

**Тетяна РАДЗІЄВСЬКА**

Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України  
вул. Грушевського, 4, м. Київ, 01001, Україна  
Електронна пошта: t.v.rad@ukr.net  
<https://orcid.org/0000-0003-2871-2395>

**СЛОВА В НОВИХ СОЦІАЛЬНИХ РЕАЛІЯХ: ДО ПИТАННЯ  
ПРО ДИНАМІКУ МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ (СЛОВА  
ЗАХІД ТА АКЦІЯ)**


Стаття присвячена вивченню механізмів номінації у сфері сучасного функціонування одиниць на позначення соціальних подій. Матеріалом дослідження стали тексти українського медійного дискурсу (період кінця ХХ — початку ХХІ ст.), який розглядається як комунікативне середовище, де тенденція до номінативних зрушень є чітко вираженою. У дослідженні в межах розроблення синхронно-діахронного методу аналізу розглянуто точковий сегмент мовної картини світу, сформований функціонуванням двох лексем — укр. *захід* та укр. *акція*. Сучасні медійні ресурси фіксують істотне розширення номінативних можливостей слова *акція*, яке активно вживається в контекстах, типових для слова *захід*.

Показано, що в значенні слова *захід* наявні дві підструктури — 1) підструктура акціональної семантики та 2) підструктура подієвої семантики. Основною ознакою першої є те, що позначувана дія концептуалізується як засіб (інструмент) досягнення певної мети або результату. Виявлено зв'язок цієї підструктури з алетичною модальністю необхідності, контекстом каузальних зв'язків та сферою раціональних, контрольованих дій. Відмінність першої підструктури від другої полягає в наявності в ній розвиненого пресупозитивного компонента. Реалізуючи другу підструктуру, слово *захід* пристосовується до позначення запланованих соціальних подій, які усвідомлюються як неவிпадкові, організовані та контрольовані людиною. Як номінативний засіб лексема *захід* отримує стійку кореляцію з поняттям офіційності та «культурним верхом».

Розгляд текстового матеріалу показав, що слово *акція* у своєму сучасному функціонуванні в медіа співвідноситься лише з другою підструктурою слова *захід*. При цьому новим явищем соціальної практики стало надання кожній окремій акції свого оніма, який виконує низку функцій, зокрема індивідуалізації, характеристичності об'єкта, проте не функцію ідентифікації, первинну для онімів. Показано, що слово *акція* отримує в медійних контекстах широкий спектр різноманітних функціональних характеристик, спрямованих на формування образу соціальної події зі зміною знакової функції слова. Зроблено висновок про те, що входження слова *акція* в семантичний простір слова *захід* супроводжується семантичним перемиканням зі сфери соціальної онтології у сферу свідомості, що в межах мовної картини світу віддаляє цей номінативний засіб як від слова *захід*, так і від слова *подія*.

Цитування: Радзієвська Т. Слова в нових соціальних реаліях: до питання про динаміку мовної картини світу. Мовознавство. 2024. № 3. С. 21–39. <https://doi.org/10.33190/0027-2833-336-2024-3-002>

Citation: Radziievska T. (2024). Slova v novykh sotsialnykh realiakh: do pytannia pro dynamiku movnoi kartyny svitu [Words in new social realities: to the question of the dynamics of the language world-image]. MovoZnavstvo, (3), 21–39. [In Ukrainian]. <https://doi.org/10.33190/0027-2833-336-2024-3-002>

 Стаття опублікована за ліцензією CC BY-SA 4.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

Ключові слова: семантика, мовна картина світу, механізми номінації, український медійний дискурс, соціальна подія, мовні зміни.

Активні процеси, що спостерігаються в різних мовах світу, в тому числі в українській та мовах європейського ареалу, виявляють себе як у зрушеннях у слововживанні та функціональних характеристиках окремих слів (поверхневий рівень мови), так і в зрушеннях у семантиці, мовній картині світу та мовній свідомості (глибинний рівень мови). Необхідність їх дослідження ставить перед сучасним лінгвістом два класи завдань. По-перше, це опис, фіксація, класифікація та систематизація мовних фактів, що належать різним мовним рівням (а, ураховуючи розширення меж сучасної лінгвістики, яка включає в себе моделі мовної поведінки, паралінгвістику, всі аспекти мовної / міжкультурної / соціальної взаємодії, текстову комунікацію, актуальність цих завдань стає константою сучасного стану мовознавчої науки). По-друге, це розроблення аналітичних прийомів та методик у рамках синхронно-діахронного методу, покликаного створювати і пропонувати інтерпретативні моделі щодо зрушень на глибинно-семантичному рівні мови як частини мовної картини світу (пор. вимогу пояснювальної сили науки).

У межах розроблення аналітичних процедур, спрямованих на поглиблений аналіз мовної динаміки, нами у статті [Радзівєвська 2023] було запропоновано підхід до її вивчення шляхом аналізу точкового сегмента мовної картини світу, утворюваного функціонуванням двох подібних за значенням лексичних одиниць, одна з яких відзначається певною втратою функціональної активності, а друга, навпаки, її підвищенням. Ці функціональні зрушення виявляються найяскравіше в медійному дискурсі, який за ступенем активності мовленнєвих процесів далеко випередив інші сфери функціонування мови, у зв'язку з чим дослідники відзначають нові за характером явища як у використанні окремих мовних одиниць та структурних компонентів тексту, так і при формуванні стратегій і тактик у медійній комунікації [див., напр.: Сизонов; Снитко, Гречка; Труб; Шевченко, Сизонов, Дергач; Baumgartner, Fürst, Schönhagen; Dafuz-Milne; Zappavigna]. Саме цією обставиною пояснюється вибір матеріалу для аналізу. У пропонованій статті, звертаючись до сфери подієвого значення та її одиниць, ми продовжуємо зазначену дослідницьку лінію.

Окреслюючи спектр подієвого значення, Н. Д. Арутюнова зазначала: «<...> кванти подієвого потоку корелюють з дуже різними і навіть різко протиставленими в системі мови одиницями, такими як речення (пропозиція), його номіналізації, дієслова (їх лексичне значення), видо-часові і модальні форми предикатів, імена загально- та конкретноподієвого значення» [Арутюнова 1988 : 102]. Попри відзначене різноманіття мовних засобів, пов'язаних з поняттям події, у сучасній лінгвістиці домінує погляд на подієве значення як окремий семантичний тип, похідний від семантики речення [Арутюнова 1976; 1988 : 101–199]. У зв'язку з цим виділено й описано типи значень, які відповідають ключовим концептам — *подія* та *факт*, і виявлена їх належність, при позірній смисловій близькості, різним сферам — онтологічній та епістемічній, відповідно [Арутюнова 1988 : 199]. Водночас слід зауважити, що простір подієвої семантики виявляє рухливість та динамізм не лише внаслідок своєї предикатної природи, а й завдяки тому, що нові по-

дієві об'єкти виникають кожного дня, наповнюючи життєвий простір носія мови та породжуючи потребу висловитися про них.

Нижче ми розглянемо точковий сегмент мовної картини світу, утворюваний сучасним функціонуванням та семантикою двох одиниць, які пристосовані до позначення подій соціальної сфери, — *захід* та *акція*, їх співвідношення як номінативних засобів у сучасному медійному дискурсі та ті семантичні утворення, які їм відповідають. Для аналізу нами був залучений матеріал медійних ресурсів із корпусів ГРАК (ГРАК-15, ГРАК-16, ГРАК-17) за період останніх 20–25 років (переважно з кінця 90-х років ХХ ст. до 2022 р.).

**ЗАХІД.** Як номінативний засіб на позначення певної події — непередметної сутності, слово *захід* є доволі своєрідним семантичним утворенням, що відбивається в його функціональному потенціалі. У його семантичній структурі виразно розрізняються дві підструктури, які ми будемо називати: 1) підструктура акціональної семантики та 2) підструктура подієвої семантики. Першу представляють контексти на зразок «Для ліквідації аварійної ситуації було вжито екстрені / надзвичайні *заходи*», «Рішучі / термінові *заходи*, запропоновані урядом, сприяли стабілізації ситуації». Друга підструктура реалізується в контекстах типу «У цьому році під час святкування проводиться загальнодержавні *заходи*», «Цей форум є доволі представницьким *заходом*».

