

УДК 811.161.2'324

КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ ІНТЕРНЕТ-ІНСТРУКЦІЙ ІЗ УЖИВАННЯ МЕДИЧНИХ ЗАСОБІВ (КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ)

Наталія ЛЕЩЕНКО

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини,
кафедра англійської мови,
бул. Садова, 28, ауд. 404, 20300 Умань, Україна,
тел. +380 (474) 430663*

Розглянуто питання застосування ефективних стратегій, тактик і комунікативних ходів укладів інтернет-інструкцій із уживання медичних засобів для втілення основної комунікативної інтенції інформування, а також другорядної інтенції – поради щодо вживання медичних засобів.

Ключові слова: Інтернет-інструкція із уживання медичних засобів, текст, комунікативна тактика, комунікативна стратегія, комунікативний хід.

Тексти інструкцій із прийому лікарських препаратів належать до сфери медичного дискурсу. Увагу дослідників постійно привертають такі аспекти міжособистісної інтеракції в медичній сфері, як співпраця лікарів у клінічній практиці [20, 22]; спілкування психіатрів з хворими; медичні тексти досліджували в контексті явищ інтертекстуальності [23]; на матеріалі текстів-консультацій, у геріатричній медицині висвітлено явища реконтекстуалізації [17] та інші проблеми.

В українській лінгвістиці, на жаль, приділяють незначну увагу вивченню медичних текстів-інструкцій із застосування лікарських засобів. Англомовні тексти-інструкцій, які супроводжують лікарські препарати, вперше розглянув з позицій лінгвістики тексту А. Боцман [4, с. 5–6]. Варто зазначити, що до цього часу відсутні дослідження, присвячені зіставленню комунікативно-прагматичної організації мовленнєвого жанру україномовних та англомовних інструкцій із застосування медичних засобів. Важливим аспектом подібних зіставлень, який суттєво впливає на семантико-прагматичну організацію таких текстів, доцільно визнати роль каналів комунікації. На сучасному етапі інтернет є одним із найголовніших джерел інформації населення багатьох країн щодо вживання лікарських засобів. Останнє зумовлює актуальність пропонованого дослідження.

Будь-який текст створюється з певною метою, тобто характеризується комунікативною інтенцією. Комунікативна мета адресанта, за Т. Шмельовою, – одна з основних ознак мовленнєвого жанру. Комунікативна інтенція – осмислений чи інтуїтивний намір адресанта, який визначає внутрішню програму мовлення і спосіб її втілення [2, с. 130, 135].

Мета пропонованої статті – проаналізувати комунікативно-прагматичні особливості інтернет-інструкцій із застосування медичних засобів в аспекті втілення тактик і стратегій їх укладів.

Загальна інтерактивна інтенція обумовлює стратегію мовленнєвого спілкування, або комунікативну стратегію. За Ф. Бацевичем, стратегія мовленнєвого спілкування – оптимальна реалізація інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети

спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування та гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації. Стратегії передбачають гнучкі комунікативні тактики. Комунікативна тактика – визначена лінія поведінки учасників спілкування на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованої на одержання бажаного ефекту чи запобігання ефекту небажаного; мовленнєві прийоми, які дають змогу досягнути комунікативної мети [2, с. 133, 136].

Своєрідний підхід до витлумачення стратегій і тактик як невід’ємних елементів дискурсивної діяльності наявний у працях Т. Ван Дейка [5, с. 56]. Відомий учений розглядав ці поняття у контексті аналізу ситуативних моделей дискурсу, виокремлюючи такі параметри, як індивідуальний досвід, установки та наміри, почуття та емоції комунікантів. Сучасний дослідник дискурсу М. Макаров визначив це поняття як «ланцюжок рішень мовця, вибір ним комунікативних дій та мовних засобів» або «реалізацію набору цілей у структурі спілкування» [11, с. 38].

Деякі вчені співвідносять стратегії з прагматикою спілкування, тобто досягненням певних комунікативних цілей, а тактики – з мовним наповненням комунікативних ходів [7, с. 207]. Подібної думки дотримується також Є. Ключев, розглядаючи комунікативну стратегію як сукупність запланованих мовцем заздалегідь та реалізованих у процесі комунікативного акту тактичних ходів, спрямованих на досягнення комунікативної мети, а комунікативну тактику – як сукупність практичних ходів у реальному процесі мовленнєвої взаємодії. Комунікативну тактику, на протигагу комунікативній стратегії, дослідник співвідносить не з комунікативною метою, а з набором комунікативних намірів [10, с. 11]. У такому аспекті тактика, з одного боку постає як спосіб мовленнєвого впливу, сукупність мовленнєвих засобів, з іншого – як шлях реалізації стратегії. У межах однієї стратегії можна виділити декілька мовленнєвих тактик, що «працюють» на неї. У координатах сформульованого розуміння стратегій і тактик комунікативний хід виявляється як конкретний засіб досягнення комунікативної ефекту, заданого в тактичній установці учасників спілкування [7, с. 164].

