

*Костенко В. Г.,**кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри іноземних мов з латинською мовою та медичною термінологією  
Полтавського державного медичного університету**Сологор І. М.,**кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри іноземних мов з латинською мовою та медичною термінологією  
Полтавського державного медичного університету*

## ОСНОВНІ КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЕДАКТОРСЬКОЇ КОЛОНКИ У МІЖНАРОДНИХ ФАХОВИХ ЖУРНАЛАХ ЗІ СТОМАТОЛОГІЇ

**Анотація.** Мета запропонованої розвідки – осмислити роль жанру редакційної колонки у системі жанрів міжнародного періодичного фахового видання зі стоматології як основного каналу формальної професійної комунікації, проаналізувати її основні комунікативно-прагматичні характеристики (суспільну сферу та типова ситуація спілкування, особливості адресанта й адресата, комунікативну мету жанру, стратегії її втілення). Матеріалом дослідження слугували 30 статей зазначеного жанру, вибрані з авторитетних міжнародних фахових журналів зі стоматології «The Journal of American Dental Association», «British Dental Journal», «Journal of Dental Research» за 2016–2021 р. За тематикою проаналізовані матеріали поділяються на три класи: статті, зорієнтовані на наукові дослідження; статті, зорієнтовані на практичні аспекти стоматології; статті, присвячені впливу суспільно-політичного порядку денного на галузь. Основною комунікативною метою редакційної колонки є демонстрація думки суб'єкта певної сфери соціальної практики щодо актуальних питань цієї сфери у формі стислого аналізу, оцінки чи прогнозу, причому важливим є не лише привернення уваги до ситуації чи проблеми, а й характер її оцінки. Також редакційна колонка покликана привернути увагу ширшої аудиторії та закріпити її зацікавленість за певним фаховим виданням як носієм нової, актуальної професійно релевантної інформації, підтримувати високий статус професії. Адресант, який поєднує роль мовця – автора повідомлення та мовця – представника певної інституції, прагне насамперед до інтелектуального впливу на колективного адресата – рівностатусних фахівців.

Досягнення окреслених комунікативних цілей зумовлює використання стратегії інформування й аргументації, котрі є основними у створенні наукового дискурсу та спрямовані на актуалізацію науково-професійної інформації й інтеграцію знань адресанта у модель світу адресата. Професійно релевантні події та проблеми, порушені у редакційній колонці, адресант трактує через призму власного світобачення, досвіду, оцінює, позиціонує своє до них ставлення, тому серед стратегій, спрямованих на вираження «авторського голосу», виділяємо стратегії суб'єктивізації, самопрезентації та метакомунікативну стратегію. Поєднання особистісного та фахового начал у створенні редакційної колонки сприяє її вираженню, приверненню більшої уваги до фактичної інформації.

**Ключові слова:** жанр, редакційна колонка, адресант, адресат, комунікативна мета, комунікативна стратегія і тактика.

**Постановка проблеми.** Еволюційні процеси у сфері інформаційно-комунікаційних технологій упродовж останніх десятиліть, глобалізація та лібералізація суспільства, демократизація в освіті та науці, зміни загальнонових тенденцій призводять до значних зрушень в інституційному дискурсі, зокрема у політичному, медійному, науковому, педагогічному його різновидах. Тобто спостерігаємо трансформацію у системі інституційної комунікації, яка виявляється у зростанні видового розмаїття та кількості медіапродуктів, їхній стильовій різноманітності, дискурсивній інтерференції (інтердискурсивності), гіпертекстуальності, жанровій гібридизації та дифузії. Як зазначає Ю. Половинчак: «Швидкість змін перевищує сьогодні швидкість їхньої теоретико-методологічної рефлексії» [1, с. 31].

Стилі та жанри мають соціальну, функціонально зумовлену природу, відображають і документують соціально закріплені форми спілкування у певних комунікативних ситуаціях [2–5], тому навіть жанри наукової й академічної прози, що їх традиційно вважають більш статичними та монолітними, зазнають впливу унаслідок трансформацій комунікативних і соціокультурних практик. Вивчення сутності, головних ознак, опису і типології мовленнєвих жанрів, які є «формою реалізації комунікативної діяльності у комунікативній події» [6, с. 28], «соціориторичною категорією» [7, с. 23, 36], «елементами дійсності, фактами суспільної свідомості» [8, с. 193], нині перебуває у колі дослідницьких інтересів вітчизняних і зарубіжних мовознавців.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Розвиток фундаментальних і прикладних досліджень за міждисциплінарними напрямками, активна інноваційна діяльність, новітні інформаційні технології сприяють перегляду форм і методів подачі інформації, оновленню репертуару жанрів, модифікації тих, які вже існують, і появи нових. Еволюційні та модифікаційні процеси, що їх зазнають периферійні жанри професійного і наукового спілкування, хоч і ставали предметом мовознавчих студій Т.В. Яхонтової [7], V.K. Bhatia [9], С. Berkenkotter et al [10], S.A. Hook [11], K. Nyland [12], B.-L. Gunnarsson [13],

