



Nikolai V. Shimkevich

independent researcher, Ekaterinburg, Russia

Evolution of Russian Politonymy in Post-Soviet Era

Voprosy onomastiki, 2019, Vol. 16, Issue 2, pp. 178–198

DOI: 10.15826/vopr_onom.2019.16.2.021

Language of the article: Russian

Шимкевич Николай Валерьевич

независимый исследователь, Екатеринбург, Россия

Эволюция русской политонимии в новейшее время

Вопросы ономастики. 2019. Т. 16. № 2. С. 178–198

DOI: 10.15826/vopr_onom.2019.16.2.021

Язык статьи: русский



Downloaded from: <http://onomastics.ru>



ИНСТИТУТ
РУССКОГО
ЯЗЫКА
им. В. В. Виноградова
РОССИЙСКОЙ
АКАДЕМИИ НАУК

ЭВОЛЮЦИЯ РУССКОЙ ПОЛИТОНИМИИ В НОВЕЙШЕЕ ВРЕМЯ

В статье рассматриваются номинативные модели, регулярно используемые для названий российских политических объединений (партий, союзов, фракций, групп и т. п.) в условиях современной российской многопартийности (перестроечный и постперестроечный периоды). Для таких имен собственных предлагается термин *политонимы* (< др.-греч. πολιτική 'общественная деятельность, политика' + ὄνομα 'имя'), ранее в некоторых публикациях использовавшийся для обозначения понятия «жители той или иной страны; граждане того или иного государства», однако по своей внутренней форме представляющий более соответствующим предлагаемому в статье значению. Политонимы в значении 'названия политических объединений' оцениваются автором как особый вид эргонимов (названий деловых объединений людей, например, союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка), которому присущи те же функции, в частности номинативно-выделительная, информативная, аттрактивная. Отмечается, что специфика данного подкласса эргонимов пока не получила в ономастической литературе подробного освещения. Основная задача публикации — выявление динамики развития отмеченных номинативных моделей в российской политонимии последних трех десятилетий. Характерной особенностью политонимов признается ярко выраженная установка на сохранение их прозрачной мотивации, что представляется обусловленным самой природой данного подкласса. Хотя можно все же выделить группу десемантизированных политонимов, они весьма малочисленны. Среди сохранивших мотивационное значение имен выделяются четыре модели: идеологическая (в названиях отражена программная идеология политического объединения), представительская (указание на социальную базу, на которую опирается партия), манифестационная (указание на программную цель) и концептуальная (отражение идеального концепта). Нередко

в названии получают отражение две или даже три номинативные установки. Динамика функционирования выделенных моделей в период российской современной многопартийности позволяет утверждать, что их соотношение относительно стабильно, однако можно отметить активизацию манифестационной модели, что говорит об усилении рекламной функции политонимов, характерной для эргонимов в целом.

Ключевые слова: эргонимия, политонимия, названия политических партий, номинативные модели, десемантизированные политонимы, политическая лингвистика, русский язык.

Под термином *политоним* (< др.-греч. πολιτική ‘общественная деятельность, политика’ + ὄνομα ‘имя’) мы понимаем политический эргоним — название политической партии, движения, союза, избирательного блока, парламентской фракции или группы и т. д.¹ Будучи подмножеством эргонимов, политонимы в полной мере обладают функциями, присущими данному разряду имен собственных (номинативно-выделительная, информативная, аттрактивная и др.). Специальных исследований по политонимам до сих пор не было. Статья предназначена отчасти заполнить эту лакуну. Основная задача анализа — выявление номинативных моделей российской политонимии последних трех десятилетий в их динамике.

В настоящее время наиболее изученным сегментом эргонимии являются названия коммерческих предприятий, что обусловлено объективными причинами: большое количество таких имен и относительно частое их обновление. Политические эргонимы во многом существуют по сходным правилам и в сходных условиях; более того, рыночные аналогии в политике возникают постоянно, существует также понятие политического рынка как своеобразной торговой площадки: отношения, возникающие на ней, подобны тем, что возникают между покупателем и продавцом. «Важный вклад в выявление кругового движения между политической сферой и экономикой сделал Т. Парсонс, предположивший, что политическая поддержка должна рассматриваться не как покупка, а как “обобщенная уступка власти”, ставящая в случае победы на выборах избранных лидеров в положение, аналогичное положению банкира: “вклады” власти, сделанные избирателями, могут быть отозваны — если не сейчас, то хотя бы на следующих выборах и на условии, аналогичном режиму работы банка» [Морозова, 1999, 3–4].

¹ Известно другое использование этого термина, ср.: «Политоним — название всех граждан, которые проживают в пределах одного государства или определенного административного региона. Например, под термином “французский народ” имеют в виду всех граждан Франции, независимо от их этнической принадлежности; то же самое “бельгийский народ”, хотя он делится на два самостоятельных этноса — валлонов и фламандцев. Однако более правильно было бы говорить и писать “народ Франции”, “народ Бельгии”, “народ Украины” и т. д.» [<https://socialeconom.academic.ru/>]. Представляется, что в предлагаемом нами значении внутренняя форма термина в большей степени соответствует его содержанию.

Политонимы могут служить базой для образования прагматонимов, гемонимов (товарные знаки, включая названия товаров, не связанных с партией напрямую, например чай «ЛДПП», партийные газеты и т. п.) и др. Соответственно, они легко включаются в систему рекламных имен, как и остальные эргонимы: И. В. Крюкова относит к объектам, названия которых являются эргонимами, «коммерческие предприятия, общественные и политические организации, учреждения, общества, спортивные и творческие коллективы» [Крюкова, 2004, 10].

В контексте нашего исследования важно подчеркнуть, что рекламное сообщение — это прежде всего речевой акт: «НКП (название коммерческого предприятия. — *Н. Ш.*) имеет намерение вызвать искомые последствия, а именно — привлечь клиента обратиться именно в данную фирму. <...> НКП — вид речевого акта» [Яловец-Коновалова, 1997, 12]; «НКП — разновидность текста» [Там же]. Поскольку мы приняли тезис, что политоним по параметрам своего функционирования схож с коммерческим эргонимом, у него тоже имеются две стороны коммуникативного акта, причем адресат также является потенциальным объектом воздействия.

Рекламное имя (в том числе политоним) может функционировать как элемент того, что маркетологи называют брендом. Число и состав элементов бренда не регламентированы. В политическом контексте это может быть не только рекламное имя, но и логотип, геральдические цвета, личность лидера, элементы декларируемой идеологии и др. Элементы бренда могут быть юридически защищены (например, товарный знак и знак обслуживания).

На материале коммерческой эргонимии нами было показано, что свойства конкретного сегмента рынка влияют на состав присущей ему эргонимической ситуации. К примеру, если рынок риелторских услуг одного города сформирован раньше, чем аналогичный рынок другого, то, учитывая тяготение этого сегмента рынка к сохранению старого бренда, можно ожидать, что ситуация, сформировавшаяся раньше, будет содержать больше эргонимов, образованных по архаичным моделям. В то же время, например, для рынка розничной торговли компьютерами эта закономерность работать не будет, потому что возраст бренда на данном рынке будет не столь критически важен и обновление на нем будет происходить быстрее. Именно к таким выводам мы пришли при сравнении эргонимических ситуаций Екатеринбурга, Перми и Омска [Шимкевич, 2002].