Основна мета інструкцій із застосування медичних засобів – надати адресату вичерпну інформацію про конкретний медичний засіб і порадити, як його правильно вживати. Оскільки адресатом є, зазвичай, не фахівець-фармаколог, то повинні бути дібрані відповідні комунікативні тактики і стратегії, зрозумілі нефахівцеві. Ефективність – найважливіший критерій, за яким люди добирають стратегії і тактики у медичній сфері спілкування. Першочергові цілі ініціюють комунікативний процес, керують мовленнєвими діями. Для їхнього досягнення реалізуються основні стратегії, до яких належать ті, що безпосередньо пов’язані із впливом на адресата, його модель світу, систему цінностей і поведінку [9, с. 123]. Адресант інструкцій із застосування медичних засобів, переслідуючи мету впливу (примушуючи адресата сприйняти його інформацію і відчувати її своєю), реалізує комунікативні стратегії інформування, поради, привернення уваги, переконування, застереження.

У сучасній комунікативній лінгвістиці існують поняття комунікативної і мовленнєвої (вербальної) стратегії. Перша підкреслює наміри досягнення певної мети під час взаємодії (інтерації), друга – аспекти сформованості стратегії у мовленні, врахування суттєвих характеристик використаних мовних засобів [8, с. 5]. Нижче розглянемо можливі комунікативні і невербальні засоби (тобто засоби інших семіотичних систем), які використовують адресанти фармацевтичних інструкцій для реалізації

стратегії інформування, привернення уваги, застереження. Перш за все необхідно зазначити, що адресантами інструкцій є професіонали – лікарі, фармацевти – представники лікувальних закладів і фармацевтичних компаній. Спочатку розглянемо англомовні інструкції, розміщені на інтернет-сайтах США, Канади, Великобританії.

Інструкції з застосування медичних засобів, розміщені в мережі інтернет, можна поділити на три типи залежно від адресованості й структури: інструкції у формі запитань-відповідей (розраховані на споживача), інструкції для споживача-непрофесіонала й інструкції для професіоналів. Ці види інструкцій відрізняються об'ємом, формою, лексичним наповненням.

Інструкції у формі запитань-відповідей та інструкції, адресовані споживачам-непрофесіоналам, містять лексику, доступну для широкого кола населення, не наводять складних хімічних формул, не подають результати наукових досліджень про вплив препарату на організм, не містять розділу клінічної фармакології.

Інструкції, призначені професіоналам, розраховані на адресата лікаря, фармаколога або хіміка. За обсягом вони значно більші порівняно з двома першими типами, оскільки містять розгорнуту спеціальну інформацію. Часто подають хімічні формули медичних засобів; документ зазвичай містить розділи, в яких описано фармакокінетику і фармакодинаміку і, звичайно ж, значну кількість спеціальної термінології. Мета таких інструкцій – дати лікарю, фармацевту детальну інформацію щодо медичного засобу, його впливу на організм людини, правильного призначення препарату, його дозування тощо. Основна мета інструкцій для споживача – поради пацієнтові щодо правильного вживання засобу, можливих дій у випадку нестандартної реакції на засіб. Інструкції для професіоналів мають якнайширше інформувати лікаря з метою призначення правильного індивідуального лікування пацієнтові; порада щодо вживання стає вторинним мовленнєвим жанром.

Важливою для медичних інструкцій варто уважати стратегію привернення уваги адресата, оскільки останній повинен обов'язково ознайомитися з усіма пунктами інструкції. Комунікативна стратегія привернення уваги реалізується завдяки вживанню комунікативних тактик побудови заголовка інструкції та її розділів, уживання засобів інших семіотичних систем, зокрема елементів графічного оформлення. Вибір подібних невербальних ходів – типовий прийом усіх інструкцій на більшості інтернет-сайтів. Це, зокрема: виділення жирним шрифтом і написання великими літерами, виділення курсивом, інтервалом, іншим кольором.

