

96 % из Каталонии. На полное владение всеми навыками баскского языка указали 87 % респондентов из Страны Басков и 88 % опрошенных из Наварры. На высокий уровень галисийского языка указали 89% респондентов из Галисии.

Следующие вопросы были заданы с целью выявить степень употребления того или иного языка в различных сферах жизнедеятельности. Респонденты указали на каком языке они говорили в детстве, на каком языке проходило их обучение, какой язык они используют в повседневной жизни, на каком языке они предпочитают воспринимать информацию СМИ, а также указали на существование или отсутствие проблем для жизни одноязычного человека в билингвальных регионах.

Во всех указанных регионах просматривается тенденция использования в равной степени испанского и соответствующего локального языка во всех сферах жизнедеятельности. Однако подавляющее большинство респондентов указали на отсутствие каких-либо проблем для жизни монолингва в представленных двуязычных регионах, что можно объяснить большим потоком мигрантов и туристов.

Из проведенного исследования можно сделать вывод о том, что подавляющее число жителей двуязычных автономных округов являются билингвами. Несмотря на то, что испанский язык присутствует во всех сферах жизнедеятельности, локальные языки выполняют функцию языков «идентификаторов» местных жителей в противовес монолингвальным гражданам остальной Испании или туристам.

И. М. Басовец (*г. Минск*)

ДЕМАГОГИЗМЫ КАК ИНСТРУМЕНТЫ СТРАТЕГИИ ДЕАВТОРИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Язык средств массовой информации постоянно находится в фокусе внимания специалистов различных областей, в том числе лингвистов. Это объясняется их огромным влиянием на современное общество, в котором они не только задают направления дальнейшего развития, но и зачастую выступают триггером различных социокультурных и правовых процессов.

В ходе изучения специализированной литературы, посвященной языковым процессам современной прессы, наш интерес вызвала работа М. А. Осадчего «Публичная речевая коммуникация в аспекте управления правовыми рисками». В своей работе исследователь рассматривает среди прочих широко используемую в русскоязычных средствах массовой информации тактику ухода от правовых рисков, связанных с распространением порочащей информации, совершением клеветы. На уровне интенции данная тактика характеризуется намерением говорящего снять с себя авторскую ответственность за высказывание или ответственность

источника информации. На уровне реализации тактика предполагает введение в высказывание специальных «деавторизаторов» (термин М. А. Осадчего), указывающих на неопределенное или нулевое авторство высказывания, нефиксированный источник информации. В качестве таких деавторизаторов, как отмечается в работе, могут служить типичные демагогизмы – указания на общеизвестность, ссылки на непроверяемые источники: *Всем известно, что...*, *Не раз приходилось слышать о том, что...*, *Никто не будет спорить, что...*

Совершенно очевидно, что в контексте цитируемой работы под термином «демагогизмы» автором понимаются специальные клишированные конструкции, которые вводят информацию от имени нереферентного субъекта, т.е. неидентифицируемого читателем источника сведений. Согласно словарному определению демагогизмы – это основные положения, образ мыслей и действий демагога в рамках демагогии, а демагогия – это использование лживых обещаний, преднамеренного извращения фактов, лести для достижения корыстной цели, например, для привлечения масс на свою сторону, для создания популярности. Иными словами, словарная дефиниция «демагогизма» шире авторской трактовки М. А. Осадчего и предполагает не только отдельно взятые языковые клише с семантикой общеизвестности и очевидности, но и саму пропозицию, вводимую такими клишированными конструкциями, т.е. всё высказывание целиком. В данной работе мы будем придерживаться словарного определения демагогизма в его более широком понимании, а вводные языковые клише подобного рода демагогизмов будем традиционно именовать конструкциями деавторизации.

Поскольку в упомянутом выше исследовании демагогизмы рассматривались в рамках тактики ухода от правовых рисков, связанных с распространением порочащей информации и совершением клеветы в русскоязычной публичной коммуникации, любопытно посмотреть, как работают демагогизмы в англоязычной прессе.

Всего одна короткая статья из американской газеты New York Times от 25 декабря 2017 года предоставила богатый материал для анализа, поскольку она была насыщена демагогизмами различных типов, которые находятся в центре нашего исследовательского внимания и вводятся несколькими разновидностями конструкций деавторизации. Статья начинается с высказывания: ***There is a popular narrative** these days that President Trump is undermining America's standing in the world...* Автор статьи комментирует, что на сегодняшний день «распространенным повествованием» является то, что президент Трамп подрывает положение Америки в мире. Кто является автором подобного повествования, среди кого такие рассуждения популярны, не указано ни в высказывании, ни далее в статье. При этом в высказывании содержится глагол с отрицательным оценочным компонентом «подрывает», тем самым выражается критическое отношение автора к президенту Трампу, негативная оценка его действий. Представим, что выделенная часть высказывания отсутствует. В таком случае без вводной конструкции с

нулевым авторством высказывание стало бы констатацией установившегося положения дел от имени журналиста/редакции, что технически возложило бы на них ответственность за написанное.

