

UNIVERSIDAD ESTATAL DE SAN PETERSBURGO
Facultad de Filología
Departamento de idiomas romances

GUZAL BULÁTOVA

**Guerra mediática en el discurso político (el caso de los
medios de comunicación españoles)**

Tesis de Maestría para recibir el título de Máster en Lingüística

**Directora de tesis: Doctora en Filología, Catedrática de
Filología Románica de la SPBU,
MED NATALIA G.**

**Recensor: Doctor en Historia,
SHASHKOV YURIA.**

San Petersburgo — 2017

Índice

Introducción.....	3
Capítulo I. Aspectos teóricos de la lingüística política.....	5
1. Comunicación política.....	8
2. Guerra mediática.....	17
3. Manipulación verbal en el discurso político.....	22
Capítulo II. Guerra mediática en el discurso político.....	25
1. Métodos léxico-gramaticales de manipulación verbal usados en los medios de comunicación.....	28
2.1.1. El agonismo (la agresión verbal)	29
2.1.2. La integración.....	39
2.1.3. Otros métodos léxico-gramaticales de la manipulación verbal	42
2. Métodos sintácticos de la manipulación verbal.....	47
Conclusiones generales.....	51
Referencias bibliográficas.....	53

Introducción

El discurso político es un fenómeno con el cual todos se encuentran cada día. La lucha por el poder es el tema principal y el motivo motor de esta esfera de la comunicación. Se interesan por el discurso político tanto los profesionales de este ámbito como las grandes masas populares. Durante las últimas décadas este campo de los conocimientos llegó a ser el objeto de la concienciación de los lingüistas: se analizan ampliamente los cambios de la lengua relacionados con los cambios políticos en nuestra sociedad, surgen las cuestiones de la modelación teórica del discurso político – la investigación de los mecanismos de la creación y el funcionamiento de los textos políticos, el análisis de las metáforas políticas como método de interpretación de la vida política, problemas de la manipulación verbal en esta esfera.

El objeto de nuestro estudio es el discurso político comprendido como comunicación cuyo objetivo principal es la lucha por el poder. **El sujeto** es la guerra mediática, precisamente los métodos de la manipulación verbal usados en la comunicación política.

El material del análisis práctico son los ejemplos de la manipulación verbal recogidos por el método de selección continua de los medios de comunicación españoles (ediciones de internet). Basamos la selección en el criterio conceptual que deja escoger el léxico especial del texto.

El tema de nuestra tesis es **actual** porque a pesar de que existen varios estudios en esta esfera, según nuestros datos hasta ahora no ha sido realizada la investigación de los métodos de sugestión usados en el discurso político español. El discurso como tal y el discurso político en particular actualmente son el objeto de discusiones científicas: hay que definir los conceptos básicos, las funciones, los rasgos que forman el sistema del discurso político y la noción del lenguaje político. El alto nivel de la manipulación es propio del discurso político, por lo tanto parece importante destacar los mecanismos de comunicación política para definir las características de la lengua como medio de la persuasión.

El **objetivo principal** de nuestro trabajo es analizar los métodos de la

manipulación verbal usados en los medios de comunicación de masas. Para alcanzar dicho objetivo ha sido necesario realizar las tareas siguientes:

- 1) definir el contenido y los límites del discurso político, determinar sus funciones;
- 2) determinar los conceptos básicos de la comunicación política;
- 3) señalar la noción de las guerras mediáticas;
- 4) descubrir las características intencionales del discurso político;
- 5) mostrar los grupos más productivos de la manipulación verbal.

Nuestra **base teórica** incluye los estudios de los investigadores rusos y extranjeros en la esfera de la lingüística del texto y la teoría del discurso (Benvenist E., Dymarski M.Y., Makárov M.L., Chudinov A. P., Sheigal E. I., Schitova D.A. Kress G. Elder C. D., Cobb R.W., Hacker K. L., González Ruiz R., Núñez Cabezas E. A., Guerrero Salazar S), sociología política (Burdíé P., Konetskaya V. P., Osinovskaya G. V., Shmitt K., Cameron D.) culturología lingüística (Maslova V.A., Schudson M.).