Виділення іншим кольором притаманне для інструкцій, що мають форму запитань-відповідей. За допомогою такого комунікативного ходу адресант привертає увагу до кожного нового розділу інструкції. Наприклад, зеленим кольором подають таку інформацію: *What should I discuss with my healthcare provider before taking Zithromax? What happens if I miss a dose? What happens if I overdose? What should I avoid while taking Zithromax? What other drugs will affect Zithromax? Where can I get more information?* [18]. З метою привернення уваги до ключових слів інструкції (наприклад, це можуть бути особливі застереження, що стосуються побічних реакцій, чи передозування) уживається синій колір (виділено жирним шрифтом): *Serious allergic reactions, including angioedema, anaphylaxis, and dermatologic reactions including Stevens Johnson Syndrome and toxic epidermal necrolysis have been reported rarely in patients on azithromycin therapy. If an allergic reaction occurs, the drug should be*

*discontinued and appropriate therapy should be instituted. Most of the side effects leading to discontinuation were related to the **gastrointestinal tract**, e.g., **nausea**, vomiting, **diarrhea**, or **abdominal pain**. Bacterial infection of the lungs and airways (chest or lower respiratory tract infection, eg **pneumonia**, **bronchitis**) [19].*

Виділення жирним шрифтом і написання великими літерами використовується для позначення початку нового розділу інструкції: **IMPORTANT NOTE, USES, OTHER USES, HOW TO USE, PRESCRIBED FOR, DOSING, DRUG INTERACTIONS, PREGNANCY, NURSING MOTHERS, SIDE EFFECTS**. Отже, виділення жирним шрифтом й іншим кольором допоможе споживачеві, який не є професіоналом у медичній сфері, швидко знайти необхідний розділ і отримати детальну інформацію.

Виділення курсивом застосовують також з метою привернення уваги до певного розділу чи важливого речення: *Nonmedicinal ingredients. Pregnancy Category B.: reproduction studies have been performed in rats and mice at doses up to moderately maternally toxic dose concentrations (i. e., 200 mg/kg/day). В інструкціях, розрахованих на адресата-професіонала, курсивом виділяють терміни на позначення збудника хвороби, чи самої хвороби. У цьому випадку використовують латинські терміни: **Chlamydia pneumoniae** and **Mycoplasma pneumoniae** were documented in pediatric clinical trials. Safety and effectiveness for **pneumonia** due to **Haemophilus influenzae**. **Clostridium difficile** associated **diarrhea** (CDAD) has been reported with use of nearly all antibacterial agents, including ZITHROMAX, and may range in severity from mild **diarrhea** to fatal colitis [18, 21].*

Комунікативний хід виділення інтервалом є типовим як для інструкцій у формі запитань-відповідей, так і для професійних інструкцій, і має на меті відчленування розділів інструкцій та інформацію в їх межах на логічні змістовні частини для зручності адресата:

What happens if I miss a dose?

Take the missed dose as soon as you remember. If it is almost time for your next dose, skip the missed dose and take the medicine at the next regularly scheduled time. Do not take extra medicine to make up the missed dose.

What happens if I overdose?

Seek emergency medical attention if you think you have used too much of this medicine.

Overdose symptoms may include nausea, vomiting, diarrhea, and stomach discomfort [18].

Комунікативні тактики і ходи в межах загальної стратегії привернення уваги адресата. Одне із основних завдань інструкцій із застосування медичних засобів – надати споживачеві (професіоналу-лікарю, непрофесіоналу), повну інформацію щодо медичного засобу: його складу, фізико-хімічних властивостей, способу застосування тощо. Найпростіша номінативна тактика, яка реалізується шляхом комунікативних ходів – назв медичного засобу та назв розділів інструкцій. Це, по-перше, брендова назва ліків: **Zithromax**, **Neurontin**, **Vasotec**, **Sinequan**, **Tegretol**, **Androgel**, **Flagyl**, а також назва діючої речовини, яка завжди супроводить брендову назву: *azithromycin*, *Gabapentin*, *enalapril*, *doxepin hydrochloride*, *carbamazepine*, *testosterone*, *metronidazole* тощо. Назва засобу і назва діючої речовини дає можливість пацієнтові і лікареві

дібрати ліки тієї торгової марки, яка найбільше відповідає типу захворювання, або є прийнятною за ціною та якістю.

