



DOI 10.22363/2313-2264-2017-15-4-458-473

УДК 81:39

## КОНЦЕПТО-ФРЕЙМОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ГНЕЗДА С ВЕРШИНОЙ ПИАР

Т.В. Леванова

Московский городской педагогический университет (Самарский филиал)  
Ново-Вокзальная ул., 213, Самара, Россия, 443084

Автор статьи предлагают концептуально-фреймовый подход к описанию гнезда родственных слов. Рассматривается концепт *пиар*, включающий 114 производных слов. Вся лексика структурируется по уровням логической классификации. Верхний ярус — суперфрейм — включает семы: 1) материальный мир; 2) органический мир; 3) человек; 4) человек в обществе; 5) трудовая деятельность человека. На нижнем ярусе выделяем 6 субфреймов: 1) действие, деятельность пиар; 2) объединение, структура, осуществляющая деятельность пиар; 3) признаковость, свойственность, характерность для пиар; 4) мероприятие, событие пиар; 5) ситуация пиар; 6) отношения в сфере пиар.

**Ключевые слова:** концепт, словообразовательное гнездо, концептуально-фреймовая модель, пиар

### Введение

В 90-е гг. XX в. в России стал формироваться институт связей с общественностью (PR, пиар). К настоящему времени это сфера научной, учебной и практической деятельности, которая имеет свой объект, предмет, цели, задачи и метаязык описания. Будучи элементом языка описания профессиональной деятельности, лексема *пиар* и ее производные быстро детерминологизировались и стали активно употребляться в современной публицистике, журналистике, художественной и разговорной речи (Алефиренко, 2002; Болдырев, 2000; Вендина, 1998; Воробьев, 1997).

Новизна статьи — в применении методики концептуально-фреймового анализа к структурированию однокоренных слов, в частности к гнезду слов с вершиной *пиар*.

### Цель

Цель статьи — представить концептуально-фреймовую организацию словообразовательного гнезда с вершиной *пиар* в современном русском языке.

### Материалы и методы

Научно-методологической основой статьи послужили работы таких ученых, как Алефиренко Н.Ф., Бекетова Н.А., Болдырев Н.Н., Вендина Т.И., Воро-

бьев В.В., Гурина Р.В., Залевская А.А., Иванова М.В., Казак М.Ю., Кильдибекова Т.А., Клушина Н.И., Косырева М.С., Крючкова О.С., Кубрякова Е.С., Манерко Л.А., Миниярова И.М., Миниярова И.М., Морковкин В.В., Осадчий М.А., Пименова М.В., Попова З.Д., Прохоров Ю.Е., Растягаев А.В., Савкатова А.М., Сложеникина Ю.В., Соколова Е.Е., Стернин И.А., Телия В.Н., Тихонов А.Н., Шаклеин В.М., Янькова Н.А.

Методом сплошной выборки из словарной, художественной и публицистической литературы собрано 114 слов, репрезентирующих концепт *niar* в современном русском языке. Данный языковой материал структурирован в русле актуального концептуально-фреймового подхода.

Методы исследования — языковой материал собирался методом сплошной выборки, анализировался с помощью описательного, статистического, словообразовательного, концептуально-фреймового метода, анализа словарных дефиниций.

### Обсуждение

Учет семантики однокоренных слов позволил в 1990—2000 гг. предложить новые аспекты в изучении словообразовательного гнезда (СГ): с позиций лингвокультурологического поля и комплексных единиц словообразования (Воробьев, 1997; Шаклеин, 2010, 2012), осмысление гнезда с когнитивной точки зрения (Кильдибекова, Миниярова, 1997; Крючкова, 2003; Осадчий, 2009).

В 2010-е гг. ярко обозначился фреймовый подход к описанию словообразовательного гнезда. Оно стало рассматриваться как одно из языковых средств репрезентации концепта, в котором, как считает А.М. Савкатова, «в наиболее эксплицитном виде представлены векторы концептуализации соответствующего денотата» (Савкатова, 2010: 90). Носители языка в системе однокоренных слов запечатлевают «значимые признаки обозначаемого явления, фиксирует типичные для него ситуации, что позволяет рассматривать словообразовательное гнездо в качестве фрейма — структуры получения, хранения и актуализации знаний и опыта в форме стереотипных, социально и культурно значимых ситуаций» (Там же). Р.В. Гурина и Е.Е. Соколова понимают фрейм как «структуру представления знаний, организованную вокруг некоторого понятия, которая, в отличие от ассоциаций, содержит знания о существенном, типичном и возможном для этого понятия» (Гурина, Соколова, 2005: 19).

