

НАЦИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ ДИСКУРСА МЕДИЦИНСКОЙ ПРОФИЛАКТИКИ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕДИАТЕКСТОВ

В данной статье описывается понятие дискурса медицинской профилактики, который представляет собой поликодовый феномен с чертами медийного, публицистического, медицинского и научного дискурсов. Исследование рассматриваемого типа дискурса проводилось в интернет среде на основе текстов официальных сайтов министерства здравоохранения России и национальной службы здравоохранения Соединенного Королевства (National Health Service). Принцип отбора текстов для анализа – тематический, т.е. все они касались профилактики заболевания ВИЧ/СПИД. Сопоставительный анализ дискурса медицинской профилактики Великобритании и России по содержательному, коммуникативному и прагматическому параметрам текстов являлся основным исследовательским методом. В результате анализа получены лингвистические проявления национальной идентичности текстов медицинской профилактики в российской и британской коммуникативных культурах.

Ключевые слова: дискурс медицинской профилактики; медиатекст; содержательный аспект; коммуникативные средства; коммуникативные стратегии; прагматика коммуникации.

This article deals with the notion of health promotion discourse which represents a multimodal phenomenon having the characteristics of media, journalistic, medical and science discourses. The study of this type of discourse was conducted on the texts published on the official websites representing Department of Health in Russia and National Health Service of the United Kingdom. The texts were selected on the basis of their topic, i.e. all of them concerned HIV/AIDS prevention. The main research methods of the comparative analysis of health promotion discourse in the UK and Russia were content, communicative and pragmatic. The results were the linguistic features of national identity of health promotion in Russian and British communicative cultures.

Key words: health promotion discourse; mediatext; content aspect; communicative means; communicative strategies; pragmatics of communication.

В XXI веке вопросы, касающиеся здорового образа жизни и профилактики различного рода заболеваний, стали одними из самых популярных в средствах массовой информации. Пропаганда рационального подхода к здоровью человека начинается в стенах поликлиник и больниц, где доктора рекомендуют своим пациентам воздерживаться от вредных привычек и где плакаты приводят факты о положительных эффектах соблюдения здорового образа жизни, и продолжается во всех коммуникационных каналах СМИ: радио, телевидении и интернет среде, где повсеместно транслируют информацию о вреде зависимостей, важности прохождения регулярной диспансеризации, опасности ВИЧ заболеваний и так далее. Все эти вопросы с точки зрения языка входят в поле исследования дискурса медицинской профилактики, который является поликодовым феноменом с чертами медийного, публицистического, медицинского и научного дискурсов.

Целью настоящего исследования является определение национальной специфики дискурса медицинской профилактики в интернет среде. Тексты по профилактике заболеваний ВИЧ/СПИД на официальных вебсайтах

министерства здравоохранения России и национальной службы здравоохранения Соединенного Королевства (National Health Service) составили материал исследования. Сопоставительный анализ дискурса медицинской профилактики Великобритании и России по содержательному, коммуникативному и прагматическим параметрам текстов являлся основным исследовательским методом.

Содержание и структура медиатекста рассматриваются с позиции анализа темы, гипертекстовых средств и интерактивных инструментов, которые используются для привлечения аудитории.

Медиатексты являются сложным феноменом, который приобретает свойства того СМИ, в котором они функционируют [1], и поликодовым явлением за счёт сочетания разнородных элементов структуры вербальной и невербальной коммуникации [2]. В силу своей мультилинейности текст сети Интернет отличается от конвенционального текста, поскольку связность гипертекста достигается не только вербальными и невербальными средствами, но и такими гипертекстовыми средствами как «цвет, подчёркивание, ссылки, иконические вставки, строка меню» и так далее [1, с. 17].

