
Брюкселски новогovor или популизъм?

Андреана Ефтимова

Софийски университет „Св. Климент Охридски“
имейл: aeftimova@uni-sofia.bg

Резюме. Медийната реч отразява най-ярко проблемите във функционирането на езика и протичащите процеси в речевата практика. Ето защо през нейното огледало често изследваме речта на политиците, която е в пряка връзка с основните тенденции в речевата практика – на интелектуализацията и демократизацията на речта. За да се означат два стила политическо говорене, в статията се въвеждат две терминологични словосъчетания – брюкселски новогovor и популистко говорене. Извеждат се основните езикови характеристики на тези стилове.

Ключови думи: брюкселски новогovor, популистко говорене, политическа реч, медийна реч

Медийната реч отразява най-ярко проблемите във функционирането на езика и протичащите процеси в речевата практика. Ето защо през нейното огледало често изследваме речта на политиците, която е в пряка връзка с основните тенденции в речевата практика – на интелектуализацията и демократизацията на речта. Двата процеса изглеждат несъвместими, но протичат в едни и същи периоди с различна сила.

Интелектуализация и демократизация на речта

Интелектуализацията на речта като че ли е по-слабият процес, който в периода на Прехода действа в определени немногобройни социални полета като професионалното и експертно общуване, научния обмен и др.

Процесът се характеризира с(ъс):

- Стандартизация на езиковите средства, която се изразява най-вече във високата повторителност на клиширани думи и изрази. Стандартизацията на речта и подемот на езиковия пуризм, изразени в необходимостта да се следват езикови предписания, водят до тенденцията към евфемизация и табуизация на речта. Тя се изразява и в езиково-реформаторските опити на политическата коректност.

- Придържане към терминологична и интернационална лексика
- Изобилие от сложни изреченски конструкции.

В съзвучие с процеса на интелектуализация е брюкселският новогovor – един от стиловете в политическата комуникация днес.

В съвременната българска културна среда обаче протичат и процеси на демократизация на отношението към езиковите норми, на либерализация на нормите. Този процес на демократизация според учените може да се развива в два вектора – социално-езиков вектор, който има антипуристски характер и се характеризира със спад на престижността на езиковата норма, и национално-езиков вектор, който има пуристски характер и се характеризира със стремеж към ограничение на чужди влияния върху езика и разширение на изконните структури в него (вж. Архангелская 2011: 147).

Процесът на демократизация на речта е изразен в проникването на елементи от субстандарните формации (жаргонизми, разговорни и просторечни елементи). Тези промени водят до детабуизацията и дисфемизацията на медийната реч. Оттам и до универсализиране на неформалното общуване, до либерализация на нормата (водещо до променено разбиране за отклонение от нормата), до упадък на езиковия вкус и усет.

Важен ефект на демократизацията на речта е колоквиализацията, т.е. повсеместното използване на разговорния вариант на книжовния език. Навлизането на *наразговорността* в публичното общуване е отбелязвано вече и в друг период в други европейски страни – в епохата на модерното индустриално общество, когато не езикът на писателите е образец за добра реч, а езикът на медиите и на политиците. В Германия през този период се възцаряват по-ниската езикова култура, непознаването на книжовните норми и съзнателното въвеждане на немския език от кръчмите във вестниците с масов тираж, за да се привлекат повече читатели, да се увеличат тиражът и печалбата (Ницолова 1999: 114). Според О. Спасов „в езика на медиите съществува своеобразна „норма“ на реагиране в периоди на сътресения; тя се активизира без оглед на разликите в самия характер на събитията“ (Спасов 2000: 66-67). Една такава реакция при обществени сътресения е стремежът към нарушаване на езиковия стандарт, към езикова провокативност и неподчинение на дотогавашните езикови практики. „Ефектът „разговорност“ е сред най-важните аспекти на промяната“, пише О. Спасов (2000: 44). Той засяга и езика на политиците, и езика на медиите. „От една страна, се приема, че медиите започват пряко да възпроизвеждат разговорния

стил (на улицата, на интелигенцията, градският език, разговорността въобще). Но тъкмо разговорността се оказва в основата на неочакван обрат. Езикът на улицата „легалитизира и манталитета на улицата“ (Знеполски 1997: 54). Безкритичното налагане на разговорността постепенно довежда до оварваряване на езика“ (Спасов 2000: 44).

