



УДК 811.161.2-93:070.41

DOI 10.35433/philology.3 (98).2022.149-158

ДІАЛОГ І КАТЕГОРІЯ ДІАЛОГІЧНОСТІ В УКРАЇНСЬКОМУ МАС-МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

О. М. Назаренко*, О. В. Занько**

Статтю присвячено дослідженню діалогічної природи українського мас-медійного дискурсу, зокрема газетного тексту, та діалогу як форми текстового спілкування. Обґрунтовано поняття діалогу як способу організації мовлення та діалогічності як текстової категорії. Діалог репрезентує комунікативну взаємодію двох комунікантів і вимагає від учасників спілкування дотримання певних умов. Діалогічність тексту ширша за поняття діалогу, ця категорія виражається незалежно від характеру мовлення, є репрезентацією внутрішньої сутності тексту як процесу та результату комунікативної взаємодії.

Зазначено, що в газетному тексті розрізняємо два типи діалогічності – внутрішню та зовнішню. Зовнішня діалогічність стосується міжтекстової взаємодії й збігається з поняттям інтертекстуальності. Внутрішня є суб'єктно-текстовою, пов'язана з чинниками адресанта й адресата газетного тексту; проаналізовано їх особливості та засоби вираження. Описано засоби репрезентації текстової категорії діалогічності в заголовкових комплексах, що містять питально-відповідні діалогічні єдності, та визначено основні моделі, у яких реалізовано категорію діалогічності, а саме: діалогічні єдності, квазидіалогічні конструкції, двочленні заголовки з відкритим питанням. Розглянуто діалогічну взаємодію між комунікантами медійного дискурсу в жанрі інтерв'ю, у якому найповніше реалізується категорія діалогічності. У тексті інтерв'ю виокремлено два типи комунікативної взаємодії – адресатно домінуючий, який зумовлений пріоритетною роллю співрозмовника, та адресатно домінуючий тип характеризується тим, що мовець займає активну позицію й визначає вектор і зміст комунікативного акту, у тексті переважають авторські коментарі, актуалізація авторської позиції.

Ключові слова: категорія діалогічності, газетний текст, заголовковий комплекс, адресант, адресат, діалогічні моделі, інтерв'ю.

* кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри прикладної лінгвістики
(Національний університет "Одеська юридична академія"),
nazoks13@gmail.com

ORCID: 0000-0002-4697-6100

** старший викладач кафедри прикладної лінгвістики
(Національний університет "Одеська юридична академія"),
elenazankomail@gmail.com

ORCID: 0000-0001-6783-4892

DIALOGUE AND THE CATEGORY OF DIALOGISM IN THE UKRAINIAN MASS MEDIA DISCOURSE

Nazarenko O. M., Zanko O. V.

The article is devoted to the study of the illogical nature of Ukrainian mass media discourse, namely newspaper text and dialogue as a form of textual communication. The study substantiates the concept of dialogue as a way of organizing speech and dialogism as a text category. Dialogue represents communicative interaction of two communicators and requires the participants of communication to comply with certain conditions. The dialogism of the text is broader than the concept of dialogue, because this category is expressed regardless of the nature of speech, is a representation of the inner essence of the text as a process and result of communicative interaction.

This theory is aimed at the study of dialogism as a defining feature of text and discourse in a broad sense. As for the newspaper text, two types of dialogism are distinguished: external and internal. The first concerns intertextual interaction and coincides with the concept of intertextuality. Internal dialogism is subject-text related to the factors of the addressee and addresser of the newspaper text. The article describes the means of representing the textual category of dialogism in heading complexes containing interrogative-corresponding dialogical units; it considers the main models in which the category of dialogism is implemented are defined, namely: dialogical units, quasi-dialogical constructions and two-part headings with an open question; dialogical interaction between communicators of media discourse in the interview genre, in which the category of dialogism is most fully realized. Regarding the text of the interview, two types of communicative interaction are distinguished: addressee-dominant and addresser-dominant type. The former type is determined by the priority role of the interlocutor. The latter is characterized by the fact that the speaker takes an active position and determines the vector and content of the communicative act, that is, the author's comments and actualization of the author's point of view prevail in the text.

Keywords: category of dialogism, newspaper text, heading complex, addressee, addresser, dialogical models, interview.

