

УДК 80  
ББК Ч 104.5

ГСНТИ 16.21.27

Код ВАК 10.02.19

**Руженцева Наталья Борисовна,**

доктор филологических наук, профессор, кафедра риторики и межкультурной коммуникации, Институт русского языка, литературы и межкультурной коммуникации; кафедра социальной психологии, конфликтологии и управления, Институт психологии, Уральский государственный педагогический университет; 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, 26, к. 285; e-mail: verbalis@mail.ru

**ПРЕСКРИПЦИИ В МЕЖНАЦИОНАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ:  
СУБЪЕКТНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА<sup>1</sup>**

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** межнациональный дискурс; социокультурные нормы; прескрипция; субъектная организация; жанры; совет; рекомендация; запрет; тенденции межнационального общения.

**АННОТАЦИЯ.** Описаны прескрипционные жанровые формы в межнациональном общении. Автор характеризует инвариант прескрипционного жанра, конкретизируя его на примере четырех моделей субъектной организации текста, соотносимых с разными текстовыми формами межнациональных предписаний и запретов.

**Ruzhentseva Natalia Borisovna,**

Doctor of Philology, Professor, Chair of Rhetoric and Intercultural Communication, Institute of Philology, Culture Study and Intercultural Communication, Chair of Social Psychology, Conflictology and Management, Institute of Psychology, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

**PRESCRIPTIONS IN INTERNATIONAL DISCOURSE:  
SUBJECT ORGANIZATION AND GENRE SPECIFICITY**

**KEY WORDS:** international discourse; socio-cultural standards; prescription; subject organization; genres; advice; recommendation; prohibition; tendencies of international communication.

**ABSTRACT.** The article is devoted to prescription genres in international communication. The author defines invariant of prescription genre, and specifies it on the basis of four models of subject organization of the text, which correlate with different text forms of international prescriptions and prohibition.

По таким компонентам прагматической рамки текстов межнационального дискурса, как автор текста и его адресат (то есть участники дискурса), жанры любого межнационального дискурса можно дифференцировать на двухсубъектные, трехсубъектные и даже четырехсубъектные и более. К двухсубъектным жанрам можно отнести межличностные диалоги двух людей, принадлежащих к разным национальностям; к ним же относятся и формы группового общения, например, беседа российского преподавателя, с одной стороны, с группой иностранных студентов (коллективный адресат) – с другой. Возможны и четырехсубъектные жанры, к которым относится, к примеру, книга «Продана» (М.: Рипол-классик, 2009). Эта книга написана двумя авторами – шведкой Верой Эфрон СОВМЕСТНО с русской девушкой, прошедшей ужасы торговли людьми, и предназначена как для шведов, так и для русских (книга вышла на двух языках). Приведем отрывок из интервью с В. Эфрон, который свидетельствует о полисубъектности указанного текста (книгу можно считать и пятисубъектной, так как в ее создании участвовал переводчик со шведского языка на русский):

*...Я профессиональный писатель, и это помогло мне уговорить Наташу вместе поработать над книгой, но при условии анонимности Наташи.*

*- Как шла работа над этой книгой?*

*- Наташа рассказывала мне свою историю, а я ее записала. Поскольку я писала на шведском языке, пришлось для Наташи делать русский перевод, чтобы она могла одобрить текст.*

В свою очередь тексты, реализующие в межнациональном дискурсе прескрипционную интенцию, относятся, как правило, к трехсубъектным жанрам: КТО (к какой национальности относится автор?) – О КОМ (о какой стране и о людях какой национальности идет речь?) – ДЛЯ КОГО (для людей какой национальности текст предназначен?). «Прескрипционная составляющая носит предписывающий (что надо делать и как это надо делать в общении) и запрещающий характер (чего не надо делать)» (8, с. 98). Прескрипционные тексты крайне важны для успешного общения в рамках любого межнационального дискурса, так как именно они содержат рекомендации и запреты социокультурного характера, от которых во многом зависит «исход контакта между «своим», «чужим» и «другим»» (4, с. 141), ср.: «СВОЕ, ЧУЖОЕ И ДРУГОЕ опознается по системе вербальных и невербальных маркеров, которые можно

<sup>1</sup> Статья подготовлена в рамках государственного задания Министерства образования и науки РФ (проект 6.2985.2011 «Политическая метафорология»).

условно развести на две группы: индивидуально-физиологические и социокультурные; последние имеют особый вес, поскольку их влияние на процесс и результат межкультурного взаимодействия является решающим» (4).