Если говорить о политическом рынке, то он имеет тенденцию к той или иной форме несовершенной конкуренции: олигополии (ограниченное, более или менее стабильное число продавцов) или монополистической конкуренции (продавцы конкурируют, однако их предложения не полностью взаимозаменяемы) с той или иной степенью дирижизма (регулирования рынка со стороны государства). Соответственно, политонимическая ситуация будет стабильной, малоизменчивой, во многом архаичной по моделям образования онимов. Хотя здесь возможны вариации: кроме названий нескольких парламентских партий, существуют

названия более мелких партий, союзов, несистемных движений, парламентских фракций и т. д. Ситуация в этих сегментах будет более изменчива, что мы частично покажем ниже. Также высокую степень изменчивости демонстрируют ситуации на раннем этапе функционирования политического рынка (например, ситуация позднего СССР).

К специфическим чертам политонимов по сравнению с другими эргонимами можно отнести практически полное отсутствие непрозрачных, десемантизированных онимов (например, когда потребитель бренда «Adidas» может не знать о существовании Ади Дасслера и, соответственно, о наличии у эргонима / прагматонима внутренней формы). Более того, политоним может быть даже избыточно семантизированным и подробным — и как следствие длинным, состоящим из нескольких слов. В результате чего получает распространение аббревиация, иногда довольно сложная, отражающая историю внутрипартийных течений, — РСДРП(б), или межпартийных коалиций — ХДС / ХСС.

Зачастую название партии является кратким описанием ее политической платформы. Это позволяет по одному политониму сделать предварительные выводы о системе в целом: к примеру, «Союз правых сил» предусматривает, во-первых, неоднородность правых сил, нуждающихся в союзе, во-вторых, наличие левых, а возможно, также центристских сил. Для коммерческой эргонимии выстраивание такой парадигмы не характерно.

При этом связь декларируемой идеологии с реальной в современной политонимии представляется вторичной и даже факультативной. Яркий пример: *Либерально-демократическая партия России* никогда не ассоциировалась с той частью политического спектра, которая известна как демократы или либералы.

Как правило, политоним содержит атрибут и идентификатор. Атрибут указывает на тип организации (партия, союз, группа, федерация и т. п.); к идентификатору относятся элементы, обеспечивающие индивидуализацию организации среди аналогичных ей. Выбор атрибута также может нести в себе нечто большее, чем просто указание на тип организации, иметь некую экспрессию и быть средством индивидуализации. Однако экспрессия и индивидуализация с помощью атрибута будут носить вторичный характер по отношению к идентифицирующей части: возможности атрибута здесь гораздо беднее, чем у идентификатора, в силу того что он вынужденно опирается на достаточно узкий круг знаменательных слов — тех, которые описывают разные формы коллективов. Тем не менее разница между атрибутами *партия* и *союз* будет налицо: на наш взгляд, *партия* явно ассоциируется с политикой, парламентом, борьбой за власть, в то время как *союз* — это отсылка прежде всего к общественной работе, представлению интересов членов объединения, возможно, к менее официальному и официозному характеру объединения (ср. *Коммунистическая партия Советского Союза* и *Демократический союз*). Как будет показано ниже, встречаются и более экзотические атрибуты (*конфедерация, орден* и т. п.).

Отметим, что подобные атрибуты могут иметь место и в коммерческой эргонимии: название предприятия может, помимо организационно-правовой формы, а также краткого наименования, содержать экспрессивно-выразительный атрибут. Например, в названии ООО «Фирма “Адакс-Ек”» таким атрибутом будет слово *фирма*.

Парадигма идентификаторов может быть описана с помощью классификации номинативных моделей. На материале новейшей российской политонимии можно выделить четыре такие модели: идеологическую, представительскую, манифестационную и концептуальную. Они характеризуют различные стороны предполагаемого политического действия: метод (идеология), средство (социальная база), цель (манифестация желаемого результата) и модальность (идеалистический концепт; отношение к цели и/или к действию). Редко, но встречаются десемантизированные политонимы, они тоже могут быть рассмотрены как представители особой модели, включающейся в общий ряд как своеобразный «мотивационный ноль», не несущий в своей внутренней форме никаких характеристик.

Примером идеологической модели могут служить такие элементы названия, как *демократический, коммунистический, республиканский* и др.

Представительская модель — указание на социальную базу, на которую опирается партия, — реализовано в элементах *рабочий, крестьянский, деловой* (указание на деловые круги) и др.

По манифестационной модели (указание на программную цель, в отличие от указания на метод в идеологической модели) образованы такие политонимы, как, например, *«Единая Россия»* и др.

Пример концептуальной модели — партия *«Родина»*. Если единство может быть целью, о достижении которой можно объявить с той или иной степенью достоверности, то невозможно сказать, что «Родина достигнута». Точно так же эта модель не тождественна идеологической — отсутствует указание на метод.

Десемантизированная модель реализована в тех случаях, когда значимый элемент названия партии никак не связан с действием, осуществляемым объединением. Если для коммерческих эргонимов эта ситуация не является чем-то из ряда вон выходящим, то для политонимии модель явно непродуктивна, случаи ее применения единичны. Например, краткое название партии *«ЯБЛОКО»* (подробнее об этом бренде см. далее) не содержит указаний ни на идеологию, ни на социальную базу, ни на цель либо отношение к ней.

Вышеупомянутые модели могут сочетаться, особенно в полных наименованиях. К примеру, название *Российская социал-демократическая рабочая партия* содержит указание как на идеологию, так и на социальную базу.

Указания на страну, детали партийной истории (например, *Польская объединенная рабочая партия*), на наш взгляд, носят вспомогательный характер

и не являются основанием для выделения отдельной модели. В отличие от коммерческой эргонимии в политонимии эта информация с весьма высокой долей вероятности будет объективной и описательной: «российская» партия вряд ли будет действовать на политическом поле другой страны, что необязательно для коммерческих предприятий с географической привязкой в названии.

Система новейшей российской политонимии начала складываться в рамках политических процессов в СССР эпохи М. С. Горбачева, известных под общим названием *перестройка*. Некоторое представление о политонимической ситуации перестройки дает серия информационно-аналитических обзоров, изданных в журнале «Известия ЦК КПСС» в 1990 г. В первом из них среди различных «фронтов», «гражданских инициатив» и пр. выделяется ряд объединений, классифицированных как «самодеятельные политические объединения и партии» [Левичева, 1990], в двух других этот список дополняется [Левичева, Нелюбин, 1990а; 1990б]. Общее число партий — 21, в рамках предложенной нами модели партии распределяются следующим образом.

Идеологическая модель (76 %): *Социалистическая партия; Демократическая партия (ДП, ранее она же — Демократическая партия Советского Союза); Демократический союз (ДС); Конфедерация анархо-синдикалистов (КАС); Либерально-демократическая партия России (ЛДПР); Социал-демократическая ассоциация; Союз конституционных демократов (СКД); Христианско-демократический союз России (ХДСР); «Зеленая партия» Ленинграда; Социал-демократическая партия Российской Федерации (СДПР); Либерально-демократическая партия Советского Союза (ЛДП, судя по всему, то же, что ЛДПР); Конституционно-демократическая партия (Партия народной свободы); Демократическая партия России (ДПР, не путать с ДП); Российское христианское демократическое движение (РХДД); Православный монархический орден-союз; Партия исламского возрождения.*

Представительская (19 %): *Объединенный фронт трудящихся СССР (ОФТ СССР); Научно-промышленный союз СССР; Крестьянский союз СССР.*

Манифестационная (14 %): *Конституционно-демократическая партия (Партия народной свободы); Партия исламского возрождения; Радикальная ассоциация за мир и свободу; Конфедерация труда.*

Концептуальная (0 %).