Постановка наукової проблеми. У сучасному мовознавстві особливу увагу науковців привертає проблема діалогу та діалогічності як одна з актуальних проблем, що уможлиблює потужність пізнання й мовомислення. У науковому просторі дослідження діалогічної природи мовлення та діалогу як форми текстового спілкування актуалізовано працями багатьох науковців: діалог тлумачать як систему обов'язків його учасників із забезпечення комунікативних потреб реципієнта. Мовець впливає на співрозмовника через систему висловлень, активізуючи функцію впливу за допомогою питальних висловлень, а реципієнт не пасивно сприймає інформацію, а інтерпретує її й відповідно реагує, задовольняючи інформаційні потреби мовця. Тема діалогу актуальна й у сучасній філософії. Діалог трактують як "засіб комунікації, у цьому процесі існують відносини партнерства, рівності, відкритості, взаємоповаги: діалог розглядають як засіб спілкування,

у процесі якого стимулюють моральне та духовне ставлення обох сторін комунікації. Основою діалогу є єдність суб'єктів діалогу, її виражено в близькості структур духовного світу, типовості проблемних ситуацій, що виникають перед суб'єктами, їх позицій і точок зору" [11: 9].

Діалогічність тексту ґрунтовніше поняття діалогу, тому що цю категорію реалізують незалежно від характеру мовлення – діалогічного, монологічного, полілогічного, – а є репрезентацією внутрішньої сутності тексту як процесу та результату комунікативної взаємодії.

У тексті реалізовані діалогічні відношення становлять ядро категорії діалогічності. Потрібно розрізняти поняття діалогу як способу організації мовлення та діалогічності як текстової категорії. Діалог протиставляють монологу й становить вербальну реалізацію спілкування двох осіб, реалізоване як питально-відповідний комплекс окремих реплік. Діалог репрезентує комунікативну взаємодію

двох комунікантів і вимагає від учасників спілкування дотримання певних умов: почерговості висловлення, змістового зв'язку окремих реплік, семантичної єдності діалогічних комплексів. Діалогічна сутність газетного тексту пов'язана з тим, що в мовленнєвому акті беруть участь два комуніканти: перший – мовець, продуцент, який реалізує комунікативну інтенцію, другий – слухач, читач, реципієнт – розшифровує комунікативний задум іншого.

Діалогічне мовлення повною мірою виражає діалогічні відношення в тексті, хоч і не є єдиною формою репрезентації діалогічності.

Діалогічну орієнтацію тексту як його провідний чинник підкреслює більшість сучасних дослідників. А. Мойсієнко зазначає: "Сприймаючи текст як специфічну мовну реальність, варто розглянути його як не менш специфічний процес, що протікає між свідомістю того, хто творить, і свідомістю того, хто сприймає" [4: 22]. Зважаючи на таке тлумачення тексту, можемо розглядати його як діалог між свідомостями комунікантів: текст є посередником між суб'єктами комунікації, між їхніми картинами світу, світосприйняттям і світоуявленням.

Діалогічність – провідна категорія газетного тексту, яка реалізується у двох вимірах: як взаємодія суб'єктно-текстова (автор – текст – читач) і як взаємодія міжтекстова (текст – текст). Суб'єктно-текстова взаємодія передбачає діалог між адресантом (автором) та адресатом (читачем) не безпосередньо, а опосередковано через текст, міжтекстова взаємодія виявляється в інтертекстуальності, зумовленій актуалізацією міжтекстових зв'язків. Дослідження функцій адресанта й адресата в мовленнєвій взаємодії особливої ролі набуває у вивченні масовоінформаційної діяльності, опосередкованої через ЗМІ, зокрема друковані видання, серед яких максимальну увагу привертають газетні тексти з огляду на притаманну їм доступність, оперативність

реагування на актуальні події, що визначає специфіку їхнього лінгвального оформлення.

Газетний текст як компонент масової комунікації функціонує в межах газетно-публіцистичного підстилю української мови, якому властиві такі риси: логізація викладу, документальна фактологічність, простота й доступність, оперативність та інформативність, прагматична настанова. Сучасний газетний текст функційно неоднорідний, він поєднує елементи художнього та наукового текстів із домінуванням художньої стилістики, реалізованої за допомогою цитування, мовної гри, текстової поліфонії, актуалізації ролі автора, читача, стилістичних прийомів пародії та імітації. Фундаментальною науковою працею, присвяченою комплексному аналізу мови друкованих засобів масової інформації, стала монографія М. Жовтобрюха "Мова української періодичної преси (кінець XIX – початок XX ст.)" [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти мовностилістичної, структурно-композиційної та жанрової оригінальності газетних текстів висвітлено в ґрунтовних дослідженнях Ф. Бацевича, І. Завальнюк, А. Мамалиги, Н. Непийводи, В. Різуна, К. Серажим, О. Сербенської, О. Стишова, М. Феллера, Г. Шаповалової та ін.