Информация по профилактике ВИЧ/СПИД собрана на едином официальном интернет-портале Минздрава России o-spide.ru и разделена на разделы: «Основы», «Профилактика», «Жизнь с ВИЧ», «Гепатит», «ВИЧ и дети». При переходе на эти разделы перед пользователем возникает их содержание, которое представлено гиперссылками в виде изображения, заголовка статьи и лида, который вводит проблематику статьи читателю. Внизу каждой информационной страницы находятся гиперссылки на «Интересные материалы», то есть темы, которые связаны с той или иной проблемой, и могут быть полезны пользователям. В разделе «Видео» представлены материалы о всероссийских акциях, выступления представителей здравоохранения, мини-сериал о ВИЧ-инфекции, способах заражения и профилактики ВИЧ и другое. Внизу как главной страницы, так и любой категории или статьи, расположена гиперссылка под названием «Где пройти тест на ВИЧ — центры СПИД», которая переносит пользователя на раздел с таким же названием. В нём пользователю предлагается найти ближайший по региону Центр профилактики и борьбы со СПИДом в России для бесплатного тестирования на ВИЧ. Категория «поиск» помогает найти информацию по запросу от читателей.

«В контексте борьбы с ВИЧ, общение может мотивировать людей пройти тестирование и получить свои результаты, содействовать доступу к лечению, обеспечивать медицинской и психосоциальной помощью лиц, живущим с ВИЧ, поддерживать дальнейшее продолжение лечения и помогать снизить стигму» в отношении ВИЧ-положительных людей (перевод наш) [3]. Соответственно, интерактивные инструменты являются неотъемлемым компонентом медиа дискурса медицинско-профилактической направленности. Сайт Росминздрава предлагает переход на страницу своего сообщества в популярной социальной сети «ВКонтакте» для общения по

темам публикаций, а также просмотра других статей и фото/видео материалов. Кроме того, пользователь может запросить обратную связь или предложить новость, заполнив специальную форму на сайте и отправив своё сообщение. Анализ представленных интерактивных инструментов показал, что они являются универсальными электронными службами для обеспечения участия аудитории в обсуждении тем, облегчения доступа к информации и получения обратной связи.

National Health Service (NHS) – это государственная медицинская система Соединенного Королевства, которая охватывает все области здравоохранения от предоставления информации по проблемам, связанным со здоровьем, до записи к врачу в конкретной поликлинике. На сайте NHS, вся информация по проблемам ВИЧ/СПИД собрана в одном разделе под заголовком “HIV and AIDS”, который включает в себя категории *Overview* ‘Общие сведения’, *Symptoms* ‘Симптомы’, *Causes* ‘Причины’, *Diagnosis* ‘Диагностика’, *Treatment* ‘Лечение’, *Living with* ‘Жизнь с’ и *Prevention* ‘Профилактика’. Категория *Overview*, то есть «Общие сведения», включает в себя краткую основную информацию по указанным выше категориям. Название остальных категорий лаконичное и понятное. В тексте каждой статьи есть слова, фразы и даже целые предложения, которые окрашены синим цветом и выделены подчёркиванием. Эти элементы являются текстовыми гиперссылками, при помощи которых пользователи сайта осуществляют навигацию внутри категорий по теме ВИЧ/СПИД, а также на толкование возможно непонятных понятий, на сайты благотворительных организаций по борьбе с ВИЧ-инфекциями и кампаний, которые проводят фонды по борьбе с ВИЧ-инфекциями или поиск центров по диагностике ВИЧ-инфекций. После перехода по гиперссылке, её буквенная форма меняет синий цвет на фиолетовый, что является указанием на то, что читатель уже просматривал данный материал.

«Существуют эмпирические данные из области коммуникационных наук, указывающие на важность использования простых и приемлемых формулировок в сочетании с соответственными и интересными изображениями для эффективного охвата целевой аудитории» (перевод наш) [4, р. 7]. Поскольку язык медиатекста – это креолизированный текст, то анализ **коммуникативных средств** был выполнен по двум параметрам: вербальному и невербальному. Для объективности сравнения и выявления национальной специфики дискурсов были отобраны тексты, касаемо профилактики ВИЧ/СПИД, т.е. как не заразиться, лечения ВИЧ/СПИД и как жить с положительным ВИЧ-статусом.

