

## ОРГАНИЗАЦИОННО-КОРПОРАТИВНЫЙ СЕТЕВОЙ МЕДИЦИНСКИЙ ДИСКУРС

**К.В. Ахнина**

Российский университет дружбы народов  
ул. Миклухо-Маклая, 10-2А, Москва, Россия, 117198  
*ahninakristine@rambler.ru*

В статье анализируется один из жанров сетевого медицинского дискурса — официальный медицинский сайт. Рассматриваются жанровые и языковые особенности на примерах официальных сайтов медицинских учреждений. Обосновывается значимость исследований сетевого профессионального пространства для лингвистики и лингводидактики.

**Ключевые слова:** сетевой медицинский дискурс, организационно-корпоративный дискурс, официальный сайт медицинских учреждений, жанровые и языковые особенности

### ВВЕДЕНИЕ

В последние десятилетия появилось относительно новое для отечественной лингвокультуры явление — корпоративная культура, которое немедленно нашло свою репрезентацию в языковой структуре, обусловило появление организационно-корпоративных дискурсов. По своей природе подобные тексты выступают разновидностью дискурсов институциональных, поскольку любая «корпорация (компания) представляет собой социальное образование, с социально обусловленным распределением ролей» [4. С. 206].

Следует отметить, что само появление и само становление корпоративной культуры как феномена обусловлено его коммуникативной природой, наличием коммуникативной составляющей, причем процессы организационно-корпоративного дискурса не просто выступают формой репрезентации коммуникативного взаимодействия, отражения социально-психологической окружающей среды, но во многом моделируют эту реальность. Само существование организации зависит от наличия коммуникативного взаимодействия между ее участниками, поскольку «организации существуют постольку, поскольку члены организаций создают их посредством дискурса» [4. С. 206].

### РЕСУРСЫ СЕТЕВОГО МЕДИЦИНСКОГО ДИСКУРСА

В рамках сетевого медицинского дискурса организационно-корпоративные ресурсы представлены преимущественно ресурсами медицинских учреждений, департаментов здравоохранения. Главной прагматической функцией подобных электронных ресурсов выступает создание позитивного образа медицинского учреждения, привлечение потенциально аудитории, продвижение медицинских услуг. Е.В. Харченко, Л.А. Шкатова выделяют следующие функции информационно-корпоративных дискурсов [5. С. 93]:

- 1) структуризация коммуникативного пространства;
- 2) формирование, продвижение позитивного имиджа организации;
- 3) обеспечение узнаваемости, известности медицинского учреждения;
- 4) оптимизация процессов взаимодействия с общественностью органами управления;

5) оптимизация взаимосвязи с партнерами, поиск новых форм сотрудничества, обмена информацией;

6) реализация практической деятельности, медицинской помощи реальным и потенциальным клиентам;

7) оптимизация, гармонизация взаимоотношений в коллективе, формирование корпоративной идентичности.

Полифункциональность организационно-корпоративных дискурсов обуславливает включение в структуру дискурса профессиональной речи, разговорных диалогов, множественных манипулятивных практик, речевых стратегий и тактик, эксплицирующих языковую политику медицинского учреждения.

Как правило, организационно-композиционный сетевой медицинский дискурс (далее — СМД) характеризуется четкой структурированностью. Примером подобного электронного ресурса может выступать официальный сайт одного из лучших отечественных медицинских учреждений Лечебно-реабилитационного центра Росздрава [Официальный сайт Лечебно-реабилитационного центра [7]]. На основании исследования корпуса корпоративных текстов Л.В. Ермакова выделяет следующие структурно-информационные блоки [3. С. 46]:

— **миссия компании.** В приведенном СМД миссия учреждения содержит перечисление видов медицинских услуг, предоставляемых организацией, и сформулирована следующим образом:

*ранняя диагностика, своевременное лечение и реабилитация после перенесенной болезни или операции любой степени сложности для повышения качества жизни [6];*

— **ценности компании.** В качестве основных ценностей организации указаны средства достижения стратегических целей учреждения. В анализируемом СМД такими средствами выступает профессионализм, высокая квалификация сотрудников, наличие соответствующего оборудования, современных технологий:

— *лучшее диагностическое оборудование;*

— *современные лечебные технологии и экстренная оперативная помощь;*

— *специалисты ведущих направлений медицины, чьи достижения признаны российским и мировым медицинским сообществом [6];*