Ученые обнаруживают два следствия активности образования деривационных гнезд. Во-первых, появляются «ключевые слова» — номинации реалий (Казак, Бекетова, 2012: 138), находящихся «в фокусе социального внимания» (Русский..., 1996: 92). Основными признаками ключевых слов являются их высокая частотность, семантическая емкость, словообразовательная активность. Это позволяет ключевым словам стать «символами, маркерами эпохи. Именно по ним можно будет судить о специфике некоторого отрезка времени» (Клушина, 2008: 271). Во-вторых, с аксиологической точки зрения, эти понятия имеют культурную и коммуникативную значимость для человека. Активность словообразования в определенных участках, фреймах, позволяет реконструировать картину мира,

портретировать наиболее важные области современной жизни. Как отмечает Т.И. Вендина, «в словообразовательно маркированных единицах языка прочитывается богатейшая информация о системе ценностей русского народа, раскрываются особенности его мировидения, мирочувствования и мировосприятия» (Вендина, 1998: 222).

Словообразование как сложный познавательный-когнитивный, речемысле-тельный и творческий процесс мотивировано потребностью «в создании средствами наименования разных категориальных значений... в наречении и в описании языковой картины мира» (Миниярова, 2010: 984). С позиций когнитивистики, СГ рассматриваются как отражение познания и практической деятельности индивида и общества. Сфера репрезентации словообразовательного гнезда — речевая коммуникация. Производные слова фиксируют сложные и развернутые структуры сознания, «в них представлен сам «ход» познавательной деятельности человека, выявляющий свойства предметов и явлений через их отношения и связи, функционирование в ситуациях» (Там же).

Выход на когнитивный уровень описания словообразовательных гнезд в противовес традиционному, оперирующему, по А.Н. Тихонову (Тихонов, 2014), понятиями типа, типового уровня и вида, М.А. Осадчий объясняет необходимостью обращения к прототипу. Эта операционная динамическая единица, отсылающая к естественной (не научной) точке зрения индивида: «Прототипический анализ направлен на выявление в деятельности человека (субъекта познания, оценки и коммуникации) векторных, определяющих тенденций, стимулов и мотивов, обуславливающих такую, а не иную ценностную идентификацию (категоризацию) вещи, реакцию, оценку; такой, а не иной поступок» (Осадчий, 2009: 184). Если прототипический анализ должен выполняться на материале, структурированном сообразно естественной деятельности человека, то, заключает М.А. Осадчий, его объектом исследования не может быть традиционное СГ, поскольку структурирование однокоренных слов по принципу словообразовательной цепочки и парадигмы не адекватно «естественной когнитивно-дискурсивной деятельности языкового субъекта» (Там же).

Гипотеза ученого состоит в предположении, что «гнездо однокоренных слов является деятельностью-динамическим образованием, организованным по принципам и закономерностям естественной деятельности — в форме фрейма (системы фреймов)» (Осадчий, 2009: 185). По мысли ученого, фрейм может быть единицей когнитивного анализа СГ в силу своей типизированности, ожидаемости, инвариантности, стереотипности и конвенциональности. Структура фрейма, по М.А. Осадчему, не однородна: «существуют константные области фрейма, им противостоят участки вариаций, переменных значений. Соответственно, во фрейме (системе фреймов) выделяются ядерно-прототипические зоны, а также зоны подвижности... Следовательно, во фрейм-структурах выделяются «верхние области» («суперфреймы», инвариантный компонент алгоритма) и «нижние уровни» («субфрейм», подвижный, вариативный компонент, заполняемый переменными значениями)» (Там же: 185—186). Верхние фреймы более или менее фиксированы, нижние фреймы, или слоты, заполнены динамической информацией. Чтобы элемент фрейма стал единицей коммуникации, нужно, чтобы он был «ожи-

даем и легко понимаем, осознаваем носителем языка как нечто важное, само собой разумеющееся» (Там же).

Гнездо однокоренных слов вполне возможно уподобить фреймовой модели: «В структуре гнездового фрейма есть слоты и заполнители, наиболее ожидаемые участниками коммуникации, наиболее прогнозируемые и понятные» (Там же: 186). Однако, замечает М.С. Косырева, фрейм и словообразовательное гнездо имеют различную иерархическую организацию: «фрейм является единицей с невыраженным ядром и сложной периферией; словообразовательное гнездо — лингвистический конструкт с четкой внутренней организацией и определенными внешними границами... Между ядерными частками фреймовых и словообразовательных структур в рамках деривационно-фреймовой парадигмы не наблюдается полного совпадения или прямой зависимости: ядерный компонент фрейма может быть вербализован не вершинным, а производным словом, либо вовсе не получить вербализации» (Косырева, 2008: 149).

Осадчий М.А. задается вопросом, динамично ли словообразовательное гнездо? На поверхности лежит ответ, что оно изменяется диахронически как количественно, так и качественно, «меняется объем однокоренных, их состав, мутируют мотивационные связи, скрепляющие гнездо» (Осадчий, 2009: 186). Синхронически гнездо стабильно, но не статично. Ответ на свой вопрос автор ищет «в способности однокоренных коррелятивно (взаимосоотнесенно, то есть именно как части целостности) участвовать в речемыслительной деятельности носителя языка» (Там же).