Прескрипционные тексты межнационального характера известны на Западе давно. Они употребляются для обслуживания как деловой, так и туристической сфер общения, иногда им придается жанровая форма заповедей, ср. фрагмент из «Десяти заповедей для тех, кто ведет дела в Японии»:

*Всегда старайтесь быть официально рекомендованным тому лицу или фирме, с которыми вы хотите иметь дело. Причем рекомендующий вас человек должен занимать по крайней мере столь же высокое положение, как лицо, с которым вы хотите познакомиться. Имейте в виду также, что вы становитесь перед рекомендателем в долгу, который в свое время надо будет оплатить»* (Джек Суорд (США), Еще раз о японцах, 1971. Цит по: 7).

В межнациональном дискурсе, участниками которого являются россияне, прескрипционные тексты получили большое распространение с начала 90-х годов XX века, и прежде всего – в связи с развитием зарубежного туризма. Россияне, большинство которых не выезжали ранее за границу, нуждались в знаниях о правилах поведения в той или иной стране, и туристические проспекты немедленно стали восполнять эту лауну в форме инструкций и советов выезжающим, ср., например, текст, в котором прескрипционная составляющая представлена комплексно – в форме советов и в форме запрета:

*Влияние ислама на повседневную одежду в Тунисе сведено к минимуму, тем не менее из уважения к традициям, по столице и старым мусульманским кварталам городов ЛУЧШЕ НЕ ХОДИТЬ В ШОРТАХ И ОТКРЫТЫХ МАЙКАХ...*

*В Тунисе есть символическая традиция. Мужчины за ухом носят букетик жасмина. Женатые носят его за правым ухом, а холостые за левым. ТУРИСТАМ ЛУЧШЕ ЭТОГО НЕ ДЕЛАТЬ, ЭТО БУДЕТ ВЫГЛЯДЕТЬ СМЕШНЫМ.*

*Во время священного месяца Рамадан до захода солнца нельзя ничего ни есть, ни пить. Эти ограничения, конечно, не относятся к туристам. Но, из уважения к чувствам верующих, ЛУЧШЕ ВОЗДЕРЖИВАТЬСЯ ОТ КУРЕНИЯ, ПИТЬЯ И ЕДЫ НА УЛИЦАХ ГОРОДОВ И В ОБЩЕСТВЕННЫХ МЕСТАХ...*

*ЗАПРЕЩЕНА ФОТОСЪЕМКА В ОФИЦИАЛЬНЫХ ЗДАНИЯХ И ФО-*

*ТО/ВИДЕОСЪЕМКА ПРЕЗИДЕНТСКОГО ДВОРЦА* (Сезонный каталог компании «Инна тур»).

В настоящее время, в связи с увеличением межнациональных контактов в разных сферах общения, наблюдается отчетливо выраженная тенденция к расширению жанрового корпуса прескрипционных текстов и усложнению их организации. Обобщенную модель прескрипционного текста можно представить следующим образом.

*Тематико-смысловое содержание* – социокультурные нормы другой страны; ментальные характеристики ее жителей.

*Структура* – зависит от первичности или вторичности жанра. Так, информация в жанре инструкции в ее первичной «чистой» форме представлена в соответствии с достаточно строгой логикой: текст четко рубрицирован, используются слова, обозначающие последовательность действий (*сначала, затем, после этого и др.*), вводные слова (*во-первых, во-вторых*) и т. д. Однако инструкция в рамках вторичного жанра, например, книги о другой стране, часто теряет свою четкость и последовательность, ее текст синкретизируется с другими жанровыми формами (жанровая амальгама).

*Стиль* (речевое оформление) также зависит от вторичности или первичности жанра, «встроенности» текста в более сложную жанровую форму или его бытования в «чистом» виде.

Что касается *прагматической рамки* порождения прескрипционных текстов, то она достаточно однотипна по интенциональной составляющей – это собственно прескрипция (предписание – что и как надо делать при общении с людьми иной национальности), запрет (чего не надо делать при общении с людьми иной национальности), а также объяснение: «К интерпретационному полю коммуникативных категорий концептов будут также относиться и объяснительные стереотипы – как надо понимать те или иные коммуникативные действия в процессе общения» (8, с. 98).