Діалогічну природу тексту описано в працях зарубіжних науковців (Р. Барт, Ж. Дерріда, У. Еко, В. Ізер) і продовжено в дослідженнях комунікативної природи тексту (Ф. Бацевич, І. Колегаєва, В. Кухаренко, Т. Радзієвська, М. Феллер). О. Селіванова запропонувала власну методика діалогічної інтерпретації тексту, що є "сукупністю процедур аналізу тексту як знакового посередника дискурсу з урахуванням екстралінгвальних чинників текстової комунікації й інтегративного принципу діалогічності" [9: 533].

Мета дослідження – проаналізувати засоби реалізації

категорії діалогічності в українському сучасному газетному тексті в структурно-семантичному аспекті; виявити особливості реалізації категорії діалогічності в тексті газетних повідомлень як результати взаємодії автора (адресанта) та реципієнта (адресата); схарактеризувати й розкрити специфіку реалізації діалогічності в заголовкових комплексах газетних видань та визначити основні моделі, у яких реалізовано категорію діалогічності; розглянути діалогічну взаємодію між комунікантами медійного дискурсу в жанрі інтерв'ю, оскільки в ньому найповніше реалізується категорія діалогічності.

Об'єкт дослідження – мова газетних текстів сучасних українських видань.

Методи дослідження. У розвідці використано загальнонаукові методи: описовий і метод спостереження, за допомогою яких проаналізовано специфіку та засоби реалізації діалогічності в газетних текстах; методи аналізу, синтезу, застосовані для систематизації й узагальнення матеріалів дослідження, а також спеціальні лінгвістичні методи: метод контекстуально-інтерпретаційного аналізу – для з'ясування функційного навантаження засобів реалізації діалогічності; метод діалогічної інтерпретації тексту – для комунікативно-прагматичного аналізу комунікативної ситуації взаємодії адресанта й адресата газетного тексту з огляду на його наскрізну діалогічність.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У сучасному мовознавстві затвердився принцип діалогічної природи мови як методологічний орієнтир лінгвістичної герменевтики завдяки концепції Вільгельма фон Гумбольдта: "У первинній сутності мови наявний незмінний дуалізм, і сама можливість мовлення зумовлюється зверненням і відповіддю" [13: 138]. Варто зазначити, що за цим принципом діалогічність представлена здебільшого загальним положенням про

"текст як посередник діалогу між адресантом і адресатом" [8: 136].

Цей принцип означає, що "використання мови завжди спрямовано на партнера в комунікації, реально присутнього, такого, що маємо на увазі, або такого, що ототожнюється з мовцем. У цьому розумінні всі тексти є функційно діалогічними, хоча вони не завжди реалізуються формально діалогічно", тож протиставлення діалогу й монологу втрачає сенс [14: 118].

Сучасні дослідники підкреслюють, що діалогічність увиразнює функцію інформування, яка притаманна всім текстам, і можливість діалогу відбуватися не тільки всередині висловлень, але й між ними. У різних типах текстів діалогічність ставала предметом аналізу лінгвістів – у науковому тексті (М. Кожина, Н. Красавцева), у художньому тексті української літератури XIX – ХХІ століття (Н. Шляхова) [12], але діалогічність газетного тексту з огляду на прагматичну орієнтацію останнього потребує ґрунтовного аналізу в українському мовознавстві.

Діалогічний характер текстової комунікації зумовив і врахування діалогічної природи тексту під час його аналізу. Зокрема, О. Селіванова запропонувала особливу методіку дослідження тексту, що передбачає врахування основних положень діалогічності дискурсу та становить сім ланок поступового аналізу тексту, які пізніше дослідниця називає "етапами діалогічності" [9: 638]. Методика запропонованого аналізу названа "методом діалогічної інтерпретації", вона містить такі послідовні етапи.

1. Установлення діалогічності певного тексту із системою інших текстів у текстовій синтагматичній та парадигматичній (визначення мовленнєвого жанру, типу текстими, закономірностей їхнього формування, стилю, методу, функціональних особливостей).

2. Визначення діалогічності тексту з особистістю адресанта в соціокультурному контексті доби створення тексту (виявлення місця

тексту в творчості автора, інтерпретація авторського задуму й інтенцій, відображення в тексті авторського світогляду, суспільно-політичної, естетичної, наукової позицій мовця).