Комунікативна тактика опису широко реалізується в інструкціях із застосування медичних засобів. Реалізується шляхом представлення основних характеристик товару. Цей комунікативний хід використовують у розділі Drug Class and Mechanism, Preparations, Drug description, або Uses. У названих розділах подають інформацію щодо класу медичного засобу (до якої групи ліків він належить) *Oxytocin is a hormone used during the late stage of pregnancy to induce labor (contractions). . It is part of a class of antibiotics called macrolides. Pitocin is a nonapeptide found in pituitary extracts from mammals. Metronidazole is an antibiotic effective against anaerobic bacteria and certain parasites. Other medicines in this class include clarithromycin and erythromycin. SINEQUAN® (doxepin hydrochloride) is one of a class of psychotherapeutic agents known as dibenzoxepin tricyclic compounds].* В якій формі випускається: *available for oral administration as chewable tablets of 100 mg, tablets of 200 mg, XR tablets of 100, 200, and 400 mg, and as a suspension of 100 mg/5 mL (teaspoon). SINEQUAN Oral Concentrate is available in 120 mL bottles (NDC 0049-5100-47) with an accompanying dropper calibrated at 5 mg, 10 mg, 15 mg, 20 mg, and 25 mg. Tablets: 250, 500, and 600 mg. Suspension: 100 mg/ teaspoon, 200 mg/teaspoon, 167 mg/teaspoon or 1 g/packet. Powder for Injection: 500 mg.* Для лікування яких хвороб і станів застосовується: *It is often used to induce labor in difficult pregnancies or pregnancies at risk for complications (e.g., preeclampsia, eclampsia, diabetes). Metronidazole is used to treat parasitic infections including Giardia infections of the small intestine, amebic liver abscess and amebic dysentery (infection of the colon causing bloody diarrhea), bacterial vaginosis, trichomonas vaginal infections, and carriers of trichomonas (both sexual partners) who do not have symptoms of infection. Tegretol is indicated for use as an anticonvulsant drug [18; 19].* Для яких вікових груп розрахований, наприклад, для дітей: *In children, it is used to treat middle ear infection, pneumonia, tonsillitis, and strep throat. For children aged 6 months and up, the usual dose is 10 milligrams of Zithromax suspension per 2.2 pounds of body weight given once daily for 3 days. For children aged 2 years and up, the usual dose is 12 milligrams per 2.2 pounds of body weight once daily for 5 days.* У цій частині тексту подають інформацію про те, як правильно застосовувати медичний засіб при лікуванні дітей, оскільки для дітей доза зазвичай є меншою, або взагалі до певного віку препарат протипоказаний. Для старших пацієнтів: *Geriatric use. Pharmacokinetic parameters in older volunteers (65–85 years old) were similar to those in younger volunteers (18–40 years old) for the 5-day therapeutic regimen.* Опис особливостей застосування для пацієнтів старшого віку

Уточнення за статтю: *Azithromycin should only be given during pregnancy when benefit outweighs risk. Nursing mothers. The safety of this medicine for use during pregnancy has not been established. When properly administered, oxytocin should stimulate uterine contractions comparable to those seen in normal labor.* Подібна інформація найчастіше має своїм адресатом вагітних жінок, або тих, які годують дітей грудьми.

У тактиці опису властивостей препарату одним із ходів є порада або рекомендація з використання. Порада в інструкціях англійською мовою реалізується за допомогою модального дієслова *should* + *неперфектний інфінітив*, модальних слів і дієслів. Комунікативний хід поради з використання найчастіше реалізується у формі запитань-відповідей:

Important information about..., What should I discuss with my healthcare provider before taking..., How should I take..., What should I avoid while taking...

Important information about... Do not use Zithromax if you have ever had an allergic reaction to azithromycin or similar drugs such as erythromycin (E-Mycin, Ery-Tab, E.E.S.), clarithromycin (Biaxin), telithromycin (Ketek), or troleandomycin (Tao). Порада щодо того, у яких випадках не варто застосовувати медичний засіб.

What should I discuss with my healthcare provider before taking... If you have any of these conditions, you may need a dose adjustment or special tests to safely use Zithromax. Tell your doctor if you are pregnant or plan to become pregnant during treatment. It is not known whether azithromycin passes into breast milk or if it could harm a nursing baby. Пацієнтові рекомендують обговорити всі питання про стан здоров'я, можливість алергічних реакцій, щоб лікар міг адекватно призначити потрібний засіб і дозування.

How should I take... Take Zithromax exactly as it was prescribed for you. Do not take the medication in larger amounts, or take it for longer than recommended by your doctor. Take each tablet or capsule with a full glass (8 ounces) of water. Кожна інструкція радить те, в яких дозах треба вживати медичний засіб, і наголошує на необхідності дотримання рекомендацій лікаря.