Десемантизированная (0 %).

Общее число процентов здесь и далее более ста. Это объясняется тем, что ряд политонимов создан с использованием сразу двух моделей, соответственно, при вычислении популярности той или иной модели такие политонимы посчитаны несколько раз.

Отнесение «зеленых» к идеологической модели — дань сложившейся традиции регулярного упоминания экологов в ряду консерваторов, либералов, социалистов, фашистов и прочих направлений европейской политики. Лично

нам позиционирование экологических целей как политических представляется некорректным, и мы усматриваем в этом одну из примет кризиса идеологической модели в частности и партий как политического института в целом. Черты идеологии (создание общественно-политического мифа для повышения узнаваемости бренда и мобилизации сторонников) у «зеленого» движения действительно имеются.

Анализируя данную политонимическую ситуацию, можно отметить несколько ключевых моментов. Во-первых, подавляющее большинство политонимов образованы по той же модели, что и название единственной партии предшествовавшего периода — *КПСС*, т. е. по идеологической. Как вариант, присущая партии идеология может быть выражена не прилагательным, а существительным во мн. ч.: не *демократический союз*, а *союз демократов*.

Политоним *Конституционно-демократическая партия (Партия народной свободы)*, строго говоря, представляет собой два различных названия, однако они связаны исторически (явная ссылка на название дореволюционной партии кадетов). Название *Партия исламского возрождения* отнесено нами к двум моделям, так как слово *исламский* отсылает к идеологической модели (партия клерикальной направленности), в то время как *возрождение* явно представляет манифестируемую цель.

Во-вторых, советское влияние видно также в выборе атрибута. Наиболее популярен атрибут *партия* (9 случаев). На втором месте — *союз* (5). Также фиксируются: *ассоциация* (3), *конфедерация* (2), *движение* (1), *фронт* (1), *орден-союз* (1). Стоит напомнить, что в СССР слово *партия* фактически было синонимом названия *КПСС*: «Партия сказала: надо, комсомол ответил: есть!» (плакат И. Большаковой и В. Смирнова, 1963 г.), «Ленин! Партия! Комсомол!» (припев песни А. Пахмутовой и Н. Добронравова, 1984 г.) и др. Атрибут *союз* был характерен для наименований ряда разнородных организаций: общественных (*Союз писателей*, *Союз журналистов*), политических, но не правящих (*Всесоюзный ленинский коммунистический союз молодежи*), эмигрантских антисоветских (*Народно-трудовой союз*), исторически известных (*Союз благоденствия*, *Союз спасения*). Слово *Союз* без сопутствующих определений никакой организации не означало — так кратко называли СССР.

Атрибут *ассоциация* также является одним из стандартных обозначений сообществ, обычно профессиональных. В политической эргонимии употребляется сравнительно редко. *Конфедерация*, очевидно, означает максимально свободное объединение. Более экспрессивный атрибут *фронт* восходит к политонимии Европы 1930-х гг., когда впервые появились разнообразные народные фронты антифашистской направленности; в послевоенное время в мире возникает также ряд национальных фронтов: в ГДР, Чехословакии, Вьетнаме (*Национальный фронт освобождения Южного Вьетнама*) и др. [Александров, 1974]. Наконец, атрибут *орден*, определенно, отсылает нас к орденам средневековой Европы.

В-третьих, в зафиксированной политонимической ситуации, в части описания платформ, фиксируются прямые формальные заимствования из политонимии капиталистических стран (несмотря на то что курс на построение коммунизма фактически был заменен на курс на конвергенцию с Западом, СССР до самого конца продолжал позиционироваться как социалистическое государство, т. е. оппозиция «социализм — капитализм» была актуальной и осознаваемой, по крайней мере в публичном дискурсе). В описываемые годы среди правящих партий капстран фигурировали: *Христианско-демократический союз* (ФРГ); *Демократическая партия* (США); *Либерально-демократическая партия* (Япония); имелись маргинальные, но узнаваемые партии «зеленых» в странах Европы.

Упомянутый выше политоним *Конституционно-демократическая партия* (*Партия народной свободы*) также является прямым заимствованием, только уже из партийной ситуации до Октябрьской революции. Учитывая роль, которую сыграли в истории России кадеты, это можно расценивать как манифестацию не только курса на реставрацию дооктябрьского состояния, но и все тех же западных настроений, в противовес монархическим славянофильским. В реальной политике перестройки эта партия никакой роли не сыграла, поэтому политоним достаточно быстро исчез, хотя впоследствии была попытка воскресить бренд *Партии народной свободы* еще раз (см. далее).

Интересно, что на позднейшую политонимию вышеописанная ситуация практически не повлияла. После избрания первых «нардепов» центр создания новых объединений — и, соответственно, их наименований — перемещается в парламент. Практически сразу начали образовываться депутатские группы, к V Съезду появились фракции; всего за время работы первого и единственного *Съезда народных депутатов РСФСР/РФ* было образовано 19 фракций, 4 блока (3 фракции и более) и несколько десятков групп. Несколько объединений, возникших во время съездов, впоследствии исчезли естественным путем, деятельность одного — КПСС — была прекращена искусственно, после соответствующих указов президента РСФСР.

Г. В. Белонучкин выделяет 21 основного фигуранта съезда [Белонучкин, 2002a]. В нашей классификации их можно распределить следующим образом (римская цифра — съезд, на котором объединение было образовано).

Идеологическая (30 %): I: «*Демократическая Россия*»; «*Коммунисты России*»; «*Радикальные демократы*»; II: «*Демократический центр — Россия*»; «*Левый центр*»; *Объединенная фракция социал-демократов и республиканцев*; V: *РПРФ / СДПР*² — «*Левый центр*»; VI: «*Демократический центр*».

Представительская (26 %): I: *Рабоче-крестьянский союз*; «*Беспартийные депутаты*»; *Группа депутатов от автономий*; II: *Рабочий союз*;

² Республиканская партия Российской Федерации / Социал-демократическая партия России.

«Организаторы народного хозяйства»; IV: «Рабочий союз — Реформы без шока»³; VI: *Аграрный союз* —

Манифестационная (33 %): I: «*Демократическая Россия*»; «*Продовольствие и здоровье*»; IV: «*Рабочий союз — Реформы без шока*»; VI: «*Гражданское общество*»; «*Российское единство*»; «*Созидательные силы*»; «*Коалиция реформ*»; VII: «*Согласие ради прогресса*»; «*Сотрудничество*» —

Концептуальная (22 %): I: «*Смена*»; II: «*Демократический центр — Россия*»; «*Россия*»; «*Отчизна*»; *Российский союз*; VI: «*Родина*» —

Десемантизированная (0 %).