Как правило, профилактическая информация нацелена на обычного человека, не разбирающегося в тонкостях медицины, поэтому вполне логичным является тот факт, что оба сайта используют простую лексику, а в случае с российским порталом были обнаружены примеры разговорной лексики и часть поговорки: отношения на старте; это настоящая русская рулетка; встречать по одежке; не пользоваться услугами «подпольщиков»;

что-то пошло не так [5]; Вирус «засыпает»; все равно что бороться с мышами [6]; замедляет <...> развитие; жить полноценной жизнью; справиться с эмоциями [7]; *reduces your risk of getting HIV* ‘сокращает риск получения ВИЧ’; *contact occurs* ‘происходит контакт’ [8]; *HIV can quickly adapt* ‘вирус может быстро адаптироваться’; *before taking any other medicines* ‘перед приёмом любых других лекарств’ [9]; *some HIV treatments can be harmful to* ‘некоторое ВИЧ-лечение может быть вредным для’; *to appear on the inside of the mouth, tongue, throat* ‘появится на внутренней стороне рта, языка, горло’ [10]. Разговорный стиль на сайте NHS также проявляется в использовании сокращенных форм глаголов: *If you're HIV negative* ‘Если у вас нет ВИЧ’; *It's very important* ‘Очень важно’ [8]; *If you're diagnosed with HIV, you'll have regular blood tests* ‘Если у вас диагностировали ВИЧ, то вы будете сдавать кровь на анализы регулярно’ [9]; *You'll be at risk of* ‘Вы рискуете’; *It's estimated* ‘Считается’ [10].

Употребление понятной любому читателю лексики делает перцептивный процесс нетрудоемким и более быстрым. Однако обсуждение медицинских вопросов имплицитно употребляет небольшую долю терминов, которые также были обнаружены на вебсайтах от Минздрава и NHS: Препараты антиретровирусной терапии (АРТ); по уровню иммунных CD4 клеток; ингибиторов протеазы ВИЧ [7]; *opportunistic infections* ‘оппортунистические инфекции’; *invasive procedures* ‘инвазивные процедуры’; *cancer of the lymphatic system (lymphoma)* ‘рак лимфатических тканей (лимфома)’ [10]. Во многих примерах как на российском, так и на британском порталах были выявлены случаи объяснения медицинской лексики в скобках, при помощи тире, в придаточной части предложения или в следующем предложении: абстинентный синдром (ломка); в дискордантных парах – то есть таких, где ВИЧ страдает только один человек; аварийная постконтактная профилактика – курс антиретровирусных препаратов в определённой комбинации в высоких дозировках [5]; *HIV viral load test – a blood test that monitors the amount of HIV virus in your blood* ‘вирусная нагрузка ВИЧ – анализ крови, который отслеживает количество вируса ВИЧ у вас в крови’ [9]; *Candidiasis is a fungal infection that's common in people living with HIV* ‘Кандидоз - грибковая инфекция, распространённая среди людей, живущих с ВИЧ.’ [10]; а на портале NHS был использован гипертекстовый приём, т.е. слова являлись гиперссылкой на статьи с подробными толкованиями понятий: *toxoplasmosis – Toxoplasmosis is a common infection that you can catch from the poo of infected cats, or infected meat* ‘Токсоплазмоз – распространённая инфекция, которую можно подхватить из фекалий заражённых кошек или мяса’ [10, 11].

Что касается невербальных средств, то на официальном интернет-портале Минздрава России по профилактике ВИЧ/СПИДа каждая статья сопровождается изображениями, подходящими под заголовки. Так, для статьи под названием «Все о лечении ВИЧ-инфекции» авторы сайта выложили фотографию капсул, на одной из которых написано: *Antiretroviral* ‘антиретровирусный’, т.е. препарат, использующийся для подавления стадий

вируса, для «Как не заразиться ВИЧ» – изображение пакета из аптеки, различных лекарств, салфеток и смартфона с работающим приложением онлайн заказа из аптеки, т.е. использование доконтактной медикаментозной профилактики, которая позволяет человеку избежать заражения при контакте с вирусносителем, для «Тест на ВИЧ положительный. Что дальше?» – фотографию наполненной вакуумной пробирки для взятия венозной крови, на которой красным маркером написано *hiv+* ‘вич+’, т.е. первым шагом осознания того, что у человека ВИЧ, является сдача анализа крови на вирус, и т.д. Кроме того, красная лента как символ борьбы с вирусом ВИЧ / СПИДа с подписью «профилактика ВИЧ/СПИДа в России» появляются на каждой странице сайта в верхнем левом углу. Особые символы, представляющие опции разделов, на панели инструментов в верхней части страницы сопровождают пользователя во время навигации по сайту: значок ленты в сердце для раздела «Основы», символизирующий самые важные факты, тот же значок ленты, но уже под зонтом – «Профилактика» как символ защиты, приоткрытая капсула с ростком растения как символ жизни – «Жизнь с ВИЧ», изображение печени – «Гепатит», детская игрушка заяц – «ВИЧ и дети» и, наконец, знак видеокадра – Видео.