Основным компонентом прагматической рамки любого высказывания является субъектная организация текстов. Выше было сказано о том, что прескрипционные высказывания относятся к трехсубъектным жанрам (КТО – О КОМ – ДЛЯ КОГО). Попробуем охарактеризовать с этой точки зрения 4 вида письменных прескрипционных текстов:

МЫ – О НИХ – ДЛЯ НАС,  
МЫ – О НАС – ДЛЯ НИХ,  
ОНИ – О НАС – ДЛЯ СЕБЯ,  
ОНИ – О НАС – ДЛЯ НАС.

**Модель 1. МЫ – О НИХ – ДЛЯ НАС**

Эта модель представлена, как минимум, тремя основными разновидностями: основным (первичным) жанровым вариантом, «встроенным» жанровым вариантом и косвенным вариантом.

Основными жанрами, предназначенными для реализации этой субъектной модели в любом межнациональном дискурсе, являются первичные формы инструкции, совета и рекомендации. Инструкция отличается от двух последних форм большей категоричностью предписаний и большей частотностью запретов.

Так, в первичных формах межнациональной инструкции («жесткой» прескрипции) ключевыми являются конструкции следующих типов: а) сочетание слов со значением долженствования (*надо, нужно, необходимо, следует и др.*) с неопределенной формой глагола; б) сочетание запретительных слов (*нельзя, не следует, запрещено, не полагается и др.*) с неопределенной формой глагола; в) глаголы в повелительном наклонении, в том числе отрицательные конструкции (*воздержитесь от..., не пейте...*), г) высказывания со значением «негативного последствия», ср.: *«Срок пребывания в стране по обычной туристической визе ограничен тридцатью днями. По истечении этого времени НУЖНО ОБРАТИТЬСЯ в полицейский участок для продления срока пребывания в стране. Если регистрация не продлена, за каждый день пребывания в Иордании сверх месячного срока при выезде взимается штраф»*. Прерогативой инструкции являются жестко обозначенные позиции автора и адресата. Это иерархическая модель коммуникации: автор инструкции – над адресатом, и дистанция между ними достаточно велика. В целом «жесткие» формы прескрипции эксплицитно или имплицитно репрезентируют пресуппозицию типа: *«Вам будет плохо, если вы...»*.

В свою очередь, жанровые формы совета и рекомендации являются более мягкими. В них гораздо чаще встречаются следующие элементы: а) безличные конструкции *«ЛУЧШЕ попробовать...», «МОЖНО попытаться...», «СТОИТ ознакомиться с...», «ЖЕЛАТЕЛЬНО ИМЕТЬ...», «ПРИНЯТО соблюдать...»*; б) формы глагола в 1 лице множественного числа (*обратим внимание на...*); в) форма глаголов во 2 лице множественного числа в сочетании с инфинитивом (*вы можете попробовать...*); г) форма глагола в 3 лице множественного числа в значении *«так делают», «так делается»*; д) конструкции с глаголом «быть» (*будьте осторожны*); е) возвратные глаголы (*об аренде машины договариваются заранее...*); ж) конструкции со значением

предупреждения и т. п. Автор совета и рекомендации и адресат последних находятся в общем коммуникативном пространстве. Их отношения близки к паритетным, а более «мягкие» формы прескрипции эксплицитно или имплицитно содержат авторскую мысль: *«Для вас будет лучше, если вы...»*, ср.: *«Водителю, который нарушил правила дорожного движения, НЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ ВСТУПАТЬ В ДИАЛОГ С ПОЛИЦЕЙСКИМ. Штраф за нарушение правил обычно выписывается на месте, а наши традиционные попытки договориться могут закончиться плачевно»*.

Вторая разновидность модели «МЫ – О НИХ – ДЛЯ НАС» – это советы и рекомендации, «встроенные» в иную жанровую форму, например в главу книги о той или иной стране.

Наиболее типичной чертой «встроенных» прескрипций является наличие в тексте авторского комментария, объяснений (часто в иронической тональности). Множественные примеры таких прескрипций встречаются в книге А. Шляхова «Китай и китайцы. Привычки. Загадки, Нюансы» (М. : Астрель, 2012):

*В Китае я понял: дарить подарки – это целая наука, которые дотошные и склонные к самосовершенствованию китайцы возвели в ранг искусства.*

*Нет, некоторое сходство с нами есть – дарение острых предметов и в Китае СЧИТАЕТСЯ ДУРНЫМ ПРЕДЗНАМЕНОВАНИЕМ. Предвещает ссору дарителя с тем, кому он острые предметы подарил.*

*Но ХУЖЕ ВСЕГО ПОДАРИТЬ кому-то четыре одинаковых предмета. Четыре – число смерти, поэтому лучше попросту сказать китайцу: «Чтоб ты сдох!». Проще выйдет.*

