

Горбань Г. М.

Національний транспортний університет

ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ЛЕКСИЧНОГО ЗНАЧЕННЯ В СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ (на матеріалі паблік рилейшнз)

У статті розглянуто особливості структури лексичного значення мовних одиниць, яким властива прагматична функція. Прагматичний аспект лексичного значення визначають як відношення мовців до використаних знаків і відповідний вплив знаків на людей. Дослідження особливостей функціонування лексики в динаміці, на основі контексту, дозволяє краще зрозуміти системні відношення між мовними одиницями, безпосереднє співвідношення слова з дійсністю, вплив суспільно-політичних явищ на розширення словникового запасу мови та мовленнєвої компетенції.

Автор аналізує функціонально-стилістичні особливості емоційно-оцінного змісту мовних одиниць, досліджує оцінку семантику в мікросистемі агентивних іменників на матеріалі паблік рилейшнз. У результаті засвідчено системний характер функціонування мовних одиниць, яким властива оцінна семантика. Оцінювання різноманітних явищ реальності є надзвичайно важливою складовою когнітивної діяльності суб'єкта. Визначення функціонально-стилістичної приналежності слова може бути тісно пов'язано з визначенням його експресивної ролі, емоційних властивостей.

На формування оцінної семантики агентивних іменників, як і на розвиток мови в цілому, значний вплив мають екстралінгвістичні фактори, завдяки яким трансформується мовна свідомість і виникає необхідність в нових номінаціях.

Використання великої кількості агентивних іменників в контексті паблік рилейшнз свідчить про вплив суспільно-політичного життя на розвиток та функціонування мови, її семантику, прагматичну спрямованість.

Ключові слова: мовознавство, семантика, прагматичний аспект, агентивні іменники, критерії оцінки, паблік рилейшнз.

Постановка проблеми. Лексичний аспект вивчення найменувань паблік рилейшнз важливий для розуміння процесів, які відбуваються не тільки в суспільно-політичному, економічному, науковому житті суспільства, а й в сучасному мовознавстві, як російському, так і українському. Дослідження особливостей функціонування лексики в динаміці, на основі контексту, дозволяє краще зрозуміти системні відношення між мовними одиницями, безпосереднє співвідношення слова з позамовною дійсністю, вплив суспільно-політичних явищ на розширення словникового запасу мови та мовленнєвої компетенції.

Як завдання і цілі суспільної навчальної дисципліни впливають на розвиток і функціонування мови, її семантику, прагматичну спрямованість?

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасному мовознавстві однією з головних проблем лінгвістичної прагматики є вивчення емоційно-оцінного змісту мовних одиниць. «У лінгвістиці прагматичне значення залишається майже недослідженим» [9, с. 67–69, 247–248].

Вивченню цієї проблематики присвятили свої наукові роботи як російські, так і українські мовознавці: В. Виноградов, Д. Шмельов, Н. Арутюнова, О. Вольф, О. Трунова, Т. Космеда, Т. Маркелова, В. Гак, Н. Іваницька, В. Телія, А. Потєбня, Н. Амосова, І. Смирницький та ін.

Постановка завдання. Ми ставимо завдання проаналізувати особливості формування прагматичного аспекту лексичного значення мовних одиниць в сучасному мовознавстві, відзначити функціонально-стилістичні особливості емоційно-оцінного змісту мовних одиниць, дослідити зміни, які відбуваються в мікросистемі агентивних іменників на матеріалі паблік рилейшнз.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні мовознавство займає важливе місце в системі знань про мову і суспільство. На думку Гумбольдта, саме мова втілює в собі своєрідність цілого народу, і саме мова насамперед формує і визначає національний характер [6]. Таким чином, наука одержує статус виключно ефективного й динамічного інструментарію людської діяльності, що визначає

зацікавленість вчених до прагматичних аспектів і проблем теорії пізнання.

Серед основних аспектів лексичного значення вчені виділяють сигнікативне, синтагматичне структурне значення, парадигматичне, прагматичне (емотивне значення), сигматичне (предметне, денотативне, ситуативне) значення.

Розглянемо окремі погляди вчених на класифікацію лексичних значень, особливості формування прагматичного аспекту лексичного значення в сучасному мовознавстві.