3. Установлення діалогічності тексту в аспекті особистості адресата, його свідомості, світогляду, настанов, інтерпретанти, визначення значущості тексту для доби його сприйняття, розуміння, інтерпретації, його ефективності та функції стосовно інтерпретатора.

4. Опис відповідності описаних у тексті подій певній добі у співвідношенні з добою породження тексту та сприйняття (виявлення прототипових подій, осіб, фактів), установлення оцінок, значущості тексту для доби його породження та сприйняття.

5. Дослідження діалогічності тексту із "семіотичним універсумом" (текст у співвідношенні з матеріальною й духовною культурою), діалогічної взаємодії тексту з колективним несвідомим, колективними архетипами.

6. Звернення до діалогічності внутрішнього семіотичного простору тексту на підставі формулювання текстового концепту, опису тематичних макроструктур, виявлення значущості їхнього поєднання, чергування, а також характеристики концептуального простору тексту, глибинних змістів, підтексту.

7. Характеристика основних текстово-дискурсивних категорій і підкатегорій: універсальних і факультативних, а також мовних засобів їхньої репрезентації [9: 533].

Метод діалогічної інтерпретації – комплексна методика, тому що передбачає дотримання всіх етапів аналізу. Ми будемо використовувати його окремі аспекти, релевантні для дослідження мас-медійного тексту, зокрема газетного, а саме другий і третій етапи, пов'язані з чинниками мовця й адресата; п'ятий і шостий етапи, що передбачають аналіз

діалогічних макроструктур і міжтекстових діалогічних відношень.

У газетному тексті ми розрізняємо два типи діалогічності, образно кажучи, внутрішню та зовнішню. Зовнішня діалогічність стосується міжтекстової взаємодії й збігається з поняттям інтертекстуальності, що виражається за допомогою цитат, алюзій, прецедентних феноменів. Внутрішня – суб'єктно-текстовою, вона пов'язана з чинниками адресанта й адресата, точніше автора й читача в газетному тексті, тобто буде проаналізовано особливості взаємодії комунікантів у газетному тексті й через газетний текст.

Домінування чинника адресанта спостерігається в аналітичних матеріалах та художньо-публіцистичних жанрах, що визначає як зміст, так і спосіб подання інформації. Орієнтація на чинник адресата завжди імпліцитно наявна в тексті, навіть якщо відсутні будь-які мовні форми її вираження.

Текстовий адресант виражає авторську позицію, є цілісним суб'єктом мовлення, що бере участь у комунікативній взаємодії як з реальним читачем, так і з внутрішньотекстовим співрозмовником, у тексті виражається за допомогою дієслівних форм 1-ої особи однини/множини і відповідних займенників. Адресант у газетному тексті може бути виражений узагальнено, дієслівними формами множини та вказувати на генералізацію двох типів:

1) адресант – автор і внутрішньотекстові суб'єкти, 2) адресант – автор і читач, що підкреслює тотожність комунікативних позицій адресанта й адресата як учасників комунікативного акту. Узагальнений адресант репрезентує внутрішньотекстову діалогічність: автор ураховує чинник адресата як основний у тексті, об'єднує себе з адресатом, орієнтується на горизонт очікування. Адресант газетного тексту – реальний автор журналістського матеріалу, який водночас виступає

внутрішньотекстовим суб'єктом мовлення та зовнішньотекстовим суб'єктом – реальним автором [5: 155].

Складність і багатошаровість адресата газетного тексту зумовлена специфікою масової комунікації – масовий адресат передбачає узагальнене, збірне, колективне уявлення про отримувача повідомлення. У газетному тексті звертаються або до масового адресата чи узагальненої аудиторії за допомогою форми множини й відповідних дієслівних форм 2-ої особи множини, або до уявного конкретного читача за допомогою форм однини, наприклад: *У дуже світлий день – а це 27 березня – досить **нам** скімлити чи зі скорбною міною нарікати по закутках: "нікому ставити! ", "**наш** театр схожий на труп! ", "усі, хто був, або померли, або вийшли...". Так **ми** далеко **не заїдемо!** І вже ж точно поважати **себе не примусимо*** (Дзеркало тижня №11. 2011). Це уможливає відповідну інтимізацію викладу та домінування непрямого діалогу як способу подання інформації. Чинник адресата в газетному тексті **виражається за допомогою звертань, спонукальних та питальних синтаксичних конструкцій, наприклад: *Україно, я люблю тебе!*** (День № 177–178. 2010); *Хто зневажає вбогих – зневажає свого творця! Дорогі **брати і сестри!** Христос народився! **Славімо** його!* (Чорноморські новини № 1. 2021); *Боже, нам єдність **подай!*** (Українське слово № 40.2010); ***Врятуй** свою мову!* (Українське слово № 40. 2010); «Схід Опера» живе і буде жити! (День 29.04.2022); Відплата настане! (День 11.04.2022); *Чому в постмодерний час з'являються хай плюгавенькі, але інквізитори?* *Чому в постпостмодерний час можлива інквізиція? Може, від нестачі справжньої України модерної? Хто ми після цього? Народ чи чернь?* (Дзеркало тижня № 5. 2011).