В этот же период на базе депутатских объединений были образованы политические партии [Белонучкин, 2002а], очевидно, для распространения политической деятельности за пределы парламента. Частично их названия совпадают с наименованиями парламентских объединений («*Демократическая Россия*»; «*Отчизна*»); частично — нет: *Демократическая партия коммунистов России* (идеологическая модель); *Аграрная партия России*; *Российский общенародный союз*; «*Явлинский — Болдырев — Лукин*» (представительская модель); «*Выбор России*» (концептуальная модель).

Сравнивая досъездовскую (СССР) и внутрисъездовскую (РСФСР / РФ) системы политонимии, мы видим две сопоставимые по объему ситуации: 21 партия в первом случае и 27 депутатских объединений во втором. При этом соотношение использования моделей будет качественно различным. В первом случае заметно доминирование идеологической модели. Во втором случае соотношение моделей более сбалансировано. Даже впервые появившаяся концептуальная модель занимает место, вполне сопоставимое с моделями старыми. Идеологическая модель теряет доминирующее положение и уходит на второе место, бывшие «аутсайдеры» рейтинга усиливают свои позиции, при этом манифестационная модель выходит на первое место.

Также можно отметить экстралингвистическую тенденцию постепенного структурирования идеологического спектра по двум или трем полюсам: условные коммунисты, демократы, возможно, отчасти националисты или почвенники. Откровенная экзотика типа монархистов, анархистов, экологов или клерикалов, встречающихся в досъездовской политонимии, в списке депутатских объединений не присутствует (экологи впоследствии несколько раз появятся в списках выборных объединений). Кроме того, идеологический спектр начинает дробиться, давая разнообразные вариации: «*Левый центр*», «*Коммунисты за демократию*» и др. Это происходит на фоне, как уже говорилось, общего падения популярности идеологической модели.

³ Используемый источник [Белонучкин, 2002а] не позволяет установить время появления этого онима точно. Отмечается, что на III Съезде предшествовавший ему *Рабочий союз* «не зарегистрировался в политическом качестве», а на VI Съезде зафиксировано вхождение объединения в состав блока «*Созидательные силы*».

Представительская модель развивается и усложняется: «*Группа депутатов от автономий*», «*Организаторы народного хозяйства*» и даже «*Беспартийные депутаты*» (группа, представляющая не какую-то общественную страту или отрасль, а только саму себя, если судить по названию).

Что-то подобное отмечается и в манифестационной модели: количественный рост приводит к качественному разнообразию внутри модели, кроме того, манифестации становятся более конкретными, частными и прикладными.

Среди идей и образов, реализованных в манифестационной и концептуальной моделях, присутствуют как идеологически окрашенные, так и деидеологизированные. К примеру, политоним «*Отчизна*» явно выдает принадлежность номинатора к национал-патриотическому полюсу, а «*Гражданское общество*» — к демократическому: образы взяты из разных дискурсов и вызывают совершенно определенные ассоциации у адресата, которым может быть избиратель, другие депутаты, сами члены группы и т. п. Политоним «*Продовольствие и здоровье*» отражает некие объективные и внеидеологические ценности, соответствующие нижним уровням пирамиды потребностей Маслоу. Внеидеологические ценности отражены также в политонимах «*Согласие ради прогресса*», «*Сотрудничество*». Хотя эти ценности скорее субъективны, чем объективны: в сотрудничество и в прогресс можно верить либо не верить; таким образом, здесь уже идет речь о некоей прото-, пара- или метаидеологии.

Также можно заметить, что в случае фракций и групп становится весомее доля прагматических онимов — тех, для которых характерен ярко выраженный момент речевого воздействия на адресата [Шимкевич, 2002, 58]. Манифестационная и идеологическая модели — полностью прагматические. Возрастание доли прагматических онимов представляется закономерным: с ростом конкуренции индекс прагматизма в эргонимической ситуации возрастает [Там же, 68]; парламентское объединение, безусловно, находится в более конкурентной среде, чем внепарламентское движение, не участвующее в выборах.

После кризиса 1993 г. парламент был переучрежден на новой основе, Съезд был заменен Думой. Помимо прочего, наблюдается усиливающаяся от созыва к созыву тенденция к большей регламентации партийной системы, что сказывается и на политонимии. На протяжении думского периода происходит стабилизация политонимической ситуации в части парламентских партий, а также постепенное сокращение числа политонимов, в то время как политонимия за пределами парламента по изменчивости и по разнообразию вполне сравнима с зафиксированной исследователями досъездовской политонимией периода перестройки. Также в этот период была создана доминирующая партия, официально позиционируемая как партия власти, чего во времена Съезда не было. Хотя происходит это не с первой попытки: в качестве усиления бренда «партии власти» на выборах обычно использовался бренд действующего премьер-министра («*Выбор России*» — Гайдар, «*Наш дом — Россия*» — Черномырдин и т. д.), после замены которого «партия власти» быстро теряла позиции.

Политонимия I созыва Думы ведет свое начало от политонимии избирательных объединений на **выборах 1993 г.** Зафиксированы 13 избирательных объединений [Белонучкин, 2002б], которые в рамках нашей классификации можно представить следующим образом.

Идеологическая модель (31 %): *Либерально-демократическая партия России (ЛДПР); Коммунистическая партия Российской Федерации (КПРФ); Демократическая партия России (ДПР); Российское движение демократических реформ (РДДР)**⁴.

Представительская (38 %): *Политическое движение «Женщины России»; Аграрная партия России (АПР); Блок «Явлинский — Болдырев — Лукин»; Гражданский союз во имя стабильности»; «Будущее России — новые имена»**.

Манифестационная (38 %): *Партия российского единства и согласия (ПРЕС); Российское движение демократических реформ (РДДР)*; Гражданский союз во имя стабильности»; Конструктивно-экологическое движение «Кедр»»; «Достоинство и милосердие»**.

Концептуальная (23 %): *«Выбор России»; «Будущее России — новые имена»**; *Конструктивно-экологическое движение «Кедр»**.

Десемантизированная (0 %).

Общая картина напоминает политонимию Съезда: идеологическая, представительская и манифестационная модели имеют сравнимую долю популярности, концептуальная — несколько меньше, десемантизированная отсутствует.

Три из четырех идеологических политонимов — старые бренды, известные со времен перестройки и образованные под влиянием онима *КПСС*. Четвертый оним (*РДДР*) мы отнесли к идеологической модели в силу указания на демократию; указание на реформы (метод достижения цели) — явно манифестационный элемент. Можно было бы приписать к идеологической модели *Конструктивно-экологическое движение «Кедр»* — его идеологическое родство с «зелеными» выглядит очевидным. Однако, поскольку номинатор решил не использовать известный бренд «зеленого» движения, выбрав вместо него «экологическое», мы усматриваем здесь скорее манифестацию цели, чем указание на идеологию.

В представительской модели наряду с онимами, апеллирующими к некоей базе поддержки (женщины, аграрии, граждане), появляются онимы, в которых политики представляют сами себя. Это либо использование ранее известных персональных брендов политиков («Явлинский — Болдырев — Лукин»), либо указание на неких неизвестных, но перспективных политических деятелей («Новые имена»). Можно сравнить здесь уже упоминавшийся съездовский оним — депутатскую группу «Беспартийные депутаты». Но если в той политонимической ситуации адресатом онима были другие депутаты, то здесь такими адресатами

⁴ Знаком * отмечены объединения, не прошедшие избирательный барьер.

выступают уже избиратели. И как видим, по популярности эта модель (или субмодель) соперничает с той, которая претендует на представление интересов самих избирателей или на представление депутатов, претендующих на выражение интересов этой группы избирателей.