Зокрема, В. Виноградов вказав на залежність типу лексичного значення від граматичної приналежності слова, назвав фактичні суттєві компоненти лексичного значення (номінативність, зв'язок з поняттям, синтагматичні властивості слова) і на основі характеру вираження цих компонентів сформував класифікацію лексичних значень. Н. Амосова повністю відкидає наявність у мові вільних номінативних значень, виділяючи три основні типи значень: лексично зв'язані, синтаксично зв'язані та фразеологічно зв'язані слова.

На думку вчених, особливістю структури лексичного значення мовних одиниць, яким властива прагматична функція, є той факт, що «такі одиниці не тільки розуміються (інтелектуальна сторона), але й переживаються (емоційна сторона), виконують не тільки комунікативну функцію, але й оцінну (емотивну, поетичну, естетичну)» [12, с. 103].

Поняття оцінки прийшло до мовознавства з логіки оцінок, де оцінка трактувалась як вислів про цінності. А. Івін вважає, що під цінністю або добром необхідно розуміти все, що є об'єктом інтересів, вподобань, цілей, бажань (на нашу думку, позитивних) [7].

Емоційна оцінка «являє собою позитивне або негативне емоційне оцінювання, встановлення суб'єктом емоційно-оцінювального статусу будь-якого або будь-чого, вираження емоційного вподобання (схвалення або несхвалення)» [8, с. 18]. У мові, і перш за все в її лексико-семантичній системі, таке оцінювання закріплюється за стилістично маркованими одиницями (за допомогою яких даються кваліфікації «добре», «погано», але не «байдуже»), словами, які володіють різними конотаціями, образними асоціаціями [12].

Оцінювання різноманітних явищ реальності є надзвичайно важливою складовою когнітивної діяльності суб'єкта. Зважаючи на це, Н. Арутюнова дає визначення оцінки як «власне людської категорії, закладеної фізичною і психічною природою людини, її буттям і почуттями, вона закла-

дає його мислення і діяльність, відношення до інших людей і предметів реальності, її сприйняття мистецтва» [3, с. 5].

«У лінгвістиці прагматичне значення залишається майже недослідженим» [2, с. 67–69, 247–248]. До прагматичних елементів мовної одиниці відносять її конотації (змістові асоціації), на яких базується образне мислення, метафоричне використання цієї одиниці у вторинній семантичній функції («жирний кіт» (про політика-ліберала) тощо [12].

Як вважають науковці, при компонентному аналізі семантики слова (його сигнікативного значення) не виявляється якихось спеціальних компонентів, які відрізняють нейтральне слово від стилістично маркованого, емоційно забарвленого, експресивно підкресленого. На думку А. Смирницького, «відмінність в стилістичному характері двох слів не є відмінністю в їх значенні» [16, с. 199]. Відмінність в таких словах треба шукати не в їх семантиці (сигнікативному значенні), а у відношенні до них (закріпленому в прагматичному значенні) з боку мовного колективу.

Різні аспекти значення тісно пов'язані і взаємодіють в межах одного цілого – лексичного значення мовної одиниці. Зміна одного із компонентів лексичного значення відображається в співвідносних змінах інших, і, як наслідок, і в зміні всього цілого – лексичного значення [12].

Учені зазначають, що визначення функціонально-стилістичної приналежності слова також може бути тісно пов'язано з визначенням його експресивної ролі, виразності емоційних властивостей та інших особливостей, які називаються стилістичним забарвленням слова або його конотативним співзначенням. Проте конотативність може бути обумовлена не тільки експресивно-емоціональними, (стилістичними) відтінками. Вона властива і словам, які функціонально більш чітко закріплені, вживаються переважно в якомусь одному зі стилів мовлення. У цьому випадку деякі науковці говорять про функціонально-стильову конотацію, або «функціонально зафарбовану лексику» [9, с. 32–37].

Таким чином, прагматичний аспект лексичного значення відповідно до загальної концепції семіотики науковці визначають як закріплене в мовній практиці відношення мовців до використаних знаків і відповідний вплив знаків на людей. До прагматики лінгвістичного знака відносять широкий спектр явищ – «від експресивних елементів лексичного значення до модальних компонентів значення» [2, с. 67]. «Під парадигмою необ-

хідно розуміти ... історичні, культурні, соціальні умови і всю сукупність людських знань і вірувань, в середовищі яких відбувається функціонування мови і які впливають на використання мови і на відношення до неї (які б форми це відношення не мало)» [5, с. 8].