What should I avoid while taking... Do not take antacids that contain aluminum or magnesium within 2 hours before or after you take Zithromax. This includes Roloids, Maalox, Mylanta, Milk of Magnesia, Pepcid Complete, and others. Avoid exposure to sunlight or artificial UV rays (sunlamps or tanning beds). Zithromax can make your skin more sensitive to sunlight and sunburn may result. Use a sunscreen (minimum SPF 15) and wear protective clothing if you must be out in the sun.

Поради щодо того, яких медичних засобів варто уникати під час прийому цього препарату, чи, наприклад, не треба піддаватися тривалій дії сонячних променів.

В інструкціях для пацієнта (споживача непрофесіонала) комунікативний хід поради використовується в таких розділах: **How to use:** Take this medication by mouth, with or without food, as directed by your doctor. The dosage is based on your medical condition and response to therapy. During the first few days, your doctor may gradually increase your dose so your body can adjust to the medication. Do not take this medication more often or increase your dose without consulting your doctor.

Side effects: Tell your doctor immediately if any of these serious side effects occur: tremor or shaking, swollen arms/legs. But seek immediate medical attention if it occurs. Symptoms of a serious allergic reaction may include: rash, itching/swelling (especially of the face/tongue/throat), severe dizziness, trouble breathing.

Precautions: Before using this medication, tell your doctor or pharmacist your medical history, especially of: kidney disease. Caution is advised when using this drug in the elderly because they may be more sensitive to its effects, especially swollen arms/legs or loss of coordination.

Drug interactions: Do not start, stop, or change the dosage of any medicine before checking with them first. Therefore, before using this product, tell your doctor or pharmacist of all the products you use. Keep a list of all your medications with you, and share the list with your doctor and pharmacist.

Overdose: If overdose is suspected, contact your local poison control center or emergency room immediately.

Missed dose: *If you miss a dose, use it as soon as you remember. If it is near the time of the next dose, skip the missed dose and resume your usual dosing schedule.*

Storage: *Store at room temperature (77 degrees F or 25 degrees C) away from light and moisture [18, 21].*

Нижче проаналізуємо реалізацію комунікативного ходу поради в ще одному типі інструкцій – для професіоналів. Цей комунікативний хід релевантний у таких розділах інструкції:

Drug description: *Azithromycin should not be used in patients with pneumonia who are judged to be inappropriate for oral therapy because of moderate to severe illness or risk factors such as any of the following. Because some strains are resistant to ZITHROMAX, susceptibility tests should be performed when patients are treated with ZITHROMAX.* Порада адресована лікареві; він повинен ознайомитись з історією хвороби пацієнта і звернути увагу на те, чи можна йому призначати певні ліки. Лікар також повинен провести тест для визначення резистентності бактерії до медичного засобу (в цьому випадку це антибіотик Азитроміцин).

Dosage and administration: *No dosage adjustment is recommended for subjects with renal impairment (GFR \leq 80 mL/min). Parenteral drug products should be inspected visually for particulate matter and discoloration prior to administration whenever solution and container permit. The dosage of oxytocin is determined by the uterine response and must therefore be individualized and initiated at a very low level.* Під час добору дозування лікар повинен враховувати індивідуальні особливості пацієнта. В інструкціях для професіоналів особливу увагу звертають на хімічний склад препарату, наукові дослідження щодо впливу препарату на організм людини.

Side effects: *The possibility of increased blood loss and afibrinogenemia should be kept in mind when administering the drug.*

Precautions: *When oxytocin is used for induction or reinforcement of already existent labor, patients should be carefully selected.*

У двох останніх розділах комунікативний хід поради використовують нечасто, оскільки для них притаманна описовість, або вираження зобов'язання чи заборони.

Розгляньмо, як реалізуються стратегії привернення уваги та інформування в україномовних інструкціях, розміщених у мережі інтернет.

На противагу англійським інструкціям, україномовні представлені одним структурно-семантичним типом, не поділяючись на інструкції для споживача-непрофесіонала чи лікаря-професіонала. Україномовні інструкції містять як професійні терміни, так і лексику широкого вжитку. Вони комплексні, містять інформаційні елементи, корисні як для лікаря, так і для пацієнта.