Como hemos mencionado anteriormente, el material práctico son los ejemplos de la manipulación verbal, escogidos de los medios de comunicación (los periodicos) españoles publicados los últimos dos años. Nos centramos en dos tipos principales de los medios de la guerra mediática: los léxico-gramaticales y los sintácticos.

Nuestra tesis incluye dos capítulos principales. En el primer capítulo estudiamos los aspectos teóricos de la lingüística política y en el segundo – analizamos dos grupos de los métodos mencionados con base en los ejemplos seleccionados en el material práctico.

El valor teórico de nuestro trabajo consiste en el aparte de los datos recogidos a los estudios del lenguaje y al proceso de la investigación y la sistematización de los conocimientos científicos en la teoría del discurso.

El valor práctico consiste en la posibilidad de usar los resultados de la investigación en la enseñanza de los cursos de lexicología española, y de lingüística política.

Capítulo I. Aspectos teóricos de la lingüística política

Durante las últimas décadas las corrientes científicas más prometedoras suelen formarse en la zona de contacto de diferentes ámbitos de conocimiento. Una de tales corrientes es la lingüística política, una ciencia relativamente nueva, que surgió en el cruce de la lingüística y la ciencia política que también toma en consideración los avances de etnología, psicología social, sociología y otras ciencias humanas¹. La necesidad de surgimiento y desarrollo de una disciplina nueva se define por el interés creciente de la sociedad hacia las condiciones y los mecanismos de comunicación política².

El objeto de estudio de la lingüística política es la comunicación política, es decir, el habla orientada a difundir ciertas ideas, influenciar emocionalmente a los ciudadanos y motivarles para acciones políticas, formar un acuerdo público, tomar y justificar las decisiones político-sociales en condiciones de opiniones múltiples de la sociedad. Cada persona que siquiera a veces lee periódicos, pone la televisión o la radio, se convierte en el destinatario de la comunicación política³. Cuando esta persona acude a las urnas, toma parte activa en la vida política y lo hace siendo influenciada en cierta medida por los participantes de comunicación política. Entonces hay que atribuir a la esfera de intereses de la lingüística política no solo la transmisión de la información política, sino todo lo conectado con la percepción y valoración de la realidad política en el proceso de actividad comunicativa.

La función principal de la comunicación política es la lucha por el poder basada en la utilización de la actividad comunicativa: la comunicación política sirve para influir de modo directo o indirecto en la distribución del poder (por método de las elecciones, los nombramientos, la creación de la opinión pública, etc.) y su uso

¹ Чудинов А. П. Современная политическая коммуникация. Екатеринбург: УрГПУ, 2009. С.6.

² González Ruiz R. Una cala en el lenguaje político español: análisis lingüístico de un discurso parlamentario // Cauce. №31. Universidad de Sevilla, 2008. P. 142.

³ Чудинов А.П. Политическая лингвистика: Учеб. пособие / М. Изд-ва «Флинта», «Наука», 2006. С. 8.

(aprobación de las leyes, promulgación de los decretos, etc.). La comunicación política refleja la realidad política actual, se altera con ella y toma parte en su transformación.

El objetivo principal de la lingüística política es investigar las relaciones diversas entre la lengua, el pensamiento, la comunicación, los participantes de la actividad política y el estado político de la sociedad que cree las circunstancias determinadas para elaborar las óptimas estrategias y tácticas de la actividad política¹. La comunicación política influye en la distribución y el uso del poder gracias al hecho de que sirve de instrumento de influencia en la mente de las personas que toman las decisiones políticas (votantes, diputados, empleados, etc.). No solo transmite la información sino influencia emocionalmente al destinatario, reforma la imagen del mundo que existe en la mente de una persona.