Більшість вчених включають стилістичний компонент в семантичну структуру слова. «Зрошеність стилістичного компонента значення з денотацією ґрунтується на когнітивних закономірностях, оскільки цей компонент є не чим іншим як лінгвістичним вираженням оцінки» [11, с. 196].

Розглянемо особливості структури лексичного значення мовних одиниць, яким властива прагматична функція, в контексті публік рилейшнз. Мовознавці вважають, що додаткове оцінювання, особливе експресивно-емоційне забарвлення слів виражається в семантичному слові по-різному. По-перше, воно може бути створене за допомогою особливих словотвірних засобів – префіксів, суфіксів, повторів однокоренових слів тощо. Порівняйте: **суд** – **судилище**, **судити**, **пересуд**; **піар** – **піарщина**, **піарити**, **піарник**; **лобїзм** – **лобїювання**, **лобі**, **лобіст**; **авантюра** – **авантюрист**, **авантюризм**; **корупція** – **корупціонер**; **гра** – **гравець**; **сварка** – **сварити**, **насварити**; **купити** – **підкупити**; **мафія** – **мафіозі**; **шарлатан** – **шарлатанство**; **брехня** – **брехун**, **брехати**. Такий спосіб є одним із продуктивних в лінгвістиці.

По-друге, експресивно-емоційне забарвлення властиве самій семантиці окремих слів. Наприклад: **мафія** (італ. *maf(f)ia*) – це не тільки терористична організація, яка використовує методи насилля, терору і шантажу і має зв'язки з поліцією, судовими чиновниками, державними структурами, але й організовані бандитські угруповання, які зрослись з правоохоронними органами і діють таємно в своїх інтересах. **Мафіозі** – не тільки член мафії, але й член мафії, який діє таємно, порушуючи закони [15, с. 441]. **Авантюрист** – не просто «людина, яка здійснює авантюри, але й «безпринципна людина, яка здійснює сумнівні безчесні справи» [13, с. 18]. Значення подібних слів відповідно до функції, яку вони виконують, є експресивно-синонімічними.

По-третє, стилістичне забарвлення може входити як елемент в загальну семантичну структуру слова (поряд з його основним, предметно-логічним співвіднесенням). Подібне явище ми спостерігаємо в словах, які виражають почуття – **любити**, **ненавидіти**, **жаліти**, **поважати**, **сумніватися**; переживання – **хвилюватися**, **радіти**, **підклу-**

ватися; ознаки і якості – **відмінний**, **гарний**, **добрий**, **злий**, **підлий**. На думку Д. Шмельова, такі слова використовуються для надання мові емоційного забарвлення [18].

Функціонально-стилістичне забарвлення передається в більшості тими словами, сфера використання яких функціонально маркована, тобто більш-менш закріплена [17]. Наприклад, ми попередньо знаємо, що слова **комюніке**, **посол**, **аташе** використовуються в офіційно-діловому стилі; слова **референдум**, **вибори**, **депутат**, **президент**, **радник**, **активіст**, **партія**, **коаліція**, **виборці** використовуються в суспільно-політичному житті; слова **пропаганда**, **експлуатація**, **реваншизм**, **агітація**, **конфронтація** активно використовуються в публіцистичному стилі.

Експресивно-стилістичне забарвлення інколи допомагає уточнити і функціонально-стильову конотацію. Так, негативно-несхвальне оцінювання слів **брехун**, **шахрай**, **горлопан** інформує про їх приналежність до розмовно-побутового стилю. А урочисто-висока стилістична оцінка слів **воїн**, **захисник**, **патріот**, **герой**, **знаменитість**, **борець**, **піонер** вказують на їх книжний характер.

Відмінність у словах **громадськість**, **особистість**, **публіка**, **група**, **маса**, **натовп**, **секти**, **класи**, **касти** варто шукати не в відношенні до реалій, а у відношенні до функції цих слів у мові та мовленні, які за ними закріпилися в суспільстві. А ця відмінність вказує на віднесеність мовної одиниці до людини, її думок і почуттів, до людини, яка створює мову відповідно до своєї свідомості, що складає прагматичний або людський фактор у мові, до якого сьогодні звернена достатньо велика увага.

На думку вчених, поняття про власне стилістичну конотацію і функціонально-стильове забарвлення зазвичай розкривається на фоні так званих стилістично нейтральних лексичних одиниць, які поза контекстом позбавлені будь-якого забарвлення і можуть бути однаково вільно використані у всіх функціональних стилях [17].