Внутрішньотекстовий адресат представлений звертаннями до

співрозмовників автора та актуальний для діалогічно побудованих текстів.

Основною формою репрезентації внутрішньої діалогічності в газетному тексті є питально-відповідна, що може бути реалізована двома способами – монологічним і діалогічним. У монологічному мовленні й питання, і відповіді продукує автор, який водночас адресує ці питання собі й читачам, він актуалізує категорію діалогічності в тексті, підкреслюючи комунікативну ситуацію діалогічної взаємодії між адресантом (автором) та адресатом (читачами). Діалогічне мовлення передбачає вживання питальних речень, що потребують відповіді та становить основну форму репрезентації внутрішньотекстової діалогічності.

Заголовкові комплекси як семантичні напрями газетних статей створені за питально-відповідною моделлю. Їх поділяють на: 1) діалогічні єдності, 2) квазидіалогічні конструкції [6: 85], 3) двочленні заголовки з відкритим питанням. Діалогічні єдності становлять поєднання питального речення з розповідним або спонукальним та створюють ефект безпосереднього спілкування, наприклад: *Хто сказав, що буде легко? Це війна* (День 08.04.2020); *"Кроти" у владі чи **НАТО?*** Пропагандисти кремля взялися "палити хати" своїх агентів (Україна молода 21.09.2022); ***Брак кадрів чи навичок?*** Як допомогти реформі держслужби (Дзеркало тижня 11.03.2020); ***Чому*** запросили Козловського? ***Бо*** на телеканал "Дом" не всі підуть (Високий замок 25.09.2022); ***Біль*** у горлі, кашель? ***Викликайте*** лікаря (Високий замок № 215. 2010); ***Захворів? Сиди*** вдома! (Україна молода № 233. 2010). У таких заголовках автор ставить запитання і сам на нього відповідає, створюючи ефект безпосередньої діалогічної взаємодії з читачем.

Квазидіалогічні заголовкові комплекси містять питальне речення, яке скероване на пошук нової інформації і зменшення невизначеності об'єктивної реальності.

Відсутність тісного семантичного зв'язку компенсується в таких заголовкових комплексах комунікацією, підпорядкованою прагматичній настанові мовця, наприклад: **Коли повернеться Туск?** Як польська опозиція готується до виборів (Дзеркало тижня 01. 03.2019); **Гібридне Суспільне?** Як Перший Юей «вшанував» героїв Крут телепримітивом (УМ. 2018. № 12); **Яким язиком гроші заробляти?** На східному фронті гинуть воїни, захищаючи Україну... Яку і чию Україну? (Україна молода 2017. № 116); **Квартирний дефіцит повертається?** Замість очікуваного літнього затишшя ринок оренди житла демонструє цінове пожвавлення (День № 121. 2010). Найявність семантичного зв'язку, репрезентованого на лексичному рівні, визначає напрямок тематичного розгортання змісту основного газетного тексту.

Заголовки з "відкритими" питаннями апелюють до основного тексту, вони потребують коментарів, пояснення, уточнення, і завдяки їхній семантичній "відкритості" змушують адресатів шукати відповіді в тексті газетного повідомлення, активізують до читання основного тексту та інтелектуального пошуку, наприклад: *У мене вже 12 років стоїть бойлер. Чого маю платити за постачання гарячої води?* (Високий замок 15.11. 2022); *Капітал іде. Чи готова до цього Україна?* (Дзеркало тижня 11. 03.2020); *Придністровські уроки для України. Чи реальний "план Козака" для Донбасу?* (Дзеркало тижня 13. 02.2020); *Українськомовна опера. Чи можливе повернення?* (Дзеркало тижня 08. 02.2019); *Вважаю це ідеологічною диверсією та зрадою. Хто так робить під час війни?* (Високий замок 08.11. 2022).