El postulado clave de la lingüística política contemporánea es *el enfoque discursivo* para el estudio de los textos políticos. Esto significa que cada texto concreto debe estudiarse en el contexto de la situación política en la que está creado, en correlación con otros textos; tomando en cuenta los objetivos, la opinión política y las cualidades personales del autor, la particularidad de la percepción del texto por diferentes personas². Debe también tener en cuenta el papel que este texto puede desempeñar en el sistema de textos políticos y más ampliamente en la vida política del país. Por ejemplo la misma idea o aún los mismos discursos serían entendidos de un modo distinto según la función del autor – periodista o presidente. Los discursos del mismo político pronunciados durante la lucha electoral o después de la investidura pueden ser percibidos diferentemente.

La lingüística política es una corriente científica que tiene un gran valor aplicado. Estudiar la experiencia de la actividad comunicativa en la esfera política puede facilitar la elaboración de recomendaciones determinadas para los políticos, los periodistas y los relacionistas públicos. En una sociedad democrática todos los

¹ Hacker K. L. *Political Linguistic Discourse Analysis*. New York: State University of New York Press, 1996. P. 51.

² Будаев Э. В. Дискурсивный подход к анализу политической метафоры. *Культура и текст*. Выпуск № 1 (24). – 2016. С. 7.

ciudadanos necesitan experiencia de la comunicación política tanto en el ámbito de la producción, como en la percepción del discurso. El análisis crítico de la comunicación política actual puede hacer más armoniosa la práctica comunicativa de nuevas generaciones de los líderes políticos y los periodistas.

1.1. Comunicación política

Entre las corrientes de la lingüística moderna predominan las que tienen una base metodológica común, en estas corrientes existen términos, postulados y principios aceptados por la mayoría de los investigadores. Entre ellos están, por ejemplo, la lingüística histórica, la psicolingüística y la lingüística cognitiva. Las investigaciones en la esfera de la lingüística política representan una corriente de otro tipo. Ante todo están unidas por el material de estudio (el lenguaje político, los textos políticos y el discurso político), de modo que en esta rama de conocimiento por el momento no existen la base teórica común, tampoco la metodología y la terminología. Queremos definir algunas nociones utilizadas en este trabajo para aclararlo y para que sea posible una exposición sistemática.

La comunicación política es el proceso de comunicación entre los participantes de las actividades políticas¹. El término “comunicación” está derivado del lat. *communicatio* que significa *correspondencia entre dos o más personas, transmisión de señales mediante un código común* ². Los especialistas contemporáneos llaman “comunicación” la actividad común de codificar, transmitir y percibir la información. Hay dos participantes: el remitente (la persona que escribe o habla) y el destinatario (la que escucha o lee)³. El criterio clave por el que la comunicación se califica como “política” son su contenido y objetivo⁴. El objetivo de la comunicación política, como ya hemos notado, es la lucha por el poder. Según M. Schudson⁵, se puede considerar la comunicación política cualquier transmisión de la información

¹ Чудинов А.П. Современная политическая коммуникация. Екатеринбург: УрГПУ, 2009. С. 26.

² DRAE. URL: <http://dle.rae.es/?id=A58xn3c>. Fecha de acceso: 05.10.2016.

³ Якобсон Р. О. Лингвистика и поэтика. Структурализм: «за» и «против». – М.: Прогресс, 1975. С. 198.

⁴ Denton, R. E. Jr., Woodward G.C. Political Communication in America. – New York: Praeger, 1985. P. 36.

⁵ Schudson M. Sending a Political Message: Lessons from the American 1790s. London, 1997. P. 311.

dirigida para distribuir y utilizar el poder en la sociedad, sobre todo si los mensajes están producidos por los institutos gubernamentales oficiales. Principalmente la información política se transmite de manera verbal, es decir, por medio de la lengua, pero también existen los medios de transmisión no verbal (imágenes, símbolos, mímica, gestos, posturas y otros). En este trabajo estudiamos la comunicación verbal, por eso se indican seguidamente algunas nociones y términos relacionados con el uso del lenguaje en la comunicación política.