Други автори не приемат качеството „разговорност“ на новите медийни езици. Лансира се идеята, че разговорността в медиите е „несъщинска“, „псевдо-“ или „квази-“ (Велева 1995: 47). В основата на тази хипотеза стои наблюдението, че при попадането си в дискурса на пресата, разговорните структури „губят някои от основните си смислови компоненти и се натоварват с други“; вместо действителна разговорност те произвеждат „алюзии за разговорност“, които позволяват на читателя да бъде по-близо до усещането за непосредствено общуване (Велева 1995: 48, вж. по въпроса и Ефтимова 2012а, 2012б). Оттук следва и универсализирането на неформалното общуване, което се изразява в използване на елементи от сленга, от просторечието, вулгаризми, неологизми, диалектизми, чуждици от ниски стилови пластове в публичната комуникация. Неформалното общуване превзема почти цялото политическо и медийно пространство. Най-яркият израз на процеса на демократизация на речта е популистското политическо говорене.

Два типа политическо говорене

1. Брюкселският новогovor

Писателят Дж. Оруел вярва във властта на езика да установи и поддържа политически контрол и изразява това свое виждане в романа си „1984“ (вж. по-подробно Greenblatt 1974: 106 – 118). Подобно на термина „doublespeak“ (който преведох по два начина – като език на лъжата [\[2\]](#) и като двойствен език), възникнал от амалгамата на два изрази на Дж. Оруел от антиутопията му „1984“ – „doublethink“ и „newspeak“, изведох терминологичното словосъчетание „брюкселски новогovor“, за да обознача един от стиловете в политическото говорене в България. Заех от Оруел термина „новогovor“, за да означа казионния или бюрократичния език в политиката днес, тъй като езиковите принципи, върху които се изгражда този политически речев стил, са еднакви с тези на съществуващия през социализма „дървен език“ (понятието на Ф. Том е преведено у нас като „казионен език“ – вж. Том 1992) на идеологическата пропаганда на тоталитарната държава. Но въпреки тези общи принципи, лексикалният пълнеж е нов и коректен към европейските политически стандарти. Затова използвах прилагателното „брюкселски“ като метонимично означение на

вързката на този новоговор с европейските предписания за политически коректно речево поведение.

Така достигнах до терминологичното словосъчетание „брюкселски новоговор“, за да открия новия дървен език на един вид политическо говорене. Терминологичното словосъчетание въведох отначало в едно интервю онлайн [\[3\]](#) и в няколко радио- и телевизионни интервюта [\[4\]](#).

Основните черти на брюкселския новоговор са следните:

- Активна употреба на клишета;
- Псевдоинтелектуализация;
- Наситеност с интернационална лексика – *консенсус* *вм.* *съгласие*, *конфронтация* *вм.* *сблъсък*, *координация* *вм.* *съгласуване*;
- Изобилие от политически коректни названия – *социално слаби*, *уязвими българи*, *хора с когнитивни проблеми*;
- Абстрактна лексика – *нормалността* и др.;
- Вметнати конструкции – *ако ми разрешите*, *бих акцентирал* и др.
- Групи от думи с „дифузна“ семантика – *определен*, *някой*, *известно*, *съответно*, *належащо* и др.
- Бюрократичен жаргон с култ към секретността на професионалната лексика – *да бъде процедиран проектът*, *становище по ОВОС* ; *ниска отрицателна доходност*, *пропуски при управлението на риска*. Професиолектът може да стане средство на езика на лъжата. Секретността на професионалната лексика играе същата роля, каквато изпълняват евфемизмите по отношение на табуираните теми и лексеми. Политическият професиолект често намира място в медиите, а те отразяват новините за широката аудитория, която не познава специализирания език на политиците и на областите, в които те работят. Ето защо медиите често стават посредник на този двойствен език. Липсата на редакторска намеса, която да направи изказването на политика по-ясно, води до усиляване на общественото неразбиране на отправените послания.
- Двойствен език (език на лъжата), който се основава върху политическите евфемизми. Те са най-съществената отлика на брюкселския новоговор.

