

Эвфемизмы, смягчающие половую дискриминацию (гендерно-немаркированные слова и выражения *humankind, service member, police-officer, intelligence expert*) и дискриминацию сексуальных меньшинств (*same-sex marriage, LGBT community*), повышают статус женщин и исключают проявления сексизма в языке. Эвфемизмы, отражающие равноправие женщин в целом и, в частности, право на аборт (*reproductive rights, women's rights, a woman's right to make her own health care decisions* и т.д.), являются примером доминирования такой американской ценности, как гендерное равенство и свобода выбора.

Эвфемизмы, смягчающие расовую, этническую дискриминацию, часто представлены лексемами *African-Americans, Native Americans, Asian-, Arab-, Italian-, Korean-, Latino-, Mexican-Americans* и т.п., что свидетельствует о зарождении нового образа мышления: этнические меньшинства являются прежде всего американцами. Такая языковая политика отражает терпимость к другим нациям и принятие их как полноправных граждан американского общества. К тому же выводу приходим, анализируя эвфемизмы, затрагивающие вопросы гражданства и иммиграции. По алгоритму *foreigners > newcomers* нелегальные эмигранты приравниваются в языке к гражданам страны: вместо *illegal aliens/ immigrants, people that came into the country illegally* следует употреблять *undocumented people/ labor* в значении 'незарегистрированные постоянные жители'.

Эвфемизмы, касающиеся вопросов религии (*people of different faith, nonbelievers, Christians, moderate Muslim reformers, Muslim-Americans*), акцентируют принятие поликультурализма и свободы вероисповедания, свидетельствуют о желании избежать дискриминации по религиозному признаку.

Таким образом, ПК-эвфемизмы реализуют основные идеи такой ценности как ПК: терпимость, принятие, искоренение всех типов дискриминации, создание нейтрального либо положительного образа различных групп меньшинств. В основе по-прежнему лежат идеи индивидуализма, свободы и равенства каждого отдельного представителя общества. Однако отношение к ПК-лексике остается неоднозначным. Все чаще языковую норму ПК, выраженную понятиями *inclusive* или *neutral language*, ассоциируют со скрытой цензурой: языковые запреты (табу на объективное обсуждение расовых и межэтнических проблем, отношения к сексуальным меньшинствам, проблем феминизма), существующие на данный момент в США, фактически противоречат Первой поправке конституции США, гарантирующей свободу слова.

М. М. Лойша

РЕПРЕЗЕНТАТИВ КАК РЕЧЕВАЯ ТАКТИКА АРГУМЕНТАТИВНОГО ДИСКУРСА

Для современных диалектиков аргументация – это часть процедуры, направленной на разрешение спорного мнения с помощью средств програм-

мируемой дискуссии. Первые шаги в направлении новой диалектики были предприняты в формальной логике Р. Бартом и Э. Краббом и впоследствии в прагмалингвистике – Ф. ван Еемереном и Р. Гроотендорстом.

Прагмадиалектический подход объединяет в себе элементы формальной диалектики и прагматики, заимствованные из работ философов языка Дж. Остина, Дж. Серля и П. Грайса. Прагмадиалектическая аргументация приводит к одному из самых многообещающих уровней анализа аргументативного дискурса – уровню речевого акта. По мнению Ф. ван Еемерена и Р. Гроотендорста, все речевые акты могут встретиться в аргументативном дискурсе, но только некоторые из них могут способствовать успешному исходу процесса аргументации. Остальные речевые акты не играют такой решающей роли в процессе аргументации, и их вклад в этот процесс носит преимущественно опосредованный характер.

Одним из приемов убеждения является высказывание своего мнения или суждения, представленного речевыми актами «утверждение». Утверждение, согласно классификации Д. Вундерлиха, относится к иллюкутивному классу репрезентативов. Репрезентатив обозначает утверждение чего-либо, информирование о чем-либо, направленное на то, чтобы сигнализировать ответственность говорящего за сообщение о положении дел, за истинность выражаемого суждения. К репрезентативным речевым актам относится широкий ряд информативных высказываний: предсказания, утверждения, констатации, описания, прогнозирование, осуждения, признания, ответы на вопросы, квалификации, характеристики, отчеты, заверения в чем-либо, объяснения.

