих в состав гнезда. Образование окказиональных единиц формирует арсенал выразительных средств, который помогает раскрыться семантике корневой лексемы *пиар*. Немалую роль в проявлении негативного заряда семантики слова сыграли обладающие экспрессивностью окказиональные новообразования. Негативная оценка корневого слова обрастает саркастическими, уничижительными окказиональными производными: *ПИАРдун*, *пиарея*, *пиараст* и др. Фонетическое созвучие окказиональных слов с единицами, называющими понятия, связанные в русском языке с телесным низом, включает их в класс отрицательно-оценочных лексем.

Заимствованная единица в своем написании латиницей попадает в поле языковой игры с дуалфавитностью. Графические окказионализмы являются одним из новых выразительных приемов создания стилистического контраста или приема «два в одном» (Т.В. Шмелева): *Пи-Армия*, *финишная PRямая*, *PRавда*, *PRопаганда*, *HaPRолом*, *Петербургское PRочтение PRоблем*. Новое окказиональное слово несет информацию о двух компонентах, одновременно присутствующих в единице: *Пи-Армия* – *армия* (первое слово) + *пиара* (второе слово); *PRавда* – *правда* (первое слово) + *пиара* (второе слово) и др.

В параграфе 3.6. анализируется «Функционирование лексемы *пиар* в русском языке». Как любое иноязычное заимствование, слово *пиар*, укореняясь в русском языке, претерпевает смысловые изменения. Языковой материал показал активное употребление носителем языка слова *пиар* в широком (нейтральном) и узком (идеологическом) значении. В нейтральном значении лексема *пиар* функционирует в тематических сферах **политики, экономики и финансов, бизнеса, промышленности, военной сферы, социальной сферы, науки и образования, печатных СМИ, здоровья, культуры, религии, морально-нравственной сфере**. Диапазон тематических сфер лексемы *пиар* совпадает с выделенными в постсоветский период тематическими сферами лексемы *пропаганда*.

Резкое возрастание частотности употребления лексемы *пиар* формирует новые сочетаемостные возможности лексической единицы, усиливает способность к метафоризации. Активность неологизма приводит к смысловой неопределенности социально перегруженного слова. Этому способствует и неосвоенность нового слова, вошедшего в широкий обиход в течение короткого промежутка времени. В обыденном представлении слово начинает пониматься как деятельность, нарушающая любые ограничения в области морали, часто направленная на создание отрицательного мнения о ком-либо, чем-либо.

Семантическая размытость слова наиболее ярко проявляется в предикатном употреблении лексемы *пиар* и производных глаголов. Данное употребление подчеркивает наличие отрицательного оценочного компонента в семантике слова: *Это все пиар, это все наигранно; Это все фикция, это все пиар-акции перед выборами; Он то, чем кажется, или это все пиар? «Это чистый пиар» – неправда, ложь*» (Е.В. Какорина). М.А. Кронгауз замечает, что «фактически слово *пиар* может относиться ...к любой манипуляции чьим-либо сознанием с целью создания мнения». Негативная оценочность производящей основы включается в семантику производных единиц: глагола *пиарить* и производных от него префиксальных глаголов *напиариться, упиариться, припиарить, впиарить, спиарить, отпиарить, пиарнуть*, семантика которых выражает интенсивное проявление процессуального признака, ассоциативно связанного с социально неодобряемыми действиями; модификационных единиц – существительных с субъективно-оценочными суффиксами *пиарчик, пиарище*. Формальные признаки производных слов создают ассоциативную базу для включения единиц в состав прецедентных текстов: *Толковый словарь избирателя, часть II Пиарище поганое: «Пиарище зело обло, огромно, стозевно и лаяй» (Василий Тредиаковский, XVIII); Пиарчик просто открывался; А был ли пиарчик?* и др.

Анализ переносного употребления лексемы *пиар* позволил выделить две продуктивных метафорических модели: метафоры грязи и войны, которые являются характерными для современного политического дискурса (А.П. Чудинов).

Лексема *пиар* и ее производные попадает в разряд «грязных» слов. Метафора грязи, найдя выражение в устойчивом словосочетании *черный пиар*, послужила мотивационной базой для создания устойчивых словосочетаний

серый пиар и *белый пиар*, обозначающих различные направления пиара как деятельности. По цветовой аналогии возникли и другие метафорические определения лексемы *пиар*: *красный пиар*, *синий пиар*, *желтый пиар*, *черно-бело-зеленый пиар*, *голубой пиар*, *фиолетовый пиар*.