Основна особливість **підструктури акціональної семантики** полягає в тому, що позначувана дія концептуалізується як засіб досягнення визначеної мети або результату, причому необхідність досягнення мети (результату) зумовлена серйозними проблемами буття, зокрема збереженням певних його важливих норм. Відтак у підструктурі акціональної семантики значення інструментальності дії та її цілеспрямованості синтезуються у такий спосіб, що не буде перебільшенням стверджувати: ця дія набуває статусу інструмента, «прирівнюється» до інструмента.

Пресупозитивними компонентами підструктури акціональної семантики виступає алетична модальність необхідності та контекст каузальних зв'язків, у які «рамково» вписується позначувана подія, у зв'язку з чим *захід* у своєму акціональному значенні є переважно реакцією на попередній подієвий контекст, який зумовлює його здійснення. У висловленні *Це необхідний захід* (= це необхідно зробити) атрибутив *необхідний* функціонує як інтенсифікатор тієї семантики, яка наявна в пресупозитивному комплексі, пор.: «Величезна кількість листів — зі скаргами, проханнями — ставилася на контроль, розсилалася по інстанціях з вимогою розібратися і *вжити заходів*, організувалися журналістські відрядження за типом “лист покликав у дорогу”» (Д, 2000). Цілеспрямованість дії, визначення й формулювання мети корелює з раціональною логіко-мисленневою сферою людини, передбачає виважений, продуманий характер дії-інструмента. У нормі *захід* не може бути спонтанною або неконтрольованою, емоційною дією.

Реалізуючи своє акціональне значення в сучасному медійному дискурсі, лексема *захід* уживається переважно у словоформі множини, яка позначає неконкретизовану, частіше недискретну множину дій; див. типовий фрагмент з медійного тексту, де не конкретизується інформація ні про самі *заходи*, ні про сферу їх денотації: «Кабмін затвердив *заходи* держконтролю за реалізацією імпортованих тютюнових виробів» (Д, 1999). Про них, наприклад, невідомо, чи здійснюються вони симультанно чи послідовно, різними суб'єктами діяльності або одним, яким є спосіб дій і які вони за характером,

якою є їхня конкретна сутність. Тексти медійного дискурсу як транслятори певної інформації, очевидно, не ставлять собі за мету конкретизувати цю інформацію, вважаючи її зайвою для читачів. Тому ці аспекти, як правило, не знаходять відображення в медійних текстах. Водночас стандартним для них є вживання словосполучень лексеми із засобами на позначення певної множини: *комплекс / низка / ряд заходів*: «За словами Лавренюка, окрім будівництва нових доріг, програма міністерства, зокрема, передбачає *низку заходів*, фінансування яких збільшуватиметься» (З, 2019).

Підструктура акціональної семантики корелює з функціональними характеристиками слова, зокрема з його атрибутивною сполучуваністю. Так, *низка* прикметникових означень пов'язана з інструментальністю та цілеспрямованістю дії: у медійних текстах йдеться про *додаткові, основні, адекватні, формальні, косметичні, серйозні заходи*. Означення *формальні, косметичні* несуть інформацію про невідповідність дії меті і / або про імітацію необхідних дій, або ж відсутність досягнення необхідного результату (мети): «Нижню частину шляхопроводу, після численних випробувань вогнем, знизу оповили металевими будівельними риштуваннями й зміцнили підпорками, але то, швидше, були *косметичні заходи*» (УМ, 2017). За цим параметром їм протистоять означення *відповідні, адекватні*: «Уряд повинен також організувати перевірки <...>, за результатами яких вжити *відповідні заходи* реагування» (З, 2019).

Коли йдеться про *основні* та *додаткові заходи*, відбувається структурація дій-інструментів за їхньою пріоритетністю й значущістю стосовно досягнення певних результатів, пор.: «<...> в частині запровадження *додаткових заходів* з перевірки наявності корупційних ризиків у діяльності керівництва <...>» (там само), «Всі ці заходи є *високо пріоритетними* і, водночас, належать до ряду політично й інституційно прийнятних» (Д, 1999).

Інша *низка* означень зумовлена метою дії, яка фактично розкривається завдяки їхньому лексичному значенню: *профілактичні, заборонні, репресивні, антикорупційні, протиепідемічні, перейменовальні заходи; заходи захисту, довіри та безпеки*. Так, *профілактичні заходи* — це заходи, мета яких — проведення профілактики, *антикорупційні заходи* — заходи, спрямовані на подолання корупції: «Цього року міськрада на проведення протипожежних заходів у закладах освіти Чернігова виділила близько 100 тисяч гривень» (СВ, 2017), «Реанімаційні заходи не дали результату» (З, 2019), «Степанов запевняє, що посилення карантину є “виваженим, чітким проти-епідемічним заходом”, а при його запровадженні спиралися на досвід інших країн» (ГТ, 2020).

*Захід*, реалізуючи в тексті підструктуру акціональної семантики, розвиває сполучуваність з означеннями, що відбивають терміновість досягнення мети / результату: *термінові, надзвичайні, невідкладні, рішучі, запобіжні заходи*. Їхня широка представленість у медійних текстах корелює із завданням передати драматизм певної ситуації. Необхідність *попереджувальних, запобіжних заходів* ґрунтується на знаннях про високу ймовірність настання подій негативного типу та бажанні їх блокувати: «<...> втілення попереджувальних заходів на майбутнє, щодо захисту цивільного населення» (З, 2019). Зв'язок семантики слова з тим подієвим контекстом і тими обставинами, які порушують норми життя і життєдіяльності людини, чітко детермінують належність його поняттєвого значення: це сфера екзистенції людини. Тому цілком природним видається широке вживання лексеми з предикатами кау-

зальної семантики (*заходи забезпечили, сприяли, розв'язали проблему, привели до поліпшення стану в енергетиці, мали позитивні наслідки / результати, допомогли поліпшенню*), які відображають або повернення до норми життєдіяльності, або підвищення її рівня.

Таким чином, особливістю підструктури акціональної семантики як семантичного утворення є наявність у ній розвиненого пресупозитивного компонента, який складається з усвідомлення виникнення негативних обставин (подій, ситуацій), що каузують необхідність їх усунення, а це в свою чергу формує мету та стимулює цілеспрямовану діяльність, яка має в перспективі досягнення конкретного результату — бажаного стану справ. Тому можна сказати, що цей пресупозитивний компонент набуває вигляду сценарного утворення з логічними зв'язками причинно-наслідкового типу.

**Підструктура подієвої семантики** слова *захід* реалізується словоформами як однини, так і множини. Референційний потенціал цієї семантичної підструктури слова інший. Словоформа однини, як правило, відсилає до конкретної події і вживається з визначеною референцією, у той час як словоформа множини відображає послідовність або сукупність більш-менш визначених подій соціальної сфери, які були завчасно заплановані і для яких характерною є прив'язування до конкретних просторово-часових координат<sup>1</sup>, пор.: «*Захід* цей, що проводиться Спілкою перукарів України, незважаючи на досить необов'язкову й чимось схожу на комсомольське минуле назву “фестиваль”, рік у рік стає дедалі більш представницьким за складом і серйознішим за своїми завданнями» (Д, 1999), «Там проводиться *маса заходів*: концерти, виставки, семінари, зустрічі політиків, бізнесменів, діячів мистецтва» (там само), «Одним із головних *заходів* акції є проведення екологічної мандрівки та прибирання від сміття найвищої вершини України — гори Говерла» (Д, 2013).

Коли в медійному тексті йдеться про певну кількість заходів (*заходи, низка / ряд / кілька заходів*), зазвичай мається на увазі конкретний список подій і вживання лексеми у множині супроводжується перерахуванням конкретних типів подій, пор.: «Але найпрестижнішими світськими *заходами* вважається: Віденський філармонічний бал, Кавово-півний бал, а вершиною сезону є Віденський оперний бал» (Д, 2005), «Тільки за останній рік у місті зросла кількість гідних уваги *заходів*: зустрічі з відомими письменниками і презентації книжок, кінопокази, цікаві вистави» (Д, 2016).