*ГОРАЗДО ЛУЧШЕ ТРЯХНУТЬ МОШНОЙ И ПОДАРИТЬ не четыре, а восемь одинаковых предметов...*

*И НЕ НАДО ТЕРЯТЬСЯ, если китаец решительно возвращает вам подарок... Он просто хранит свое «лицо», давая вам понять, что он человек обеспеченный и даже очень к тому же не жадный.*

«Встроенность» рекомендации или совета в более сложную жанровую форму может придавать речевому оформлению прескрипционных текстов черты бытового нарратива (обиходно-бытовая лексика, разговорный синтаксис, аналогии, побочные ассоциативные связи и др.). В таких текстах наблюдаются также черты рассуждения-объяснения, условные и причинно-следственные конструкции, ср., подобную форму совета в книге Ю. Ковальчук «На-

блюдая за японцами. Скрытые правила поведения (М.: РИПОЛ классик, 2011):

*Когда японцы выходят из полного людей вагона метро или автобуса, они никогда не спросят «Извините, вы выходите?», как, скажем, принято в России... В случае необходимости безмолвно растолкают стоящих впереди и пойдут себе. В России бы сказали: «Женщина, что вы тут растолкались? Попросить нельзя?» Так вот, в Японии ПОПРОСИТЬ НЕЛЬЗЯ. Это, видимо, наоборот, очень даже вежливо, нет, вас не будут тревожить и беспокоить вежливыми просьбами отодвинуться, пропустить, а просто отодвинут вас сами, так что БУДЬТЕ ГОТОВЫ К ПЕРЕМЕНЕ МЕСТ.*

Свои и чужие прескрипции в тексте могут сочетаться, как это сделано в указанной выше книге А. Шляхова. С одной стороны, традиционные правила пользования китайскими палочками для еды сопровождаются у А. Шляхова авторским комментарием, а с другой – к китайским (чужим) прескрипциям добавлены собственно авторские рекомендации (свое). В целом расширение репертуара предписаний делает авторскую позицию (позитивное отношение к чужим традициям) гораздо более выраженной, чем если бы А. Шляхов привел только китайские правила пользования палочками:

*Правила хорошего тона при пользовании палочками остроумные китайцы облекли в красивую метафорическую форму. Десять запретов, десять заповедей для всякого воспитанного человека, использующего куайцзы во время еды, звучат так:*

1. «Три длинных, две коротких», или не пользуйтесь одновременно палочками разного размера». «Три длинных, две коротких» - прозрачный намек на традиционный китайский гроб, не имеющий крышки, что делается из трех длинных досок (дно и бока) и двух коротких (торцы).

2. «Святой указывает дорогу», или «не держите палочки, выпрямляя мизинец». Мизинец, будучи выпрямленным, постоянно на кого-то указывает, что неприлично.

.....  
От себя ДОБАВЛЮ, что НЕ СТОИТ ПОДОДВИГАТЬ к себе чашку при помощи палочек, РОНЯТЬ палочки на пол, КЛАСТЬ палочки на чашку, окончив трапезу.

Третью разновидность модели «МЫ – О НИХ – ДЛЯ НАС» можно соотнести с учебно-научными текстами. Чаще всего это «выводимые» прескрипции – адресату даются сведения о социокультурных нормах или менталитете той или иной страны, а он,

в свою очередь, делает для себя соответствующие выводы: как надо поступать, как поступать не рекомендуется, как поступать запрещено? Сказанное соотносится с понятием прямых и косвенных коммуникативных тактик, хороший пример которых дан в учебном пособии Е. В. Ключева:

*Немецкий вариант: «Вход на территорию частного парка воспрещен».*

*Датский вариант: «Частный парк. Просим принять это к сведению» (5).*

Приведем примеры «выводимых» прескрипций из учебно-методических и научных работ:

*\*В учебном пособии Мебуса и др. (Mebus u.a. 1987. 120 ff) приводятся некоторые правила поведения, свойственные немецкой культуре:*

*- приходит вовремя,*

*- не приводит с собой детей без особого приглашения (7, с. 77).*

В данном случае адресат косвенным способом подводится к выводу: если вы приглашены в гости к немцам, то нельзя приходить не вовремя и приводить с собой детей, не имея соответствующего приглашения.