На портале NHS по тематике ВИЧ/СПИД пользователю не представлены никакие изображения, однако весь текст выстроен модулями со своими подзаголовками внутри темы, а также в виде маркерного перечисления пунктов информации. Вполне логично предположить, что данный визуальный приём рассчитан на привлечение внимания читателя к важным проблемам, а отсутствие фотографий или картинок наоборот не отвлекает от серьезных вопросов, поскольку «всестороннее изложение фактов лучше всего разбивать на последовательные сообщения небольшого размера» (перевод наш) [4].

Изучение дискурса медицинской профилактики с **прагматической** точки зрения является неотъемлемым этапом анализа, так как невозможно исследовать функционирование языка в той или иной культуре вне призмы коммуникативной интенции сообщения. В настоящей работе были выявлены примеры вербальных средств, которые реализуют стратегии повышения доверия читателей к источнику предоставляемых сведений и, следовательно, информирования, а также призыва к действию.

Одним из лучших способов завоевать доверие читателей, показать свою компетентность и проинформировать свою аудиторию о важных вопросах касемо здоровья является ссылка на авторитетные источники данных, таких как одобрения министерств и их представителей, медицинских работников, исследования учёных и так далее. Как вебсайт Министерства Здравоохранения России, так и портал национальной службы здравоохранения Соединенного Королевства используют указанный прием: В нашей стране доконтактная профилактика одобрена Минздравом России в качестве дополнительного средства ВИЧ-профилактики. [5]; ...специалисты рекомендуют людям с ВИЧ использование презервативов при половых контактах [6]; На консультации специалист поможет разобраться в сложившейся ситуации,

оценить риски и скорректировать поведение. [7]; *Many local authorities and pharmacies offer needle exchange programmes, where used needles can be exchanged for clean ones.* ‘Многие местные власти и аптеки предлагают программы обмена игл, где используемые иглы можно обменять на чистые.’ [8]; *The GOV.UK website has more information about questions an employer can ask about health and disability.* ‘На вебсайте GOV.UK размещено больше информации о тех вопросах, которые работодатель может задавать о здоровье и инвалидности’ [10].

«При всей важности просвещения аудитории в вопросах медицинской профилактики одного только информирования недостаточно для решения задач предотвращения заболевания и распространения здорового образа жизни» [2, с. 800]. Стратегия призыва к действию предполагает не просто получение профилактических сведений из надежного источника, но и призывает к ведению правильного образа жизни и своевременного обращения к специалистам при возникновении проблем со здоровьем. Повелительное наклонение как один из способов реализации указанной стратегии был обнаружен только на сайте NHS: *consider enrolling in a methadone programme* ‘подумайте о включении в программу метадона’ [8]; *try your HIV clinic* ‘обратитесь в свою ВИЧ-клинику’ [9]; *Find local HIV support services* ‘Найдите местные службы поддержки ВИЧ’ [10].

Однако призывать к выполнению каких-либо шагов можно не только в форме категоричного императива, но и апеллируя к аудитории, т.е. привлекая её внимание и побуждая не игнорировать предлагаемые действия. Использование обращения к читателям в форме местоимений «вы» (в русском языке) и *you* (в английском) было замечено на российском и британском сайтах: серьезность ваших намерений; вы демонстрируете заботу [5]; вы наверняка не забудете; когда у вас ничего не болит [6]; вас поставят на диспансерный учет; вы проходите его добросовестно [7]; *it reduces your risk of getting HIV* ‘это снижает риск заражения ВИЧ’; *to your baby* ‘к вашему ребенку’ [8]; *You should be able to get PEP from* ‘Вы сможете получить ПЭП¹’; *you'll have regular blood tests* ‘вы будете регулярно сдавать кровь на анализы’ [9]; *things you can do to improve your general health* ‘вещи, которые вы можете сделать, чтобы улучшить свое самочувствие’; *you can easily discuss your symptoms or concerns* ‘вы можете легко обсудить ваши симптомы или проблемы’ [10].