Говоря о концептуальной модели, отметим, что соответствующих ей онимов только два: «*Выбор России*» и «*Будущее России — новые имена*» (имеется в виду элемент *Будущее России*). *Кедр* — явная аббревиатура (< *Конструктивно-экологическое движение России*), в данном случае более удачная (есть указание на связь с декларируемой программой партии), чем некоторые другие (см. ниже). Теоретически по этому же пути могли пойти номинаторы, создавшие политоним *ПРЕС* (ср. *пресс*), — однако в этом случае формальная близость аббревиатуры и апеллятива, насколько нам известно, не эксплуатировалась. Стоит заметить, что процесс создания так называемой смысловой аббревиатуры (сходной по звучанию с другим словом) иногда может породить нежелательные ассоциации; порой их можно создать преднамеренно — ниже будет показано несколько примеров смысловых аббревиатур в политонимии.

Политонимия *1 созыва Думы* не тождественна политонимии выборов 1993 г., хотя последняя и является частичной основой для нее. В ситуации Думы отмечены 14 политонимов: восемь фракций, четыре зарегистрированные группы и две незарегистрированные [Белонучкин, 2002б].

Идеологическая модель (29 %): *ДПП*⁵; *КПРФ*; *ЛДПР*; *Либерально-демократический союз «12 декабря»* (*ЛДС*).

Представительская (14 %): *АПР*; «*Женщины России*».

Манифестационная (36 %): *ПРЕС*; «*Новая региональная политика — Дума-96*» (*НРП*); «*Стабильность*»; «*Российский путь*» (*РП*); *Либерально-демократический союз «12 декабря»* (*ЛДС*).

Концептуальная (21 %): «*Выбор России*»; «*Россия*»; «*Держава*».

Десемантизированная (7 %): «*Яблоко*».

Первое, что можно отметить здесь по сравнению с политонимической ситуацией предвыборных объединений, — популярность представительской модели резко идет на убыль. Второе: впервые реализуется десемантизированная модель. Падение популярности представительской модели мы склонны рассматривать как следствие не только проигрыша на выборах одного из четырех объединений и переименования еще одного («*Яблоко*» < «*Явлинский — Болдырев — Лукин*»), но и изменения целевой аудитории: судя по всему, депутаты Думы сами разделяют друг друга по иным признакам, нежели те, по которым их разделяют избиратели, и самопозиционирование политических групп как «граждан», «рабочих» и т. д. для них слишком абстрактно. Именно поэтому

⁵ Расшифровку аббревиатур, тождественных названиям избирательных объединений, см. выше.

новые объединения, появившиеся после выборов в рамках Думы, предпочитают не использовать эту модель⁶.

Политоним *Либерально-демократический союз «12 декабря» (ЛДС)* учтен нами также в рамках манифестационной модели, поскольку указание на дату — 12 декабря (день принятия Конституции 1993 г.) — манифестирует политическую цель, точно так же как политонимы *«Стабильность»* или *«Российский путь»*. Просто в этом случае политический идеал находится в прошлом, и целью является его дальнейшее сохранение. В этом случае перед нами та же модель, которая была реализована в дореволюционном политониме *«Союз 17 октября»*, притом что октябристы на политическом поле Российской империи были, безусловно, более узнаваемы, чем ЛДС на поле Российской Федерации.

Десемантизированный политоним *«Яблоко»*, как можно видеть, образован примерно тем же образом, как и упоминавшийся ранее *«Кедр»*: аббревиатура, модифицированная путем формального сближения с апеллятивом. Однако здесь, в отличие от *Кедра*, связь с провозглашаемой политической платформой не усматривается вообще. Если не считать, скорее всего, случайных, хотя и любопытных параллелей с неформальным ойконимом *The Big Apple* («Большое Яблоко» — ‘Нью-Йорк’, который теоретически может осознаваться как некий символ западной демократии, — в этом случае политоним *«Яблоко»* приобретает оттенки манифестации) и с прагматонимом *«Apple»* (известный рекламный слоган компании «Think different» <Думай иначе> подразумевает некие инновации и ориентацию на потребительскую группу так называемых «снобов», чья потребительская стратегия ориентирована на продукцию, которая позиционируется как отличная от массовой; политическое поведение партии *«Яблоко»* впоследствии не раз давало повод вспомнить слоган компании *«Apple»*). При этом ввиду некоторого созвучия (*явл* — *ябл*) политонима с фамилией Г. А. Явлинского сохранялся и элемент представительской модели: *«Яблоко»* = партия Явлинского (либо даже Явлинского, Болдырева и Лукина: двое последних тоже проявляли медийную активность, хотя и в меньших масштабах).

Выборы 1995, 1999 и 2003 гг. с точки зрения политонимии избирательных объединений проходили в рамках тенденций, заданных 1993 г. Число избирательных объединений менялось, среди названий проигравших выборы аутсайдеров иногда попадались достойные внимания — либо в силу экзотичности, либо как иллюстрация попытки применить ту же модель, которая была успешно использована какой-либо из парламентских партий.

⁶ Для сравнения вспомним упомянутые ранее политонимы Съезда: *«Беспартийные депутаты»* и *«Группа депутатов от автономий»* — там представительская функция реализована для отделения части депутатов от общей группы других подобных, а не для позиционирования их как представителей неких социальных слоев.

Так, на выборах 1995 г. можно увидеть два объединения, реализовавших тот же подвид представительской модели, что и в случае с «*Явлинский — Болдырев — Лукин*». Это «*Тихонов — Туполев — Тихонов*» и «*Памфилова — Гуров — Владимир Лысенко*» (*Республиканская партия Российской Федерации*). Как пример экзотики можно упомянуть два сложносоставных политонима. Первый — *Предвыборный блок, включающий руководителей Партии защиты детей* («*Мир, добро и счастье*»), *Партии «Русские женщины*», *Партии православных* («*Вера, надежда, любовь*»), *Народной христианско-монархической партии*, *Партии за союз славянских народов*, *Партии сельских тружеников «Земля-матушка*», *Партии защиты инвалидов*, *Партии пострадавших от властей и обездоленных*. Второй — *Предвыборный блок, включающий руководителей Партии защиты пенсионеров и ветеранов*, *Партии искоренения преступности* («*Законность и порядок*»), *Партии защиты здравоохранения, образования, науки и культуры*, *Партии защиты молодежи*, *Объединения независимых профсоюзов*, *Партии справедливости*, *Партии охраны природы*. Эти же блоки известны под краткими наименованиями «*Дело Петра I*» и «*Джуна*» (имеется в виду выступившая так называемым «паровозом» Джуна Давиташвили) [Белонучкин, 2002а], однако эти краткие наименования не являлись официальными, в документах ЦИК их нет [Протокол 1995].

На выборах 1999 г. произошло своеобразное раздвоение бренда: наряду со списком *ЛДПР* (лидер партии — В. В. Жириновский) был представлен список объединения «*Блок Жириновского*» (политоним образован по представительской модели) [Протокол 1999]. В Думе избирательные объединения снова слились в одну фракцию.