*\*На каком межкультурном различии между русскими и американцами основана следующая ситуация?*

*В разгаре феминистской одержимости даже и галантность могла показаться пренебрежительной мужской метафорой. Осенью 1980 года в Чикаго американский друг сказал мне: «Ты зря пропускаешь вперед дам. За такие вещи можно теперь и по морде получить. Увы, привычка – вторая натура, и я постоянно придерживаю двери, всякий раз вглядываясь в лица проходящих дам и ожидая пощечины» (В. Аксенов. В поисках грустного бэби) (Задание из учебного пособия О.А. Леонтович) (6).*

Представленное задание, кроме ответа на поставленный вопрос, предполагает и формирование в сознании студента предписания о том, что в США мужчине нужно придерживаться иных норм поведения с женщиной, чем в России, иначе он рискует попасть в неприятную ситуацию, обусловленную распространением феминистских представлений.

*\*В грузинском доме нет такой традиции, как у русских: разуться и надеть домашние тапочки. В основном ходят дома в обуви (3).*

«Выводимая» прескрипция: при посещении грузинского дома вы можете не разуться, и на вас никто не обидится и т. д.

**Модель 2. МЫ – О НАС – ДЛЯ НИХ**

Публицистические тексты с прескрипционной составляющей, в которых русские

пишут о самих себе (какие предписания и запреты есть при общении с нами?), встречаются гораздо реже, чем тексты, репрезентирующие первую модель. Такие тексты имеют, как правило, обучающий характер; предписания и запреты подаются в них в однозначной прямой форме инструкций, советов, рекомендаций, указаний на то, что принято / не принято, или сопровождаются недвусмысленным оценочным комментарием:

**\*ЗАПОМНИТЕ**

*Официальное письмо ДОЛЖНО начинаться со следующих слов: «Здравствуй-те, уважаемая Валерия! Сообщаю вам о том, что...».*

*Письмо к другу МОЖЕТ начинаться со слова «Привет!» (2, с. 94).*

**\*ЭТО ИНТЕРЕСНО**

*В России документы (паспорт, деньги), как правило, ПОДАЮТ одной рукой, а в Китае двумя – в знак уважения (2, с. 118).*

**\*ЩЕЛКАТЬ / ЩЕЛКНУТЬ** пальцем (пальцами)

*Делать отрывистые звуки большим и средним пальцем.*

*Подозвать официанта. ЖЕСТ НЕВЕЖЛИВЫЙ (1, с. 22).*

**\*ЖАТЬ / ПОЖАТЬ** руку (руки, пальцы, локоть) кому-л. (кого/л./чью-л.)

*... Интенсивность рукопожатия и время задержки руки. Чем ближе отношения, тем дольше задерживается рука... Быстрое выхватывание воспринимается или как БЕСТАКТНОСТЬ, или как БОЯЗНЬ ДРУГОГО ЧЕЛОВЕКА. По нормам этикета рукопожатие должно быть достаточно крепким. Рукопожатие делается всей рукой. Если пожимаются только пальцы, то создается впечатление заискивания, подхалимства (1, с. 110).*

Самым ярким из известных нам примеров прескрипций в рамках субъектной модели «МЫ – О НАС – ДЛЯ НИХ» является учебное пособие А. В. Сергеевой «Какие мы, русские? 100 вопросов – 100 ответов. Книга для чтения о русском национальном характере» (М.: Русский язык. Курсы, 2006). Адресат пособия определен в аннотации достаточно ясно – этот текст имеет двойную трехсубъектную организацию: «МЫ – О НАС – ДЛЯ НИХ» и «МЫ – О НАС – ДЛЯ НАС»:

*Учебное пособие адресовано студентам гуманитарных вузов, студентам-иностранцам продвинутого этапа обучения, иностранным специалистам и преподавателям-русистам. Книга будет интересна всем, кто интересуется русской культурой, кто стремится понять мотивы поведения россиян.*

И все же, несмотря на декларируемую полинациональную адресованность книги, интерпретации русского национального характера предназначены в ней, скорее, для иностранцев, чем для россиян, о чем свидетельствует сама тематика разделов: «Что в России считается приличным или неприличным?», «Почему русские так много пьют?», «Что такое русское «авось»?» и т. д. Объяснять значение непереводаемого «авось» и других феноменов российского языка, бытия и культуры нужно, на наш взгляд, только иностранцам – русские и россияне в целом в этом не нуждаются.

В книге А. Сергеевой есть четыре основные типа прескрипций: КАК узнавать русских, КАК понимать русских и КАК их оценивать, КАК рекомендуется вести себя с ними, КАК не рекомендуется вести себя с ними? Прескрипции первого и второго типа в основном косвенные – адресату дается информация, а умозаключения о русских он должен сделать сам.