С. R. Miller et al [5; 14], проте порівняно з основними (нуклеарними) жанрами, у рамках яких фіксація дисциплінарного знання здійснюється із застосуванням досить стандартних для наукового стилю риторичних прийомів і лінгвістичних засобів, не були різнобічно і глибоко висвітлені. Так, зокрема, статті головних редакторів чи запрошених гостей, розміщені у редакційній колонці (*editorials, editorial page, opinion page*), листи до редакції (*letter to the editors*), науково-технічні рекламні статті, які повідомляють про новітні розробки у медицині та стоматології та які на шпальтах англomовних фахових періодичних видань представлені під рубриками *new products, trade news, top products, dental industry, marketplace, industry news*, залишаються поза фокусом сучасної генології, про них майже не згадують у системах жанрів професійного чи наукового дискурсу.

На думку дослідників К. Бурич [15], М.К. Василенка [8], Л. Звелідовської [16], Х. Калинюк [17], Н. Зелінської [18], О.А. Черниш [19], L.L. Babb [20], М. Devis [21], J. Firmstone [22], А. Singh [23], редакційна / редакторська колонка у сучасних ЗМІ – це соціокомунікативний феномен, котрий відповідає запитам суспільства та покликаний репрезентувати світоглядну позицію колумніста, його суб'єктивний погляд або узагальнений погляд видання, редакційної колегії. У найзагальнішому тлумаченні це невелика за обсягом стаття, яка публікується з певною регулярністю та займає визначене місце у періодичному виданні. Натепер не існує усталеного визначення цієї жанрової форми, точаться суперечки щодо її сутності, природи, хоча історія редакторської колонки налічує понад двісті років [24 с. 83; 22, с. 5].

Більшість дослідників теорії журналістики визнають колонку як окремий самостійний жанр, оскільки йому властиві певні типові жанротвірні характеристики [15; 18; 19], хоча також існували погляди на такий тип текстів як на форму коментаря чи різновид есе тощо [8; 24; 25]. Низка робіт присвячена опрацюванню окремих аспектів цього жанру, зокрема, з позиції комунікативної лінгвістики [26; 21; 22], лінгвостилістики [24; 16, 20; 27] та з когнітивно-дискурсивної позиції [28; 29]. Окремі праці зарубіжних дослідників висвітлюють особливості редакційної колонки у науковій і фаховій періодиці [23; 28; 30]. Е. Хат, лікар, автор широко відомих праць про науковий стиль мовлення у медицині, стверджував, що для написання такої статті слід докласти значно більше зусиль, ніж для написання оригінальної дослідницької статті (IMRaD article) [30, с. 69] саме через нестрогу визначеність жанрових характеристик першої.

Тому **мета** запропонованої статті – осмислити роль жанру редакційної колонки у системі жанрів англomовного фахового видання зі стоматології як основного каналу формальної професійної комунікації, проаналізувати її основні комунікативно-прагматичні характеристики (суспільну сферу та типову ситуацію спілкування, особливості адресанта й адресата, комунікативну мету жанру, стратегії її втілення). Матеріалом дослідження слугували 30 статей зазначеного жанру, вибрані з міжнародних фахових журналів зі стоматології «The Journal of American Dental Association» (JADA), «British Dental Journal» (BDJ), «Journal of Dental Research» (JDR) за 2016–2021 р., представлених у електронному форматі. Обираючи видання, ми враховували імпаکت-фактор за 2 та 5 років станом на 2020 рік як кількісну ознаку зацікавленості журналом, вираження його авторитетності, престижу в певній професійній спільноті

та свідчення якості представлених публікацій. Дослідження виконане в рамках жанрознавчого напрямку, запропонованого Т. Яхонтовою, – лінгвістичної генології наукової комунікації [7], спрямованої на сумарно збалансований аналіз жанрових характеристик; у роботі рухалися від безпосереднього розгляду текстів до виявлення їхньої комунікативної, змістової, композиційної та мовної специфіки і впливу на них інституційного контексту (індуктивний аналіз).