На выборах 2003 г. снова отмечена попытка копирования модели политонима. Помимо партии «*Единая Россия*», в выборах участвует объединение «*Великая Россия — Евразийский Союз*». После 2003 г. также образована партия «*Справедливая Россия*», впоследствии вошедшая в парламент. В 2006 г. появится незарегистрированное политическое объединение «*Другая Россия*». Примененная авторами данных политонимов технология копирования бренда автоматически отсылает адресата (избирателя) к бренду партии власти. Подобный подход представляется нам малопродуктивным, тем не менее он фиксируется на протяжении ряда электоральных циклов.

В *Думе II созыва* (1993–1999) отмечены восемь депутатских объединений: четыре фракции, три зарегистрированные группы и одна незарегистрированная [Белонучкин, 2002б].

Идеологическая модель (38 %): *КПРФ; ЛДПР; «Демократический выбор России»*.

Представительская (25 %): *Аграрная депутатская группа; «Российские регионы» («Независимые депутаты»)*.

Манифестационная (13 %): «*Народовластие*».

Концептуальная (25 %): «*Наш дом — Россия*»; «*Демократический выбор России*».

Десемантизированная (13 %): «*Яблоко*».

«*Демократический выбор России*» учтен нами дважды, так как в политониме содержится явная ссылка как на идеологию («демократия»), так и на идеалистический концепт («выбор России»).

В *Думе III созыва* (1999–2003) отмечены девять депутатских объединений: шесть фракций и три группы [Белонучкин, 2002б].

Идеологическая модель (33 %): *КПРФ*; *ЛДПР*; «*Союз правых сил*» (*СПС*).

Представительская (56 %): «*Отечество — Вся Россия*»; «*Союз правых сил*» (*СПС*); *Агрпромышленная депутатская группа*; «*Народный депутат*»; «*Регионы России*» (*Союз независимых депутатов*).

Манифестационная (11 %): «*Единство*».

Концептуальная (11 %): «*Отечество — Вся Россия*».

Десемантизированная (11 %): «*Яблоко*».

Отмечается всплеск популярности представительской модели и исчезновение манифестационной. Можно отметить также, что политоним «*Отечество — Вся Россия*» получился путем сложения двух ранее существовавших: «*Отечество*» и «*Вся Россия*». Также в коалицию частично вошла *Аграрная партия*, в результате чего в предвыборной кампании был использован «внешний» (т. е. созданный не самими партийцами) пейоративный политоним *ОВРАГ* [Макаркин, 2004; и др.].

В 2001 г. за пределами процессов, происходивших в Государственной Думе РФ, но также в ситуации политической борьбы в Свердловской обл. фиксируется политоним *ЕДИОТ* < «*Единство и Отечество*» [Наварская, 2001; и др.]. Если в случае *ОВРАГа* авторство принадлежит, судя по всему, телеведущему С. Доренко, то авторство *ЕДИОТа* установить не представляется возможным: весьма вероятно, что его независимо друг от друга изобрели несколько журналистов. Отметим, что в случае *ОВРАГа* и *ЕДИОТа* используется (точнее, доводится до абсурда) уже упоминавшийся принцип создания смысловой аббревиатуры (см. выше).

Начиная с *IV созыва* в Госдуме исчезают зарегистрированные группы. Остаются только фракции. В *IV созыве* их пять: «*Единая Россия*»; *КПРФ*; *ЛДПР*; «*Родина*»; «*Справедливая Россия*» [АППР, 82]; с *V по VII созывы* — четыре (те же, минус «*Родина*»). Исчезнувший политоним «*Родина*» мы относим к концептуальной модели, остальные — либо к идеологической (*КПРФ*; *ЛДПР*), либо к манифестационной («*Единая Россия*»; «*Справедливая Россия*»). Таким образом, на текущий момент (*VII созыв* Государственной Думы) идеологическая и манифестационная модели представлены в политонимической ситуации в равной мере.

Идеологическая модель выглядит архаичной, по сути еще советской. Обе партии действительно появились еще в СССР (если учесть, что *КПРФ* позиционирует себя и воспринимается избирателем как правопреемник *КПСС*). Более

поздние манифестационные политонимы вместо нейтрального описания дают адресату (избирателю) образ, с одной стороны, позитивный, с другой, достаточно расплывчатый. Нам представляется, что адресат (избиратель) осознает разницу между «Единой Россией» и всеми прочими «неедиными» в силу экстралингвистических обстоятельств. Но для реципиента, не знакомого с российской политикой, эта разница будет неочевидна. Разница же между различными «неедиными» россиянами будет неочевидна даже для значительной части избирателей РФ. Впрочем, влияние бренда как такового на успешность партии весьма опосредованно, потому что партии не существуют в режиме чистой конкуренции (как это происходит, например, с магазинами). Хотя в описываемый период можно вспомнить политонимы, отрефлексируемые *post factum* как неудачный брендинг: «несостоятельность составленного в Кремле заклинания была интуитивно подмечена народом — говорили, что путч провалился, потому что никто не мог выговорить “ГКЧП”» [Пелевин, 1993]⁷.

Можно констатировать, что политонимия партий 1990–1993 гг. оказала меньше влияния на политонимию парламентских фракций и групп, чем последняя — на политонимию партий после 1993 г. До 1993 г. парламентская жизнь проходила в условиях своеобразной эрозии КПСС, структурирование политического ландшафта происходило именно на площадке парламента (как уже говорилось выше, политонимические ситуации до съезда и внутри него сравнимы количественно, но различаются качественно). Политонимия парламента в конечном счете повлияла на политонимию партий в Российской Федерации: на базе депутатских групп были образованы «Яблоко»; *Аграрная партия* (< *Аграрная депутатская группа*); *Народная партия* (< группа «*Народный депутат*»). При этом все четыре фракции, представленные в парламенте сегодня, образованы партиями, сформированными вне парламента, и, соответственно, их названия также не восходят к политонимии Съезда и первых созывов Думы. Также отметим, что членство в парламентской фракции не означает членства в одноименной партии, более того, среди депутатов могут быть члены организаций, продвигающих свой отдельный бренд. К примеру, во фракции «*Единая Россия*» имеются члены таких организаций, как *Объединенный народный фронт (ОНФ)* и *Национально-освободительное движение (НОД)*. С учетом того что в VII созыве Думы возвращены выборы по мажоритарным округам, теоретически эти организации могут создать одноименные депутатские объединения, выйдя из партийных фракций. Однако изменение политической конъюнктуры является фактором экстралингвистическим — мы можем изучать лишь его последствия, если эта возможность будет реализована.

⁷ Принадлежность наименования *ГКЧП* к политонимии — вопрос открытый: формально комитет позиционировался как официальный государственный орган (политическая организация таким не является). С другой стороны, это объединение воспринималось (и проявило себя) прежде всего как группировка, пытавшаяся захватить власть, т. е. именно как политическое объединение.

Политонимы *ОНФ* и *НОД* интересны также в контексте описанного нами ранее явления ономастической мимикрии [см.: Шимкевич, 2014]: названия организаций, союзных (по крайней мере, не оппозиционных) партии власти, явно стилизованы под наименования несистемных политических объединений либо под внешние политонимы для подобных объединений — *национально-освободительными движениями* в советской историографии было принято называть антиколонизаторские структуры в странах третьего мира. В предложенной нами классификации *ОНФ* — это представительский политоним, *НОД* — манифестационный. Между тем элементы мимикрии (фактически — отсылки к ранее известным прецедентным онимам или группам онимов) придают дополнительный смысловой или коннотативный оттенок, который можно рассмотреть либо как образ декларируемого политического действия, либо как отношение к нему (модальность), что сообщает этим онимам определенные черты концептуальной модели.