1) El lenguaje político. La cuestión de la existencia del lenguaje político como sistema particular de signos es discutible. Algunos investigadores llegan a la conclusión de que “el lenguaje político en el fondo es una entidad amorfa, que se percibe por los hablantes nativos solo intuitivamente”¹, otros rechazan su existencia como tal², pero estos puntos de vista no son de uso general. La mayoría de los científicos (Davis A., Баранов А.Н., Казакевич Е.Г., Шейгал Е.И. у Юдина Т.В.) contraponen el “lenguaje político” al “lenguaje de la política”. Con eso algunos investigadores atribuyen al “lenguaje de la política” las propiedades que definen, según otros, el “lenguaje político”. Esta situación permite elegir, según el objeto y los objetivos del estudio, la necesidad de separar estas nociones. En nuestro caso esto no tiene importancia, por lo tanto utilizamos “el lenguaje político” y “el lenguaje de la política” como sinónimos que significan el funcionamiento del lenguaje en la esfera del discurso político. El “habla política” la entendemos como la realización del lenguaje político.

Los investigadores españoles estudian la posibilidad de incluir el lenguaje de la política en uno de los siguientes grupos: *jerga*, *argot*, *lenguaje sectorial/especial*. El análisis de los diccionarios y estudios sobre este tema muestra que en el uso actual los términos *argot* y *jerga* funcionan como sinónimos y significan un lenguaje tanto secreto como especial. Los términos *lenguaje sectorial/especial* tienen los sentidos

¹ Корнейко Т. Г. Основные подходы к изучению политического языка в современных политико-лингвистических исследованиях. Вестник МГУ. Сер. 12. Полит. науки. №5. М., 2003. С.75. - Traducción nuestra.

² Fernández Lagunilla M. La lengua en la comunicación política I: el discurso del poder. Madrid, 1999. PP. 18-19.

más generales, porque en sus definiciones faltan las etiquetas “secreto/especial”. La definición siguiente trata de reconciliar diferentes puntos de vista acerca del lenguaje político: en general es un lenguaje especial usado por los políticos desempeñando sus funciones; dependiendo del momento y el destinatario del mensaje, obtiene las características de jerga o argot – cuando usan el lenguaje oculto y particularmente impreciso o las características de los textos científicos – cuando se trata de los aspectos profesionales, propios de diferentes ámbitos que abarca la política¹.

Otros investigadores también señalan que el lenguaje político no es una prerrogativa de los políticos profesionales o los funcionarios públicos; es un recurso abierto para todos los miembros de la comunidad lingüística. Está relacionado con el uso específico de la lengua común como una herramienta de persuasión y control, es decir, es el lenguaje usado con el objeto de manipular. A esta esfera además pertenece toda la gama de problemas relacionados con la corrección política y la lucha por la pureza de la lengua.^{2,3}

2) *El texto político.* En la lingüística el texto es una serie de palabras (oraciones) unidas por los vínculos de sentido, cuyas calidades principales son la coherencia y la integridad^{4,5}. El texto político puede pertenecer a los géneros diferentes, puede ser tanto oral (intervención en un mitin o durante una discusión parlamentaria, informe en un congreso del partido, entrevista con un líder político y otros) como escrito (editorial o artículo analítico en un periódico, un programa del

¹ Núñez Cabezas E. A., Guerrero Salazar S. El lenguaje político español. Madrid, 2002. P. 26.

² Cameron D. Demythologizing Sociolinguistics: Why Language Does Not Reflect the Society // Ideologies of Language. London: Routledge, 1990. P. 49.

³ D’Souza D. Illiberal Education: The politics of Race and Sex on Campus. – New York: Free Press, 1991. P. 21.

⁴ Арутюнова Н.Д. Текст // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Сов. энцикл., 1990. С. 526.

⁵ DRAE. URL: <http://dle.rae.es/?id=ZhUj9UQ> Fecha de acceso: 19.02.2016.

partido político y otros)¹. En nuestro estudio analizamos solo el texto escrito, particularmente los artículos publicados en los periódicos españoles.

La propiedad del contenido de los textos estudiados es su papel de reflejar las actividades de los partidos, otras organizaciones públicas, autoridades públicas, líderes públicos y mandatarios, activistas y el desarrollo (en el sentido amplio) de estructura social y económica de la sociedad.