Концептуалізація дії як інструмента та пресупозитивний сценарний компонент у подієвій підструктурі слова нейтралізуються або частково нейтралізуються, внаслідок чого цей семантичний комплекс зближує слово *захід* зі словом *подія*. Проте значення цих слів помітно різняться. Так, важливою семантичною ознакою слова *захід* у його подієвій семантичній підструктурі, що відрізняє його від слова *подія*, виступає семантика не випадковості, запланованості, контрольованості, організованості. Можна сказати, що *захід* — це «рукотворна» подія, подія, що концептуалізується як певний артефакт. Вона позбавлена стихійності, випадковості, здійснюється згідно з певним планом та за певним сценарієм, під контролем людини. Сферу рефе-

<sup>1</sup> Варто зазначити, що в СУМ-20 функціональні характеристики слова, зумовлені підструктурою подієвої семантики, не знайшли відображення: у словниковому тлумаченні як перше значення подається «Дія за знач. **заходити**» і як друге — «Сукупність дій або засобів для досягнення, здійснення чого-небудь» [Словник української мови].

ренції слова утворюють планові події різних життєвих сфер (переважно — соціального життя), що мають регламентований характер та відповідають задалегідь укладеному плану. Такі класи подій, як землетруси, паводки, урагани, що позначають стихійні явища природи, не можуть бути номіновані словом *захід*. Якщо при реалізації в тексті підструктури акціональної семантики ідея множини заходів передається через позначення *комплекс / ряд / низка заходів*, то при реалізації підструктури подієвої семантики до цих позначень додаються такі, що підкреслюють їхню організованість, плановість: *розпорядок / графік / план / розклад заходів*. Наприклад: «Для самого прем'єр-міністра цей візит — усього лише *рядок у розкладі повсякденних заходів*, а для “Молодості” — досить значущий жест» (Д, 2000). Словоформа множини корелює тут з уявленням про дискретну множину подій, стосовно якої задається відношення послідовності. Водночас семантика мети, спрямованості на досягнення певного результату відступає в цій підструктурі значення на другий план, проте залишається присутньою: «За словами організатора фестивалю, директора журналу “Мотодрайв” Валерія Чуйкова, головна *мета заходу* — відвернути молодь від наркотиків та алкоголю <...>» (Д, 2005).

Семантика «рукотворності», спланованості, артефактності відображається у функціональних властивостях слова, яке стандартно вживається з дієсловами *розробляти* та *здійснювати* (*розробляє й здійснює заходи*) і номінаціями творців події — *організаторів, співорганізаторів, кураторів, режисерів, партнерів*, напр.: «Упродовж усього часу існування “Стусового кола” ми доопрацьовували проект, — розповідає режисер заходу Сергій Проскурня» (ВЗ, 2009), «<...> розповіла кореспонденту ВЗ координатор заходу Надія Дзвоник» (ВЗ, 2009), «Продюсерський центр “Габрі” три роки займався організацією заходів, наймасштабнішою поміж яких була київська виставка колажів Сергія Параджанова» (УТ, 2009).

Планування заходів стає предметом адміністративних дій, вони затверджуються для виконання уповноваженими особами, повідомлення про них є одними з найтиповіших. У даному разі це інформація, що виникає й циркулює в межах певної соціальної сфери і завдяки медійним ресурсам поширюється серед населення: «Мер Києва Олександр Омельченко підписав розпорядження про *заходи*, що проводитимуться в столиці у 16-ту річницю чорнобильської трагедії» (ВЗ, 2002). Тому цілком закономірно, що в медійних текстах широко відображається тематика, яка пов'язана з подіями в офіційній сфері за участі офіційних осіб, з необхідними церемоніалами, соціально усталеними процедурами: «І що, мовляв, у *заході* візьмуть участь навіть прем'єр, головнокомандувач і мер Києва» (Д, 2000). Відповідно, цілком логічно при використанні цього слова в медіа є сполучуваність з тими одиницями, які відбивають належність події до офіційної сфери та її статусність. Це атрибутиви *офіційний, святковий, помпезний, представницький, парадний, загальнодержавний, публічний, коштовний*: «Минулої п'ятниці в Палаці “Україна” відбувся головний державний святковий захід <...>» (там само), «Це один із коштовних публічних заходів взагалі у Канаді» (Д, 2018). Говорять також про *високий / представницький рівень* заходу, про його *масштаб*. Загалом *захід* як номінативний засіб, пристосований для позначення планової події, характеризується стійкою кореляцією з поняттям офіційності та «культурним верхом»: «Розуміє людина, з ким у компанії братви по саунах розважатися, а з ким — на *офіційні заходи* з'являтися»

(Д, 1999), «<...> про високий рівень цього заходу говорить уже те, що туди з'їхалися керівники європейського футболу звідусіль, зокрема, і президент УЄФА швед Ленарт Юхансон» (Д, 2000), «Солідність заходу підтверджують і нагороди» (ВЗ, 2009), «Розпочався пам'ятний захід на подвір'ї філії ліцею» (НТ, 2017), «Це дуже великий захід, туди приходять ветерани, родичі загиблих, це пам'ять» (Д, 2018).

Крім того, типовою для медійних текстів є сполучуваність слова з означеннями, які вказують на сферу реалізації та характер заходів. При цьому розуміння того, яким є конкретний характер цих заходів, залежить від знань та досвіду адресата текстів. Це означення типу *природоохоронні, лікувальні, спортивні, розважальні, слідчі, музичні, культурно-просвітницькі*: «Через те, що 8 травня в Україні не є вихідним днем, урочисті і культурно-просвітницькі заходи переважно проходять 9 травня» (У, 2019), «Комплекс розважальних заходів у дитячому парку відбувся за ініціативи Шполянської міськради <...>» (ШП, 2017).

Характеристика атрибутивної сполучуваності слова *захід* при реалізації підструктури подієвої семантики не може бути повною, якщо не сказати про ті означення, які пов'язані з відображенням мети планованої події. До них належать атрибутиви на зразок *протиепідемічні, антикорупційні*, близькі за своєю семантикою до тих, які типові також для реалізації підструктури акціональної семантики слова. Це зрозуміло, оскільки запланована подія соціальної сфери завжди має мету покращення життя, забезпечення необхідних життєвих норм чи повернення до них, пор.: *заходи зі створення зелених зон у місті та заходи, спрямовані на (?) збільшення сміття в місті*. Однак семантика подібних означень при реалізації обох підструктур дещо різниться, що зумовлено найчастіше типом референції слова. При реалізації першої підструктури йдеться про референційно невизначену множину об'єктів (*уряд планує протиепідемічні заходи*), у той час як при реалізації другої підструктури йдеться про референційно визначену сукупність подій, яка може бути перерахована (*здійснено низку протиепідемічних заходів: обов'язкове носіння масок, щеплення у плановому порядку, широке використання дезінфекційних засобів, обмеження транспортного руху тощо*), що є кроком в окресленні сфери денотації, тобто денотативного значення номінативної одиниці. Семантика мети та її актуалізація в номінації і — ширше — у повідомленні створюють не лише місток між двома семантичними підструктурами, а й зону їх перетину: у цій ділянці вони накладаються одна на одну, а їх відмінність частково нейтралізується. Таким чином, ці підструктури мають спільний семантичний сегмент.

Поряд з цим зазначені підструктури мають відмінності, пов'язані з категорією часу. Так, підструктура акціональної семантики корелює з площиною майбутнього часу, футурусом, думкою про майбутнє, плануванням, перспективою бачення розвитку ситуації, загальною розгорнутістю в бік майбутнього. Підструктура подієвої семантики, навпаки, співвідноситься з площиною минулого часу, перфектом, ідеєю здійсненності, з тим, що відбулося. Ці підструктури закономірно виявляють свої відмінності щодо категорії визначеності / невизначеності та вживання лексеми з визначеною або невизначеною референцією. Так, те, що планується, існує в уяві та мислиться як потенційна перспектива, бачиться скоріше як недискретна, не до кінця визначена субстанція. Однак те, що вже відбулося, отримує чіткіші обриси і стає пізнаним, когнітивно визначеним, результативним та легко артикульованим.