Представим концептуально-фреймовую модель СГ *ниар*. Под концептом понимаем «некое представление о фрагменте мира или части такого фрагмента, имеющее сложную структуру, выраженную разными группами признаков, реализуемых разнообразными языковыми способами и средствами» (Пименова, Кондратьева, 2009: 73). Образцом классификации стал идеографический словарь под ред. В.В. Морковкина (Комплексный..., 2004). Основу идеографического словаря составляет синоптическая схема. Ступенчатая иерархическая понятийно-логическая классификация слов позволяет распознать способы выражения объективной действительности. Как поясняют авторы словаря, его цель «состоит в том, чтобы: а) определить и корректно представить лексическое ядро... б) сделать явным системные связи каждой лексико-семантической единицы, входящей в это ядро, в) обнаружить семантические, морфологические, орфоэпические и другие особенности слов, составляющих лексическое ядро... (Комплексный..., 2004: 3). Идеографический словарь упорядочивает группы слов, соотносящихся с определенной идеей (Морковкин, 1970).

Вся лексика русского языка в словаре разделяется на две больших смысловых группы.

**Первый (верхний) ярус.**

I. Абстрактные отношения и формы существования материи.

II. Материальный мир.

**Второй ярус.**

Внутри смысловой группы «Абстрактные отношения и формы существования материи» выделяются классы:

- существование, бытие;
- пространство;
- форма;
- время;
- изменение;
- движение;
- количество;
- качество;
- отношение;
- порядок;
- причинность.

Внутри смысловой группы «Материальный мир» выделяются подклассы:

- неорганический мир;
- органический мир.

#### **Третий ярус.**

Подкласс «органический мир» в свою очередь также дробится на более мелкие смысловые совокупности слов:

- человек;
- растения;
- животные.

#### **Четвертый ярус.**

Смысловое поле «человек» на нижних уровнях классификации подвергается дальнейшей конкретизации:

- человек как живое существо;
- человек как разумное существо;
- человек в обществе.

#### **Пятый ярус.**

Уровень конкретизации «человек как разумное существо» подразделяется:

- на ощущения и восприятие;
- эмоциональные, волевые и интеллектуальные действия и состояния;
- душевный склад человека;
- деятельность человека;
- поведение человека.

Уровень конкретизации «человек в обществе» разделяется:

- на коммуникации мыслей и чувств;
- отношения в обществе;
- трудовую деятельность человека.

В процессе создания нового словообразовательного гнезда особое значение приобретает концептуализация значимой информации — «осмысление поступающей информации, мысленное конструирование предметов и явлений, которое приводит к образованию определенных представлений о мире в виде концептов (т.е. фиксированных в сознании человека смыслов)...» (Болдырев, 2000: 22; Манерко, 2003: 125). Понятие концепта «отвечает представлению о тех смыслах, которыми оперирует человек в процессах мышления и которые отражают содержание опыта и знания, содержание результатов всей человеческой деятельности

и процессов познания мира в виде неких «квантов» знания.... К. — это скорее посредники между словами и экстралингвистической действительностью, и значение слова не может быть сведено исключительно к образующим его К... Правильнее было бы, наверно, говорить о концептах как соотносительных со значением слова понятиях (counterparts of words)... Значением слова становится концепт, 'схваченный знаком'» (Краткий..., 1996: 90, 92). Концепт рождается в когнитивном сознании человека, а значение принадлежит языковому сознанию. Концепты представляют собой основу знаний человека о том или ином явлении. Концепт и языковое значение — это неравнозначные, но взаимодействующие в дискурсивном пространстве категории.

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. Пиар — это управленческая деятельность специалиста по связям с общественностью, направленная на установления взаимовыгодных, гармоничных отношений между субъектом (лицом, организацией) и целевой общественностью. Эти семы в качестве ядерного, статичного компонента входят в значение всех производных лексемы *пиар*.

На «нижнем уровне» выделяем шесть 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.

**1. Субфрейм «Действие, деятельность пиар».** Здесь 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 предела»), *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. Субъект деятельности — человек, в обязанности которого входит продвижения идеи, товара, услуги, персоналии, организации, бренда в общественных отношениях; 19 лексем с данным значением можно квалифицировать по разным основаниям:

С оценочной точки зрения:

— нейтральные обозначения: *пиар-специалист, пиарист, пиаровец, пиарщик, пиарщица, политпиарщик, пиар-агент, пиар-директор, пиар-консультант, пиар-мен, пиар-менеджер, пиар-профессионал, пиар-технолог*;

— сниженные, ироничные: *пиараст, пиардесса, мальчик-пиарщик, пиарщик-вредитель, пиар-менеджер, пиар-ум*.

По гендерному признаку:

— обозначения, используемые как для именованья мужчин, так и женщин: *пиар-специалист, пиар-агент, пиар-директор, пиар-консультант, пиар-менеджер, пиар-профессионал, пиар-технолог, пиар-ум, пиар-менеджер*;

— обозначения женщин: *пиарщица, пиардесса*;

— обозначения мужчин: *пиарист, пиарщик, пиаровец, пиар-мен, политпиарщик, пиараст, мальчик-пиарщик, пиарщик-вредитель*.