Проведенный анализ сетевых медиа дискурсов медицинской профилактики России и Великобритании показал, что у них есть как сходства, так и различия. Информация по профилактике ВИЧ/СПИД на сайте Минздрава России собрана на едином официальном интернет-портале и распределена на несколько категорий с множеством статей по различным тематикам, в то время как сведения сайта NHS собраны в одном разделе и классифицированы на шесть основных блоков. Система навигации на российском сайте реализуется переходами при помощи картинок, фраз, символов, а на британском – только нажатием на подсвеченные слова. Наличие интерактивных инструментов было обнаружено только на российском сайте. Обзор ком-

¹ Постэкспозиционная профилактика

муникативных средств продемонстрировал, что оба портала используют идентичные вербальные приемы (простая лексика, термины), но отличные невербальные приемы: портал Минздрава России активно использует многообразие изображений и символов, но сайт NHS оформляет предоставляемый пользователям материал в виде кластеров. Что касается коммуникативных стратегий повышения доверия к источнику данных и информирования, то оба портала ссылаются на авторитетные источники данных, а для реализации стратегии призыва к действию используют обращение к читателю при помощи форм местоимений вы/you, и только британский сайт применяет формы императива.

Другими словами, успешное донесение информации по вопросам здоровья до населения включает в себя использование комплекса актуальной информации, вербальных и невербальных средств и коммуникативных стратегий, а национальная специфика проявляется в выборе этих средств и стратегий.

СПИСОК ЦИТИРУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Цурикова Л. В. Медиадискурс как объект научного анализа. // Медiateкст: стратегии – функции – стиль: коллективная монография. / Л. И. Гришаева, А. Г. Пастухов, Т. В. Чернышова (отв. ред.) – Орёл: Орловский государственный институт искусств и культуры, полиграфическая фирма «Горизонт», 2010. С. 11–18.
2. Стеблецова А. О., Стернин И. А. Интердискурсивность медиатекстов медицинской профилактики. / Стеблецова А. О., Стернин И. А. // Коммуникативные исследования. Воронеж. 2019. Т. 6. № 3. С.794–809.
3. A Role for Health Communication in the Continuum of HIV Care, Treatment, and Prevention / C. Tomori, K. Risher, R. J. Limaye, L. V. Lith, S. Gibbs, M. Smelyanskaya, D. D. Celentano // National Library of Medicine. PubMed Central URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4315324/> (дата обращения: 20.09.2023).
4. Communication strategies for the prevention of HIV, STI and hepatitis among MSM in Europe / I. Dinca, P. Wysocki, A. Pharris, A. J Amato-Gauci // European Centre for Disease Prevention and Control Technical document. Stockholm: ECDC; 2016. 49p. URL: <https://www.ecdc.europa.eu/sites/default/files/media/en/publications/Publications/Communication-strategy-prevention-HIV-STI-hepatitis-MSM.pdf> (дата обращения: 20.09.2023).
5. Официальный интернет-портал Минздрава России о профилактике ВИЧ/СПИД. Как не заразиться ВИЧ. URL: <https://o-spide.ru/o-vich/kak-ne-zarazitsya-vich> (дата обращения: 30.09.2023).
6. Официальный интернет-портал Минздрава России о профилактике ВИЧ/СПИД. Все о лечении ВИЧ-инфекции. URL: <https://o-spide.ru/o-vich/vse-o-lechenii-vich-infektsii> (дата обращения: 30.09.2023).
7. Официальный интернет-портал Минздрава России о профилактике ВИЧ/СПИД. Тест на ВИЧ положительный. Что дальше? URL: <https://o-spide.ru/o-vich/test-na-vich-polozhitelnyu-chto-dalshe> (дата обращения: 30.09.2023).
8. The NHS website. HIV and AIDS. Prevention. URL: <https://www.nhs.uk/conditions/hiv-and-aids/prevention/> (дата обращения: 30.09.2023).
9. The NHS website. HIV and AIDS. Treatment. URL: <https://www.nhs.uk/conditions/hiv-and-aids/treatment/> (дата обращения: 30.09.2023).
10. The NHS website. HIV and AIDS. Living with. URL: <https://www.nhs.uk/conditions/hiv-and-aids/living-with/> (дата обращения: 30.09.2023).
11. The NHS website. HIV and AIDS. Toxoplasmosis. URL: <https://www.nhs.uk/conditions/toxoplasmosis/> (дата обращения: 30.09.2023).