Ці загальні когнітивні особливості відображення в тексті заходів — об'єктів подієвої сфери — доповнюються і корегуються традиціями та потребами медійного текстотворення.

**АКЦІЯ.** Зв'язок з полем цілеспрямованої діяльності й концептом мети — це та ознака, яка є спільною для лексем *захід* та *акція*<sup>2</sup>. Остання значно розширила своє функціонування в сучасному медійному дискурсі й уживається в тих контекстах, у яких у попередній період, ще донедавна, фігурували інші номінативні засоби на позначення дій та подій — *кампанія, дія, аукціон, парад, подія, церемонія, вчинок, демонстрація, мітинг, захід, операція, голодування, форум, страйк, діяльність, робота*, що демонструє стрімке розширення номінативних можливостей цієї лексичної одиниці. Пор.: «Ми проведемо з ними бесіду: вони не зможуть більше *робити таких акцій*» (З, 2007), «Ще однією складовою “євромайданівської” журналістики були прямі трансляції та “стріми” — відеовключення з *епіцентру акцій протесту*» (Д, 2016), «У Польщі цю *акцію* називають “волинською різаниною”, але старанно замовчують причини, які призвели до трагедії» (УМ, 2019), де представлено контексти, у межах яких природнішим було б уживання одиниць *вчинок, подія, трагедія*. Функціональна експансія слова відчутна в тих випадках, коли слово *акція* виступає субститутом номінативної одиниці на позначення конкретної події (*виставка картин, аукціон, показ мод, концерт*). Див., наприклад, фрагмент зі статті про наркомафію в Колумбії: «Тільки торік під час *акцій у джунглях* від рук наркоторговців загинули близько 200 колумбійських спецназівців» (ВЗ, 2023), де слово *акція* вживається для позначення поліцейських спецоперацій.

Проте як загальноподієва номінація (пор. слова *подія, випадок*) *акція* найбільше співвідноситься з лексемою *захід* і при відображенні подій соціальної сфери все частіше займає саме її місце: «*Акції* для профілактики та раннього виявлення поширених хвороб міські управлінці з охорони здоров'я проводимуть і наступного року» (ЛГ, 27.12. 2007), «*Акція* з установки “лежачих поліцейських” провалилася, оскільки стан переважної більшості доріг такий, що їх просто ніхто не помічає» (ВЗ, 2007). Однак *акція* корелює лише з тим семантичним сегментом значення лексеми *захід*, який ми називаємо підструктурою подієвої семантики. Так, типові контекстуальні вияви акціональної семантики слова *захід* не властиві слову *акція*: пор. *\*додаткові, \*основні, \*адекватні, \*формальні, \*косметичні, \*профілактичні акції*, а також *\*надзвичайні, \*невідкладні, \*адміністративні акції*.

Ознайомлення з матеріалами, які містяться в корпусах ГРАК, дозволяє стверджувати, що різка активізація лексеми *акція* та її вживання як «субституту» слова *захід* припадає на кінець першого десятиліття ХХІ ст., тобто на 2008–2010 рр. І в наступний період ця тенденція зберігається. Нижче ми розглянемо докладніше функціонально-семантичну специфіку слова *акція*, яке в своєму сучасному вживанні в медійних контекстах створює безпрецедентно строкату картину.

Насамперед слід звернути увагу на те, що, на відміну від слів *подія* та *випадок*, слово *акція* не здатне без атрибутива займати позицію предиката в реченні. Так, важко уявити ситуативний контекст, у якому осмислено звучав

<sup>2</sup> Симптоматично, що в СУМ-20 у тлумаченні слова *акція* як основний виділяється семантичний компонент, зумовлений концептом мети: «Дія, спрямована на досягнення певної мети» [Словник української мови].

би вислів *Це — акція!* Пор. *Це — подія!* (= це важливо). *Це випадок!* (= це сталося випадково). Слово *акція* не функціонує як класифікаційний предикат навіть у структурах з протиставленням: (?) *Це акція, а не захід.* (?) *Це акція, а не мітинг.* Пор. *Це подія, а не дрібна обставина.* *Це випадок, а не закономірність.* Зі словом *справжній*, яке в складі класифікаційного предиката в таксономічних реченнях виділяє й підкреслює предикатні семи в опорному слові та передає ідею належності референта до певного класу об'єктів (*Він — справжній лікар / учитель / митець*), лексема *акція* не здатна утворювати подібні вислови. Висловлення *Це справжня акція!* радше викличе реакцію у вигляді метамовних питань *Що ви маєте на увазі? / Як розуміти ваше висловлення?*, які лише свідчать про несформованість у мовній свідомості уявлення про родові ознаки об'єкта або уявлення про клас об'єктів<sup>3</sup>. Ці семантико-синтаксичні особливості слова чітко вказують на те, що значення слова *акція* не містить семантичних компонентів предикатного (ознакового) типу і як номінативний засіб воно близьке до одиниць прономінального типу (*річ, штука, історія, тин*), позбавлених поняттєвого змісту.

При цьому слово характеризується надзвичайно широкою й різноманітною сполучуваністю (атрибутивною, предикатною тощо) та функціонуванням у медійних повідомленнях різного типу. Збідненість власної семантики слова компенсується в медіа створенням для референта власного імені. Так, у медійному дискурсі та його текстах знаходимо чималу кількість нових онімних утворень, що представляють практику проведення акцій:

«Базарний день», «Обери майбутнє», «Врятуймо дитину», «День студента Львова», «Зупинимо СНІД разом», «Допомогти так легко», «Тисяча червоних троянд для журналістів», «Галицький лицар», «Чесний перерахунок», «За чесні вибори без Луценка», «Наша медова Україна», «Україна без Кучми», «Свобода слова», «Хвиля свободи», «Врятуймо дерев'яні храми Закарпаття», «Замки Львівщини», «Укрзалізниця — дітям України», «Мавзолей для Президента», «Беспредел садомазохізму», «Наш герой — Мазепа», «Один кілограм», «Вело-йога 2016», «Здай кров — врятуй життя», «Пригости бійця», «День здоров'я», «Спільна кухня», «Подорожуй з ПриватБанком», «Прочитай дитині казку», «Розфарбуй Україну» та ін. Напр.: «У межах святкування 16-ї річниці Дня незалежності України, 25 серпня відбудеться акція “Незрячі ведуть рідним містом”» (З, 2007), «“Вишиванку” посадили у рамках проекту “Зелена країна” та загальнодержавної акції “Створюємо ліси разом”» (ВЗ, 2023).

Надання спеціального імені, яке приписується акції в процесі її вигадання, планування та впровадження в соціальну практику, істотно відрізняє слово *акція* від слова *захід*. *Захід* не має свого імені власного. Надання акції окремого імені виступає засобом індивідуалізації позначуваного об'єкта, який моделюється як об'єкт-індивід, об'єкт унікального статусу, не схожий на інші, такий, що не належить до певного класифікаційного типу. У цьому також полягає його відмінність від слова *захід*, яке при реалізації своєї другої підструктури тяжіє до позначення певних традиційних подій, які можуть бути частиною соціальних ритуалів та церемоній, що повторюються.

<sup>3</sup> Речення таксономічної предикації та роль у них одиниць типу *справжній* докладно розглянуті в статті Г. Ю. Крейдліна, де підкреслюється, що предикація в них передає ідею наявності в об'єкта родових ознак даного класу і відсутність у нього родових ознак інших класів [Крейдлін : 33].