Стратегія привернення уваги, яка реалізується у комунікативних і невербальних тактиках. Невербальні тактики реалізуються за допомогою таких комунікативних ходів: виділення жирним шрифтом і написання великими літерами, виділення курсивом, іншим кольором, виділення розділів інструкцій інтервалом. Щодо виділення іншим кольором, цей комунікативний хід притаманний лише інструкціям, розміщеним на сайті mozdocs.kiev.ua, де зеленим кольором виділена назва препарату, а також такі показники, як *Міжнародна непатентована назва, Виробник, Лікарська форма, Форма випуску, Діючі речовини, Допоміжні речовини, Фармакотерапевтична група, Показання, Термін придатності, Номер реєстраційного посвідчення, Термін дії по-*

свідчення АТ код, Наказ МОЗ [16]. На противагу англomовним інструкціям в українomовних не виділяють іншим кольором окремі слова, хоча для зручності споживачів, особливо непрофесіоналів це варто було б зробити, оскільки таке виділення стосується важливих аспектів, зокрема можливих побічних ефектів від уживання препарату.

Як і в англomовних інструкціях жирним шрифтом, або великими літерами виділяють назву препарату, наприклад: **ДОКСЕПІН, КАРБАМАЗЕПІН, ПРОСТАМОЛ® УНО, АЗИЦИН, ГАБАНТИН, ЕНАЛАПРИЛ, Дибазол** тощо.

Жирним шрифтом (але без використання великих літер), або курсивом виділяють назву кожного нового розділу інструкції, наприклад: **Міжнародна та хімічна назви, Основні фізико-хімічні властивості, Форма випуску, Фармакологічні властивості, Показання для застосування, Спосіб застосування та дози, Показання, Застосування у період вагітності або годування груддю**. Ідентично з англomовними, в українських інтернет-інструкціях виділення жирним шрифтом, чи великими літерами допомагає споживачеві швидко віднайти потрібну інформацію. З подібною метою використовують виділення інтервалом розділів інструкцій:

основні фізико-хімічні властивості: тверді капсули, з кришечкою і корпусом білого кольору, що містять порошок білого кольору;

склад: 1 капсула містить азитроміцину 250 мг; допоміжні речовини: лактози моногідрат, натрію лаурилсульфат, полівінілпіролідон kollidon®k 25 або plasdone® k25, магнію стеарат.

Номінативна тактика стратегії інформування також реалізується за допомогою комунікативного ходу «надання назви інструкції та її розділам», тобто подається фірмова українська назва препарату та міжнародна хімічна назва діючої речовини: **ЕНАЛАПРИЛ, (ENALAPRILUM); ДОКСЕПІН, (DOXEPIN); КАРБАМАЗЕПІН, (CARBAMAZEPINE); АЗИЦИН, (AZITHROMYCIN).**

Назви розділів інструкцій: **Міжнародна та хімічна назви, Основні фізико-хімічні властивості, Форма випуску, Фармакологічні властивості, Показання для застосування.**

В українomовних інструкціях комунікативна тактика опису застосовується широко. Вона реалізується за допомогою комунікативного ходу представлення основних характеристик медичного препарату. Цей комунікативний хід наявний майже у всіх розділах інструкцій:

Основні фізико-хімічні властивості: *тверді капсули, з кришечкою і корпусом білого кольору, що містять порошок білого кольору;* В англomовних інструкціях, зазвичай, немає опису зовнішнього вигляду медичного засобу, за винятком деяких інструкцій для професіоналів.

Показання. *Епілепсія: парціальні судомні напади з вторинною генералізацією або без неї у дорослих та дітей віком від 12 років (монотерапія або як засіб додаткової терапії); резистентна форма епілепсії у дітей віком від 8 до 12 років (як засіб додаткової терапії).* Подають інформацію, при яких хворобах приймати засіб, і вказують вікову характеристику адресата.

Протипоказання. *Підвищена чутливість до габапентину або до будь-якого компонента, що входить до складу препарату; вагітність; період годування груддю; діти віком до 8 років.* Окрім зазначення вікових характеристик, наявні характеристики за статтю та деякими станами (вагітні жінки).