Б. У. Луц разграничава евфемизмите от т.нар. doublespeak (Lutz 1989). Когато евфемизмите не се използват, за да се избегне нараняване на

чувствата на някого или на някаква общност или за да се спазва социокултурното табу, а се използват за измама, тогава е налице *doublespeak* (език на лъжата). Политическите евфемизми са мощен начин за маскиране на действителността и за манипулиране на съзнанието на реципиента до пълна промяна на представите му за едни или други събития. „Политиците натрупват евфемизъм след евфемизъм, построяват стена около истината, отказвайки се от съществуващата лексика, за да замаскират объркването, което настъпва. Политическият език е очертан от забраната и осъждането на някои думи и съществуването на сиви зони е следователно приемливо“ (Karam 2011: 10).

Според някои изследователи политическите евфемизми „не просто завоалират събитията, те ги променят, протича пълна подмяна на понятията“ (Кипрская 2005). Съществува и друга интерпретация на политическите евфемизми: заради относително запазване на съдържанието на изходната номинация те не се оценяват като начин за умишлено укриване на информация, като лъжа, а като съхраняване на собственото лице и самопредставяне, като дефанзивна маневра, като самосъхранение и подобряване на самооценката (вж. у Ванюшина 2011, Глиос 2007, Бушуева 2005). Една от функциите на евфемизмите при политиците е чрез премълчаване и изопачаване на истината да запазват своята самооценка и за избягват комуникативни трудности. Целта на някои употреби на евфемизми е да се избегнат конфликтни ситуации, които биха довели до възпламеняване на общественото мнение, до емоционална реакция и до отхвърляне на съобщението. Заради възможността за различна интерпретация на употребата на евфемизми в политиката в настоящата статия се приема разделението на У. Луц на евфемизмите изобщо от евфемизмите, обслужващи езика на лъжата, като се предлага компромисното решение терминологичното словосъчетание *политически евфемизми* да е синонимно на *doublespeak* в езика на политиците. „Превръщането на двойствения език в характеристика на политическата коректност се доказва чрез етикетането на политическите евфемизми като политически коректни номинации“ (вж. интервюто на Андреана Ефтимова с Войчех Кайтох 2015). Доколкото езикът на политическата коректност има и функцията да маскира неприятната истина, дотолкова двойственият език (или политическият евфемизъм) е част от него.

Евфемизмите като политически инструмент се използват за прикриване на скандали, на истини, за контрол на общественото мнение, когато се дискутират теми и събития от обществена значимост. Те са с точно измерен ефект за въздействие върху масовото съзнание. Те стават част от речта на политиците във всички

държави, а медиите охотно възпроизвеждат тези модели на манипулация. Типичните черти на политическите евфемизми са: раздалечаване на наименованието от означаваното; разширяване на значението; връзка с реалната ситуация, както и мотивираност; наличие на ценностни доминанти; създаване на нови митологеми; създаване на опозицията „свой-чужд“ (чрез дисфемизмите); лозунговост; мобилизация на общественото мнение; компромис между семантиката (обозначаването на същността на денотата) и прагматиката (отразяване на интересите на говорещия) и др. (по Кипрская 2005).

Политическите евфемизми в медийната реч по време на украинската криза

За да демонстрирам действието на политическите евфемизми, ще представя примери от в. „Капитал“ за периода от два месеца през 2014 г., които са ексцерпирани от журналистически текстове, коментиращи украинската криза (вж. Таблица 1).