**Виклад основного матеріалу.** Мовознавці пропонують різні моделі аналізу й опису жанрів (М.М Бахтін [31], Т.В. Яхонтова [7], І.В. Корнейко [2], Т.В. Шмельова [3], V. Bhatia [9], С. Miller [4; 14], J. Swales [32]), які мають чимало спільного. Це, власне, підтверджує думку про неможливість схарактеризувати будь-який мовленнєвий жанр за єдиною інваріантною моделлю, оскільки «інваріанти мовленнєвих жанрів представлені у різних формах дискурсу саме у вигляді дискурсивних модифікацій, на які неможливо накласти жорстку схему» [4, с. 45]. Щоб представити загальну характеристику жанру редакційної колонки, ми використали набір параметрів, запозичений із моделей Яхонтової [7, с. 123–131], V. Bhatia [9, с. 22–24] та J. Swales [32], котрий, на нашу думку, релевантний для опису більшості жанрових форм. Модель запропонованого жанрового аналізу включає такі основні параметри: 1) комунікативно-прагматичний (мінімальну прагматичну рамку [33, с. 253; 4, с. 45]), який охоплює аналіз ситуативно-контекстуальних чинників функціонування жанру, характеризує його місце у жанровій системі, його соціально-професійний статус, стосунки адресанта й адресата, виявляє комунікативну мету жанру; 2) змістово-тематичний; 3) структурно-композиційний і 4) мовностилістичний. Як випливає із формулювання мети, на описі перших двох параметрів буде сфокусована запропонована розвідка.

Кожний випуск BDJ розпочинається з рубрики «Editorial», де головний редактор чи, рідко, запрошений гість видання висловлює власну позицію щодо найбільш значущих, на його погляд, подій, як, наприклад, виборів Президента Британської Асоціації Стоматологів, питань, пов'язаних із наданням стоматологічної допомоги населенню під час пандемії COVID-19, зміни харчових звичок населення, які сприяли виникненню нових стоматологічних проблем, окреслює об'єктивно нагальні проблеми галузі, пропонує власне бачення напрямків їхнього вирішення. Досліджувані статті у BDJ є звичай одноосібними. Натомість у журналах JADA (рубрика *Commentary* підрубрики *Editorial* чи *Guest Editorial*) і JDR (рубрика *Departments* підрубрики *Editorial* чи *Invited Editorial*) головний редактор не є постійним автором колонки, «голосом видання» частіше запрошують виступити фахівців зі значним статусним компонентом (авторитетом у науковому середовищі, який демонструє обізнаність у певній науковій темі чи проблемі галузі, має високий індекс цитування тощо). Що ж до кількості співавторів таких статей у JADA та JDR, то найчастіше це дві-три особи, тому припускаємо, що індивідуальний стиль адресанта у цьому разі дещо нівелюється.

Особистість автора є основним смисловим ядром цього жанру, а його ім'я може навіть стати знаком видання, як, наприклад, ім'я Стефена Хенкокса (Stephen Hancocks), котрий понад 15 років очолює BDJ і чий ідіостиль ще чекає на дослідників. У проаналізованих журналах роль адресанта – суб'єкта мовлення, відомого за ім'ям, базується на особистісному потенціалі за домінуючої функції професійного знання, харак-

теризується індивідуальною манерою мовлення, з одного боку, й узагальненістю, з іншого, оскільки може виражати позицію колективу редакції чи певної професійної групи. Відповідно до концепцій комунікативних ролей, запропонованих О.Г. Почепцовим [34], М. Devis [21] і V. Ramanathan [29], можна визначити, що автори редакційної колонки поєднують ролі мовця – автора повідомлення та мовця – представника певної інституції (видання, професійної асоціації тощо). Адресант прагне насамперед до інтелектуального впливу на учасників комунікації – теоретиків, клініцистів, чия професійна діяльність передбачає органічне поєднання практичних і науково-дослідницьких компонентів, професійні групи як-от British Dental Association, Commission on Dental Accreditation, International Dental Federation тощо.

Тобто можемо говорити про колективного адресата – рівностатусних фахівців – і, відповідно, суб'єкт-суб'єктні відносини між адресантом і адресатом, які ґрунтуються на взаєморозумінні та взаємодії: і адресант, і адресат демонструють високу фахову компетентність, мають спільний фонд знань, подібні статусні та соціокультурні характеристики, володіють комунікативною нормою, тобто «сукупністю усталених у конкретному суспільстві мовних звичок і правил суспільного використання мови у певній комунікативній ситуації» [35, с. 72]. Отже, позиціонується рівність учасників професійного спілкування у рамках спільного інформаційного простору, що є характерною ознакою професійного та наукового дискурсу. Питання, порушені у редакційній колонці, можуть бути адресовані також соціально впливовим агентам, які або не входять до кола професійної спільноти стоматологів, або знаходяться на його периферії, як-от: державні урядові структури, адміністрації лікувальних і дослідницьких установ, фармацевтичні компанії тощо: *Lack of finances limits access to dental care, as does the lack of dental insurance, because Medicare does not cover dental treatment* [43, с. 881]. *For the dental care sector, the two bodies with key governance roles are the GDC (the General Dental Council) and the Care Quality Commission (CQC). <...> The Department of Health and Social Care is sleepwalking into trouble which can and should be avoided* [44, с. 565]. *The organization and administration of all health care is in a state of flux, and dentistry, although apart from general health care in many ways, is not immune from challenges to the status quo and changes* [45, с. 584].