Рекомендация о том, КАК узнавать русских, дается через описание типичных черт их внешности и коммуникативного поведения, а также посредством сопоставлений с европейцами:

*\*Главное, пожалуй, - это выражение лица и глаз, где все написано «открытым текстом»: усталость, раздражение, восхищение любопытство и т. п. Русские не владеют умением европейцев смотреть «сквозь тебя», сохраняя равнодушие, холодное выражение лица, их лица подвижны и выразительны.*

*\*Помимо внешних признаков, есть некоторые русские стереотипы поведения. Например, манера гулять парой «под ручку» (независимо от возраста и пола), при встрече трижды целоваться, шумно приветствовать друг друга, хлопая по спине в припадке нежности. Если русскому смешно, то он будет хохотать – громко, чуть ли не до слез.*

Рекомендация о том, КАК понимать русских и КАК их оценивать дается через доказательство и опровержение суждений с привлечением сравнения «русские – европейцы»:

*\*Согласно европейским стереотипам поведения, русских часто считают «прямолинейными» и оттого «невоспитанными». Это не вполне так. Просто у них иная воспитанность, Так, их подчеркнуто галантное поведение с дамами доступно не для каждого европейца или американца. Они, конечно, прямолинейны, слишком непосредственны, но это качество не стоит оценивать по шкале хорошо – плохо.*

*\*Умение экономить для европейца – достоинство, поэтому даритель может рассказать, как дешево ему удалось купить вещь, а получатель будет вместе с ним радоваться такой удаче. Подобное трудно представить у русских. Стыдясь дешевой покупки, они, наоборот, могут приписать вещь какой-то фирме, чтобы подчеркнуть ее достоинство. Все это – для того, чтобы показать свою щедрость и широту души, уважение к тому, кого одаривают. По их логике, подарить дешевую, некрасивую и ненужную вещь – значит косвенно выразить пренебрежение к человеку.*

*\*Русским трудно понять, почему «неприлично» занимать деньги, «стрелять сигареты», перехватить у соседки нитки или соль и т.п. Такое «перехватывание» – форма коммуникации, повод для общения. Нередко «поход за солью» – это повод посидеть, поболтать за чайком. В цивилизованных же странах это принимается в штыки как знак того, что вы человек ненадежный, потому что бесхозяйственный.*

Рекомендации о том, КАК рекомендуется или не рекомендуется вести себя с русскими, даются чаще всего в виде советов с большим количеством причинно-следственных и условных конструкций, что в целом способствует объяснению той или иной черты русского национального характера:

*\*Поскольку русские своеобразно понимают «демократию» и «свободу», то, если вы хотите прослыть приятным собеседником, НЕ СТОИТ НАСТАИВАТЬ на утверждении этих ценностей в своем понимании, приводя примеры из жизни своей страны. Это может вызвать раздражение... НЕ СТОИТ ЗАТРАГИВАТЬ темы внешней политики и отношения к локальным войнам: та и другая сторона, как правило, владеет несовпадающей, различной информацией, а при таких условиях трудно добиться внимания и доверия.*

*\*В беседе с русскими СТАРАЙТЕСЬ ПОКАЗАТЬ СЕБЯ с человеческой стороны: свои чувства, надежды, устремления и привязанности. Русских чаще интересуют не столько коммерческие, политические или профессиональные интересы иностранных собеседников, сколько их личные качества и цели. Чтобы получить кредит доверия, с русскими НАДО НАУЧИТЬСЯ РАЗГОВАРИВАТЬ «ПО ДУШАМ».*

*\*... В России есть предрассудок: НЕЛЬЗЯ ДАРИТЬ четное количество цветов – это плохой знак, такие букеты носят на кладбище или на похороны. В других странах на такие «детали» редко обращают внимание. НЕ ОЧЕНЬ ЖЕЛАТЕЛЬНО, если*

*даримые цветы желтого цвета: для русских – это цвет измены. Все остальное будет принято с благодарностью.*

### **Модель 3. «ОНИ – О НАС – ДЛЯ НИХ»**

Тексты этой субъектной модели также содержат прескрипционную составляющую, однако отличие их от текстов, соотносимых с предыдущими моделями, часто состоит в недостаточной информированности авторов. Тексты такого рода часто транслируют непроверенную, ошибочную или устаревшую информацию, в итоге «получается коммуниктивная клюква, нередко вызывающая смех у носителей описываемой культуры» (8, с. 17). «Клюквенными» могут быть и прескрипции, например: «Американский волонтер Корпуса Мира отмечал, что в России надо знать телефонисток в своем городе по именам, тогда они будут тебя хорошо соединять» (8).