Однак ім'я власне, якого надають акції, специфічне не лише за своїм лексико-синтаксичним і граматичним репертуаром, а й, що значно істотніше, за своїми функціональними особливостями. По-перше, на відміну від стандартних онімів, які призначені для ідентифікації об'єкта та не пристосовані для його характеристики, ім'я акції виступає засобом не ідентифікації об'єкта, а інформування про характер події, тобто виконує функцію характеристики об'єкта (наприклад, з назви «Врятуймо дитину» зрозуміло, що акція спрямована на порятунок дітей). Унаслідок цього як мовний знак ім'я акції, по суті, втрачає узгодженість між формою, змістом та функцією. По-друге, ім'я акції не вживається самостійно для позначення об'єкта, тобто з референційною функцією — первинною для онімів [Арутюнова 1976 : 326–328]. Воно не здатне самостійно, без уживання слова *акція*, відсилати до об'єкта позамовної дійсності, пор.: (?) *Вчора я брав участь у «Подорожжуй з ПриватБанком».* (?) *Під час «Подорожжуй з ПриватБанком» («Наш герой — Мазепа» / «Наша медова Україна») я неочікувано побачив свого старого друга.* Принаймні в медійному матеріалі, який міститься в корпусах ГРАК-15, ГРАК-16, ГРАК-17, назва акції не вживається самостійно для відсилання до певного об'єкта. Таким чином, у цьому випадку ім'я власне виконує інформаційно-орнаментальну функцію і може розглядатися як онімний атрибут, який виступає засобом створення образу об'єкта.

Звичайно, сам факт надання акції назви зближує таку подію з театральним дійством та світом фікціональності. Подібність до театрального спектаклю або до лотереї, конкурсу, вікторини, змагань, розігрування призів виявляється в тому, що акція може отримувати певний сценарій взаємодії організаторів з учасниками, внаслідок чого сама акція отримує структуру за моделлю театрального спектаклю або спортивних змагань: твердять про *початок* акції, *хід*, *перебіг* акції, *етапи* (перший, другий, фінальний) акції, *фінал* акції, *завершення* акції, *призи* і *подарунки*, які отримують переможці або головні (як варіант — активні, всі) учасники акції: «Відбувся *фінал* акції, яку спільно з компанією “Австрійські Авіалінії” проводила “Львівська газета”» (ЛГ, 2007), «Подорож до неї стала *подарунком* переможцеві акції <...>» (там само). Створення мікротекстів, якими є назви акцій, їх вигадання, формулювання виступає одним із засадничих прийомів формування акції як віртуального проекту, а разом зі створенням й озвученням її «ідеології» вони стають кроками до окреслення артефактної соціальної події.

У межах медійного текстотворення представлено повідомлення не лише про внутрішню структуру акції, а й про різні логіко-семантичні складники діяльності, яка породжує акцію. Це передусім *мета* — концепт ментальної сфери, що вводить *акцію* в поле цілеспрямованої діяльності, а також *ідея*, що відображає її креативний аспект (про концепти *мета* та *ідея* див.: [Радзівська 2010 : 54–65; 221–234]):

«*Мета* акції — поставити під сумнів стереотипи і упередження щодо психічних розладів <...>» (З, 2007), «*Метою* такої акції є інформування населення щодо факторів ризику серцево-судинних захворювань» (Р, 2014), «*Друга мета* акції — це воз'єднання сім'ї» (там само), «*Мета* акції — зібрати 100 продуктових наборів вартістю 100 грн. кожен та подарувати самотнім бабусям і дідусям, які так цього потребують» (Ф, 2019), «*Ідея* акції виникла у нас іще на початку цього року <...>» (ЛГ, 2007).

Цілеспрямованістю зумовлена сполучуваність слова з предикатами *спрямована, покликана*.

У повідомленнях про акцію та її проведення фігурують предикатні групи з нечисленними дієсловами *вчинити, проводити, стартувати, відбуватися*, місце яких у подібних повідомленнях часто займають предикати, що відображають «рукотворну» природу референта, наприклад, *організують, зініціювали, запустили*: «Акція була організована найбільш активним ультраправим угрупованням Мадрида» (ЄП, 2016). А словосполучення з номінаціями функціональних статусів осіб чи груп осіб (*організатори, координатори, виконавці, спонсори, куратори, керівники, ініціатори, автори*), які реалізують задуманий проєкт, стають стандартними і широкоживаними: «*Організатори акції* закликають долучитись до її проведення всіх активних жителів міста <...>» (ІП, 2016), «*Ініціатором* акції виступив Рух за свободу Північної Кореї <...>» (ГТ, 2016), «Резонанс щодо *авторів цієї акції* — напад на наш офіс — надзвичайно негативний» (З, 2007). У медійних контекстах можна натрапити і на словосполучення *орґкомітет акції*.

При цьому вартим уваги є той факт, що наведені номінації суб'єктів акційної діяльності (*організатори, координатори* тощо) істотно не відрізняються за параметром диференціації тієї інформації, яку вони несуть адресатові повідомлення, і в медійному тексті виступають у ролі контекстуальних синонімів. Крім того, що медійний текст не розкриває те, в чому полягають функції кураторів, виконавців, організаторів та ін. і чим вони відрізняються, у ньому не подається інформація ні про персональний склад цих груп людей, ні про їхній статус, досвід, вік тощо. Пор., наприклад, інформацію про оргкомітет наукової конференції, де вказується його персональний склад.

Номінація *організатори* займає в цьому ряду окреме місце, створюючи у своєму вживанні прецедент, близький до омонімії. Досить часто організатором акції виступає певна юридична особа — партія, громадська організація, товариство, установа, рух, про що повідомляється в тексті. При цьому суб'єктами самої акційної діяльності, фактично виконавцями волі організатора, стає група неідентифікованих людей (не обов'язково дотична до юридичної особи), які позначаються в медійному тексті як *організатори*. Відсилаючи в цих випадках до різних референтів та маючи різне смислове наповнення, номінація *організатори* фактично створює контекстуальну омонімію. Це явище можна інтерпретувати і через поняття контамінації. Проте тут важливо наголосити, що недискретний і неконкретизований «образ» суб'єкта акційної діяльності, який домінує в сучасному медійному текстотворенні, становить одну з істотних функціональних характеристик слова *акція* як засобу, що пристосовується до відображення різних форм соціальної активності<sup>4</sup>. З цією особливістю корелюють позначення соціальних, професійних та інших груп носіїв мови, які беруть участь в акції на правах її рядових учасників (не-організаторів). Назвемо деякі з них (за матеріалами медіа): *франківці*,

<sup>4</sup> Дослідниками медійного дискурсу сучасного західного світу давно відзначено взаємозв'язок між сферою політичних подій та їх репрезентацією в медіа, зокрема той факт, що чимало різновидів політичних подій, наприклад пресконференції, інтерв'ю, відбуваються задля досягнення мети бути відображеними (ретрансльованими) в медіа («<...> are performed for the sole purpose of being reported») [див.: Gruber, 470–472], де подається література з цього питання. Події соціальної сфери виявляються в багатьох відношеннях не менш залежними від їх медійного відтворення.

молодь, студенти, представники різних регіонів, противники / прихильники об'єднання з Румунією, представники державного самоврядування, фермери, активісти, українці Португалії, співробітники посольства, кілька сотень людей, радикали, неонацисти, що відсилають у більшості випадків до необмеженої кількості людей, яким приписується певна ознака.

Артефактний характер соціальної події, яка позначається словом *акція*, її контрольованість людиною, «неприродниче походження» підкреслюються та «розбудовуються» за рахунок дієслів на позначення креативних дій, спрямованих на створення події як соціального проєкту і як соціального продукту. Акції *придумують, готують, режисують, планують, організують, запускають*:

«Сучасні акції виглядають як добре чи не дуже добре *зрежисовані політичні ходи*, які мають обмежене коло учасників і ще більш обмежений вплив на стан справ хоч у країні, хоч у регіоні» (Д, 2000), «У Києві *запустили акцію* з вертикального озеленення будинків» (ХМ, 2020), «<...> можливість поновлення на посаді Олега Сала є *спланованою акцією* <...>» (З, 2007), «Маргарита — публічна особа, відома не лише своєю професійною діяльністю, а й тим, що весь час *придумує та проводить* різноманітні акції (у середньому — по двадцять на рік), в числі яких — Піг-парад (коли знаменитості розмальовують “своїх” свинок і продають їх на аукціоні, кошти з проведення яких йдуть на потреби дитячих будинків), аукціон ляльок-політиків та інші» (ВЗ, 2007), «Хто стоїть за *спланованою акцією* наразі невідомо» (ЄП, 2016).