— **история компании.** Приведенный раздел в анализируемом СМД представлен кратко:

*ФГАУ «Лечебно-реабилитационный центр» Минздрава России — одно из первых российских медицинских учреждений, в котором применяются стандарты европейской системы медицинского обслуживания [6];*

— **учреждение как «корпоративный гражданин».** В исследованиях Л.В. Ермаковой данный раздел представлен как блок, информирующий потенциальных клиентов, потребителей о различных видах общественно-полезной деятельности [4. С. 47—48]. В анализируемом тексте данный структурно-информационный компонент не представлен, что обусловлено спецификой деятельности медицинского учреждения, ярко выраженной социальной направленностью, социальной значимостью профессиональной деятельности;

— **преимущества обращения в компании.** Указанный раздел детализирован, содержит детальную информацию о преимуществах обращения в компанию.

◆ *Полный цикл предоставления медицинских услуг: поликлиника — стационар — реабилитация — поликлиника.*

◆ *Современный диагностический центр, оснащенный оборудованием ведущих мировых производителей.*

◆ *Уникальный, не имеющий аналогов в России, Центр восстановительной медицины и реабилитации. Проводятся реабилитационные и восстановительные мероприятия по всем направлениям: кардиореабилитация, нейрореабилитация, реабилитация больных с заболеваниями позвоночника, реабилитация после травм, реабилитация при заболеваниях органов моче-половой сферы.*

◆ *Специалисты ведущих направлений медицины, чьи достижения признаны российским и мировым медицинским сообществом.*

◆ *Высококвалифицированный врачебный персонал с многолетним опытом работы (врачи высшей категории, кандидаты и доктора медицинских наук).*

◆ *Возможность 24 часа в сутки 7 дней в неделю записаться на прием к врачу через наш сайт [med-rf.ru](http://med-rf.ru) [6];*

— раздел «правила работы в компании» в анализируемом дискурсе не представлен, что обусловлено спецификой профессиональной деятельности медицинского учреждения, требующей высокого уровня профессионализма для оказания медицинской помощи.

Одной из приоритетных характеристик организационно-корпоративного СМД выступает его полимодальность как результат «семиотической гибридации», обусловленный «изначальной способностью знаков к комбинированию с другими знаками в рамках комплексных семиотических образований» [1. С. 8]. В результате взаимодействия, взаимопроникновения различных семиотических систем рождается иконотекст, отражающий корпоративную культуру организации.

Восприятие, интерпретация иконотекста требует от реципиента навыков интерпретации как вербального, так и визуального оформления информационного сообщения. Как отмечает А.М. Волоскович, в результате реализации подобного подхода «вербальная информация интерпретируется с учетом иконических и пластических свойств изображения, что приводит к символизации смысла» [2. С. 205].

### СЕМИОТИЧЕСКИЙ СИНТЕЗ И ПОЛИМОДАЛЬНОСТЬ

Полимодальность организационно-корпоративного СМД моделируется благодаря синтезу элементов различных семиотических систем. Повышение эффективности реализации прагматической функции СМД достигается благодаря использованию **вербального оформления**: указания наименования организации, указания на высокий уровень классификации сотрудников учреждения, выполненных крупным шрифтом разными цветами:

*высокая квалификация специалистов;*

*специалисты ведущих направлений медицины;*

*Наши специалисты регулярно проходят стажировки в ведущих европейских и мировых клиниках. Разработаны и запатентованы уникальные авторские методики лечения [7];*

— **использованию графических элементов**: чередование цветов, шрифтов выступает не случайным, выделение общего указания на высокую квалификацию

сотрудников отражает приоритетный акцент, главное преимущество именно этого медицинского учреждения, способное привлечь потенциальных пациентов. Детализация, аргументация указанного утверждения осуществляется более мелким шрифтом, содержит указания на методы, пути повышения квалификации сотрудников. Указание на высокий уровень профессионализма специалистов-медиков достигается посредством употребления лексических единиц с ярко выраженными позитивными коннотациями (уникальные, авторские методики, ведущие направления медицины). Кроме того, осуществляется реализация стратегии формирования причастности к лучшим достижениям медицинской науки в мире (стажировка в ведущих европейских и мировых клиниках);

— **цветовая составляющая** — синий тон, символизирующий покой, уверенность используется для того, чтобы вызвать доверие потенциальных пациентов, а чередование цветового оформления позволяет выделить ключевые информационные блоки;

— **изобразительная** — использование логотипа, изображений обеспечивает узнаваемость логотипа организации, а соответственно, и самого учреждения.