«Клюквенная» составляющая особенно велика в интернет-дискурсе. Ему мы обязаны появлению новой информационно-прескрипционной жанровой разновидности, которую можно условно назвать «Взгляд из-за границы», или «ИХ версия О НАС». Приведем российский комментарий к публикации на английском сайте «Десять русских табу: взгляд из-за границы»: «Иногда понятия о том, чего НЕ надо делать, более важны, если вы не хотите выглядеть белой вороной или, наоборот, произвести хорошее впечатление», – написано в предисловии к англоязычному сайту, озабоченному тем, как произвести хорошее впечатление на русских... Итак, десять социальных табу по версии коллег из гиперпространства» ([http://www.pravda.ru/society/family/pbringing/19-08-2012/1125176-russian\\_taboo-0](http://www.pravda.ru/society/family/pbringing/19-08-2012/1125176-russian_taboo-0)). Оценка российской стороной этих «социальных табу» однозначна: «Комментировать тут по большому счету нечего». Со своей стороны мы считаем, что иностранцам, бросившим взгляд на нас «оттуда», трудно избежать информационно-прескрипционной «клюквы», например:

*\* Поход в ресторан здесь воспринимается как праздник, и вам НЕ СЛЕДУЕТ НАРЯЖАТЬСЯ в джинсы и футболку, независимо от того, что встреча неформальная и ресторан может оказаться не самый изысканный (В скобках заметим, что поход в ресторан давно уже перестал быть для россиян праздником, а ресторанный дресс-код в России достаточно свободный).*

*\* В России считается вежливым предлагать гостям все то, что им понравится, будь то какая-нибудь еда или вещь. Одноклассники из старых русских предложат вам все, на что упадет ваш взгляд: картину на стене, вазу или свитер. Одна-*

ко все то, что вам предлагают, не обязательно означает, что вы непременно должны это брать. Русские не предлагают то, от чего хотят избавиться, – они предлагают, потому что хотят сделать приятное. Если вы не чувствуете, что разграбление дома является хорошей идеей, тогда **ВОЗЬМИТЕ ТОЛЬКО ВЕЩИ**, которые вам предложили. Сначала **ПАРУ РАЗ ОТКАЖИТЕСЬ**, но когда хозяева настойчиво попросят вас взять что-то в подарок, **ПРИМИТЕ** его, чтобы действительно сделать им приятное» (Заметим, что мнение о баснословной щедрости русских сильно преувеличено. Так, российские хозяева могут рассказать историю висящей на стене картине, упомянуть о ее ценности, но предложение подарить картину гостю следует в исключительных случаях).

*\*Российские квартиры устелены коврами. Зачастую дорогими персидскими коврами с замысловатыми узорами, которые далеко не так легко убрать, как традиционные американские коврики... Обычно хозяин предлагает гостю пару домашних тапочек - *Tarochki (tah-puhch-kee; slippers - шлепанцы)*: если же вы идете на вечеринку, то женщины, как правило, приносят с собой пару хороших туфель, которые надевают в помещении. Опять-таки, если вы не снимете свою обувь, никто ничего вам не скажет, но кто-то бросит взгляд, сняли ли вы за обеденным столом ваши заснеженные ботинки? (По поводу персидских ковров, если они все-таки есть в российском доме, и возможности ходить по ним в «заснеженных ботинках» – комментировать нечего).*

#### **Модель 4. ОНИ – О НАС – ДЛЯ НАС**

Интернет-дискурс, имея широчайшие возможности, активно реализует тенденцию к расширению корпуса прескрипционных текстов и их жанровому синкретизму (включенности прямой или косвенной прескрипции в иную жанровую форму). Одним из распространеннейших в интернет-дискурсе является жанр межнационального отзыва, текст которого реализует две основные интенции: трансляцию мнения об иностранцах и попытки регулировать их коммуникативное поведение, прямо или косвенно предписывая или запрещая что-либо. Приведем примеры негативно-оценочных отзывов болгарского автора о российской манере одеваться (орфография, пунктуация, лексико-грамматическая и стилистическая сторона текстов, кроме лексики нелитературного ряда, оставлены без изменения):

*\*И никогда вас русских не понимал – нормальные люди, хорошая работа и зарплата, а одеваются как придорожных б...*