Военная метафора, реализуясь в составе сложных слов с лексемой *пиар* в качестве первого компонента, представляет современную информационную деятельность как боевые действия. Политтехнологи и пиарщики постоянно идут в бой: *Последний день предвыборной агитации, последний пиар-бой – он трудный самый* (ЦРПИ. Мониторинг телеэфира. ТВЦ 24.12.2004); *Второй фронт: пиар-сражение* (Молодежь Эстонии 25.07.2003). Они наносят удары различной силы: *А по Социалистической единой партии России анонимные злоумышленники нанесли еще более «черный» пиар-удар* (Новые известия (Москва) 12.10.2004); *Шоу Орловщина под пиар-ударом должно продолжаться: на войне как на войне* (Просторы России (Орел) 10.08.2005). Информационные войны ведутся по-разному: это могут быть *интенсивные пиар-бомбардировки, пиар-штурмы, пиар-пристрелки, пиар-диверсии, пиар-блокады* и др. Современная действительность пополняет круг «тревожной» лексики: в словообразовательное гнездо вошли такие единицы, как *пиар-террор, пиар-вампиризм, пиар-теракт, пиар-катастрофа* и др. Агрессивность современного дискурса дает основание исследователям сделать вывод о том, что метафора войны приобретает статус онтологической, поскольку распространяется на различные сферы социальной жизни общества.

Лексема *пиар* относится к классу новых заимствованных единиц постсоветского времени. Исследуемая единица, войдя в русский язык, претерпела семантические преобразования, унаследовала негативную семантику советской пропагандистской системы, и в обыденном сознании закрепились как единица с размытой семантикой, которая обозначает информационно-пропагандистскую деятельность манипулятивного характера, направленную на формирование общественного мнения о ком, чем-л., чаще всего отрицательного, основанного на ложных фактах.

В заключении обобщаются результаты проведенного исследования.

Основное содержание диссертации отражено в следующих публикациях:

Статья, опубликованная в рецензируемом научном журнале, рекомендованном ВАК:

1. Смысловая динамика слова *идеология* (на материале метаязыковых высказываний последнего десятилетия) // Изв. Урал. гос. ун-та. 2007 г. № 53. Сер. 2, Гуманитар. науки. Вып. 14. С. 136-143, 0,5 п. л.

Другие публикации:

2. Смысловая трансформация идеологием в постсоветский период в зеркале обыденного сознания // Проблемы интерпретационной лингвистики: интерпретаторы и типы интерпретаций.

- Межвузовский сборник научных трудов. – Новосибирск: Изд. НГПУ, 2004. С. 111-122. (Соавт.: И.Т. Вепрева).
3. Об изменении значения лексемы *идеология* (по данным языковой рефлексии) // Речевые конфликты и проблемы современной языковой политики: Тезисы докладов Российской научной конференции, 3-4 октября 2006 г. Уральский государственный университет им. А.М. Горького. – Екатеринбург, 2006. – С. 79-81.
 4. Идеологема и мифологема: интерпретация терминов // Научные труды профессоров Уральского института экономики, управления и права. – Екатеринбург: Изд. УрГУ, 2006. – Вып. 3. С.120-131. (Соавт.: И.Т. Вепрева).
 5. О переоценивающем сознании постсоветского человека: изменение значения лексемы *идеология* // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности / Урал. Гос. Пед. Ун-т. – Екатеринбург, 2006. – С. 137-149.
 6. Смысловая динамика лексем *пропаганда* и *агитация* в русском языке // Политическая лингвистика / Гл. ред. А. П. Чудинов; Урал. гос. пед. ун-т. - Екатеринбург, 2008. Вып. (1)24 . – С. 106-115.
 7. Лексема *пиар*: к вопросу о деривационном потенциале заимствованных слов // Современная языковая ситуация в свете лингвокреативной деятельности: Материалы Междунар. науч. конференции «Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива», 24 – 26 апреля 2008 г. Уральский государственный педагогический университет. – Екатеринбург, 2008. – С. 35 – 44. (Соавт.: И.Т. Вепрева).

Подписано в печать 14.05.2008 Формат 60×84/16
Печать офсетная. Бумага типографская.
Заказ Усл. печ.л. Тираж
Уральский государственный университет
620083, г. Екатеринбург, К-83, Ленина, 51
Типолаборатория УрГУ