Окремі питальні речення можуть виконувати номінативну функцію, слугуючи заголовком газетного матеріалу та функціонуючи без відповіді або інших компонентів. Такі заголовки являють собою поодинокі

питання, іноді риторичного характеру, але можливі й заголовки з власне питальними реченнями, відповіді на які наявні в основному тексті газетного матеріалу, наприклад: *Чи спокійний Дністер?* (День 18.03.2022); *Цього року – без ЗНО?* (День 14.03.2022); *Який він, типовий європеєць?* (Чорноморські новини 15.01.2022); *Ностальгувати? За чим?* (Чорноморські новини 15.01.2022); *Куди іде ковідна тисяча?* (Чорноморські новини 15.01.2022); *Як убезпечитися від переохолодження та обмороження? Що слід робити при гіпотермії, а яких дій краще уникати?* (Чорноморські новини 20-22.01.2022); *Як не опинитися в "блекауті"?* (Високий замок 25.10. 2022). Власне питальні речення, наявні в заголовках, можуть бути і розділовими, які містити декілька альтернатив, наприклад: *Повідомляти чи пояснювати?* *Інформувати чи впливати?* (Високий замок № 195. 2010); *Єдність і боротьба протилежностей? Чи просто – єдність?* (Високий замок № 46. 2010).

Газетний діалог, репрезентований таким жанровим різновидом журналістських текстів, як інтерв'ю [7: 371], ілюструє вияв внутрішньотекстової діалогічності: обидва комуніканти представлені в тексті як автор та його співрозмовник, реальні суб'єкти мовлення в газетному тексті перетворюються на внутрішньотекстових суб'єктів. У тексті інтерв'ю виокремлено два типи комунікативної взаємодії – адресатно доміантний та адресантно доміантний. Адресатно доміантний тип зумовлений пріоритетною роллю співрозмовника в газетному інтерв'ю, що виражається за допомогою орієнтації на репліки адресата; актуалізацією суб'єктивної модальності в його мовленні, збільшенням обсягу й підвищенням змістового навантаження його реплік; відсутністю авторських коментарів та зменшенням комунікативної ваги авторської позиції в тексті, наприклад: – *Павле*

Анатолійовичу, чим зараз займається УНС?

З початку повномасштабної війни – документуванням атак на лікарні. Це виросло у великий серйозний проект, і ми почали просувати інтереси України на дипломатичному фронті.

– Скільки медзакладів постраждало на сьогодні в результаті війни?

– Ми насправді фіксуємо не стільки, скільки атаки на лікарні...

– Чи є все-таки якісь цифри щодо руйнувань?

– Станом на 28 травня ми зафіксували 167 медичних закладів, які зазнали атак.

– Тобто **ви хочете говорити** про те, що Росія вдається, скажімо так, до медичного геноциду?

– До терору. Росія чинить психологічний тиск на населення, центральну і місцеву владу шляхом терору в гуманітарній сфері...

– Як, **на вашу думку**, на це мала б реагувати ВООЗ і як реагує?

– У ВООЗ є статут – конституція, який ратифікує кожна країна, що стає її членом. Там зазначено, що всі країни повинні докладати максимальних зусиль для досягнення найбільшого рівня здоров'я для своїх народів. Через міжнародну співпрацю між урядами... Ми будемо це моніторити. Але є підозри, що регіональний директор не буде рішучим.

– **Ви займаєтеся** тільки моніторингом?

– Моніторинг не є самоціллю. Він потрібен, щоб розуміти ситуацію.

– **Вам не подобається** слово "відновлення" в контексті стратегії щодо охорони здоров'я в Україні. **Яке доцільніше, по-вашому?**

– "Створення". Нам потрібно створити систему охорони здоров'я. Відновлювати те, що було до агресії, не варто. Ми ж намагалися його реформувати, бо нам не подобалося. Буде дуже неправильно і прикро, якщо Україна не скористається грошима і вікном можливостей. Точніше, скористається, аби просто відбудувати старе.

Ми вважаємо, що Україна повинна переосмислити свою медичну систему в світлі вступу до ЄС, забезпечення своєї безпеки, модернізації країни. З цієї війни ми маємо винести ряд уроків (Дзеркало тижня 30. 05.2022).

Адресантно домінуючий тип характеризується тим, що мовець займає активну позицію й визначає вектор і зміст комунікативного акту, у тексті переважають авторські коментарі, думки, міркування, актуалізація авторської думки на противагу підпорядкованій ролі адресата, наприклад: – **Пані Наталіє, створення ветеранського фонду планувалося ще влітку минулого року. Пройшовши всі організаційні моменти, Фонд офіційно запрацював 2 лютого нинішнього року.** Скажіть, будь ласка, як повномасштабна війна вплинула на зміну цілей або завдань Фонду?