Таблица 1. Политически евфемизми по време на украинската криза

Референт и [2]	Първи политически субект и застъпници		Втори политически субект и застъпници	
	Отношение към собствените действия	Отношение към действията на противника (втория политически субект)	Отношение към собствените действия	Отношение към действията на противника (първия политически субект)
Конфликт	<i>развитие на гражданското общество; украинска революция</i>	<i>руска окупация на Крим; сепаратистки метеж</i>	<i>реакция на екзистенциална заплаха, на прояви на недоволство</i>	<i>опит за преврат против законността и демокрацията в полза на радикали и терористи; беззаконие в</i>

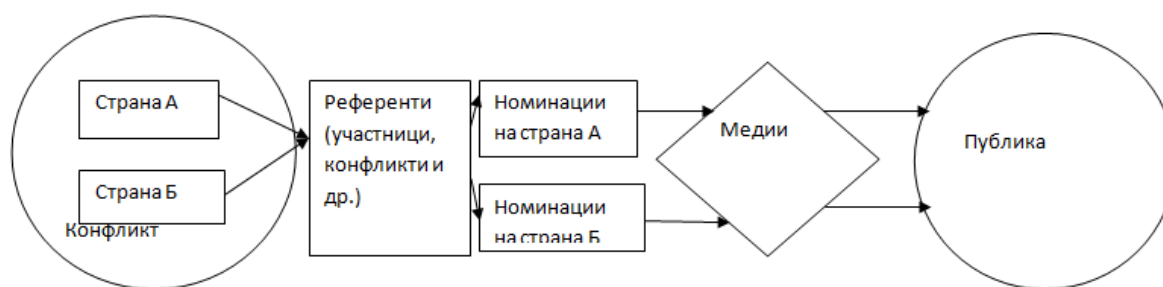
				Източна Украйна
Участници	демократичн и и прозападни сили	сепаратис ти и екстремис ти, платени от Кремъл[31]		радикали и терористи;фа шисти
Военни действия	задържане единството в страната; операция за възстановява не на контрола	руска инвазия, окупация, интервенц ия; агресията на Москва, сепаратис ти окупират	военни учения, хуманитарна мисия, защита на гражданите на съседната страна, маневри, симулирана бомбардиров ка, мащабно военно учение	вземане на властта по насилствен път от настоящите управляващи в Киев

Резултатите показват, че в зависимост от гледната точка на политическия субект се правят опити за създаване на положителни или отрицателни конотации. Примерите показват тенденцията към евфемизация с цел оневиняване на собствените действия и образ и към дисфемизация с цел „окалване“, обвиняване на политическия противник и действията му (отбелязано и от Добрева 2009: 301-338). Тази стратегия е отбелязана и от полски, руски, американски изследователи на политическата и медийната комуникация. По този начин се демистифицира още едно средство на езика на лъжата – умелата работа с конотативните значения на номинациите в политиката, което се дължи на доброто познаване на обществените нагласи, стереотипи и предразсъдъци.

Посредниците в политическата комуникация – журналистите

Журналистите също са въввлечени в този процес като посредници[1] между политическите субекти и аудиторията и като интерпретатори на събитията/ конфликтите. Най-важна в този процес е замяната на една дума с друга за означаване на понятията.

Понякога изборът на неутрална номинация е невъзможен, тъй като в представянето на международен конфликт всяка от страните представя своите собствени действия и действията на противника с различни номинации. В полето на медиите се провежда борбата на участниците в конфликта да накарат хората да мислят в координатната система на техните понятия, разбирания и ценности. На базата на процесуалния модел на комуникацията по време на конфликти, предложен от Д. Херадстейт и Т. Бьоргу (2009: 108), тук се предлага прецизиран модел, отразяващ участието на медиите в отразяването на политически конфликти (Фиг. 1):