Заслуговує на увагу і той факт, що медійні тексти стають джерелами інформації щодо сприйняття *акції* сучасним носієм мови здебільшого як чогось штучного, «несправжнього», театрального або формального, медійні тексти час від часу фіксують негативні реакції на ту чи іншу акцію як на несерйозне дійство: «Ім тільки треба пропонувати щось адекватне, а не чергові акції “для галочки”» (ВЗ, 2007), «<...> на цій акції робив собі додатковий піар» (там само), «Деякі перехожі вважали цю акцію “показухою”» (Р, 2016), «Вона зазначила, що акції є проплаченими» (ПР, 2016), «“Те, що я бачу — це крок у деструктив, якась популістська акція”, — прокоментував Валентин Ющенко» (Ж, 2020). У цьому полягає істотна відмінність лексеми *акція* від слова *захід*, яке семантично пов'язане зі сферою офіційних подій, корелює з серйозним, а не ігровим ставленням до того, що відбувається (*офіційний, престижний, урочистий захід*). Водночас те, що слово *акція* може вживатися щодо різних за типом соціальних подій, виступає визначальним фактором, який впливає на сполучуваність слова та його функціонування в медіа. Так, певні акції, задум яких пов'язаний з породженням символічних смислів, отримують статус події-символа: «У цей день у різних куточках України проводять традиційну акцію, яка символізує соборність нашої держави, — “живий ланцюг єдності” <...>» (В, 2019).

Переважає більшість атрибутивної сполучуваності слова пов'язана з відображенням соціальних сфер, до яких належить подія (*бізнесово-політична, рекламна, літературна, гуманітарна, екологічна, політична, соціологічна, мистецька акції*): «<...> у нас усе зводиться винятково до заборони використання дітей у політичних акціях <...>» (ХМ, 2020). Частина атрибутів зумовлена метою акції: *благодійницька / благодійна, роз'яснювальна, гумористично-інформаційна, просвітницька, промоційна, каральна, іміджева*: «<...> провели благодійну акцію “Казковий автобус”» (Р, 2014), «Основні

для нас — культурні й благодійні акції нашої діаспори з різних країн світу» (Д, 2017), «Тож усі присутні приєдналися до патріотичної акції та прочитали вірш “Чи ми ще зійдемося знову”» (Ч, 2018), «<...> відбулася гумористично-інформаційна акція “Запрошуємо в гості” <...>» (З, 2007).

**АКЦІЯ ПРОТЕСТУ.** Розглядаючи функціонально-семантичні особливості та номінативний потенціал слова *акція*, реалізований у сучасному медійному дискурсі, не можна залишити осторонь його використання щодо актів громадянської непокори, коли воно вживається у складі словосполучень *акція (акції) протесту, протестні акції*: «<...> зіткнулися з затримками через *акції протесту* в міському аеропорту Лондона» (ЄП, 2016). У цьому випадку функціонування слова подає картину, яка кардинально відрізняється від описаної вище.

Відсилаючи до таких конкретних подій, як страйки (довготривалі чи нетривалі), голодування, пікети, марші, демонстрації з висуненням певних вимог, у яких беруть участь або конкретні колективи, або конкретні особи і які зумовлені, як правило, факторами не символічного, а цілком матеріального або екзистенційного характеру, подібні словосполучення вживаються з визначеною референцією, об'єкт якої (референт) не концептуалізується як артефактна сутність. Зазначимо, що акти громадянської непокори зумовлені не креативною діяльністю окремих осіб чи спільнот, їх бажаннями чи фантазією, а необхідністю, тобто в мовній картині світу вони пов'язані з алетичною модальністю необхідності: їх *не придумують, не режисують, не планують*. Вони виникають і розпочинаються внаслідок об'єктивних обставин, тому в мовній картині світу постають як такі, що не усвідомлюються як події-артефакти і займають місце, ближче до природних подій та явищ. Пор. фрагменти з публікації про кризову ситуацію на енергетичному підприємстві: «Тому є надія, що подібні акції принесуть позитивний для енергетиків результат», «Звісно, керівництво станції негативно ставиться до проведення акцій — такого не має бути, це ненормально» (Д, 1999). Тут йдеться про страйк — подію конкретного класу, зумовлену конфліктом між колективом електростанції та її керівництвом. При вживанні щодо такого класу ситуацій слово *акція* може утворювати атрибутивні словосполучення на зразок *несанкціонована, безстрокова, багатоденна акція* та функціонувати у складі номінативних груп, що відображають певні реакції влади: «За *невибухаючими акціями протестів* громадян <...> пішов демарш мерів обласних центрів» (ДТ, 2020), «Тоді його засудили до штрафу в 10 тисяч рублів нібито за участь у *несанкціонованій акції*» (ГТ, 2019), «<...> іранська влада обрала жорсткий варіант *розгону акцій*» (ДТ, 2020). Такі словосполучення не вживаються щодо акцій-артефактів. Важливо підкреслити, що на відміну від акцій-артефактів, які формуються як окремі, одиничні, унікальні об'єкти і не утворюють свого класу об'єктів, унаслідок чого слово позбавлене джерела для формування денотативного значення, функціонування слова при позначенні актів громадянської непокори, визначається існуючою в соціумі практикою, чітким уявленням про неї та знаннями носіїв мови щодо типів подій, які відповідають поняттю «акція протесту». Тому в цьому випадку семантика слова чітко визначена своїм денотатом.

Підсумовуючи викладене вище, відзначимо основні позиції висновків. Активізація функціонування слова *акція* на перший погляд видається вторгненням у семантичний простір, який відповідає підструктурі подієвої семантики слова *захід*. Проте аналіз матеріалу дає підстави для уточнення цієї

тези. Він показує, що, крім свого функціонування як часткового «субститу-ту» слова *захід*, слово *акція* стає частиною складніших процесів. Контексти розглянутого періоду дають можливість побачити дві основні тенденції у функціонуванні слова як засобу номінації соціальної події. Перша пов'язана зі спеціалізацією його вживання для позначення подій, зумовлених вираженням громадянської непокори: це *акції протесту*, що мають визначену сферу денотації (демонстрації, голодування, пікети тощо), конкретні просторово-часові координати та усталені форми цієї соціальної практики. Функціонування номінативної одиниці підпорядковане тут загальним мовним механізмам, у межах яких слово виконує референційну функцію та входить до складу медійних повідомлень про критично важливі, кризові соціальні події, які суспільство не може залишити без уваги.

Друга тенденція, представлена об'ємним і різноманітним матеріалом, корелює з новим явищем соціальної практики — створенням соціальної події-артефакту, коли референційна функція співвідносить мовний знак з денотатом нового типу. Пристосування слова до позначення такого об'єкта супроводжується створенням парадоксальної картини мовних механізмів, у яких задіяні семантика і функції мовного знака. На цьому варто спинитися докладніше.

Унікальний статус кожної акції як об'єкта-індивіда зі своїм власним ім'ям перешкоджає формуванню в мовній свідомості уявлення про клас об'єктів та типового (усередненого) представника класу. У мовній картині світу це призводить до нестабільності, нечіткості уявлення про акцію, створює ефект відсутності «субстанції», її ефемерності та невловимості, породжує складність при визначенні поняття та його вербального вираження. При цьому медійні контексти подають *акцію* як цілком «пророблене» і «змістовне» семантичне утворення: вона має певну мету, характеризується певною внутрішньою структурою (початок, фінал акції, етапи акції), має організаторів (ініціаторів, виконавців тощо), учасників (фіналісти, призери, студенти тощо), унікальне ім'я, завдяки чому набуває ознак цілком наочного образу. Разом з цим медійний дискурс, як правило, залишає за кадром інші, переважно економічні, параметри проведення акції: те, хто її фінансує (орендує приміщення, закуповує інвентар тощо), хто проводить акції (люди, які звільняються від основної роботи на період проведення акції; люди, обмежено зайняті за основним місцем роботи, безробітні і т. ін.).

