

4. Наркевіч, А. І. Назоўнік: Граматычныя катэгорыі і формы / А. І. Наркевіч. – Мн.: Выд-ва БДУ ім. У. І. Леніна, 1976. – 248с.

5. Чабырук, А. І. Лічэбнік у беларускіх гаворках / А. І. Чабырук. – Мінск: Навука і тэхніка, 1977. – 104 с.

6. Галич, Г. Г. Семантика и прагматика количественной оценки (на материале современного немецкого языка): дис. ... док. филол. Наук / Г. Г. Галич. – СПб-Омск, 1999. – 340 с.

7. Акуленко, В. В. Категория количества в современных европейских языках // В. В. Акуленко, С. А. Швачко, Е. И. Букреева и т.д. – Киев, 1990. – 284 с.

## **УРОВЕНЬ АРГУМЕНТАЦИОННЫХ КОНСТРУКЦИЙ КАК ОТРАЖЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ БРИТАНСКИХ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ**

*Л.М. Янушкевич Ludmilla\_Yanushkevich@tut.by  
Белорусский национальный технический университет*

Языковой коллектив, представляя собой исторически сложившуюся этносоциоязыковую общность, обладающую вполне стабильными и регулярными внутренними коммуникативными связями и определённой территориальной локализованностью, играет важнейшую роль в процессе социализации личности. В этом деле он ориентируется на социокультурные традиции – социально закреплённые нормы как образцы поведения, т.е. стереотипы поведения.

Социокультурные традиции британского языкового коллектива имеют, в силу исторических обстоятельств, преимущественно английскую основу. Такой подход, в определённой мере, даёт нам возможность приписать социокультурные доминанты, регулирующие речевое поведение членов английского языкового сообщества, британскому языковому коллективу в целом. Эти социокультурные доминанты, на наш взгляд, имеют глубокие психологические корни и могут считаться явлением инвариантным для других языков.

К доминантным социокультурным ценностям, обуславливающим речевое поведение британцев, относят стремление к компромиссу, практичность, рационализм и трудолюбие, толерантность, дистанцированность, самостоятельность, независимость (в том числе, психоэмоциональную), самообладание и сдержанность, честолюбие и состязательность, дружелюбие, соблюдение условностей и следование традициям.

Поскольку коммуникативная компетенция формируется личностью путём интериоризации ею установленных в языковом обществе норм и

правил коммуникативного поведения, способы реализации речевой стратегии убеждения в британском языковом коллективе определяются этими конвенциональными установками сознания и социального поведения, которые, в свою очередь, проявляются в моделях речевого поведения юных британцев.

Придерживаясь взгляда о том, что детские книги и сценарии художественных фильмов, адресованных детской аудитории, являются коммуникативным пространством, в котором происходит усвоение ценностей, мы предприняли попытку рассмотреть, какие системы ценностей (в том числе, гендерных стереотипов), сложившиеся в британской культуре, нашли своё отражение в эпизодах повседневно-бытового убеждающего общения между современными британскими девочками и мальчиками детского (5–11 лет) и подросткового (11–14 лет) возрастов.

Фактический материал нашего исследования составил 400 интерактивных блоков, отобранных методом сплошной выборки из прозаических художественных произведений и электронных версий киносценариев современных британских авторов.

Известно, что коммуникативная стратегия убеждения инвариантна для всех культур, поскольку связана с глобальным способом организации внеречевой деятельности – созданием у реципиента необходимого мнения путём изменения его концептуальной картины мира. Тактики же убеждения, представляющие собой её практическое воплощение, варьируются в зависимости от предпочтений социума, закреплённых в культурных стереотипах коммуникативного поведения его членов. Следовательно, список используемых убеждающих тактик будет разным у женщин и мужчин, у детей и подростков.

Мы предприняли попытку выявить обусловленность выбора убеждающих тактик возрастными и гендерными характеристиками коммуникантов. Для этого мы определили набор тактических приёмов убеждения на разных уровнях. Один из них – уровень аргументационных конструкций.

Аргументационная конструкция – это логико-лингвистическая структура, состоящая из множества предложений, произнесённых (написанных) некоторым лицом (аргументатором) и адресованных другому лицу или группе лиц (реципиенту, аудитории). Действие аргументационной конструкции основано на предположении убеждающего: реципиент должен принять одно из предложений (тезис), если он принимает другие предложения этой структуры (аргументы). В нашем практическом материале аргументационные конструкции воплощены в репликах участников убеждающего общения.

Фактический материал показал, что аргументационные конструкции могут быть сложным по своей структуре: аргументы могут выступать в роли тезиса (а точнее, промежуточного тезиса) и также требовать поддержки аргументами (низшего порядка). Это обусловлено предположением убеждающего, что первый аргумент может быть недостаточно весом и ему необходимо подкрепление более сильным аргументом. Таким образом, для говорящего наиболее убедительным аргументом будет казаться последний аргумент в его реплике, и, поскольку психология человека заставляет «цепляться» за сказанное последним, он и будет оставлять самый действенный, по его мнению, аргумент напоследок.

На основании вышеизложенного, мы предприняли попытку определить степень убедительности (с позиции говорящего) аргументов, типичных для женщин и мужчин в детском и подростковом возрасте.

Наш анализ выявил количественные различия в наборе таких тактик убеждения у детей и подростков и качественные – у мужского и женского гендеров. Каждому гендеру и каждому возрасту свойственны свои тактические предпочтения в построении стратегии убеждения.

Эти особенности обусловлены как внутренними факторами (личным опытом и знаниями, уровнем социализации, коммуникативной компетенции индивида и пр.), так и внешними (ролевыми установками общества и стереотипами поведения, в том числе, коммуникативного). Свойственное британскому языковому коллективу стремление к компромиссу объясняет использование британскими подростками угроз, оскорблений, приказов замолчать как крайнее, очень действенное средство влияния на оппонента. Такие британские социокультурные ценности, как верность традиции, законопослушность, дружелюбие также нашли своё отражение в тактиках убеждения.

В соответствии с распространёнными в британском языковом сообществе стереотипами гендерного поведения, девочки считают эффективными доводами апелляции к впечатлительности, страху и помощи ближнему, а также нежелание ставить под сомнение авторитет близких людей и «выпячивать» свою компетентность, в то время как мальчики воспринимают в качестве веских аргументов соблюдение данного товарищу слова, умение защитить себя и собственный авторитет.

Таким образом, проведённое исследование подтвердило наше предположение о том, что речевое поведение детей и подростков, также как и взрослых, регулируется существующими в социуме ролевыми установками и стереотипами поведения гендеров.