La propiedad objetiva del texto político es su orientación para influir en la situación política con la ayuda de la propaganda de ciertas ideas, crear el efecto emocional en los ciudadanos de un país y estimularles para realizar las acciones políticas. Es decir, la orientación directa o indirecta hacia las cuestiones de la distribución del poder es propia de un texto político. Una gran parte de ellos contiene la narración de los hechos y opiniones, pero tal información solo sirve de otro argumento para persuadir al destinatario y, al final, para influir en su actividad política.²

El contexto es un fragmento del texto que incluye la unidad elegida para el análisis (p. ej. una palabra), un fragmento suficiente para definir el significado de esta unidad en el texto dado. La unidad estudiada por sí misma no está incluida en el contenido del contexto³. En algunos casos una oración es suficiente para entender correctamente el sentido de un enunciado, en otros hay que tener en cuenta un fragmento mucho más extenso, a veces todo el texto. Según dichas características destacan el contexto estrecho y el contexto ancho. Algunos especialistas consideran la noción estudiada como muy amplia, de modo que también utilizan los términos “contexto político”, “contexto situacional” y el “contexto extralingüístico”⁴, pero nos parece que es mejor emplear otros términos (el discurso político, la narrativa política) para nombrar los conceptos correspondientes, los definiremos más adelante.

¹ Чудинов А.П. Политическая лингвистика: Учебное пособие. М., Изд-ва «Флинта», «Наука», 2006. С. 27.

² Чудинов А.П. Современная политическая коммуникация. Екатеринбург: УрГПУ, 2009. С. 26.

³ Op. cit. С. 28.

⁴ Elder C. D., Cobb R.W. The Political Uses of Symbols. – New York: Longman, 1983. – P. 73.

3) La esfera de la comunicación política y sus variaciones. La cuestión de determinar las esferas de la comunicación, de correlacionarlas con las esferas del empleo de los estilos funcionales destacados tradicionalmente, de la cantidad de tales esferas es discutible. Es indudable sólo el hecho de que las esferas de la comunicación destacadas en la lingüística moderna están correladas parcialmente con las esferas del uso de los estilos funcionales. En la estilística funcional contemporánea se distinguen cinco principales estilos funcionales de la lengua—científico, publicitario, oficial, literario y coloquial¹. Los textos investigados en la lingüística política en la mayoría de los casos pertenecen al estilo publicitario u oficial. En este trabajo estudiamos los textos de un subnivel² de la comunicación política, o sea realizada por los periodistas. Esta comunicación está orientada hacia el auditorio de masas, de ejemplo pueden servir unas entrevistas o un artículo analítico publicado en el periódico. Los periodistas en este caso llaman la atención del público sobre el problema, ofrecen los métodos de solucionarlo, informan qué opinión sobre la situación tienen las organizaciones políticas y sus líderes, ayudan a los políticos a resolver sus problemas. Los ciudadanos políticamente inactivos perciben la información política principalmente tal como la representan los medios de comunicación.³

4) El discurso político. En las investigaciones contemporáneas entienden el discurso como cualquier variedad del habla (oral / escrita, dinámica / estática) junto con los factores extralingüísticos de su existencia (Martin J. R., Арутюнова Н.Д., Макаров М.Л.). Otros lo definen como “funcionamiento del lenguaje en la comunicación espontánea”, “el lenguaje propio del hablante”⁴ o “unidad y interacción del texto y el contexto”⁵. En nuestro estudio nos basamos en la definición propuesta

¹ Кожина М.Н. Стилистика русского языка: учебник. 4-е изд. М.:Флинта: Наука, 2008. Р. 108.

² Чудинов А.П. Современная политическая коммуникация. Екатеринбург: УрГПУ, 2009. С.30.

³ Op. cit. С. 31.

⁴ Бенвенист Э. Общая лингвистика /Пер. с франц. – М.: Прогресс, 1974. С. 296. – Traducción nuestra.