На цьому фоні слід звернути особливу увагу на наявність у акції імені власного та його роль у комунікативній структурі тексту. З погляду логіки еталонного розвитку тексту<sup>5</sup> реченню, комунікативним ядром якого виступає відношення іменування (номінації як акту надання імені), — а саме воно містить повідомлення про ім'я об'єкта, — передує повідомлення про існування цього об'єкта (*Жив у нашому містечку один тесляр. Звали його*

---

<sup>5</sup> Н. Д. Арутюновоу був доведений зв'язок логіко-синтаксичних відношень та структури тексту. При детальному розгляді логічних відношень екзистенції, номінації, ідентифікації та предикації (характеризації) була виявлена їх кореляція зі структурою тексту та комунікативним механізмом текстотворення, який тримається на врахуванні інформаційних потреб двох комунікативних сторін [Арутюнова 1976 : 357–366]. Пор.: «<...> адресат мовлення намагається насамперед отримати з початку оповіді підтвердження побутування в певній предметній області об'єкта, про який ітиметься далі, відомості про його належність певному класу та про спосіб його іменування» [там само : 366].

Петро). Однак сучасний медійний текст ці дві фази подання інформації об'єднує в одне синтаксичне ціле, що реалізується зазвичай у повідомленнях про майбутню акцію або про те, що акція вже відбулася. Моделювання текстом акту іменування об'єкта як пресупозитивного має наслідком ефект «невід'ємності» імені від об'єкта, ефект не лише його «законного» існування в соціальному середовищі, а й сформованості «історії цього існування». У такий спосіб створюється ефект онтологізації об'єкта, його вкоріненості в соціальне середовище, оскільки читачеві інформація про певний конструкт — елемент ментальної сфери — подається як про цілком онтологізований<sup>6</sup>. Акт надання імені в даному разі слугує додатковим засобом створення референта (за логікою «якщо є ім'я, то є і об'єкт, який відповідає цьому імені» або «ім'я не може існувати без референта»).

Вербалізація та акцентування одних ознак соціальної події в поєднанні з абстрагуванням від інших, які не згадуються в медіа, має результатом створення образу подієвого об'єкта [Арутюнова 1998 : 314–324]. Цей образ підкріплюється вираженням артефактним характером події, яка стається не «сама по собі», а внаслідок інтелектуальної креативної роботи людини. Виникаючи завдяки реалізації ідей, прагнень, креативних здібностей, задумів, акція створює ілюзію «справжньої події», а тому для медійного дискурсу, не позбавленого культивування маркетингових ідей, відіграє роль інфоприводу або ньосмейкера та має значний текстотвірний потенціал. При дисбалансі семантичних і функціональних характеристик слово *акція* стає перспективним ресурсом для креативних намірів та стратегій суб'єкта медійного текстотворення, який на його базі може створювати різноманітні образи подієвої сфери.

Адаптуючись до нових реалій, слово регулярно вживається у випадках віднесення мовного знака до об'єкта, коли цей об'єкт виступає картинкою або образним відображенням певної події, створеним текстом. У цьому процесі знакова функція слова набуває нових рис: унаслідок «переведення стрілок» у сфері референції слово пристосовується до відсилання до образу події, що локалізується в ментальній сфері людини; пор. поняття симулякру або доповненої віртуальної реальності [Ильин : 256–258; Снитко, Гречка]. Тому можна зробити висновок, що входження *акції* в семантичний і функціональний простір слова *захід* не є тривіальним заміщенням: воно супроводжується «семантичним перемиканням» зі сфери соціальної онтології у сферу свідомості. Водночас цей семантичний зсув формує істотну дистанцію між словом *акція* та словом *подія*, значення якого міцно пов'язане зі сферою подієвого континууму, позамовною дійсністю.

Отже, можна констатувати: медійний дискурс, який чітко реагує на соціальні практики, створює мовне середовище, де спостерігаються функціонально-семантичні зсуви й зрушення, що відображають нетривіальні процеси мовного розвитку, в якому задіяні структурні зв'язки лексичних одиниць, позамовні чинники, нові реалії життя, що зумовлюють розширення сфери референції одних одиниць та звуження сфери референції інших, мовна сві-

<sup>6</sup> На мовні механізми подібних явищ, у межах яких сконструйовані сутності маскуються під реальні, уперше (1988 р.) звернула увагу Т. М. Ніколаєва, яка позначила їх словосполученням «лінгвістична демагогія»: «Саме лінгводемагогічним прийомом є вказівка на власну максимальну наближеність до життя, до реальної структури світу» [цит. за пізнішою публікацією: Николаева : 161].

домість носіїв мови, яка перебуває в стані турбулентної активності з утворенням нових смислових зв'язків у сфері предикатної семантики.

## ЛІТЕРАТУРА

- Арутюнова Н. Д. Предложение и его смысл. Москва : Наука, 1976. 383 с.
- Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. Москва : Наука, 1988. 341 с.
- Ильин И. П. Постмодернизм. Словарь терминов. Москва : INTRADA. 2001. 384 с.
- Крейдлин Г. Е. Таксономия и аксиология в языке и тексте (предложения таксономической характеристики). *Логический анализ языка. Ментальные действия*. Москва : Наука, 1993. С. 30–40.
- Николаева Т. М. «Лингвистическая демагогия» — мощное средство убеждения коммуниканта. *От звука к тексту*. Москва : ЯРК, 2000. С.155–161.
- Радзівєвська Т. В. Точкові функціонально-семантичні зсуви в контексті вивчення динаміки мовно-національної картини світу (на матеріалі українських медіа-ресурсів). *Мовознавство*. 2023. № 4. С. 26–40.
- Радзівєвська Т. В. Нариси з концептуального аналізу та лінгвістики тексту. Текст — соціум — культура — мовна особистість. Київ : «Інформ.-аналіт. агентство», 2010. 491с.
- Словник української мови : в 20 т. Київ : Наук. думка, 2010. URL: <https://sum20ua.com/Entry/index?wordid=1&page=0> (дата звернення: 01.11.2023)
- Снитко О. С., Гречка С. О. «Битва наративів» у сучасному медіапросторі України. *Актуал. пробл. укр. лінгвістики : теорія і практика*. 2022. № 44. С. 86–117.
- Сизонов Д. Ю. Фразеологізм-заголовок як маніпулятивна домінанта медіатексту. *Актуал. пробл. укр. лінгвістики : теорія і практика*. 2020. № 40. С. 58–70.
- Труб В. М. Про роль інтерферентних впливів у сучасному функціонуванні української мови. *Мовознавство*. 2022. № 5. С. 58–68.
- Шевченко Л. І., Сизонов Д. Ю., Дергач Д. В. Дискурсивна лексикографія у просторі західної науки. *Мовознавство*. 2022. № 5. С. 3–14.
- Baumgartner A., Fürst S., Schönhagen P. Conceptualizing the dialogical structure of mass communication: A comparison of the dialogical networks and mediated social communication approaches. *Discourse, Context&Media*. 2021. N 44. URL: <https://www.sciencedirect.com/journal/discourse-context-and-media/vol/44/suppl/C> (дата звернення: 05.10.2023).
- Dafuz-Milne E. The pragmatic role of textual and interpersonal metadiscourse markers in the construction and attainment of persuasion: A cross-linguistic study of newspaper discourse. *Journ. of Pragmatics*. 2008. N 40. P. 95–113.
- Gruber H. Evaluation devices in newspaper reports. *Journ. of Pragmatics*. 1993. N 19. P. 469–486.
- Zappavigna M. Social media quotation practices and ambient affiliation: Weaponising ironic quotation for humorous ridicule in political discourse. *Journ. of Pragmatics*. 2022. N 191. P. 98–112.

## ДЖЕРЕЛА

- В — газ. «Версії»;
- ВЗ — газ. «Високий замок»;
- ГТ — т/к «Громадське телебачення»;
- Д — газ. «День»;
- ДТ — газ. «Дзеркало тижня»;
- Ж — портал «Житомир.info»;

- З — газ. «Zaxid.net»;  
ЄП — газ. «Європейська правда»;  
ЛГ — газ. «Львівська газета»;  
НТР — портал «Новини Тячівського р-ну»;  
ПР — портал «ПРОЧЕРК.інфо»;  
Р — газ. «Репортер»;  
СВ — газ. «Світ»;  
У — портал «UNIAN.NET»;  
УМ — газ. «Україна молода»;  
УТ — газ. «Український тиждень»;  
Ф — газ. «Фіртка»;  
ХМ — журн. «Хмарочос»;  
Ч — портал «Чернігівщина»;  
ШП — портал «Шполянчка».