Що стосується комунікативних ходів поради і рекомендації, то вони найчастіше реалізуються із застосуванням виразів на зразок *можливі (виникнення ускладнень), не виникає необхідності, рекомендується, не рекомендується, слід*, а також за допомогою безособових чи неозначено-особових речень. Модальні дієслова використовують з метою вираження ставлення укладача інструкції (адресанта) до дії або стану, зазначеного інфінітивом. Вони вказують, що дія є рекомендованою, можливою, чи неможливою, необхідною, бажаною, сумнівною. Комунікативний хід поради і рекомендації найчастіше трапляється в таких розділах: **Спосіб застосування та дози.** Лікування починають з мінімальної дози 300 мг на добу. Дозу препарату щоденно підвищують на 300 мг до досягнення оптимального терапевтичного ефекту. Можливе призначення препарату за іншою схемою: при масі тіла 26–36 кг – 900 мг на добу; при масі тіла 37–50 кг – 1200 мг на добу; при масі тіла 51–72 кг – 1800 мг на добу. При незвичайному порушенні функції нирок (кліренс креатиніну більше 40 мл/хв) немає необхідності в корекції дози.

Застосування у період вагітності або годування груддю. Унаслідок нечисленності клінічних даних не рекомендується призначати препарат вагітним і в період лактації. Як і більшість лікарських засобів, Габантин не повинен застосовуватися під час вагітності.

Особливості застосування. Препарат містить лактозу, тому пацієнтам зі спадковою непереносимістю галактози застосовувати препарат не рекомендується.

Взаємодія з іншими лікарськими засобами. У зв'язку з високим розвитком анафілактичних реакцій не рекомендується призначати Еналаприл пацієнтам, які знаходяться на гемодіалізі з використанням поліакрилонітрильних мембран, перед застосуванням препаратів декстرونу або проведенням специфічної десенсибілізації до отрути бджіл.

Передозування. Рекомендується покласти пацієнта у горизонтальне положення з низьким підголів'ям, зондове промивання шлунка, прийом активованого вугілля, стабілізація об'єму циркуляції крові ізотонічним розчином натрію хлориду [14, 15, 16].

Україномовні інструкції розраховані на споживача з більшими фоновими (спеціальними) знаннями, ніж англомовні, а тому саме з цієї причини, на нашу думку, відсутній поділ на інструкції для споживачів і професіоналів.

Щодо реалізації комунікативного ходу представлення основних характеристик у розділі **Фармакологічні властивості**, необхідно зазначити, що він наявний в усіх україномовних інструкціях, а в англомовних – лише в інструкціях для професіоналів. Подібне стосується подання хімічної формули препарату. Англомовні інструкції для споживачів представлені як комунікація рівних між собою адресата і адресанта. В україномовних така комунікація постає як спілкування двох професіоналів, або одного професіонала, авторитетного адресанта зі звичайним споживачем медичного препарату.

Отже, для реалізації основної мети інструкцій із вживання медичних засобів поради із застосування, а також опису фармацевтичних препаратів застосовуються стратегії привернення уваги й інформування. Комунікативна стратегія привернення уваги реалізується в інструкціях шляхом комунікативної тактики побудови заголовка інструкції, її розділів та невербальну тактику графічного оформлення. До невербальних належать такі комунікативні ходи: виділення жирним шрифтом і написання вели-

кими літерами, виділення курсивом, виділення іншим кольором, виділення розділів інструкцій інтервалом.

Комунікативна стратегія інформування використовує номінативну тактику, яка реалізується шляхом використання комунікативних ходів – назви медичного засобу та назви розділів інструкцій. Комунікативна тактика опису реалізується шляхом уживання таких комунікативних ходів: представлення основних характеристик товару, порада або рекомендація щодо їх уживання.

Згадані стратегії, тактики і комунікативні ходи застосовуються як в англійських, так і в українських інструкціях з деякими відмінностями. Зокрема, в українських інструкціях не виділяють іншим кольором окремі слова і вирази, хоча для зручності споживачів, особливо непрофесіоналів, це варто було б робити, оскільки таке виділення стосується важливих аспектів інструктування, зокрема інформування щодо можливих побічних ефектів. Українські інструкції більшою мірою зосереджені на презентації основних характеристик медичного засобу, а англійські – на порадах щодо його застосування, на тих аспектах, які обов'язково підлягають обговоренню з лікарем щодо можливих нестандартних ситуацій, які можуть виникнути у процесі уживання медичного препарату.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Арутюнова Н. Д. Прагматика : лингвистический энциклопедический словарь / Н. Д. Арутюнова. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – С. 389–390.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Ф. С. Бацевич. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.
3. Борботько В. Г. Некоторые проблемы выявления структурных характеристик текста / В. Г. Борботько // Сборник научных трудов МГПИИЯ им. М. Тореца. – М. : МГПИИЯ, 1976. – Вып. 100. – С. 55–62.
4. Боцман А. В. Структурно-прагматичні та семантичні особливості фармацевтичних текстів (на матеріалі інструкцій до вживання лікарських препаратів) : дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : спец. 10.02.04 / Андрій Васильович Боцман. – К., 2006. – 403 с.
5. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. Ван Дейк; [пер. с англ.]. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
6. Вихованець І. Р. Граматика української мови. Синтаксис : підручник. / І. Р. Вихованець. – К. : Либідь, 1993. – 368 с.
7. Гойхман О. Я. Речевая коммуникация : учебник / О. Я. Гойхман. – М. : ИНФРА, 2001. – 272 с.
8. Горбачев Е. В. Семантические стратегии предвыборной кампании в ФРГ (на материале сообщений для прессы фракции ХДС / ХСС в бундестаге 1998 г.) : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 / Е. В. Горбачев; Самарский государственный университет. – Самара, 2001. – 16 с.
9. Гусар М. В. Лінгвокогнітивний і комунікативно-прагматичний аспекти приватних газетних оголошень (на матеріалі сучасної британської періодики) : дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : спец. 10.02.04 / Гусар Мальвіна Вікторівна. – К., 2004. – 230 с.