*или цыган-сутенеров. У вас в России моду из немецкого порно берут или да? И во время СССР-а ваши тоже так одевались. Как в порнографических журналах ([http://samlib.ru/comment/d/dmitriew\\_p/proda2?PAGE=2](http://samlib.ru/comment/d/dmitriew_p/proda2?PAGE=2))*

*\*О модных тенденций в России. Или уже не так? Из того что глазами вижу то русских туристов можно по одежде узнать сразу. Кич. 200%. Стразики. Сапожки летом. Угги. Сабо со стразиками. Черная мини-юбка из кожи. Сумки с позолоченных пластиковых цепочек. Далтони-стические цветовые комбинации. Массовая скупка продукции под лейблом «Джипси дрифт»/ «Джипси порн» (Цыганская мечта/Немецкое порно) с блошиных рынков. Толстая штукатурка на женской рожке. Остроносые черные туфли «Маленький Мук». У вас там нормальные швеи/модельеры вымерли или да? Или их никогда и не было? Так понятно? (Там же).*

В этих отзывах, кроме выражения мнения, оценки, содержится предписание, переходящее в требование (*Русские, заканчивайте, наконец, одеваться на цыганский манер или в стиле немецкого порно и начинайте выглядеть по европейскому стандарту*). С российской стороны возможны, в свою очередь, варианты прескрипционных отзывов типа «**МЫ – О НИХ – ДЛЯ НИХ**», негативная оценочность которых ничуть не слабее. В подобных отзывах явно чувствуется стремление регулировать чужую жизнь, **ВМЕШИВАТЬСЯ В НЕЕ**, однако ограниченный объем статьи не позволяет нам подробно остановиться на интернет-материале подобного рода.

В целом прескрипционные тексты напрямую связаны с коммуникативной категорией регулятивности, понимаемой как «возможность модификации коммуникативного поведения собеседника» (8, с. 198). Добавим, что применительно к межнациональному дискурсу, собеседником может быть и **СВОЙ**, и **ЧУЖОЙ**. Как следствие – в настоящее время происходит:

- расширение корпуса межнациональных прескрипционных жанровых форм (от туристической инструкции до оценочного отзыва);
  - увеличение числа субъектных моделей организации текста;
  - введение прескрипционной составляющей в публицистику и в учебный процесс.
- Следует еще раз подчеркнуть, что текстовая организация прескрипций находится сейчас в стадии активного становления. В межнациональной коммуникации бытуют прескрипции:
- прямые и косвенные;

- жесткие и мягкие;
- первичные и вторичные, «встроенные» в иную жанровую форму или образующие «жанровую амальгаму»;

- основанные на реальной информации и включающие, кроме последней, элементы «клюквы», недостоверной информации и т.д.

Думается, что материал, приведенный выше, позволяет сделать вывод о двух конкурирующих тенденциях в межнациональном дискурсе. С одной стороны, это тенденции к установлению взаимопонимания ме-

жду людьми разных национальностей и к соблюдению принципа толерантности в межнациональных отношениях. С другой стороны – это тенденция к регулированию не только своего, но и чужого коммуникативного поведения. И различия между интенциями: «грамотно помочь понять людей других национальностей, наладить с ними эффективный диалог» и «вмешиваться в их жизнь» – современному мировому сообществу, как нам кажется, еще предстоит установить.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Акишина А. А., Хироко Кано. Словарь русских жестов и мимики. М. : Русский язык. Курсы, 2010.
2. Антонова Ю. А., Руженцева М. Б., Минь Ли. Стилистика и культура русской речи : учеб. пособие для китайских студентов. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2011.
3. Ботерашвили Г. В. Грузинское и русское коммуникативное поведение // Коммуникативные исследования. Воронеж: ИСТОКИ, 2003.
4. Гришаева Л. И., Цурикова Л. В. Введение в теорию межкультурной коммуникации. Воронеж: ВГУ, 2003.
5. Клюев Е. В. Риторика. М. : ПРИОР, 1999.
6. Леонтович О. А. Практикум по межкультурной коммуникации. – Волгоград: Перемена, 2005.
7. Овчинников В. Ветка сакуры. Корни дуба. Горячий пепел. М. : Советский писатель, 1988.
8. Прохоров Ю. Е., Стернин И. А. Русские: коммуникативное поведение. М. : Флинта : Наука, 2007.

Статью рекомендует д-р филол. наук., проф. А. П. Чудинов.