Дата надходження до редакції: 23.01.2024

Дата надходження після доопрацювання: 08.02.2024

Дата затвердження редакцією: 19.02.2024

## REFERENCES

- Arutyunova N. D. (1976). Predlozheniie i ego smysl. Moscow: Nauka. [In Russian].
- Arutyunova N. D. (1988). Tipy yazykovykh znachenij. Ocenka. Sobytie. Fakt. Moscow: Nauka. [In Russian].
- Baumgartner A., Fürst S., Schönhagen P. (2021). Conceptualizing the dialogical structure of mass communication: A comparison of the dialogical networks and mediated social communication approaches. *Discourse, Context&Media*, (44). URL: <https://www.sciencedirect.com/journal/discourse-context-and-media/vol/44/suppl/C> (last accessed: 05.10.2023).
- Dafuz-Milne E. (2008). The pragmatic role of textual and interpersonal metadiscourse markers in the construction and attainment of persuasion : A cross-linguistic study of newspaper discourse. *Journal of Pragmatics*, (40), 95–113.
- Gruber H. (1993). Evaluation devices in newspaper reports. *Journal of Pragmatics*, (19), 469–486.
- П'ін І. П. (2001). Постмодернізм. Словар' термінів. Moscow: INTRADA. [In Russian].
- Kreidlin G. E. (1993). Taksonomiya i aksiologiya v yazyke i tekste (predlozheniya taksonomicheskoy karakterizacii). *Logicheskij analiz yazyka: Mental'nye deystviya*. Moscow: Nauka, 30–40. [In Russian].
- Nikolaeva T. M. (2000). «Linguisticheskaya demagogiya» — moshchnoe sredstvo ubezheniya kommunikanta. *Ot zvuka k tekstu*. Moscow: Yazyki russkoj kul'tury, 155–161. [In Russian].
- Radziievska T. V. (2010). Narysy z kontseptualnoho analizu ta lingvistyky tekstu. Tekst — sotsium — kultura — movna osobystist. Kyiv: «Informatsiino-analitychne agentstvo». [In Ukrainian].
- Radziievska T. V. (2023). Tochkovi funktsionalno-semantychni zsuvy v konteksti vyvchennia dynamiky movno-natsionalnoi kartyny svitu (na materialy ukrainskykh media-resursiv) [The point functional-semantic shifts in the perspective of the study of dynamics in language world-image]. *Movoznavstvo*, (4), 26–40. [In Ukrainian].
- Shevchenko L. I., Syzonov D. Iu., Dergach D. V. (2022). Dyskursyvna leksykohrafia u prostori zakhidnoi nauky [Discursive lexicography in the space of Western science]. *Movoznavstvo*, (5), 3–14. [In Ukrainian].
- Slovyk ukrainskoi movy : in 20 vols. Kyiv: Naukova dumka. URL: <https://sum20ua.com/Entry/index?wordid=1&page=0> (last accessed: 05.05.2023). [In Ukrainian].

- Snitko O. S., Hrechka S. O. (2022). «Bytva naratyviv» u suchasnomu mediaprostori Ukrainy [«Battle of narratives» in Ukraine's modern media space]. *Aktualni problemy ukrainskoi linhvistyky : teoriia i praktyka*, (44), 86–117. [In Ukrainian].
- Syzonov D. Yu. (2020). Frazеologizm-zagolovok yak manipulyatyvna dominanta media-tekstu [A phraseologism-heading as a manipulative dominant of a mediatext]. *Aktualni problemy ukrainskoi linhvistyky : teoriia i praktyka*, (40), 58–70. [In Ukrainian].
- Trub V. M. (2022). Pro rol interferentnykh vplyviv u suchasnomu funktsionuvanni ukrainskoi movy [On the role of interferential influences in current Ukrainian usage]. *Movoznavstvo*, (5), 58–68. [In Ukrainian].
- Zappavigna M. (2022). Social media quotation practices and ambient affiliation: Weaponising ironic quotation for humorous ridicule in political discourse. *Journal of Pragmatics*, (191), 98–112.

## SOURCES

- CH — «Chernihivshchyna» (online resource). [In Ukrainian];
- D — «Den» (newsp.). [In Ukrainian];
- DT — «Dzerkalo tyzhnia» (newsp.). [In Ukrainian];
- F — «Firtka» (newsp.). [In Ukrainian];
- HM — «Hmarochos» (rev.). [In Ukrainian];
- HT — «Hromadske telebachennia» (online resource). [In Ukrainian];
- LH — «Lvivska hazeta» (newsp.). [In Ukrainian];
- NT — «Novyny Tiachivskoho rayonu» (online resource). [In Ukrainian];
- PR — «Procherk.info» (online resource). [In Ukrainian];
- R — «Reporter» (newsp.). [In Ukrainian];
- S — «Svit» (newsp.). [In Ukrainian];
- SHP — «Shpolianochka» (online resource). [In Ukrainian];
- UM — «Ukraina moloda» (newsp.). [In Ukrainian];
- UN — «UNIAN.NET» (online resource). [In Ukrainian];
- UT — «Ukrainskyi tyzhden» (newsp.). [In Ukrainian];
- V — «Versii» (newsp.). [In Ukrainian];
- VZ — «Vysokyi zamok» (newsp.). [In Ukrainian];
- YeP — «Yevropeiska Pravda» (newsp.). [In Ukrainian];
- Z — «Zaxid.net» (online resource). [In Ukrainian];
- ZH — «Zhytomyr.info» (online resource). [In Ukrainian].

Received: 23.01.2024

Received in revised form: 08.02.2024

Accepted: 19.02.2024

### **Tetiana RADZIIIEVSKA**

O. O. Potebnia Institute of Linguistics of the National Academy of Sciences of Ukraine

Hrushevskoho Str., 4, Kyiv, 01001, Ukraine

E-mail: t.v.rad@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0003-2871-2395>

### **WORDS IN NEW SOCIAL REALITIES: TO THE QUESTION OF THE DYNAMICS OF THE LANGUAGE WORLD-IMAGE (ukr. *zakhid* and ukr. *aktsiia*)**

The paper deals with the study of nomination mechanisms in current usage of the units which denote social events. The material of the study embodies the texts of the Ukrainian media discourse (the period of the end of 20<sup>th</sup> — the early 21<sup>st</sup> century). An object of the analysis in the paper is a point segment of the language world-image which is formed by the functioning and semantics of two lexemes ukr. *zakhid* «a measure, an official event» and ukr. *aktsiia* «a planned, public social occasion, an event». Modern media resources fix the expansion of the nominative potential of the word *aktsiia*, which

is permanently used in the contexts typical for the word *zakhid*. So this dynamic segment of the language world-image became an object of the in-depth description in order to elaborate a methodological framework of synchronic-diachronic analysis for the future investigations with similar purposes.

It is shown that the meaning of the word *zakhid* includes: 1) the substructure of «actional» semantics and 2) the substructure of eventual semantics. The main feature of the first one is the conceptualization of a denoted doing as an instrument which is used to achieve the definite aim. This substructure is realized in the utterances with the alethic modality of necessity, it belongs to the context of causal relations and the domain of controlled, rational doings. Actualizing the second substructure the word *zakhid* is used for denoting planned social events in the official sphere which are considered as non-random, organized and controlled by a man.

The analysis of the media contexts revealed that the word *aktsiia* in its modern use correlates only with the second semantic substructure of the word *zakhid*. At the same time it represents new tendencies of social practice dealing with the act of naming: every *aktsiia* acquires its proper name which became a linguistic tool for individualization and characterization of an object. An extremely wide spectrum of various functional peculiarities and colloquations of this word in modern media discourse has an effect of forming an image of a social event. The author comes to the conclusion that the penetration of the word *aktsiia* into semantic space of the word *zakhid* is carried out as a semantic switch from the domain of social ontology to the domain of consciousness.

Key words: semantics, language world-image, nomination mechanisms, Ukrainian media discourse, social event, linguistic shifts.