10. Ключев Е. В. Речевая коммуникация : учеб. пособие [для ун-тов и ин-тов] / Е. В. Ключев. – М. : РИПОЛ КЛАССИК, 2002. – 320 с.
11. Макаров М. Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе / М. Л. Макаров. – Тверь : Изд-во Тверского ун-та, 1998. – 200 с.
12. Маслов Б. А. Проблемы лингвистического анализа связного текста : надфразовый уровень. / Б. А. Маслов. – Таллин : Изд-во ТПИ, 1975. – 102 с.
13. Рождественский Ю. В. Об исследовании текста в языкознании // Проблемы теории текста / Ю. В. Рождественский. – М. : Наука, 1978. – С. 5–35.
14. Інструкції для медичного застосування препаратів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://farmaton.lviv.ua>.
15. Інструкції до медичних препаратів [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.pills.org.ua>.
16. Лікарські засоби [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mozdocs.kiev.ua>.
17. Coupland N. Reshaping lives : Constitutive identity work in geriatric medical consultations / Coupland N., Coupland J. // Text. – 1998. – Vol. 18, №2. – P. 159–189.
18. Drugs A to Z [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.drugs.com>.
19. Drugs A-Z [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rxlist.com>.
20. Meseide Per. Medical talk and moral order. Social interaction and collaborative clinical work // Text. – 2003. – Vol. 23, №3. – P. 369–403.
21. Neurology a-z list [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.medicinenet.com>.
22. Pilnick A. The interactional organization of pharmacist consultation in a hospital setting : A putative structure / A. Pilnick // Journal of Pragmatics. – 2001. – Vol. 33, № 12. – P. 1927–1945.
23. Ravotas D. Voices in the text / Ravotas D., Berkenkotter C.; [The uses of reported speech in a psychotherapist's Notes and Initial Assessments] // Text. – 1998. – Vol. 18, № 2. – P. 211–239.

Стаття надійшла до редколегії 29.08.2010

Принята до друку 19.09.2010

**COMMUNICATIVE AND PRAGMATIC ORGANISATION
OF THE PHARMACEUTICAL INTERNET-INSTRUCTIONS
(COMMUNICATIVE STRATEGIES AND TACTICS)**

Nataliya LESHCHENKO

*Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University,
Department of English Language,
28 Sadova st., 20300 Uman, Ukraine,
tel. +380 (474) 430663*

The article is dedicated to the problem of effective strategies, tactics and communicative moves used by the compilers of the Internet pharmaceutical instructions in order to realize main communicative intention – to give information and to advise how to use a medication correctly.

Key words: pharmaceutical instruction, text, communicative strategy, communicative tactic, communicative move.

**КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ИНТЕРНЕТ-ИНСТРУКЦИЙ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ
МЕДИЦИНСКИХ СРЕДСТВ
(КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ)**

Наталія ЛЕЩЕНКО

*Уманский государственный педагогический
университет им. Павла Тичини,
кафедра английского языка,
ул. Садовая, 28, ауд. 404, 20300, Умань, Украина,
тел. +380 (474) 430663*

Рассматривается вопрос использования эффективных стратегий, тактики и коммуникативных ходов составителей интернет-инструкций по использованию медицинских средств для воплощения основной коммуникативной интенции информирования, а также второстепенной интенции – совета по использованию медицинских средств.

Ключевые слова: инструкция по использованию медицинских средств, текст, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, коммуникативный ход.