Функціонально-стильова приналежність слів менше впливає на лексичне значення слова, ніж емоційно-експресивне забарвлення [17].

Вираженням соціально-значимих конотацій є функціонування цілого пласта лексики, яка пов'язана з суспільно-політичним, економічним життям суспільства. Надзвичайно цікаво простежити точки дотику і відмінностей вживання цієї частини лексики, динаміку їх семантико-конотативних змін в процесі історичного розвитку. Наприклад, відомо, що в часи В. І. Даля слово

спекулянт не мало негативної характеристики і було синонімом для визначення ділової людини, підприємця, що і відображено у словнику. А вже в словниках радянського періоду це ж слово набуває негативного забарвлення і використовується як синонім до таких понять як **ділок, спритник**, людина, яка наживається на фінансових аферах. Таку ж оцінку отримує і слово **підприємець**: ділок, спритник, організатор вигідних заходів (МАС III, 369).

Окремою проблемою є вплив соціальних конотацій на сферу мовної регламентації. Сучасні історико-політичні події зумовили появу негативних конотацій, які пов'язані з найменуванням **арабів-ісламістів** (терористи, бандити, шахіди).

У контексті паблік рилейшнз розглянемо зміни, які останнім часом відбуваються в мікросистемі агентивних іменників, які називають особу. Проаналізуємо, як суспільні події відображаються у мові, її словнику, впливають на формування оцінної семантики мовних одиниць.

Оцінка є цілісним аспектом значення, яке може мати узуальний або оказіональний характер. Оцінка відображає відношення суб'єкта до об'єкта діяльності за допомогою мовних засобів. Наприклад, іменники **магнат-хижак, волонтер, патріот, герой, терорист**, називаючи людину як носія ознаки, як діяча в сфері морально-етичних відносин, містять в собі і окрему їхню оцінку. «Вони являють собою структурно і функціонально більш складні утворення, ніж предметні імена, наближаючись до імен означальних» [1].

Взявши за основу класифікації семантику, ми виділили декілька тематичних груп, а саме слова, які характеризують людей за їхніми політичними поглядами: **демократ, патріот, націоналіст, екстреміст, центрист, праві** та ін.

– за соціальним станом: **олігарх, безробітний, робітник, няня, домогосподарка, раб, слуга, емігрант, виходець з народу, громадянин, король, князь, козак, біженець, вождь, студент, службовець**;

– за науковою діяльністю: **вчений, філософ, мислитель, історик, соціолог, психолог, соціолог-емпірик, учитель, філософ-вихователь, законотворець, патріарх науки, професор, автор підручника**;

– за ринковою діяльністю: **дилер, продавець, покупець, акціонер, брокер, дистриб'ютор, віце-президент компанії, експерт з ринкової економіки, власник-бізнесмен, менеджер, посередник, інвестор, клієнт, аудитор, підприємець, експерт з трудових договорів**;

– за характером вчинків: **волонтер, донор, філантроп, герой, опікун, піонер, борець за незалежність, доброволець**;

– за внутрішніми людськими якостями: **шарлатан, ділок, брехун, спритник, лицемір, «добрий дідусь», «жорстокий король»**;

– за участю в суспільно-культурному житті: **зірка, циркач, художник, знаменитість, оратор, іміджмейкер, гравець**;

– за участю в суспільно-політичному житті: **президент, прем'єр-міністр, віце-президент, спікер, міністр, депутат, мер, посол, прес-секретар, ідеолог, політолог, законодавець, електорат, помічник президента, лобіст, політик**;

– за участю в роботі ЗМІ: **працівник ЗМІ, журналіст, редактор, спічрайтер, оглядач, радіокоментатор, репортер, експерт з питань управління ризиком, власний кореспондент, публіцист, головний редактор**;

– за релігійними поглядами: **папа, кардинал, єпископ, архієпископ, священник**;

– за сімейним станом, спорідненістю: **чоловік, жінка, родичі, «свої», «чужі», друг**.

Досить велику групу людей складають слова, які називають представників професії паблік рилейшнз: **спеціаліст ПР, піарник, комунікатор, ПР-співробітник, ПР-адвокат, публіцист = творець політики = працівник ПР, менеджери-прикордонники, майстер техніки впливу на маси, експерт-радник, ПР-ремісник, ПР-професіонал, ПР-керівник, прес-посередник, ініціативний лідер** та багато інших.