Для эксплицитного выражения репрезентативов в речи задействованы как лексические, так и грамматические средства, которые обеспечивают связность и эффективность аргументации. Говорящий избирает такие средства вербализации, которые бы в полной мере реализовывали перформативную силу данной категории речевого акта.

На материале дебатов британского парламента среди лексических средств, активно фигурирующих в аргументативном дискурсе, выявлены, например, перформативные глаголы *believe, hope, conclude, suppose, assure* и др. По мнению Н. Д. Арутюновой, перформативные глаголы вводятся тогда, когда говорящий определяет меру своей ответственности за содержание сделанного сообщения.

Активную роль в формировании убеждающих высказываний играют слова с определенной семантикой. Среди них стоит выделить использование порядковых числительных *first, secondly, thirdly*, которые не только помогают организовать аргументы в линейной последовательности, но также создают эффект весомости используемых репрезентативов. Употребление таких слов, как *of course, right, obviously, clear, confident*, также играет немаловажную роль в создании прагматического эффекта убеждения в истинности слов говорящего. Заслуживающими внимания высказываниями являются предложения с местоимением *we*, которые, по мнению Ю. Д. Апресяна, демонстрируют собеседнику вовлеченность адресата и адресанта в происходящее.

Среди грамматических средств реализации репрезентативных высказываний стоит отметить в первую очередь повествовательные высказывания. В данном случае предшествующий контекст и сама ситуация позволяют однозначно интерпретировать коммуникативную интенцию говорящего. Однако репрезентативную функцию осуществляют не только утвердительные высказывания. Были выявлены случаи использования вопросительных предложений для выражения утверждения, получивших название риторических вопросов. Отличительной чертой этих утверждений является то, что они более экспрессивны, окрашены определенными эмоциями говорящего. Как известно, риторические вопросы не подразумевают ответа, хотя и обращены к собеседнику, они призваны оказать убеждающее воздействие на адресата, побуждая слушателя самому найти ответ и в то же время убедить себя самого в этом единственно правильном ответе.

Таким образом, для фокусировки внимания слушателя на аргументативной составляющей репрезентативов говорящий может использовать как лексические, так и грамматические средства выражения, совокупность которых и способствует реализации перформативной силы данного типа речевого акта.

А. Б. Окаева

ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЛЕКСИЧЕСКОГО КОМПОНЕНТА ЯЗЫКА СМИ

Как известно, сегодня на английском языке выходят тысячи печатных и электронных изданий в десятках стран, при этом сетевые информационные ресурсы в большинстве случаев либо доступны только на английском языке, либо предлагают англоязычную версию наряду с основной на национальном языке. Сами же тексты средств массовой информации выступают в качестве одной из самых употребительных форм современного функционирования языка и вносят существенный вклад в распространение английского языка в качестве международного средства коммуникации. Количество текстов, ежедневно производимых и передаваемых по разнообразным каналам СМИ, продолжает постоянно увеличиваться.

Интерес к лексическому компоненту медийного текста может быть обусловлен в первую очередь тем, что данная среда способствует появлению новых лексических единиц или возникновению новых толкований уже существующих слов.

Освещение в СМИ разнообразных политических, экономических, социальных и технологических процессов неизменно приводит к появлению новой лексики.

Так, например, начиная с 2012 г., англоязычное медийное пространство приобретало одну за другой лексические единицы, связанные с возможным выходом Великобритании из Европейского союза. Привлекающие внимание и достаточно хорошо понятные большинству такие слова, как *Brexit*, *Brexiter*, *Brexitteer*, *Brexitophobia*, постепенно заполнили многие тексты СМИ, которые