2. Объект деятельности: одна лексема *пиар-инкогнито* — потребитель пиар-услуг, пожелавший остаться неизвестным.

3. Сфера деятельности. Три 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.

4. Структура деятельности: одна речевая единица *пиар-составляющая* — использование пиар-технологий в какой-либо сфере деятельности.

5. Содержание деятельности: одна лексема *пиар-сюжет* — последовательность пиар-действий.

6. Направления деятельности. Шесть 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.

7. Средства деятельности: одна единица — *пиар-инструмент* — средство для достижения целей продвижения в общественном сознании лица, организации, политической силы и т.п.

8. Темп деятельности. Два слова: *пиар-активность* — интенсивность пиар-действий, *пиар-спурт* — резкое усиление темпа пиар-деятельности.

9. Результат деятельности. Четыре композиты: *пиар-продукт* — сформированный в общественном сознании образ лица, организации, политической структуры, бренда и др., *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.

10. Способ, прием деятельности. Семь единиц: *пиар-технология* — совокупность правил, приемов, методов изменения общественного мнения пиар-средствами, *пиар-прием* — определенный, 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.

11. Замысел, побуждение к деятельности: одна лексема — *пиар-идея* — основная, главная мысль, замысел, определяющий содержание пиар-кампании.

12. Организация деятельности: одно слово — *пиар-обеспечение* — оказание услуг в области коммуникаций с помощью пиар-средств.

13. Количество, объем деятельности: одно прилагательное — *пиароемкий* — обладающий большими возможностями для пиар-продвижения.

14. Планирование деятельности: одна композита — *пиар-программа* — изложение содержания, этапов и цели деятельности пиар-кампании.

15. Определенные виды деятельности. Всего 13 производных слов.

15.1. Деятельность по маскировке, подражанию, сокрытию, утаиванию: две лексемы: *пиар-имитация* — подделка, подмена реальных действий их упоминанием в СМИ, *пиар-легенда* — вымышленная биография лица, история организации, бренда и др.

15.2. Деятельность по созданию, изменению, ликвидации: три единицы: *пиар-производство* — процесс создания пиар-продукта, *пиар-обработка* — коммуникативное давление, воздействие в целях изменения общественного мнения, *пиар-травля* — использование пиар-коммуникаций для преследования, нападок, создания негативного общественного мнения.

15.3. Деятельность по выдвиганию на первый план: одна композита — *пиар-акцент* — выделение, выдвигание на первый план в пиар-кампании чего-либо в качестве главного, основного.

15.4. Деятельность по использованию, оказанию услуг, удовлетворению потребностей. Два 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 др.

15.5. Деятельность по охране, подкреплению, усилению. Две единицы: *пиар-усилие* — умственное и физическое напряжение субъекта пиар для достижения пиар-эффекта, *пиар-поддержка* — комплекс пиар-мероприятий для сохранения жизнеспособности, подкрепления, усиления позиций лица, организации, политической структуры, бренда в коммуникативном пространстве.

15.6. Коммуникативная деятельность. Три 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.

**2. Субфрейм «Объединение, структура, осуществляющая деятельность пиар».** Словом с максимально обобщенным значением в этой совокупности является обозначение — *пиар-структура* — производственная организация с устойчивой конфигурацией и целями, подчиненная общему руководству.

С оценочной точки зрения можно выделить:

— нейтральные обозначения: *пиар-структура, пиар-агентство, пиар-группа, пиар-департамент, пиар-команда, пиар-компания, пиар-отдел, пиар-служба, пиар-сообщество, пиар-фирма, пиар-центр, пиар-школа*;

— сниженные, ироничные: *пиар-десант, пиар-контора, пиар-лаборатория*.

С точки зрения формальности/неформальности объединения можно разграничить:

— на формальные объединения: *пиар-структура, пиар-агентство, пиар-департамент, пиар-компания, пиар-отдел, пиар-служба, пиар-фирма, пиар-контора, пиар-лаборатория*.

— неформальные: *пиар-группа, пиар-команда, пиар-сообщество, пиар-школа, пиар-десант, пиар-центр*.

По уровневому признаку классифицируем.

1. Уровень организации. Пять лексем: *пиар-агентство, пиар-компания, пиар-фирма* — организации, предоставляющие услуги в области пиар по установлению взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью, *пиар-контора* — организация, предоставляющая сомнительные услуги в области пиар, *пиар-лаборатория* — организация, использующая опытные экспериментальные пиар-технологии, возможно, сомнительного качества.

2. Уровень подразделений (вертикальный). Три единицы: *пиар-департамент, пиар-отдел, пиар-служба* — структурные подразделения, занимающиеся налаживанием коммуникаций с внешними и внутренними целевыми аудиториями, органами власти и управления, СМИ.