– Насправді ми зараз перейшли вже до тієї діяльності, яка планувалася, тобто до конкурсних програм.

– **Із початком повномасштабної війни Фонд реалізував програму одноразової підтримки, про яку ви вже згадували.** Маєте у скарбничці успішні історії?

– Насправді, кожна з цих історій особлива по-своєму.

Тобто це не просто бізнес, яким родина заробляє. А це й робота для громади. Це приклад соціально відповідального бізнесу.

– **Я знаю**, що ви у Фонді проводили власне дослідження потреб ветеранів. Про що вони говорять насамперед?

– Ми проводили два дослідження. Перше зробила соціологічна група "Рейтинг". Там ми вивчали ставлення до ветеранів у суспільстві, а також як соціум сприймає очікування ветеранів. Друге – анонімне онлайн-опитування, де ми збрали відповіді від ветеранів, членів їхніх родин та родин загиблих. **Ми побачили, що ветерани, які повернулися на фронт, зараз переживають за родину – за те, в якому фінансовому, моральному стані**

їхні родичі (Дзеркало тижня 10.09.2022).

Для газетного інтерв'ю характерні несиметричні відношення адресата й адресанта.

Висновки та перспективи дослідження. Отже, діалогічність як категорія газетного тексту виражається через основні складники комунікативного акту – учасників комунікації та текстове повідомлення. Газетний текст становить взаємодію двох комунікантів – адресанта та адресата, що мають специфіку, зумовлену характером масової комунікації. Мовними засобами вираження чинника адресата є звертання, спонукальні та питальні речення, граматичні форми займенників і дієслів 2-ої особи однини та множини. Газетний текст завжди орієнтований на адресата, навіть якщо останній не представлений експліцитно й відсутні засоби його маніфестації. Заголовкові комплекси в газетному тексті можуть бути створені за діалогічним принципом, що

формально виражається в поєднанні питального та розповідного речень як питання та відповіді. У цілісних діалогічних єдностях така відповідь лише знімає певний ступінь неозначеності, проте вона є прямою відповіддю на поставлене питання. Крім того, питально-відповідні єдності можуть виражати семантичні відношення іншого типу – питання-спонукування та питання-наслідок. У квазидіалогічних заголовках реалізовано семантичні відношення пояснювального, уточнювального типу, а питальні речення в них здебільшого є риторичними. Найповніше реалізується категорія діалогічності в жанрі інтерв'ю.

Перспективним напрямом подальших досліджень у межах опрацьованої проблематики вважаємо аналіз діалогу та міжтекстової категорії діалогічності на матеріалі художніх текстів сучасної української літератури як основного принципу жанрового сприйняття творів, що прислужиться в подальших наукових дослідженнях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Азарова Л. Є, Білик Я. С, Голтвеницька М. В. Українська мова: навч. посіб. Вінниця: ВНТУ, 2010 С. 159
2. Бацевич Ф. С. Лінгвістична генологія: проблеми і перспективи: монографія. Львів: ПАІС, 2005. 264 с.
3. Жовтобрюх М. А. Мова української періодичної преси (кінець XIX – початок XX століття): монографія. Київ: Наукова думка, 1970. 303 с.
4. Мойсієнко А. К. Текст як аперцепційна система. *Мовознавство*. № 5. Київ, 1996. С. 2025.
5. Nazarenko O. M. Communication and pragmatic aspect of modern Ukrainian text. Communicative-pragmatic, normative and functional parameters of the professional discourse. Collective monograph. Lviv-Torun: Liha-Pres, 2021. С. 155–171.
6. Назаренко О. М. Квазидіалогічні конструкції в газетних заголовкових комплексах. *Культура слова: збірник наукових праць*. Вип. 87. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2018. С. 80–87.
7. Назаренко О. М. Діалогічна взаємодія в мас-медійному інтерв'ю. *Слов'янський збірник: збірник наукових праць*. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго. Вип. 17. Ч. 1. 2012. С. 371–376.
8. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: Довкілля-К, 2011. 844 с.
9. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: підручник. Полтава: Довкілля-К, 2008. 712 с.
10. Шабуніна В. В. Засоби діалогічної організації науково-навчальних текстів технічної галузі в сучасній українській мові: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Дніпропетровськ, 2010. 240 с.
11. Шашкова Л. О., Злочевська М. В. Діалогічний вимір гуманітарного знання: монографія. Київ: Видавничий дім "Професіонал", 2011. 176 с.