Тематика проаналізованих публікацій охоплює широкий спектр питань: це проблеми та перспективи клінічної та профілактичної стоматології, упровадження наукових і технічних досягнень, зміни організації роботи у галузі, спрямовані на поліпшення умов праці стоматологів, на зростання якості стоматологічних послуг, освітні виклики у процесі підготовки фахівців і їх подальшого фахового розвитку. Зрештою, досліджувані матеріали можна тематично згрупувати у три великі класи: 1) статті, орієнтовані на наукові дослідження; 2) статті, орієнтовані на практичні аспекти стоматології; 3) статті, присвячені впливу суспільно-політичного порядку денного на галузь.

Основною комунікативною метою редакційної колонки у досліджуваних журналах є демонстрація думки суб'єкта певної сфери соціальної практики щодо актуальних питань цієї сфери у формі стислого аналізу, оцінки чи прогнозу, причому важливим у цьому випадку є не лише привернення уваги до

ситуації чи проблеми, а й характер її оцінки. Так, наприклад, у статті «*Will the DDS class of 2021 be practice ready?*» [46] С.А. Murdoch-Kinch і співавтори визнають проблеми, пов'язані з підготовкою та випуском лікарів-стоматологів у США під час пандемії COVID-19, проте аналіз численних даних щодо оцінювання знань і навичок студентів і випускників дозволяє авторам запевнити громадськість у належній фаховості молодих колег: *However, the impact on the graduate of the loss of professional interaction and time for feedback and reflection is yet to be determined. We are optimistic about their future and that they have the tools to succeed and continue to learn and grow as professionals* [46, с. 336].

Проаналізовані тексти також мають на меті привернути увагу ширшої аудиторії та закріпити її зацікавленість за певним фаховим виданням як носієм нової, актуальної професійно релевантної інформації, загалом підтримувати високий статус професії: *Dentistry attracts people with high levels of technical savvy as well as those who enjoy blending their artistic skills with the science behind procedures* [47, с. 201].

Досягнення окреслених комунікативних цілей зумовлює насамперед використання стратегії інформування, котра є основною у створенні наукового дискурсу та спрямована на актуалізацію науково-професійної інформації й інтеграцію знань адресанта у модель світу адресата [10; 12; 14; 18]. У досліджуваних текстах ця стратегія втілюється через тактику постановки актуальної проблеми, тактики повідомлення, твердження, нагадування. На досягнення когнітивного унісону спрямована стратегія аргументації, яка є іманентною властивістю наукової полеміки та пов'язана з обґрунтуванням фактів і закономірностей їхніх зв'язків [36; 37, с. 282; 38, с. 31]. Ця стратегія полягає у переконанні адресата в істинності висунутих положень і реалізується у досліджуваних текстах за допомогою тактики посилення на факти, приклади, тактики обґрунтування оцінок, цитування чи апелювання до авторитету, до статистичних даних, наприклад: *Nicotine and its effect on the oral cavity is a significant source of concern, as 45% of the nicotine released from electronic nicotine delivery systems is deposited in the oral cavity regardless of how deeply or frequently one inhales.<sup>15</sup> Furthermore, nicotine concentrations in saliva are 10.5 times higher than those in plasma.<sup>16</sup> A robust body of literature indicates that nicotine can exert deleterious effects on gingival fibroblast attachment,<sup>17,18</sup> extracellular matrix formation, and integrin production<sup>19</sup>...* [48, с. 156].

Професійно релевантні події та проблеми, порушені у редакційній колонці, адресант трактує через призму власного світобачення, досвіду, дає власну оцінку, позиціонує своє до них ставлення. Серед стратегій, спрямованих на увиразнення «авторського голосу» в текстах досліджуваного жанру і покликаних «спонукати, впливати, стимулювати та надихати адресата» [39, с. 11], виділяємо стратегії суб'єктивізації, самопрезентації та метакомунікативну стратегію.