3. Уровень объединений (горизонтальный). Шесть лексем: *пиар-группа* — временное формирование из двух и более человек для выполнения пиар-мероприятий, *пиар-десант* — группа иногородних, чаще всего московских, пиар-специалистов, решающая определенные пиар-задачи, *пиар-команда* — группа пиар-специалистов, объединенных достижением общей цели, во многом соответствующей личным целям каждого, *пиар-сообщество* — объединение специалистов пиар, имеющих общие цели, интересы, *пиар-центр* — место средоточия пиар-активности, *пиар-школа* — направление в сфере пиар, обладающее определенными отличительными свойствами.

**3. Субфрейм «Признаковость, свойственность, характерность для пиар».** Три синонима: *пиарный, пиаровский, пиарский* — объединены общностью значения «относящийся к деятельности по созданию и внедрению в общественное сознание образа объекта (товара, услуги, фирмы, бренда, личности). К этим прилагательным по значению примыкают существительное *пиарность* — свойство иметь признаки *пиар* и наречие *пиаровски*, обозначающее признак качества *пиар*.

Три композиты: *бизнес-пиарный, пиаровски-пропагандистский, пиар-информационный* — в семантике заключают сему цели: пиар для бизнеса, пропаганды, информирования.

Два сложных слова имеют значение совместности, одновременности воздействия на целевую аудиторию: *рекламно-пиарный*, *рекламно-пиаровский*.

**4. Субфрейм «Мероприятие, событие пиар».** Наиболее широкое понятие — *пиар-кампания*. Это целенаправленная система спланированных мероприятий, объединенных общей концепцией для достижения цели создания и внедрения в общественное мнение планируемого образа объекта (идеи, товара, услуги, персоналии, организации, бренда).

Ее составляющие — *пиар-акция*, *пиар-мероприятие*. Это действие, предпринимаемое для достижения целей создания и внедрения в общественное мнение планируемого образа объекта (идеи, товара, услуги, персоналии, организации, бренда). В переносном значении к этим лексемам примыкает понятие *пиар-проект*: 1) план, замысел, предварительный набросок мероприятий для достижения цели создания и внедрения в общественное мнение планируемого образа объекта; 2) а также реализованное, свершившееся мероприятие.

Разновидность *пиар-акции*, *пиар-мероприятия* — *пиар-конкурс* — соревнование нескольких субъектов в области пиар с целью выделить наиболее выдающихся.

**5. Субфрейм «Ситуация пиар».** *Пиар-война* — организованная борьба за общественное мнение об образе объекта (идеи, товара, услуги, персоналии, организации, бренда) с использованием пиар-средств, *пиар-задача* — проблемная ситуация, требующая для своего решения использования пиар-средств, *пиар-пир* — торжественная ситуация, обусловленная достижением планируемого пиар-эффекта, *пиар-раздача* — неожиданная, неприятная ситуация использования пиар-действий в отношении товара, услуги, персоналии, организации, бренда.

**6. Субфрейм «Отношения в сфере пиар».** В данной подгруппе типы отношений подразделяются:

— на моральные — это основные принципы, установки, убеждения, точка зрения: *пиар-политика* — деятельность управления общественными отношениями в целях формирования планируемого образа объекта (идеи, товара, услуги, персоналии, организации, бренда);

— правовые: *пиар-законотворчество* — деятельность, связанная с регулированием, разработкой и принятием законов в области пиар.

Схематически субфреймовую организацию концепта *пиар*, вербализованного в 114 компонентах словообразовательного гнезда, можно представить следующим образом (рисунок).

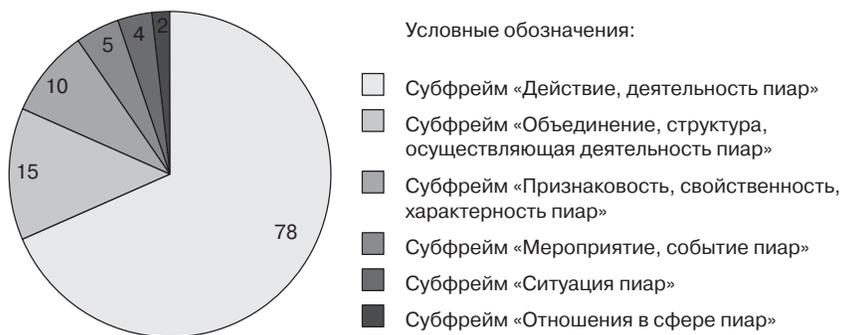


Рис. Структура субфрейма *пиар*

Автору импонирует точка зрения А.А. Залевской, считающей, что исследователь как носитель языка опирается на концепт как инвариант, но «в результате получает конструкт, способный отразить лишь часть того», что содержится в концепте (Залевская, 2005, 244). Концепт (конструкт) *пиар* имеет четыре вертикальных уровня организации (таблица).