Аналізуючи конкретні лексеми за характером оцінки, очевидно, що в назвах осіб переважають назви позитивного, емоційно-експресивного характеру.

Окрему групу слів, у яких простежується негативне емоційно-експресивне забарвлення, представляють стереотипи: **клан, мафія, корупціонер**.

Представники тих чи інших політичних течій, партій також сприймаються на основі складених стереотипів. Серед них: **«комуняки», націоналісти, зрадники, патріоти, ліберал («жирний кіт»), бютівці, регіонали (біло-голубі), «прихватизатори»**.

Як зазначає автор підручника «Основи паблік рилейшнз» В. Королько, «хочемо ми того чи ні, але всі ми стали жертвами таких стереотипів» [10, с. 193].

Серед емоційних стереотипів функціонують **добрий господар, берегиня домашнього затишку**, які викликають повагу і довіру.

Зустрічаються випадки, коли окрему оцінку сему агентивні іменники отримують від приєднання до них приклади: **філософ-вихователь, експерт-радник, людина-легенда, менеджер-прикордонник** та ін.

Як зазначають вчені, «до семантики (слів, понять, ярликів) треба підходити дуже обережно. Оскільки мова і значення слів постійно змінюються» [10, с. 194].

Написання слів у лапках сприяє утворенню іронічних характеристик людей: **«добрий дідусь»**. «...Айві Лі поставив перед собою завдання замінити суспільний імідж Дж. Рокфеллера як «жорстокого короля» на імідж «доброго дідуся» [10].

Використання слів-антонімів вносить контраст в семантику слів, підсилює їх експресивний характер: **свій – чужий, жорстокий король – добрий дідусь, патріот – зрадник**.

Образно-оцінне переосмислення професійно-термінологічних одиниць дає можливість глибше розібратися в значимості того чи іншого явища: **капітан великого бізнесу, майстер техніки впливу на маси, зірка першої величини**.

Відтінок неприємної, але потрібної роботи вносить фразеологічне сполучення **«розгрібачі бруду»**.

Поважне відношення до людини і позитивну емоціонально-експресивну оцінку виражає іменне словосполучення: **«батько» паблік рилейшнз**.

«Виходець із Джорджії, випускник Пристонського університету (Айві Ледбеттер Лі), якого пізніше назвуть «батьком» паблік рилейшнз, розпочав свою роботу репортером в нью-йоркській газеті «Уорлд» [10, с. 62].

На формування оцінної семантики агентивних іменників, як і на розвиток мови в цілому, значний вплив мають екстралінгвістичні фактори, завдяки яким трансформується мовна свідомість і виникає необхідність в нових номінаціях. Вона здійснюється шляхом утворення нових назв за рахунок національних ресурсів (**рухівець, центрист**), субстантивзації прикметників (**ліві, праві, помаранчеві, біло-голубі**), актуалізації значень нейтральних іменників в окремому тексті (**гравці, зірка, знаменитість**), повернення застарілих лексем до активного використання (**пан, пані**), запозичень (**спонсор, меценат, дилер, філантроп**) та ін.

Треба зазначити, що відібрані нами для аналізу агентивні іменники в контексті паблік рилейшнз функціонують як в однині, так і в множині. Але більшість іменників відноситься до чоловічого роду. Це значить, що особи чоловічої статі більш активні в суспільно-політичному житті як в пози-

тивному, так і в негативному аспекті. А ще це може свідчити про гендерну нерівність.

Оцінну семантику і емоційно-експресивну характеристику мають збірні іменники: **громадськість, організація, публіка, аудиторія, група, натовп, команда, маси, коло людей** та ін.

Одні з авторів монографії «Ефективні паблік рилейшнз» (С. Катліп, А. Сентер, Г. Брум), проаналізувавши еволюцію концепції цієї науки, запропонували наступне трактування: «Паблік рилейшнз – це функція управління, яка сприяє налагодженню чи підтримці взаємовигідних зв'язків між організацією і громадськістю, від якої залежить її успіх чи невдача» [10, с. 29].