Политонимия региональных и муниципальных парламентов в силу объективных обстоятельств может отличаться от ситуации Госдумы РФ в плане представленности тех или иных партий. К примеру, по состоянию на 2016 г. в Московской городской Думе имеются три фракции: «*Единая Россия*»; *КПРФ*; «*Родина*»; а также *Постоянное депутатское объединение «Моя Москва»*. В Законодательном собрании Санкт-Петербурга — шесть фракций: «*Единая Россия*»; *КПРФ*; *ЛДПР*; «*Справедливая Россия*»; «*Партия Роста*»; «*Яблоко*». В Екатеринбургской городской Думе имеются фракции: «*Единая Россия*»; «*Гражданская платформа*»; *КПРФ*; *ЛДПР*⁸; а также такие объединения, как *Межпартийная депутатская группа* и *Межфракционная депутатская группа «Большой Екатеринбург»*. Объединения депутатов от разных партий и разных фракций в одной группе особенно показательны: они являются яркой иллюстрацией тезиса о том, что связь между партийной системой и реальной расстановкой политических сил достаточно условна, по крайней мере в описываемой ситуации.

В настоящий момент число политических партий в России, имеющих право на участие в выборах, гораздо больше, чем число реально принимающих в них участие. По состоянию на **17 июня 2016 г.** (т. е. непосредственно перед выборами в VII созыв Думы) таких партий насчитывалось 74 [Список 2016], допущены к выборам были 14 [Постановление 2016]. Политонимия партий, имевших право на участие в выборах, соответствует действующему на тот момент числу зарегистрированных партий. Применение к этой ситуации нашей классификации

⁸ Теоретически свои фракции могли бы создать «*Справедливая Россия*» и *Российская партия пенсионеров за справедливость*, это не противоречило бы Положению «О фракциях в Екатеринбургской городской Думе» (утверждено решением Екатеринбургской городской Думы от 24 февраля 2015 года № 13). Однако этого сделано не было, по ситуации на 2016 г. фракции этих объединений были формально не зарегистрированы.

ономастических моделей и сравнение результатов с политонимией партий до Съезда достаточно показательно.

Идеологическая модель (18 %): *КПРФ*⁹; *ЛДПР*; *РОДП «Яблоко»*; *ДПР*; *Альянс «зеленых»*; *Российская экологическая партия «Зеленые»*; *Коммунистическая партия «Коммунисты России»*; *Коммунистическая партия социальной справедливости*; *Социал-демократическая партия России*; *Монархическая партия*; *«Демократический выбор»*; *Российская социалистическая партия*; *«Демократическая правовая Россия»*.

Представительская (41 %): *«Патриоты России»*; *Народная партия «За женщин России»*; *Партия пенсионеров России*; *«Города России»*; *«Молодая Россия»*; *Коммунистическая партия «Коммунисты России»*; *Народная партия России*; *Аграрная партия России*; *Партия свободных граждан*; *Союз горожан*; *Российский общенародный союз*; *Российская партия пенсионеров за справедливость*; *Трудовая партия России*; *Казачья партия Российской Федерации*; *«Народный альянс»*; *Партия ветеранов России*; *«Союз труда»*; *Российская партия садоводов*; *Партия налогоплательщиков России*; *«Женский диалог»*; *«Рожденные в Союзе Советских Социалистических Республик»*; *«Защитники Отечества»*; *Российский объединенный трудовой фронт*; *Объединенная аграрно-промышленная партия России*; *«Автомобильная Россия»*; *«Народ против коррупции»*; *Спортивная партия России «Здоровые силы»*; *Интернациональная партия России*; *Объединенная партия людей ограниченной трудоспособности России*; *Партия родителей будущего*.

Манифестационная (36 %): *«Единая Россия»*; *«Партия Роста»*; *«Справедливая Россия»*; *Партия народной свободы (ПАРНАС)*; *Партия «За Справедливость!»*; *Коммунистическая партия социальной справедливости*; *Партия социальной защиты*; *Российская партия пенсионеров за справедливость*; *Партия мира и единства*; *«ЧЕСТНО (Человек. Справедливость. Ответственность)»*; *Партия духовного преображения России*; *Партия национальной безопасности России*; *Российская партия народного управления*; *«Женский диалог»*; *Партия социальной солидарности*; *Партия возрождения села*; *Партия «Великое Отечество»*; *«Развитие России»*; *Партия возрождения России*; *«Демократическая правовая Россия»*; *«Национальный курс»*; *«Достоинство»*; *«Народ против коррупции»*; *Партия защиты бизнеса и предпринимательства*; *Партия социальных реформ*; *Партия добрых дел, защиты детей, женщин, свободы, природы и пенсионеров*; *«Возрождение аграрной России»*.

Концептуальная (23 %): *«Молодая Россия»*; *«Гражданская позиция»*; *«Гражданская сила»*; *«Гражданская платформа»*; *«Родина»*; *Партия дела*;

⁹ Здесь мы также не расшифровываем аббревиатуры, встречавшиеся ранее. Кроме того, полное наименование партий включает в себя атрибут (*Политическая партия X*, *Всероссийская политическая партия Y* и др.), который мы сочли возможным опустить.

«Демократический выбор»; «Воля»; «Против всех»; «Защитники Отечества»; Российский объединенный трудовой фронт; «Гражданская инициатива»; Партия «Великое Отечество»; Партия возрождения России; «Родная партия»; Спортивная партия России «Здоровые силы»; Партия родителей будущего.

Десемантизированная (4 %): РОДП «Яблоко»; Партия народной свободы (ПАРНАС); Партия поддержки.

Не вдаваясь в подробное рассмотрение этой ситуации, отметим, что по сравнению с досъездовской политонимией здесь, как и в политонимии многопартийного парламента с первых месяцев его существования, отмечается потеря идеологической моделью ее доминирующего статуса. Десемантизированная модель остается скорее курьезом, чем реально работающей коммуникативной стратегией: мы видим, что число политонимов, образованных в ее рамках, никогда не было велико.

Интересно, что даже без изменения формальной оболочки политонима может отмечаться его постепенный «дрейф» от одной модели к другой. Нейтрально-описательная аббревиатура *КПРФ*, на наш взгляд, со временем все менее ассоциируется с коммунистической идеологией и все более — с «мифом о золотом веке» времен СССР, т. е. приобретает ярко выраженные свойства концептуальной модели. То же самое можно сказать об эргонимии западнической направленности — с учетом того, что «золотой век» заменяется «страной блаженных», удаленной не во времени, а в пространстве. Как известно, в советское время «золотой век» помещался в будущем, в то же время существовал некий идеологический дискурс, противопоставляющий капитализм и социализм. Таким образом, даже в классической идеологической модели собственно идеология отходит на второй план. *Либерально-демократическая партия*, как уже говорилось, никогда не ассоциировалась у избирателя ни с либералами, ни с демократами — так что ее принадлежность к идеологическому спектру также является формальной.

Высокая популярность манифестационной модели (именно она сегодня делит лидерство в парламенте наряду с идеологической) говорит о том, что для рекламных имен на политическом рынке характерна та же тенденция, что и на рынке коммерческом: с развитием рынка и обострением конкуренции наиболее действенными показывают себя не логические, а эмоциональные средства привлечения покупателя (избирателя).