Так, стратегія суб'єктивізації покликана підкреслити діяльнісний стиль мислення автора, «який відображає процес пізнання як діяльність активного пристрасного суб'єкта» [40, с. 108]. Ця стратегія насамперед втілюється у довільній композиції твору, тактиках емоційної оцінки, автобіографічних вкрапленнях, наприклад: *It was heart-warming to see in recent polling on public trust of the professions, that we dentists are rated third (90% trusted) behind only nurses (95%) and doctors (93%)*

[49, с. 321]. *Previously, when I was studying dental public health as a postgraduate, I had the privilege of attending lectures by the late and great Professor Aubrey Sheiham [50, с. 1]. For example, when I was a kid, there were no consistent and widely accepted science-based recommendations for oral health care at home. I'm not sure my parents were given proper directives on personal care, so I only heard "go brush" [51, с. 708].*

Поширеність використання засобів суб'єктивізації у досліджуваних журналах різна: так, у редакторських колонках BDJ спостерігаємо більшу присутність автора у тексті, виразнішу фіксацію його суб'єктивності порівняно з JADA. Що ж до JDR, то автори зазвичай зберігають прихильність до безсуб'єктивності, дещо відстороненої манери викладу як усталеної характеристики наукового стилю.

Комунікативна стратегія самопрезентації втілена у досліджуваних текстах за допомогою кількох тактик. Тактика об'єктивного інформування про себе як про фахівця скерована на подання відомостей фактичного характеру, що можуть бути перевірені. Наприклад, автори наводять факти про участь у наукових конгресах, комісіях, спілках, у такий спосіб декларуючи свою компетентність, повноваження і посилюючи професійний публічний імідж: *I was elected to Bill's Council in the BDA – and even that election was one of those spur of the moment things [52, с. 659]. However, my last seven years as a member of the BDA's Board have been thoroughly illuminating and a great education about a multiplicity of complex professional issues [49, с. 321].*

Солидаризація як тактика комунікативної стратегії самопрезентації підкреслює належність адресанта й адресата до певної професійної групи та спрямована на «прагнення створити враження спільності поглядів, інтересів, прагнень, почуття «психологічного» співзвуччя мовця й аудиторії» [41, с. 50]: *As professionals we battle everyday with the ravages and effects of microorganisms most notably in relation to caries and periodontal diseases. I have written previously about how our professional worlds are constructed purely on the activity of organisms we cannot even see [53, с. 485].*

Тактика трансференції у досліджуваних текстах застосовується як «ненав'язливе поширення авторитету та престижу того, що цінує та поважає адресант» [42, с. 205]: *On October 19, 2020, the American Dental Association's House of Delegates passed Resolution 84H-2020, which states that oral health is an integral component of systemic health. The resolution also explains that dentistry is essential health care because of its role in evaluating, diagnosing, preventing, or treating the oral diseases that can affect systemic health [54, с. 711]. I had the privilege of attending lectures by the late and great Professor Aubrey Sheiham. One particularly engaging presentation was his analogy for caries prevention [50, с. 1].*

Дотримання нормативної й етикетно прийнятної поведінки, зумовленої соціальними сценаріями, відображається у метакомунікативній конвенційності. Серед тактик у рамках метакомунікативної стратегії, до яких звертаються автори BDJ і JADA, слід виокремити тактику використання елементів фатичної бесіди, як-от привітання побажання, подяки, тощо: *I will work to build on my predecessors' successes, and I would like to thank Dr. Jeffrey A. Platt for his role as Interim Editor in Chief and Dr. Michael Glick who served as the longest standing JADA Editor in Chief [55, с. 1]. So it is with as genuine a goodwill now, as then, that I wish you a happy, healthy and prosperous Christmas*

*and New Year and offer the reassurance that I will still be listening to you in 2020, and beyond, and I will be working with you and for you [56, с. 1205].*

Результати дослідження демонструють виражену суб'єктивізацію в одноосібних статтях, більш типових для BDJ і JADA, попри їхню загальну високу інформативність та аргументованість.

**Висновки.** Отже, статті досліджуваної жанрової форми є важливим структурно-смысловим компонентом авторитетних міжнародних фахових видань у галузі стоматології й особливим видом професійного спілкування. Їм насамперед властиві такі параметри інституційного професійного дискурсу, як професійно осмислена предметна сфера; професійно марковані стратегії комунікативної поведінки, професійна самопрезентація. Матеріали, розміщені у редакторській / редакційній колонці, також можна охарактеризувати як іміджеві статті, котрі, актуалізуючи професійно та соціально значущі питання, посилюють публічний образ не лише автора, а й стоматологічної галузі загалом, наголошуючи на її важливій місії у збереженні загального здоров'я та поліпшенні якості життя людей. Поєднання особистісного та фахового начал у створенні редакційної колонки, де окреслюються питання і події, важливі для професійної спільноти, сприяє її увиразненню, приверненню більшої уваги до фактичної інформації. Як експерт у своїй галузі, автор колонки допомагає читачам осмислити колосальний обсяг регулярно поновлюваної інформації. Дослідження структурно-композиційних і мовностилістичних особливостей жанру колонки редактора уможливить глибше розуміння її місця у текстовій ієрархії, утвореній професійними жанрами сучасного дискурсу стоматології.