Фигура 1. Модел на ролята на медиите в отразяването на политически конфликти

Както се вижда от Фиг. 1, към медиите се насочват послания, които съдържат различни наименования на едни и същи референти. Изборът на тези наименования зависи от медиите и изгражда определена картина на събитието/конфликта, която се предава на аудиторията. Според Д. Херадстейт и Т. Бьоргу „няма много основание да се предполага, че журналистите съзнателно се опитват да манипулират публиката чрез избора на понятия при отразяването на един конфликт“ (Херадстейт, Бьоргу 2009: 109). Тяхната задача е да отразяват конфликтите балансирано и достоверно. В опит да намерят неутрални номинации понякога медиите ретранслират номинации, които изглеждат неутрални, но отразяват оценка или тълкуване на конфликтната ситуация (вж. примерите за използване на причастията *завоювана* и *контролирана* по отношение на територия, на съществителните *терорист* и *войник*, дадени от Д. Херадстейт, Т. Бьоргу 2009: 109-110, както и всички примери по-горе от отразяването на украинската криза във в. „Капитал“). Изключително показателен за ролята на журналистите в отразяването на конфликти е примерът, който предлагат Д. Херадстейт и Т. Бьоргу:

Таблица 2 . Политически евфемизми в речта на политиците и на медиите

Из израелски листовки, разпръснати над Бейрут	Съобщение в новините на Норвежката национална телевизия
<i>Израелските отбранителни войски продължават борбата си срещу тероризма, но те не искат цивилното население и тези, които не водят война срещу [Израел], да пострадат...</i> (Д. Херадстейт, Т. Бьоргу 2009: 112)	<i>В тези листовки цивилното население се насърчава да бяга и се подчертава, че войната срещу палестинците още не е завършила.</i>

Изборът на номинации от журналистите може коренно да промени значението на съобщението, тъй като е очевидна разликата между *война срещу палестинците* (съчувствие към едната страна в конфликта и изострянето му, като е наречен *война*) и *борба срещу тероризма* (акцент върху отбранителния характер на военните действия и негативна оценка на действията на противника, които се определят като *терористични*). В зависимост от избора на езикови средства медиите създават картина на света, чрез която могат да променят общественото мнение за събитията, които отразяват. Те могат да препредават определен тип политическо говорене (политически коректно слово или слово на омразата), като по този начин конструират начини на мислене и разбиране на събитията.

Популисткото говорене

При избора на терминологично словосъчетание за означаване на другия политически стил се спрях на „популистко говорене“, въпреки опасността съдържанието на този термин да се тълкува през схващанията за понятието „популизъм“ в политическите науки. Всъщност с термина „популистко говорене“ означавам не съдържателния план на израза, а избора на такива изразни средства, които са предпочитани и познати на голяма част от аудиторията. Популисткото говорене се отличава с подбора на такива лексикални средства, които гарантират достъпност на посланията до по-голяма част от хората, които осигуряват разбираемост и са с висока честота на употреба в ежедневно общуване.

Основната цел на популисткото говорене е политикът да скъси дистанцията с избирателя, да бъде разбираем и близък с речта си, да

внушава доверие и чувството, че е човек от народа. Популисткото говорене е особено силна стратегия в условията на подкопано доверие в политическата класа и институциите, на девалвирали ценности и устои.

Основни черти на популисткото говорене:

- Нахлуване на жаргонната и диалектната лексика – *гатАнки, офейка и др.*
- Експлицитно изразяване на оценка чрез семантични и граматически начини – *мърляв и др.*;
- Неспазване на езика на политическата коректност – *една стара жена, цигански вот;*
- Властова асиметрия в общуването – *аз дадох три милиона, колко пари ти дадох;*
- Омаловажаване на опонента – деминутиви: *момченце, бабички*; метонимии: *нима ще продадете гласа си срещу бензин, кебапче и хапче;*
- Липса на реторическа гъвкавост – поддържане на неофициалните регистри скъсената дистанция в публичното общуване например чрез обръщения: *приятелю, братя и сестри, народе;*
- Неологизми – словобразователен: *зомбация* и др.
- Нецензурни думи и изрази
- Интензивно използване като политическа стратегия на устни жанрове като вицовете, слуховете и др.