Таблица

**Структура концепта пиар**

I. Уровень суперфрейма																	
1.	<i>Материальный мир</i>																
2.	<i>Органический мир</i>																
3.	<i>Человек</i>																
4.	<i>Человек в обществе</i>																
5.	<i>Трудовая деятельность человека</i>																
II. Уровень субфрейма																	
Деятельность, деятельность пиар		Объединение, структура пиар		Признаковость, свойственность пиар		Мероприятие, событие пиар		Ситуация пиар		Отношения в сфере пиар							
III. Уровень слота																	
<i>Деятельность пиар</i>																	
Субъект	Объект	Сфера	Структура	Содержание	Направление	Средства	Темп	Результат	Способ	Замысел	Организация	Количество	Планирование	Определенные виды			
IV. Уровень субслота																	
<i>Определенные виды деятельности</i>										<i>Структура</i>							
Деятельность по маскировке, подражанию, сокрытию, утаиванию		Деятельность по созданию, изменению, ликвидации		Деятельность по выдвиганию на первый план		Деятельность по использованию, оказанию услуг, удовлетворению потребностей		Деятельность по охране, подкреплению, усилению		Коммуникативная деятельность		Уровень организации		Уровень подразделения		Уровень объединения	

Отметим, что подобный подход к анализу концепта может реализовываться через моделирование когнитивно-пропозициональной структуры концепта с выделением позиций в его ментальной структуре (Янькова, 2009: 169).

### Заключение

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

2. Можно четко выделить ступени такого осмысления. Концепт *пиар* имеет 4-уровневую вертикальную организацию «квантов знания».

3. Концептуально-фреймовая модель объединяет 114 единиц. Принцип классификации — логический. Нельзя не согласиться с определением Ю.Е. Прохорова, что концепт есть принадлежность хаоса бытия, «детерминированная особенностями деятельности представителей данного лингвокультурного сообщества, закрепленная в их национальной картине мира и транслируемая средствами языка в их общении» (Прохоров, 2011: 159).

4. Когнитивно-фреймовая модель отражает отношение общественного сознания к практике *пиар* и ментальные компоненты, отражающие профессиональные и бытовые знания и опыт носителей языка. Структура стремится к всеохватному ментальному осмыслению и языковому отражению фрагмента профессиональной действительности.

5. Концептуально-фреймовая модель подвижна: она принципиально открыта как для вхождения новых обозначений, так и для устранения пассивной лексики, не закрепившейся в общественной коммуникации типа *пиарист*, *пиармэн*.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Болдырев Н.Н.* Когнитивная семантика. Тамбов: Изд-во Тамбов. гос. ун-та, 2000. 123 с.
- Вендина Т.И.* Русская языковая картина мира сквозь призму словообразования: (макрокосм). М.: Индрик, 1998. 236 с.
- Воробьев В.В.* Лингвокультурология (теория и методы). М.: Изд-во РУДН, 1997. 331 с.
- Гурина Р.В., Соколова Е.Е.* Фреймовое представление знаний. М.: Народное образование; НИИ школьных технологий, 2005. 175 с.
- Залевская А.А.* Психолингвистические исследования. Слово. Текст. М.: Гнозис, 2005. 542 с.
- Казак М.Ю., Бекетова Н.А.* Современное словообразование в массмедиа: основные процессы в суффиксальных именах существительных // Научные ведомости. Серия: Гуманитарные науки. 2012. № 12 (131). Вып. 14. С. 137—145.
- Кильдибекова Т.А., Минярова И.М.* Когнитивный аспект словообразовательных гнезд // Теория поля в современном языкознании: Материалы науч.-теор. семинара. Ч. IV. Уфа: Изд-во Башкирского ун-та, 1997. С. 26—31.
- Клушина Н.И.* Стилистика публицистического текста. М.: Медиа-Мир; Фак. журналистики МГУ, 2008. 242 с.
- Комплексный учебный словарь: лексическая основа русского языка / под ред. В.В. Морковкина. 2-е изд., испр. и доп. М.: АСТ; Астрель, 2004. 872 с.
- Косырева М.С.* Деривационно-фреймовая парадигма как единица когнитивного моделирования системных отношений между однокоренными словами: на материале интернациональной лексики: дисс. ... канд. филол. наук. Кемерово, 2008. 190 с.