⁵ Cook G. The Discourse of Advertising. – London and New York: Routledge, 1992. P.11. – Traducción nuestra.

por N. D. Arutiúnova¹, según la cual el discurso es “el texto coherente junto con los factores extralingüísticos – paradigmáticos, socioculturales, psicológicos y otros; el texto comprendido en el aspecto eventual; es el habla estudiada como una acción social con sentido de finalidad, como un componente participante de las interacciones de la gente y mecanismos de su mente”. Pero queremos notar que no igualamos el texto y el discurso, porque se puede oponerlos como:

a) *proceso / resultado*. El discurso es un fenómeno de acción, de proceso, relacionado con la producción de habla real, y el texto es el producto del habla que tiene una forma completa y fija (G. Brown, G. Yule; М. К. Бисималиева; Дымарский). El texto y el discurso están unidos por su relación de realización: el discurso está expresado en el texto “surge y se revela en el texto y a través de él. Al mismo tiempo esta conexión no es uniforme: cualquier texto puede expresar o realizar discursos diferentes, a veces competidores y repugnantes. Cada texto particular, como regla, tiene características de varias clases de discurso”²;

b) *actualidad / virtualidad*. El discurso se comprende como un hecho del habla real, “la actividad del habla actual en una esfera dada”³, “el texto coherente creado en el habla”⁴. El texto no tiene vínculo firme con el tiempo actual, es una construcción mental abstracta, realizada en el discurso;

c) *oral / escrito*. El discurso se asocia solamente con el habla oral, y el texto – con la forma escrita (М. Ноёу, З.Я. Тураева). Una superación acertada de la estrechez de este enfoque es el concepto de V. V. Bogdanov⁵, según la cual los

¹ Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990. С. 136-137.

² Kress G. Ideological Structures in Discourse. London: Academic Press, 1985. P. 27. – Т.п.

³ Дымарский М.Я. Текст – дискурс – художественный текст. СПб., Ставрополь: Изд-во СГУ, 1998. С. 19. – Т.п.

⁴ Конечкая В.П. Социология коммуникации. – М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. С. 106. – Т.п.

⁵ Богданов В.В. Текст и текстовое общение – СПб.: Изд-во СПбГУ, 1993. С. 11.

términos “habla” y “texto” son especies del género “discurso”. El habla está relacionada con una sustancia sonante, es espontánea, no normativa, elíptica, dialógica, mientras que el texto es preparado, normativo, detallado, monológico o dialógico, se define del habla por representación gráfica de material lingüístico. En este sentido el discurso une todos los parámetros, propios del habla y del texto, lo que corresponde al concepto del discurso usado en nuestro estudio.

Los investigadores clasifican frecuentemente el discurso según el grado de la formalidad de la comunicación, también por la forma de ser del discurso (oral o escrita). Cada clase del discurso se define por el conjunto de reglas y exigencias, realizadas en una esfera social concreta.

Se destacan dos tipos del discurso: personal (orientado hacia las personas) e institucional (orientado hacia el estatus). En el primer caso el hablante aparece como una persona, en el segundo – como representante del instituto social particular.¹

El objetivo de nuestro trabajo es estudiar las guerras mediáticas en el discurso político, usamos como material los artículos publicados en los medios de comunicación españoles, entonces, este material está en el cruce de diferentes tipos de discurso, precisamente el político y el mediático. Ambos son tipos del discurso institucional (orientados hacia las personas). Se construyen según las normas, pero el nivel de trivialidad puede ser diferente. Tanto el discurso político como el mediático reflejan todos los procesos que ocurren en la sociedad.²

A diferencia de los institutos sociales para los cuales es típica la comunicación entre un ciudadano particular y un representante del instituto, la que tiene un carácter bidireccional, aunque de estatus desigual, en el discurso político, al revés, el ciudadano como persona, como un miembro individual de la sociedad, comunica con el instituto bastante raramente.

¹ Социология. Основы общей теории. М.: Аспект пресс, 1996. С. 235.

² Щитова Д.А. Лингвистическое моделирование имиджа в политическом дискурсе (на материале концепта Вооруженная борьба): Дис. канд. филол. наук: Томск, 2014. С. 35.