Каждый из проанализированных компонентов различных семиотических систем принимает активное участие в формировании общего пространства дискурса, моделируя общую семантику, отражая идею, лежащую в основе деятельности медицинского учреждения: профессионализм — надежность — инновационность. Например:

— **репрезентативы** — референты действительности, за истинность которых говорящий несет ответственность. В рамках анализируемого дискурса репрезентативами выступают описания профессионализма сотрудников, диагностического и иного оборудования;

— **директивы** — мотиваторы к реализации действия;

— **комиссивы** — адресат возлагает на себя обязательства реализации профессиональной помощи, способной изменить действительность, избавить пациента от патологического состояния.

В вербальном плане организационно-корпоративный СМД ориентирован на дистантность в отношениях с потенциальным пациентом, что проявляется в существенном удельном весе собирательных, абстрактных имен (медицинский персонал, наши специалисты и проч.), безличных, неопределенно-личных синтаксических конструкций:

*При необходимости больным проводится реабилитационный курс в Центре восстановительной медицины и реабилитации [8].*

Общая линия повествования ведется от лица медицинского учреждения:

*Радиологическое отделение ФГАУ «Лечебно-реабилитационный центр» оснащено уникальной, самой современной на сегодняшний день, аппаратурой для предлучевой подготовки и лучевой терапии [8].*

### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕРМИНОЛОГИИ

Как и другим жанрам СМД, организационно-корпоративному свойственно множественное использование терминологии, отмечается сближение публицистического и научного функциональных стилей.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Организационно-корпоративный СМД представляет собой одно из относительно новых направлений коммуникативного взаимодействия, направленного на реализацию ряда функций, включая функции информирования потенциальных пациентов о качестве и спектре предоставляемых медицинских услуг, создания позитивного имиджа медицинского учреждения, оптимизации, гармонизации отношений в режиме «специалист-медик — пациент», «специалист—специалист», «руководство—специалист». Указанный жанр характеризуется интенсивными заимствованиями, гибридизацией разговорных компонентов, функциональных стилей, семиотических систем, моделирующих полифункциональность, полимодальность СМД.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- [1] *Волоскович А.М.* (2012). Когнитивные и семиотические аспекты взаимодействия компонентов полимодального текста [*Voloskovich A.M. Cognitive and semiotic aspects of interaction of components of polymodal text*]: дис. ... канд. филол. наук. Москва.
- [2] *Волоскович А.М.* (2011). Процессы гибридизации в тексте: семиотическая полимодальность [*Voloskovich A.M. Hybridization processes in the text: semiotic polymodality*] // Коллективная монография «Языковое творчество в динамике семиотических взаимодействий». Москва: РЕМА. С. 198—317.
- [3] *Ермакова Л.В.* (2014). Дискурсивный анализ [*Ermakova L.V. Discourse analysis*]. Учебное пособие. Благовещенск: изд-во АмГУ.
- [4] *Мартьянова С.С.* (2009). Корпоративный дискурс как вид институциональной коммуникации (на материале презентации) [*Martyanova S.S. Corporative discourse as a type of institutional communication*] // Вестник Московского государственного лингвистического университета. № 557. С. 204—218.
- [5] *Харченко Е.В., Шкатова Л.А.* (2009). «Организационная лингвистика»: миф или реальность? [*Kharchenko E.V., Shkatova L.A. "Organizational linguistics": myth or reality?*] // Вестник Челябинского государственного университета. № 17. С. 90—94.
- [6] <http://www.med-rf.ru/about>.
- [7] <http://www.med-rf.ru>.
- [8] <http://www.med-rf.ru/directions/7>.

## ORGANIZATIONAL AND CORPORATE MEDICAL NET-DISOURSE

**K.V. Akhnina**

Peoples' Friendship University of Russia  
Miklukho-Maklaya str., 10-2A, Moscow, Russia, 117198  
[ahninakristine@rambler.ru](mailto:ahninakristine@rambler.ru)

The article analyzes one of the genres of medical net-discourse — official medical site. Considered the genre and language peculiarities the examples of the official websites of medical institutions. Significance of linguistic and linguodidactic research of net-discourse of this type is proved.

**Key words:** medical net-discourse, organizational and corporate discourse, the official site of the medical institutions, genre and linguistic characteristics