Популистка стратегия е и реанимацията на възрожденския дискурс (явление, отбелязано още през 2000 г. от Орлин Спасов за езика на медиите от първите десет години на Прехода).

Допълнителни особености:

- Отправят се призови за възмездие, за скъсване на веригите, за свобода;
- Възобновяват се евангелски и националноосвободителни призови;
- Преобладава патриотичната и патриотарската реторика;

– Доминират прояви на речта на омразата, схващана като манипулативно преднамерено рецидивиращо речево поведение – *Ще предложим мъж или жена, но със сигурност няма да е гей.*

Върху конкуренцията между двата стила политическо говорене се крепи крехкото равновесие в политическото пространство. Тези стилове поделят и разколебават обществените нагласи към речевото и неречевото поведение на политическите субекти и са сериозно предизвикателство пред журналистите, които всекидневно трябва да избират дали да отразят автентичната политическа реч, или да спазват етичните журналистически стандарти и да търсят истината.

БЕЛЕЖКИ

[1] Популярният синоним за евфемизъм в медиите е „спин“, което означава преднамерено прикриване/ изопачаване на новините. Кандидатпрезидентските кампании на двамата кандидати от 2004 г. в САЩ разчитат на замисъла на „спинъри“ или по-добре на „спин-доктори“, чиято мисия е публично да „замазват“ или да смекчават грешките, направени от кандидатите. Известни са мащабни спин-операции, които включват например мониторинг на всяка дума на кандидата и сравняване на негови твърдения с публични записи чрез компютърна матрица за възможни преувеличения или липси, изпращайки компютърно създаден списък на отговори по имейл до репортери и привърженици. Целта на тези операции е да се измени публичното възприятие на проявите и личността на кандидатите.

[1] Докладът е изнесен от авторката си доц. Андреана Ефтимова на Втората национална научна конференция „Медиите на 21. Век“ на тема: „Медии и избори“, организирана от Катедра „Журналистика и връзки с обществеността“ на Филологическия факултет при ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, Велико Търново, 10-11 ноември 2016 г., под заглавието „Брюкселски новогovor или популистко говорене в политиката и в медийното отразяване на политически събития“.

[2] Изборът на терминологичното словосъчетание *език на лъжата* се базира на редица наблюдения на специалисти по политическа реч, сред които е професорът по реторика Величко Руменчев (Руменчев 2015).

[3] Интервю: Основните политически стилове днес са три – В: Любословие – медия за медиите, 27.02.2014 г., автор: Андрей Велчев <http://luboslovie.bg/%D0%B4%D0%BE%D1%86-%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%B5%D0%B0%D0%BD%D0%B0-%D0%B5%D1%84%D1%82%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0>

[%B0-%D0%B8%D0%BC%D0%B0-%D1%82%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D0%BE%D0%B8%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B8/](#)

[4] Интервю: Политическият език – В Сутрешния блок на програма „Хоризонт“ на БНР, 06.05.2013 г., водещ: Веселина Миланова; Дискусия „Реториката на предизборната кампания“ (участници: доц. д-р Андреана Ефтимова, Веселин Методиев, Георги Коритаров) в „Денят започва с култура“ по БНТ, 27.05.2014 г. – <http://bnt.bg/part-of-show/retorikata-na-predizbornata-kampaniya-diskusiya-v-denyat-zapochva-s-kultura>; Интервю в радио предаването „Преди всички“ с водещ Веселина Миланова по програма „Хоризонт“ на БНР, 28.12.2015 г., 9.30 ч. – на тема: „И през тази година продължи тенденцията на популистко говорене в речта на политиците“: <http://bnr.bg/post/100641771/doc-eftimova-i-prez-tazi-godina-prodalji-tendenciata-na-populistko-govorene-v-rechta-na-politicite>, както и в <http://www.sbj-bg.eu/index.php?t=29847>

[5] Референтите са разпределени в тематични групи, както се постъпва в подобни изследователски проекти (вж. Кипрская 2005).