#### Література:

1. Половинчак Ю. Конвергентні процеси в сучасному інфопросторі: трансформації текстів, практик, ієрархій. *Наукові праці Національної бібліотеки імені В.І. Вернадського*. 2017. Вип. 46. С. 31–44.
2. Корнейко І.В., Петрова О.Б., Попова Н.О. Теорія жанру: теоретичні та прикладні аспекти : монографія. Харків : «Друкарня Мадрид», 2014. 127 с.
3. Шмелева Т.В. Речевой жанр: опыт общелингвистического осмысления. *Collegium*. 1995. № 1–2. С. 57–65.
4. Руженцева Н.М. Речевой жанр: портрет в контексте дискурса (к вопросу о методике описания). *Политическая лингвистика*. Вып. 1 (51). 2015. С. 44–58. URL: <http://journals.uspu.ru/attachments/article/901/05.pdf>.
5. Miller C.R. Genre as social action. *Genre and the New Rhetoric*. London : Taylor & Francis Ltd., 1974. P. 23–42. URL: <https://www.bu.edu/wpnet/files/2018/06/Miller-C-Genre-as-Social-Action-1984.pdf>.
6. Козубська І.Г. Лінгвопрагматичні параметри мовленнєвого жанру «монографія» в англійській мові (на матеріалі текстів з інформаційних технологій) : дис. ... канд. філол. наук : НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського», Запорізький національний університет. Київ – Запоріжжя, 2018. 230 с.
7. Яхонтова Т.В. Лінгвістична генологія наукової комунікації : монографія. Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009. 420 с.
8. Василенко М.К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. Київ, 2006. С. 238.
9. Bhatia V.K. Analysing Genre: Language Use in Professional Settings. London : Longman, 1993. 246 p.