- Краткий словарь когнитивных терминов / под общ. ред. Е.С. Кубряковой. М.: Филол. фак. МГУ, 1996. 245 с.
- Крючкова О.С. Когнитивно-дискурсивная парадигма и словообразование // Проблемы вербализации концептов в семантике языка и текста: Материалы межд. симпозиума. Ч. 1. Волгоград, 2003. С. 201—207.
- Манерко Л.А. Истоки и основания когнитивно-коммуникативного терминоведения // Лексикология. Терминоведение. Стилистика: сб. науч. тр., посвященный юбилею В.М. Лейчика. М.: Рязань, 2003. С. 120—126.
- Миниярова И.М. Когнитивный анализ словообразовательных гнезд // Вестник Башкирского университета. 2010. Т. 15. № 3-1. С. 984—986.
- Морковкин В.В. Идеографические словари. М.: Изд-во МГУ, 1970. 69 с.
- Осадчий М.А. Гнездо однокоренных слов как динамический фрейм // Актуальные проблемы современного словообразования: материалы межд. науч. конф. / под ред. Л.А. Араевой. 2009. С. 184—190.
- Пименова М.В., Кондратьева О.Н. Введение в концептуальные исследования. Кемерово: КемГУ, 2009. 160 с.
- Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. 3-е изд., стер. М.: Флинта; Наука, 2011. 170 с.
- Русский язык конца XX столетия (1985—1995) / отв. ред. Е.А. Земская. М.: Языки рус. культуры, 1996. 473 с.
- Савкатова А.М. Словообразовательное гнездо как репрезентант концепта (на материале словообразовательного гнезда с вершиной «женщина») // Высшее образование сегодня. 2010. № 3. С. 90—92.
- Тихонов А.Н. Новый словообразовательный словарь русского языка для всех, кто хочет быть грамотным: около 40000 слов, примерно 10000 словообразовательных гнезд. М.: Lingua; АСТ, 2014. 639 с.
- Шаклеин В.М. Лингвокультурная ситуация в современной России. М.: Флинта; Наука, 2010. 147 с.
- Шаклеин В.М. Лингвокультурология: традиции и инновации. М.: Флинта, 2012. 301 с.
- Янькова Н.А. Концепт *сокровенное* в современном английском языке: когнитивно-пропозициональная структура // Вестник Бурятского государственного университета. 2009. № 11. С. 169—176.

© Леванова Т.В., 2017

#### **История статьи:**

Дата поступления в редакцию: 23.06.2017

Дата принятия к печати: 25.08.2017

#### **Для цитирования:**

Леванова Т.В. Концептуально-фреймовая организация словообразовательного гнезда с вершиной пиар // Вестник Российского университета дружбы народов Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2017. Т. 15. № 4. С. 458—473. DOI 10.22363/2313-2264-2017-15-4-458-473

#### **Сведения об авторе:**

Леванова Татьяна Владимировна, аспирант кафедры филологии и массовых коммуникаций филологического факультета Самарского филиала Московского городского педагогического университета. Контактная информация: tatianalevanova@yandex.ru

## CONCEPTUAL AND FRAME ORGANIZATION OF THE FAMILY OF WORDS WITH THE PEAK OF PR

T.V. Levanova

Moscow city University (Samara branch)  
*Novo-Vokzalnaya str., 213, Samara, Russia, 443084*

The author of the article suggest a conceptual and frame approach to the description of a family of words. The author study the concept of PR. The concept of PR includes 114 derived words. All vocabulary is structured according to the levels of logical classification. The upper tier of the superframe includes semes: 1) the material world; 2) the organic world; 3) the person; 4) a person in society; 5) work activity rights. On the lower tier, we select 6 subframes: 1) action, PR activity; 2) association, the structure that carries out the activities of public relations; 3) characteristics, inherent, characteristic for PR; 4) event, PR event; 5) the situation of PR; 6) relations in the field of PR.

**Key words:** Concept, family of words, conceptual and frame model, PR

### REFERENCES

- Boldyrev, N.N. (2000). *Kognitivnaya semantika [Cognitive semantics]*. Tambov: Tambov State University Publ. (In Russ).
- Vendina, T.I. (1998). *Russkaya yazykovaya kartina mira skvoz prizmu slovoobrazovaniya: makrokosm [Russian language picture of the world through the prism of word formation: the macrocosm]*. Moscow: Indrik Publ. (In Russ).
- Vorobjev, V.V. (1997). *Lingvokulturologiya (teoriya i metody) [Linguoculturology (theory and methods)]*. Moscow: PFUR Publ. (In Russ).
- Gurina, R.V., & Sokolova, E.E. (2005). *Frejmovoe predstavlenie znaniy [Frame representation of knowledge]*. Moscow: Narodnoe obrazovanie; NII shkolnyh tekhnologij Publ.
- Zalevskaya, A.A. (2005). *Psiholingvisticcheskie issledovaniya. Slovo. Tekst [Psycholinguistic research. Word. Text]*. Moscow: Gnozis Publ. (In Russ).
- Kazak, M.Yu., & Beketova, N.A. (2012). Sovremennoe slovoobrazovanie v massmedia: osnovnye processy v suffiksalnyh imenah sushchestvitelnyh. *Nauchnye vedomosti. Seriya: Gumanitarnye nauki [Modern word formation in the mass media: the main processes in the suffixes of nouns. Scientific Bulletin. Series: Humanities. 12(131). 14. (pp. 137—145)]*. (In Russ).
- Kildibekova, T.A., & Miniyarova, I.M. (2008). Kognitivnyj aspekt slovoobrazovatelnyh gnezd [Cognitive aspect of word-building]. nests // Theory of the field in modern linguistics: Proceedings of science-theoretical conference. IV. (pp. 26—31). Ufa: Bashkirskii un-t Publ. (In Russ).
- Klushina, N.I. (2008). *Stilistika publicisticheskogo teksta [Stylistics of the journalistic text]*. Moscow: Media-Mir: MGU journalists' faculty Publ. (In Russ).
- Morkovkina, V.V. (2004). *Kompleksnyj uchebnyj slovar: Leksicheskaya osnova russkogo yazyka [Comprehensive academic dictionary: Lexical basis of the Russian language]*. Moscow: Ast: Astrel Publ. (In Russ).