[6] Същите названия се използват и в полската преса. И. Генев-Пухалева отдава на „характерната (и сякаш модерна) полска русофобия“ употребата на определенията „бойци за свобода“ за чеченските сепаратисти и „терористи“ за руските (вж. интервюто на Андреана Ефтимова с Илиана Генев-Пухалева 2015). Интерпретацията на тези номинации от В. Кайтох е следната: „Например дълго време в съответствие с официалната позиция на Киев полските медии определяха опита за омиротворяване на разбунтуваните украински провинции Донецк и Луганск като „антитерористична операция“. От пропагандна украинска гледна точка наименованието е добре обмислено, защото „антитерористичната операция“ се прави срещу терористи, а терористите никога не са прави, служат си изключително с терор, населението не ги подкрепя и няма смисъл да се разговаря с тях. Те просто се убиват. След известно време обаче въстаниците (бунтовниците? сепаратистите?) от украинския изток вече не бяха наричани терористи, защото стана ясно, че имат свършено друг начин на действие. Терористите организират атаки, провокират репресии на държавата към нейното население и т.н. Т.е. могат да действат само там, където са малцинство, а в Донецк и Луганск руснаците не са малцинство“ (вж. интервюто на Андреана Ефтимова с Войчех Кайтох 2015). Това са и примери, които Д. Херадстейт и Т. Бьоргу наричат конкуриращи се понятия с различно оценъчно натоварване заради принадлежността им към противоположни оценъчни и стойностни системи (Херадстейт, Бьоргу 2009: 76).

БИБЛИОГРАФИЯ

Архангелска 2011: Архангелска, А. *Сексизм в языке: мифы и реальность*. Олмоуц: Изд. на Олмоуцкия университет, 2011.

Бушуева 2005: Бушуева, Т. *Прагматически аспект ефемизмов и дисфемизмов в современном английском языке*. 2005. Автореферат. Смоленск. 01 октомври, 2016 <<http://www.dissercat.com/content/pragmaticheskii-aspekt-evfemizmov-i-disfemizmov-v-sovremennom-angliiskom-yazyke>>.

Ванюшина 2011: Ванюшина, Н. *Семантическая и прагматическая характеристика ефемизмов в современных немецких и российских печатных СМИ*. 2011. Автореферат. Волгоград. 01 октомври, 2016 <<http://www.dissercat.com/content/semanticheskaya-i-pragmaticheskaya-kharakteristiki-evfemizmov-v-sovremennykh-nemetskikh-i-ro>>.

Велева 1995: Велева, М. За несъщинската разговорност на вестникарските заглавия – В: *Съпоставително езикознание*, кн. 1, 1995, 47-55.

Глиос 2007: Глиос, Е. *Лингвокултурна специфика на формирането и функционирането на ефемизми в модерен английски език: на материале англоязычных интернет-сайтов*. 2007. Автореферат. Белгород. 01 октомври, 2016 <<http://www.dissercat.com/content/lingvokulturnaya-spetsifika-formirovaniya-i-funktsionirovaniya-evfemizmov-v-sovremennom-angl>>.

Добрева 2009: Добрева, Е. *Толерантност, нетолерантност и нулева толерантност в съвременния български печат: критически лингвосоциоотичен анализ*. Велико Търново: Фабер, 2009.

Ефимова 2012а: Ефимова, А. Има ли разговорност в медийния текст? – В: *Медии и обществени комуникации*, № 13, 2012. Изд. УНСС: “Алма комуникация”. 01 октомври, 2016. <www.media-journal.info>.

Ефимова 2012б: Ефимова, А. Устни и разговорни маркери като знаци за разговорност в медийния текст. – В: *Български език и литература*, година LIV, книжка 4, 2012, 311-332.