10. Berkenkotter C., Huckin T. Genre Knowledge in Disciplinary Communication: Cognition / Culture / Power. Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum, 1995. 208 p.
  11. Hook S.A. Early dental journalism: A mirror of the development of dentistry as a profession. *Bull Med Libr Assoc.* 1985. № 73 (4). P. 345–51.
  12. Hyland K. Disciplinary Discourses: Social Interactions in Academic Writing. The Univ. of Michigan Press, 2004. 216 p.
  13. Gunnarsson B.-L. Professional Discourse. London, New York : Continuum. 2009. 275 p.
  14. Miller C.R., Fahnestock J. Genres in Scientific and Technical Rhetoric. *Poroi.* 2013. Vol. 9 (1). P. 1–4. URL: <https://dx.doi.org/10.13008/2151-2957.1161>.
  15. Бурчак Л. Жанрова модифікація інтернет-колоністики (за колонками онлайн-видання «Українська правда»). *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика.* 2018. Вип. 44. С. 66–73.
  16. Звєдівська Л. Колоністика як жанр публіцистики. *Образ.* 2010. Вип. 11. С. 40–46.
  17. Калинюк Х. Авторська колонка: проблеми жанрової ідентифікації. Інформація, комунікація, суспільство : матеріали І Міжнар. наук. конф., 25–28 квітня 2012 р. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. С. 38–39.
  18. Зелінська Н. Сучасна наукова періодика: пошуки «нової мови». *Актуальні проблеми журналістики.* Ужгород, 2001. С. 444–448.
  19. Черниш О.А. Медіажанр «слово редактора»: лінгвостилістичний та лінгвокомунікативний аспекти (на матеріалі сучасних англomовних глянцевих журналів) : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ, 2015. 20 с.
  20. Babb L.L. The Editorial Page. *Writing in style.* Boston : Houghton Mifflin, 1977. P. 55–87.
  21. Davis M. Editorial personality: factors that make editorial writers successful. University of Missouri-Columbia. 2013. 107 p. URL: <http://hdl.handle.net/10355/37921>.
  22. Firmstone J. Editorial journalism and newspapers' editorial opinions. Oxford Research Encyclopedia of Communication. Oxford UP. Oxford, England. 24 p. DOI:10.1093/acrefore/9780190228613.013.803
  23. Singh A., Singh S. What is a good editorial? *Mens Sana Monogr.* 2006. Vol. 4 (1). P. 14–17. doi:10.4103/0973-1229.27600
  24. Баловнева И.Н. Колонка редактора: возвращение жанра. *Наука и современность.* № 2–4. 2010. С. 82–86. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kolonka-redaktora-vozvraschenie-zhanra>.
  25. Hallin D., Mancini P. Comparing media systems: Three modes of media and politics. Cambridge, U.K. : Cambridge University Press. 2003. 343 p.
  26. Шилина А.Г. Слово редактора как жанр женского журнала. *Культура народов Причерноморья.* № 155. 2009. С. 122–124.
  27. Peh W.C., Ng K.H. Writing an editorial. *Singapore Med J.* 2010. Vol. 51 (8). P. 612–615. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/20848056/>.
  28. Flowerdew Jh., Dudley-Evans T. Genre Analysis of Editorial Letters to International Journal Contributors. *Applied Linguistics.* Vol. 23 (4). 2002. P. 463–489. URL: <https://doi.org/10.1093/applin/23.4.463>.
  29. Ramanathan V., Kaplan R. B. Genres, authors, discourse communities: theory and application for (L1 and) L2 writing instructors. *Journal of Second Language Writing.* 2000. Vol. 9 (2). P. 171–191. URL: [https://doi.org/10.1016/S1060-3743\(00\)00021-7](https://doi.org/10.1016/S1060-3743(00)00021-7).
  30. Huth E.J. The editorial. *How To Write and Publish Papers in the Medical Sciences.* Baltimore: Williams and Wilkins, 1982. P. 69–71.
  31. Бахтин М.М. Проблема речевих жанрів. *Эстетика словесного творчества.* Москва : Искусство, 1986. С. 250–296.
  32. Swales J. Genre Analysis. Cambridge : Cambridge University Press. 1990. 274 p.
  33. Платонова О.В., Виноградов С.И. Прагматика и риторика дискурса и выражение оценки. *Культура русской речи.* Москва : Норма-Инфра, 1978. С. 253–264.
  34. Почепцов О.Г. Комунікативний статус як параметр мовленнєвої взаємодії. *Мовознавство.* 1989. № 4. С. 40–45.
  35. Романюк В.Л. Фактор адресованості в англomовному офіційно-діловому дискурсі. *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 9. Сучасні тенденції розвитку мов.* Вип. 4. 2009. С. 71–75. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua:8080/bitstream/handle/123456789/3611/Romaniuk.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
  36. Доронкіна Н.Є. Категорії наукового дискурсу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філологічна.* 2012. Вип. 29. С. 54–56.
  37. Федорченко Г.М. Маркери аргументації в науковому дискурсі. *Психолінгвістика. Психолінгвістика. Psycholinguistics.* 2013. Вип. 14. С. 274–283.
  38. Eemeren F.H. van, Strategic maneuvering in argumentative discourse: extending the pragma-dialectical theory of argumentation. J. Benjamins Publishing, 2010. 308 p.
  39. Желтухина М.Р. Масмедіальна культура воздействия. *Східнослов'янська філологія (Мовознавство).* 2010. № 18. С. 10–19.
  40. Мартинюк А.П. Перекладацька діяльність з позицій інтегративної теорії мови. *Переклад у наукових дослідженнях представників харківської школи.* Вінниця : Нова Книга, 2013. С. 107–114.
  41. Паршина О.Н. Российская политическая речь: теория и практика. Москва : ЛКИ, 2007. 232 с.
  42. Романченко А.П. Стратегія самопрезентації та її тактики (на матеріалі лінгвістичного дискурсу). *Записки з українського мовознавства.* 2018. Вип. 25. С. 197–209.
- Джерела ілюстративного матеріалу:*
43. Marchini L. Coronavirus disease 2019 and dental care for older adults: New barriers require unique solutions. *JADA.* Vol. 151 (12). 2020. P. 881–884. URL: [https://jada.ada.org/article/S0002-8177\(20\)30588-2/fulltext](https://jada.ada.org/article/S0002-8177(20)30588-2/fulltext).
  44. Batchelor P. A case of somnambulism? *Br Dent J.* Vol. 228 (8). 2020. P. 565. URL: <https://doi.org/10.1038/s41415-020-1538-2>.
  45. Guay, A.H. Where is dentistry going? Advice from the Cheshire cat. *JADA.* Vol. 147 (11). 2016. P. 853–855. URL: [https://jada.ada.org/article/S0002-8177\(16\)30704-8/fulltext](https://jada.ada.org/article/S0002-8177(16)30704-8/fulltext).
  46. Murdoch-Kinch C.A. Will the DDS class of 2021 be practice ready? *JADA.* Vol. 152 (5). 2021. P. 335–337. doi: 10.1016/j.adaj.2021.03.005.
  47. Heir G.M. Continuing education: Caveat emptor. *JADA.* Vol. 148 (4). 2017. P. 201–203. URL: [https://jada.ada.org/article/S0002-8177\(17\)30084-3/fulltext](https://jada.ada.org/article/S0002-8177(17)30084-3/fulltext).
  48. Kumar P., Geisinger, M., DeLong H. Living under a cloud. *JADA.* Vol. 151 (3). 2020. P. 155–158. URL: [https://jada.ada.org/article/S0002-8177\(20\)30004-0/fulltext](https://jada.ada.org/article/S0002-8177(20)30004-0/fulltext).
  49. Ladwa R. Presidential address. *Br Dent J.* Vol. 229 (6). 2020. P. 321–322. URL: <https://doi.org/10.1038/s41415-020-2174-6>.
  50. Hancocks S. Previously. *Br Dent J.* Vol 230 (1). 2021. P. 1. URL: <https://www.nature.com/articles/s41415-020-2550-2>
  51. Crowley J.P. The most important invention in the history of dentistry and what it teaches us about the future. *JADA.* Vol. 148 (10). 2017. P. 707–708. URL: [https://jada.ada.org/article/S0002-8177\(17\)30751-1/fulltext](https://jada.ada.org/article/S0002-8177(17)30751-1/fulltext).
  52. Sanderson S. Presidential address. *Br Dent J.* Vol. 224 (9). 2018. P. 659–661 <https://doi.org/10.1038/sj.bdj.2018.363>.
  53. Hancocks S. Something beginning with 'c'. *BDJ.* Vol. 228 (7). 2020. P. 485. URL: <https://www.nature.com/articles/s41415-020-1483-0>
  54. Klemmedson D.J. Dentistry is essential ... so what does that mean? *JADA.* Vol. 152 (9) 2021, P. 711–712. URL: [https://jada.ada.org/article/S0002-8177\(21\)00440-2/fulltext](https://jada.ada.org/article/S0002-8177(21)00440-2/fulltext).
  55. Wright J.T. Dentistry and Science 2020 Through 2021. *JADA.* Vol. 152 (1) 2021. P. 1–2. URL: [https://jada.ada.org/article/S0002-8177\(20\)30778-9/fulltext](https://jada.ada.org/article/S0002-8177(20)30778-9/fulltext)
  56. Meurman J.H. Ethics in Research: Still an Issue. *J Dent Research.* Vol. 95 (11). 2016. P. 1205–1206. URL: <https://journals.sagepub.com/toc/jdr/95/11>.