12. Шляхова Н. М. Діалог і діалогічність в українській літературі XIX – XXI ст.: монографія. Одеса, 2013. 287 с.
13. Humboldt W. v. Über den Dualis. Gelesen in der Akademie der Wissenschaften am 26. April 1827 ders. Schriften zur Sprachphilosophie. Darmstadt: Fink, 1963. P. 113–143.
14. Weigand E. Dialogisches Grundprinzip und Textklassifikation Dialoganalyse. Tübingen: Niemeyer, 1986. P. 115–125.

REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Azarova, L. Ye, Bilyk, Ya. S, Holtvenytska, M. V. (2010). Ukrainska mova [Ukrainian language]. Vinnytsia: VNTU. P. 159. [in Ukrainian].
2. Batsevych, F. S. (2005). Linhvistychna henolohiia: problemy i perspektyvy [Linguistic geneology: problems and prospects]: [monohrafiia]. Lviv: PAIS. 264 p. [in Ukrainian].
3. Zhovtobriukh, M. A. (1970). Mova ukrainskoi periodychnoi presy (kinets KhIKh – pochatok KhKh stolittia) [The language of the Ukrainian periodical press (end of the 19th – beginning of the 20th century)]: [monograph]. Kyiv: Naukova dumka. 303 p. [in Ukrainian]
4. Moisiienko, A. K. (1996). Tekst yak apertsepsiina systema [Text as an apperceptive system]. Movoznavstvo. № 5. Kyiv, P. 20–25. [in Ukrainian].
5. Nazarenko, O. M. (2021). Communication and pragmatic aspect of modern Ukrainian text [Communication and pragmatic aspect of modern Ukrainian text]. Communicative-pragmatic, normative and functional parameters of the professional discourse. Collective monograph. Lviv-Torun: Liha-Pres, P. 155–171. [in Ukrainian].
6. Nazarenko, O. M. (2018). Kvazidialohichni konstruktsii v hazetnykh zaholovkovykh kompleksakh [Quasi-dialogical constructions in newspaper headline complexes]. Kultura slova: zbirnyk naukovykh prats. Vyp. 87. Kyiv: Vydavnychi dim Dmytra Buraho. P. 80–87. [in Ukrainian].
7. Nazarenko, O. M. (2012). Dialohichna vzaiemodiia v mas-mediinomu interv'iu [Dialogic interaction in a mass media interview]. Slov'ianskyi zbirnyk: Zbirnyk naukovykh prats. Kyiv: Vydavnychi dim Dmytra Buraho. Vyp. 17. Part.1. P. 371–376. [in Ukrainian].
8. Selivanova, O. O. (2011). Linhvistychna entsyklopediia [Linguistic encyclopedia]. Poltava: Dovkillia-K. 844 p. [in Ukrainian].
9. Selivanova, O. O. (2008). Suchasna linhvistyka: napriamy ta problem [Modern linguistics: trends and problems]: pidruchnyk. Poltava: Dovkillia-K. 712 p. [in Ukrainian].
10. Shabunina, V. V. (2010.) Zasoby dialohichnoi orhanizatsii naukovo-navchalnykh tekstiv tekhnichnoi haluzi v suchasni ukrainskii movi [Means of dialogic organization of scientific and educational texts of the technical field in modern Ukrainian]: PhDc thesis.: 10.02.01. Dnipropetrovsk. 240 p. [in Ukrainian].
11. Shashkova, L. O., Zlochevska M. V. (2011). Dialohichni vymir humanitarnoho znannia [Dialogic dimension of humanitarian knowledge]: [monograph]. Kyiv: Publishing house "Profesional". 176 p. [in Ukrainian].
12. Shliakhova, N. M. (2013). Dialoh i dialohichnist v ukrainskii literaturi 19 – 21 st. [Dialogue and dialogicity in Ukrainian literature of the 19th – 21st centuries]: [monograph]. Odesa. 287 p. [in Ukrainian].
13. Humboldt, W. v. (1963). Über den Dualis. Gelesen in der Akademie der Wissenschaften am 26. April 1827 ders. Schriften zur Sprachphilosophie. [About the Dualis. Readings in the Academy of Sciences on April 26, 1827. Writings on the philosophy of language]. Darmstadt: Fink, P. 113–143. [In German].
14. Weigand, E. (1986). Dialogisches Grundprinzip und Textklassifikation Dialoganalyse [Dialogue principle and dialogical classification of texts]. Tübingen: Niemeyer. P. 115–125 p. [In German].

Стаття надійшла до редколегії: 11.09.2022

Схвалено до друку: 25.11.2022