Ефимова, Генов-Пухалева 2015: Ефимова, А., И. Генов-Пухалева. *Политическа коректност vs. враждебната реч в полската и гръцката медийна среда*. 12.10.2015. – В: *Newmedia21.eu*, 13 ноември, 2015 <<http://www.newmedia21.eu/kritika/politicheska-korektnost-vs-vrazhdebnata-rech-v-polskata-i-gratskata-medijna-sreda>>.

Ефимова, Кайтох 2015: Ефимова, А., В. Кайтох. *Политическата коректност vs. езика на омразата в полската медийна среда*. 03.12.2015 – В: *Newmedia21.eu*, 13 ноември, 2015 <<http://www.newmedia21.eu/kritika/politicheskata-korektnost-vs-ezika-na-omrazata-v-polskata-medijna-sreda>>.

Знеполски 1997: Знеполски, И. *Новата преса и преходът. Трудното конституиране на четвъртата власт*. София: Дружество „Гражданин“, 1997.

Кипрска 2005: Кипрска, Е. *Политически ефемизми как средство за камуфлиране на действителности в СМИ: на примере конфликта в Ирак 2003-2004 г.* Автореферат. Киров. 01 октомври, 2016. <<http://www.dissercat.com/content/politicheskie-evfemizmy-kak-sredstvo-kamuflirovaniya-deistvitelnosti-v-smi-na-primere-konfli>>.

Ницолова 1999: Ницолова, Р. Основни тенденции в развитието на българския печат след 1989 г. – В: *Медии и език*. София: ЕТО, 1999, 114-121.

Руменчев 2015: Руменчев, В. *Политиците – лъжливи овчарчета, обикновено ги изяждат „вълците“*. 04.01.2015 – В: Класа, 01 октомври, 2016. <http://klasa.bg/news/Read/article/247874_%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%84.+%D0%92%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D1%87%D0%BA%D0%BE+%D0%A0%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%87%D0%B5%D0%B2%3A+%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%86%D0%B8%D1%82%D0%B5+ +%D0%BB%D1%8A%D0%B6%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D0%B8+%D0%BE%D0%B2%D1%87%D0%B0%D1%80%D1%87%D0%B5%D1%82%D0%B0, +%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D0%BA%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BE+%D0%B3%D0%B8+%D0%B8%D0%B7%D1%8F%D0%B6%D0%B4%D0%B0%D1%82+%22%D0%B2%D1%8A%D0%BB%D1%86%D0%B8%D1%82%D0%B5%22>.

Спасов 2000: Спасов, О. *Преходът и медиите. Политики на репрезентация (България 1989-2000)*. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2000.

Том 1992: Том, Ф. *Казивният език* – В: *Съвременник*, бр.1, 1992, 290-305.

Херадстейт, Бьоргу 2009: Херадстейт, Д., Т. Бьоргу. *Политическата комуникация: въведение в семиотиката и реториката*. София: СемаРШ, 2009.

Greenblatt 1974: Greenblatt, S. J. Orwell as Satirist. – In: *George Orwell: A Collection of Critical Essays*. Ed. Raymond Williams Englewood Cliffs, NJ Prentice-Hall, 1974, 106-118.

Karam 2011: Karam, S. *Truths and euphemisms: How euphemisms are used in the political arena*. – In: *3L: Language, Linguistics and Literature*, The Southeast Asian Journal of English Language Studies, Vol. 17 (1), 2011, 5-17.

Lutz 1989: Lutz, W. *Doublespeak*. New York: Harper & Row, 1989.

Brussels Newspeak or Populist Rhetoric?

Andreana Eftimova

Professor, DSc, Sofia University "St. Kliment Ohridski"

email: aeftimova@uni-sofia.bg

Abstract. Media speech reflects most vividly problems in the functioning of language and ongoing processes in speech practice. That is why in its mirror often we examine the speech of politicians which is in direct relation to the main trends in speech practice – intellectualization and democratization of speech. To designate two styles political discourse, the article introduces two terminological phrases – Brussels newspeak and populist rhetoric. It outputs main linguistic characteristics of these styles.

Keywords: Brussels newspeak, populist rhetoric, politic speech, media speech