Далее в статье мысль о разрушительной деятельности Д. Трампа по отношению к статусу Америки в мире укрепляется: ...*these declinists say, Mr. Trump is demoting America to the status of any other country*. И снова, чтобы не нести ответственность за сообщаемое автор статьи продуцирует лингвистически и юридически безопасное высказывание, которое сказано деклинистами – людьми, убежденными, что общество стремится к упадку. Нереферентный субъект «деклинисты», который невозможно соотнести с конкретными людьми в действительности, является удобным средством введения демагогизма: технически ответственность за сообщаемое снята с автора статьи, поскольку так говорят деклинисты, а идентифицировать деклинистов не представляется возможным, поскольку это некий неиндивидуализированный круг лиц с размытыми референтами границами.

Рассуждения о г-не Трампе и отрицательное к нему отношение далее в статье подается при помощи негативных оценочных слов с интенсификаторами, которые вводятся пассивными конструкциями деавторизации: *Mr. Trump is far less trusted than President Barack Obama was and Mr. Trump's America is viewed far less favorably than Mr. Obama's was*. Демагогизмы, содержащие конструкции типа «гораздо меньше доверяют», «рассматривают намного менее благоприятно», позволяют манипулировать оценкой в тексте, которая исходит от неопределенного круга лиц.

При всей лингвистической несостоятельности рассмотренных выше ссылок и простоте их прочтения, формально они остаются непроверяемыми, что осложняет процесс доказывания факта распространения порочащей информации или совершения клеветы в отношении г-на Трампа и мирового статуса Америки, поскольку такой параметр, как проверяемость информации, является квалификационным для доказательства порочащих сведений.

Далее в этой же статье демагогизмы, которые вводятся конструкциями деавторизации с мультиплицированным множеством людей в качестве субъекта, ориентированы на манипулятивную подачу информации о роли Китая, контрастирующую с выраженной в статье современной ролью Америки в мире: *Many observers nonetheless assume that with China rising as an economic power, financial clout will follow; No one doubts that China poses a growing military and economic challenge to the United States; When the Chinese economy grew at a double-digit pace last decade and its currency appreciated strongly, many forecasters thought it would match the size of the American economy by now*. Автор статьи умело продуцирует лингвистически безопасные высказывания, подавая информацию от имени неидентифицируемых источников: «многие наблюдатели считают», «никто не сомневается», «многие аналитики полагали». Благодаря этим не персонифицированным, но численно значимым (благодаря семантике всеобщности и множественности) субъектам создается очевидный

оценочный контраст в отношении деятельности Д. Трампа и роли Америки по сравнению с ролью Китая на мировой арене. Если в первом случае использовались слова с отрицательным оценочным компонентом в своей семантике, то во втором случае с положительным: «восходящая держава», «растущая роль», «росла ускоренными темпами».

Таким образом, в сферу стратегического планирования передачи сведений в средствах массовой информации входят коммуникативные приемы, направленные на уклонение от ответственности за сообщаемое посредством нивелирования авторства высказывания с целью выражения критики, порочащих данных или манипулятивной подачи информации. Дискурсивные практики масс-медиа в современном обществе используют полноценный системный код коммуникации, включающий особые алгоритмы коммуникативного поведения, направленные на собственную безопасность, реализуемые при помощи конкретных инструментов. Их маркирующим признаком является использование демагогизмов, содержащих конструкции деавторизации, которые позволяют нейтрализовать вербальные признаки клеветы или порочащей информации в отношении конкретного лица, предприятия или страны.

Н. В. Батищева (*г. Минск*)

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭТИЧЕСКОГО КОМПОНЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ (НА МАТЕРИАЛЕ БЕЛОРУССКИХ ЖУРНАЛОВ)

Тексты медийного дискурса являются репрезентативным эмпирическим материалом для выявления этического компонента, так как способны не только воспроизводить культурные ценности и нормативные образцы поведения, но и довольно быстро отражать социальные и морально-этические трансформации в обществе. С одной стороны, печатные СМИ являются проводником традиций и нравственных устоев в обществе. С другой – тексты современных печатных изданий выступают в роли определенного катализатора и негативных тенденций. Это отступление от норм не только профессиональной этики, но и от норм общечеловеческой морали, подмена традиционных ценностей, фабрикация материалов, распространение искаженной или заведомо ложной информации, грубое вмешательство в частную жизнь, авторский снобизм и т.п. Все вышеперечисленное несомненно не лучшим образом сказывается на языке печатных медиатекстов. Поэтому проблемы этики и духовности современных печатных СМИ остаются актуальными и требуют пристального внимания и изучения.

В речевой культуре журналиста коммуникативно-прагматический и нормативно-регулятивный аспекты должны быть тесно связаны с морально-