Источники

- Александров В. В. Народный фронт // Большая советская энциклопедия : в 30 т. 3-е изд. / гл. ред. А. М. Прохоров. Т. 17. М. : Сов. энцикл., 1974. С. 285–286.
- АППР — Актуальные проблемы парламентаризма в России : учеб. пособие / под ред. Г. Н. Комковой. М. : Проспект, 2015.
- Белонучкин Г. В. Съезд народных депутатов и Верховный Совет РСФСР / РФ. 1990–1993 [Электронный ресурс] // Электрон. период. изд. «Политика». 2002а. URL: <http://politika.su/gos/ndrs.html>.
- Белонучкин Г. В. Федеральное собрание: Совет Федерации, Государственная Дума : электрон. версия справочника // Электрон. период. изд. «Политика». 2002б. URL: <http://politika.su/fs/fs-tit.html>.

- Левичева В.* Анатомия неформального движения // Изв. ЦК КПСС. 1990. № 4. С. 150–156.
- Левичева В. Ф., Нелюбин А. А.* Новые общественно-политические организации, партии и движения // Изв. ЦК КПСС. 1990а. № 8. С. 145–161.
- Левичева В. Ф., Нелюбин А. А.* Новые общественно-политические организации, партии и движения // Изв. ЦК КПСС. 1990б. № 9. С. 87–89.
- Макаркин А.* Аграрная партия России [Электронный ресурс] // Отеч. зап. 2004. № 1 (15). URL: <http://www.strana-oz.ru/2004/1/agrarnaya-patriya-rossii>.
- Наварская М.* Аркадий Чернецкий возглавит уральский «Едиот» [Электронный ресурс] // Регион-Информ. 24.04.2001. URL: https://urfo.org/ekb/13_24079.html.
- Пелевин В.* ГКЧП как тетраграмматон [Электронный ресурс] // Сайт творчества Виктора Пелевина. 1993. URL: pelevin.nov.ru/rass/pe-tetra/1.
- Постановление ЦИК РФ «О списке политических партий, на которые распространяется действие части 2 статьи 44 Федерального закона от 22 февраля 2014 года № 20-ФЗ “О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации”» № 13/106-7 от 22 июня 2016 г.
- Протокол ЦИК РФ о распределении депутатских мандатов по федеральному избирательному округу между избирательными объединениями, избирательными блоками. 17 декабря 1995 г.
- Протокол ЦИК РФ о распределении депутатских мандатов по федеральному избирательному округу между избирательными объединениями, избирательными блоками. 19 декабря 1999 г.
- Список политических партий, имеющих право в соответствии с Федеральным законом от 11.07.2001 № 95-ФЗ «О политических партиях» принимать участие в выборах по состоянию на 17 июня 2016 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cikrf.ru/politparty/MinUst/20160622.html>.

Исследования

- Крюкова И. В.* Рекламное имя: от изобретения до прецедентности : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Волгогр. гос. пед. ун-т. Волгоград, 2004.
- Морозова Е. Г.* Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. М. : РОССПЭН, 1999.
- Шимкевич Н. В.* Русская коммерческая эргонимия: прагматический и лингвокультурологический аспекты : дис. ... канд. филол. наук / Урал. гос. ун-т. Екатеринбург, 2002.
- Шимкевич Н. В.* Внутренняя политика государства как фактор формирования эргонимии // Полит. лингвистика. 2014. № 1. С. 212–217.
- Яловец-Коновалова Д. А.* Названия коммерческих предприятий: ономаσιологическая классификация и функционирование в современном языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Челябин. гос. ун-т. Челябинск, 1997.

Рукопись поступила в редакцию 11.01.2018

* * *

Шимкевич Николай Валерьевич

кандидат филологических наук,
независимый исследователь
Россия, Екатеринбург
E-mail: shimkevich@yandex.ru

Shimkevich, Nikolai Valerievich

PhD, independent researcher
Russia, Ekaterinburg
E-mail: shimkevich@yandex.ru

Nikolai V. Shimkevich

independent researcher
Ekaterinburg, Russia

EVOLUTION OF RUSSIAN POLITONYMY IN POST-SOVIET ERA

The article discusses specific naming patterns among Russian political associations (parties, unions, factions, groups, etc.) under the contemporary Russian multiparty system (perestroika and post-perestroika periods). The author suggests that these proper names are referred to as *politonyms* (< ancient Greek πολιτική ‘social activity, policy’ + ὄνομα ‘name’), the term that was previously used in relation to “the residents of a given country; citizens of that or another state,” but seems more appropriate to the proposed meaning in its internal form. In the given sense, the author considers politonyms as a specific type of ergonyms (names of business associations, such as unions, organizations, institutions, corporations, enterprises, societies, institutions, groups) sharing the same functions, i.e. nominative, informative, attractive. It is noted that the specific nature of this subclass of ergonyms has not yet received detailed coverage in onomastic studies. The present publication aims to describe the development of these naming patterns in the Russian politonymy of the last three decades. It is found that politonyms tend to preserve their transparent motivation, which seems to be the upstream feature of this subclass. However, it is still possible to isolate a group of desemanticized polytonyms, although they happen to be very few in number. Among the names that retain the motivational sense, four patterns are defined: the ideological (the names reflect the program ideology of a political association), the representative (pointing to the social class the party relies on), the manifestational (pointing to the program goal), and the conceptual (reflection of the ideal concept). It is also typical that the title reflects two or even three motivational patterns at a time. When taken separately, the dynamics of their usage under the Russian modern multi-party system shows that the correlation between the models is relatively stable, however, it can be noted that the manifestation pattern is getting more prominent, which testifies to the increase in the advertising function of political names, typical of ergonyms in general.

Key words: ergonymy, political naming, political parties names, naming patterns, desemanticized political names, political linguistics, Russian language.

- Kriukova, I. V. (2004). *Reklamnoe imia: ot izobretenii do pretsedentnosti* [Advertising Name: from Coinage to Precedent Function] (Doctoral dissertation summary). Volgograd State Pedagogical University, Volgograd.
- Morozova, E. G. (1999). *Politicheskii rynek i politicheskii marketing: kontseptsii, modeli, tekhnologii* [Political Market and Political Marketing: Concepts, Models, Technologies]. Moscow: ROSSPEN.
- Shimkevich, N. V. (2002). *Russkaia kommercheskaia ergonimiia: pragmaticheskii i lingvokul'turologicheskii aspekty* [Russian Commercial Ergonymy: Pragmatic, Linguistic and Cultural Aspects] (Doctoral dissertation). Ural State University, Ekaterinburg.
- Shimkevich, N. V. (2014). Vnutrenniaia politika gosudarstva kak faktor formirovaniia ergonimii [Domestic State Policy as a Factor in the Formation of Ergonymy]. *Politicheskaia lingvistika*, 1, 212–217.
- Yalovets-Konovalova, D. A. (1997). *Nazvaniia kommercheskikh predpriatii: onomasiologicheskaiia klassifikatsiia i funktsionirovanie v sovremennom iazyke* [Names of Commercial Enterprises: Onomasiological Classification and Functioning in Modern Language] (Doctoral dissertation summary). Chelyabinsk State University, Chelyabinsk.

Received 11 January 2018