- Kosyreva, M.S. (2008). *Derivacionno-frejmovaya paradigma kak edinica kognitivnogo modelirovaniya sistemnyh otnoshenij mezhdru odnokorennymi slovami: na materiale internacionalnoj leksiki* [Derivation-frame paradigm as the unit of cognitive modeling system of relations between cognate words: on the basis of international language]. (Candidate dissertation, Kemerovo). (In Russ).
- Kubryakova, E.S. (1996). *Kratkij slovar kognitivnyh terminov* [Brief dictionary of cognitive terms]. Moscow: Filol. fak. MGU Publ. (In Russ).
- Kryuchkova, O.S. (2003). Kognitivno-diskursivnaya paradigma i slovoobrazovanie [Cognitive-discursive paradigm and word-formation]. *Problems of verbalization of concepts in the semantics of language and text: Proceedings of International Simpozium*. 1. (pp. 201—207). Volgograd. (In Russ).
- Manerko, L.A. (2003). Istoki i osnovaniya kognitivno-kommunikativnogo terminovedeniya. *Leksikologiya. Terminovedenie. Stilistika* (pp. 120—126). Moscow; Ryazan. (In Russ).
- Miniyarova, I.M. (2010). Kognitivnyj analiz slovoobrazovatelnyh gnezd [Cognitive analysis of word-building nests]. *Bulletin of the Bashkir University*. 15. 3-1. (In Russ).
- Morkovkin, V.V. (1970). *Ideograficheskie slovari* [Ideographic dictionaries]. Moscow. (In Russ).
- Osadchij, M.A. (2009). Gnezdo odnokorenyh slov kak dinamicheskij frejm [Nest of one-root words as a dynamic frame]. *Actual problems of modern word-formation: Proceedings of International science conference* (pp. 184—190). (In Russ).
- Pimenova, M.V., & Kondratjeva, O.N. (2009). *Vvedenie v konceptualnye issledovaniya* [Introduction to conceptual research]. Kemerovo: KemGU Publ. (In Russ).
- Prohorov, Yu.E. (2011). *V poiskah koncepta* [In search of a concept]. Moscow: Flinta; Science Publ. (In Russ).
- Zemskaya, E.A. (1996). *Russkij yazyk konca XX stoletiya (1985—1995)* [Russian language of the late twentieth century (1985—1995)]. Moscow: Yazyki rus. kultury Publ. (In Russ).
- Savkatova, A.M. (2010). Slovoobrazovatelnoe gnezdo kak reprezentant koncepta (na materiale slovoobrazovatel'nogo gnezda s vershinoy «zhenshchina»). *Vyshee obrazovanie segodnya* [Derivational nest as a representant of a concept (based on the word-formative nest with the top “female”). *Higher education today*. 3. (pp. 90—92). (In Russ).
- Tihonov, A.N. (2014). *Novyj slovoobrazovatelnyj slovar russkogo yazyka dlya vseh, kto hochet byt gramotnym: okolo 40000 slov, primerno 10000 slovoobrazovatelnyh gnezd* [New word-formative dictionary of the Russian language for everyone who wants to be literate: about 40,000 words, roughly 10,000 word-formation nests]. Moscow: Lingua: AST Publ. (In Russ).
- Shaklein, V.M. (2010). *Lingvokulturnaya situaciya v sovremennoj Rossii* [Linguocultural situation in modern Russia]. Moscow: Flinta; Science Publ. (In Russ).
- Shaklein, V.M. (2012). *Lingvokulturologiya: tradicii i innovacii* [Linguoculture: traditions and innovations]. Moscow: Flinta Publ. (In Russ).
- Yankova, N.A. (2009). Koncept sokrovennoe v sovremennom anglijskom yazyke: kognitivno-propozitionalnaya struktura [A concept unseen in modern English: a cognitive-propositional structure]. *Bulletin of the Buryat state University*. 11. (pp.169—176). (In Russ).

**Article history:**

Received: 23.06.2017

Accepted: 25.08.2017

**For citation:**

**Levanova T.V. (2017). Conceptual and frame organization of the family of words with the peak of PR. *RUDN Journal of Russian and Foreign Languages Research and Teaching*, 15 (4), 458–473. DOI 10.22363/2313-2264-2017-15-4-458-473**

**Bio Note:**

*Levanova T.V.*, postgraduate student of the Department of Philology and mass communications of the philological faculty of BU IN “Samara branch of Moscow city pedagogical University”.  
*Contact information:* tatianalevanova@yandex.ru