У словнику знаходимо значення слова **громадськість** – «суспільство, провідна його частина, яка виражає його думку; суспільні організації» [13, с. 376]. У паблік рилейшнз під громадськістю розуміють будь-яку групу людей (і навіть окремих індивідів), які так чи інакше пов'язані з життєдіяльністю організації чи установи, і на яких можна вплинути для досягнення конкретної цілі.

У багатьох випадках оцінну сему іменники отримують від приєднання до них прикметників: **активна громадськість; латентна громадськість; вперта публіка; мовчазна, пасивна, нейтральна, індиферентна більшість; приєднанням префікса не-: негромадськість, неактивна громадськість** та ін.

У теорії і практиці паблік рилейшнз широко використовується ситуативний підхід, який був запропонований американським філософом, представником прагматизму Джоном Дьюї. На його думку, група громадськості формується на основі розуміння якогось зла, яке може нашкодити спільному інтересу окремого кола людей [10, с. 136]. У розгорнутому вигляді в паблік рилейшнз розрізняють 150 груп громадськості.

Схвальну, позитивну семантику мають збірні іменники **публіка, громадськість, активна аудиторія, команда**. Тобто ті групи, які чітко розуміють свою життєву позицію, сповідують моральні принципи і закони.

З точки зору важливості громадськості для організації виділяються такі групи: **головна, другорядна, маргінальна; традиційна і майбутня; прибічники, опоненти і байдужі**.

За демографічними чи іншими ознаками громадськість розділяється на ту, **яка реагує на всі проблеми**; і на громадськість, **байдужу, індиферентну**.

При формуванні типів груп громадськості в паблік рилейшнз застосовується психографіч-

ний підхід до особливостей людей, врахування їхнього емоційного стану, ціннісних орієнтирів, особливостей поведінки, стилю життя.

У паблік рилейшнз представлена типологія споживачів, перш за все американських. Тому їх окремі найменування не зафіксовані у вітчизняних словниках і носять okazionalnyi характер. Вони відомі тільки вузькому колу спеціалістів, які займаються питаннями паблік рилейшнз, маркетингу і реклами.

Серед таких найменувань функціонують наступні типи споживачів: **орієнтовані на принцип, на статус; віруючі; виконавці; майстри; дослідники** та ін.

На думку авторів написання книг з паблік рилейшнз, «щоб глибше зрозуміти проблеми, які хвилюють громадськість і знайти кращі шляхи виходу з них, працівники ПР не повинні сподіватися виключно на інтуїцію, вони зобов'язані спиратися на висновки таких соціальних наук, як психологія, соціологія, соціальна психологія, широко користуватися їхньою методологією вивчення суспільної думки, процесів комунікації і семантики» [10, с. 37].

Агентивні іменники задіяні майже у всіх сферах суспільного життя і відображають важливі процеси в суспільно-політичній, науковій, економічній, культурній та ін. сферах. Одні з лексем входять до активного запасу мови, а інші залишаються відомими тільки вузькому колу фахівців. Наприклад: **комівояжер, реципієнт, респондент, спічрайтер, філантроп** та ін. (**комівояжер** – [< франц. *commisvoyageur* – подорожуючий службовець – роз'їзний агент, який реалізує товари за дорученням і від імені певного підприємства. Інша назва – вояжер [15, с. 164]; **філантроп** – [грец. *Philanthropos* – людинолюбивий] – той, хто сприяє благодійності, допомагає нужденним [15, с. 711]).

У контексті паблік рилейшнз функціонує велика кількість іншомовних запозичень, не завжди (на нашу думку) виправданих з точки зору ресурсів російської та української мов.

Висновки і пропозиції. Проведений аналіз мовного матеріалу засвідчив, що особливістю структури лексичного значення мовних одиниць, яким властива прагматична функція, є той факт, що «такі одиниці не тільки розуміються (інтелектуальна сторона), але й переживаються (емоційна сторона), виконують не тільки комунікативну функцію, але й оцінну (емотивну, поетичну, естетичну» [12, с. 103].

До прагматики лінгвістичного знака відносять широкий спектр явищ – «від експресивних елементів лексичного значення до модальних компонентів значення» [2, с. 67].

Віднесеність мовної одиниці до людини, її думок і почуттів, до людини, яка створює мову відповідно до своєї свідомості, складає прагматичний фактор у мові.

На формування оцінної семантики агентивних іменників, як і на розвиток мови в цілому, значний вплив мають екстралінгвістичні фактори, завдяки яким трансформується мовна свідомість і виникає необхідність в нових номінаціях. Оцінна семантика (позитивна чи негативна) властива кожній з представлених лексичних одиниць.