**Kostenko V., Solohor I. Key communicative and pragmatic characteristics of editorials in international dental journals**

**Summary.** The aim of this study is to ponder on the role of the editorial column in the hierarchy of genres represented in dentistry international periodicals, which serve as the main channel of formal professional communication, as well as to analyze its main communicative and pragmatic characteristics (social sphere and typical communication situation, features of the addresser and addressee, communicative purposes of this genre and the strategies for their implementing). The study material includes 30 editorials, selected from reputable international dental journals: “The Journal of the American Dental Association”, “British Dental Journal”, and “Journal of Dental Research” for 2016–2021. The topics covered in this type of articles are divided into three vast classes: research-oriented articles; articles focused on practical aspects of dentistry; and articles highlighting the impact of socio-political events on the dentistry. The main communicative purpose of the editorials is not only to display the point of view of a representative of a certain domain in social practice on the most relevant issues in the domain but to provide their concise analysis, assessment, or forecast. Thus, editorials aim to draw attention to the issues

or situation and to focus on the attention from a wider audience as well as to consolidate its interest in a particular professional journal as a reliable source of new discipline-specific information, and to support the high status of the profession. The addresser, who combines the role of a speaker and a respected representative of a particular institution, seeks to have an intellectual influence on the collective addressee, peers.

Achieving the outlined communicative purposes presupposes applying information and argumentation strategies, which are known as central in creating scientific discourse and aim to streamline scientific and professional information and to integrate the addresser’s knowledge into the addressee’s world model. Profession-specific events and problems raised in the editorials, are interpreted through the prism of the author’s own worldview, experience, values; the authors express own opinions about them, therefore, among the strategies used to enhance the “author’s voice”, we emphasize the strategies of subjectivization, self-presentation and metacommunication. The interweaving of author’s personal and professional characteristics in creating editorials contributes to the stylistics diversity within the genre.

**Key words:** genre, editorial, addresser, addressee, communicative purpose, communicative strategies and tactics.