Відмінність в словах треба шукати не у відношенні до реалій, а у відношенні до функцій цих слів, які встановилися в мові і мовленні, тобто у відношенні до них мовного соціуму.

Системний характер функціонування мовних одиниць, яким властива оцінна семантика, використання великої кількості агентивних іменників в контексті паблік рилейшнз свідчить про вплив суспільно-політичного життя на розвиток та функціонування мови, її семантику, прагматичну спрямованість.

Функціонування в контексті паблік рилейшнз розмаїття іншомовних запозичень свідчить про поповнення словникового запасу мови. Хоч деякі запозичення, ми вважаємо, не завжди виправдані з точки зору ресурсів російської та української мов.

Список літератури:

1. Акуленко В. В. Англо-русский и русско-английский словарь «ложных друзей переводчиков». Москва, 1969, 384 с.
2. Апресян Ю. Д. Лексическая семантика (синонимические средства языка). Москва, 1974, 367 с.
3. Арутюнова Н. Д. Аксиология в механизмах жизни и языка / Н. Д. Арутюнова // Проблемы структурной лингвистики. Москва, 1984, 287 с.
4. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. Київ, Ірпінь, 2005, 1917 с.
5. Звегинцев В. А. Язык и лингвистическая теория. Москва, 1973, 248 с.
6. Иванова Л. П. Курсы лекций по общему языкознанию. Научное пособие. Київ. Освіта України, 2006, 312 с.
7. Ивин А. А. Основания логики оценок / А. А. Ивин. Москва, 1970, 229 с.

8. Киселева Л. А. Вопросы теории речевого воздействия. Ленинград, 1978, 160 с.
9. Кожина М. Н. Стилистика русского языка. Москва, 1983, 223 с.
10. Королько В. Г. Основы публичной речи. Київ, 2001, 526 с.
11. Манакин В. Н. Сопоставительная лексикология. Київ, Знання, 2004, 326 с.
12. Новиков Л. А. Семантика русского языка. Учебное пособие. Москва : Издательство «Высшая школа», 1982, 272 с.
13. Ожегов С. И. Словарь русского языка. Москва, 1984, 796 с.
14. Семенюк О. А. Язык эпохи и его отражение в сатирико-юмористическом тексте. Кировоград, 2001, 268 с.
15. Скопненко О. І., Цимбалюк Т. В. Сучасний словник іншомовних слів. Видавництво «Довіра», 2006, 788 с.
16. Смирницкий А. И. Значение слова // Вопросы языкознания. Москва, 1955, № 2, с. 19.
17. Фомина М. И. Современный русский язык. Москва, «Высшая школа», 1990, 415 с.
18. Шмелёв Д. Н. Проблемы семантического анализа лексики (на материале русского языка). Москва, 1973, 280 с.

**Gorban' G. M. PRAGMATIC ASPECT OF LEXICAL MEANING
IN CONTEMPORARY LINGUISTICS (based on public relations materials)**

The article deals with the peculiarities of the lexical meaning of the linguistic units, which are characterized by pragmatic function. The pragmatic aspect of lexical meaning is defined as the attitude of speakers to the signs used and the corresponding influence of signs on people. The study of the peculiarities of the functioning of vocabulary in dynamics, based on context, allows us to better understand the systemic relationship between language units, the direct correlation of word with reality, the impact of socio-political phenomena on expanding vocabulary and speech competence.

The author analyzes the functional and stylistic features of the emotional-evaluative difference of the linguistic units, interpreting the evaluation semantics in the microsystem of agentive nouns based on public relations materials. As a result, the systematic nature of the functioning of linguistic units, which are characterized by evaluative semantics, is approved. Assessing various phenomena of reality is an extremely important component of the subject's cognitive activity. The definition of the functional and stylistic affiliation of a word can be closely related to the definition of its expressive role, emotional properties.

The formation of the evaluative semantics of agentive nouns, as well as the development of language in general, is significantly influenced by extralinguistic factors, which transform the language consciousness and the need for new nominations.

The use of a large number of agentive nouns in the context public relations indicates the impact of socio-political life on the development and functioning of language, its semantics, pragmatic direction.

Key words: *linguistics, semantics, pragmatic aspect, agentive nouns, evaluation criteria, public relations.*