El discurso mediático aparece gracias a la incorporación de los medios de información en el proceso de comunicación entre un político y la gente. Puesto que los ciudadanos están distanciados del gobierno y no pueden observar directamente el proceso de toma de decisiones que cambian la vida social, los periodistas son los que “cuentan” sobre la política y los políticos son ciertos “agentes de influencia”, que contribuyen a la formación de la opinión pública¹. Para denominar una combinación de los discursos tan especial algunos investigadores emplean el término “discurso político mediático”.² Otros deslindan estos tipos de discurso considerando los medios como un factor significativo para el funcionamiento del discurso político.

En el marco de nuestro trabajo mantenemos la opinión de E. I. Sheigal, según la cual estudiamos *el discurso político en el sentido más amplio: cualesquiera unidades del habla, cuyo argumento, destinatario o contenido se refiere a la esfera de la política*³. En cuanto a la relación entre el discurso mediático y político, todo material publicado en los medios de información, en el que se trata de la política, cuyo autor es político, o, al revés, el material dirigido a un político hay que incluirlo en el campo del discurso político.

Para nuestro trabajo hemos elegido el análisis de una parte concreta del discurso político – los textos de los periódicos españoles más populares⁴, particularmente El País, 20 Minutos, El Mundo, La Vanguardia, ABC, publicados durante los últimos dos años (2016-2017), unidos por el tema de la representación u opinión sobre la situación actual en Rusia y su política exterior e interior. Hemos elegido estos medios de la comunicación porque tienen el número de lectores más grande, entonces,

¹ Joslyn R. Keeping Politics in the Study of Political Discourse. Columbia (S. Car.): Univ. of S. Carol Press, 1986. – P. 326.

² Русакова О.Ф., Грибовод Е.Г. Политический медиадискурс и медиатизация политики как концепты политической коммуникативистики. Екб, 2014. С. 66.

³ Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: Дис. д-ра филол. наук. М., 2003. С. 34.

⁴ Según los datos oficiales. URL: https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Comparativa_de_peri%C3%B3dicos_de_Espa%C3%B1a. Fecha de acceso: 20.01.2016

creemos que son los más influyentes y suponemos que representan las opiniones de la mayoría de la población española.

1.2. Guerra mediática

Las tendencias globales actuales en la esfera de la comunicación muestran los resultados totalmente nuevos, que prácticamente no se podía alcanzar antes. La cantidad de información que los ciudadanos han empezado a obtener fuera del control de sus gobiernos nacionales ha crecido considerablemente.

La información comienza a contribuir el poder tanto consructivo como destructivo, pero a nivel mucho más elevado que ha sido hace unos años. El tiempo ha cambiado no tanto el núcleo de la información, sino la intensidad del impacto que produce. Han cambiado los contextos de su aplicación (por ejemplo, lo personal se ha convertido en lo común, como ocurre en el caso de estadistas y personas famosas). Al mismo tiempo ha crecido la importancia de la información pública en el proceso de toma de decisiones políticas, con lo que la esfera de política ha llegado a ser más pública y mucho más manejable.¹ Como escribe K. Allard: “En el caso de Somalia la comunidad internacional de hecho fue motivada a actuar por las imágenes televisivas de niños pequeños con las barrigas hinchadas del hambre”².

E.V. Dergacheva pronostica el desarrollo de la parte militar-informacional del potencial de un país según estas direcciones: generar los medios informativos de la lucha armada y elaborar el aparato lógico-matemático correspondiente y los medios informáticos. También menciona los siguientes *tipos de armas de información: los modos de transmitir la información falsa o alterada y el impacto psicológico de propaganda*. La lucha mediática se determina como “la forma principal de proveer la seguridad... en los conflictos antagonistas”. También la autora subraya una particularidad importante de la lucha informática, precisamente lo que “el hecho y las

¹ Почепцов Г.Г. Информационные войны. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2000. С. 7.

² Allard K. Co-operation, command and control .Stockholm, 1996. P.100.

consecuencias de la lucha no siempre son obvias para la persona contra la que se libra”¹.

En el marco de este estudio como una definición principal nos basamos en consideración *de la guerra mediática* como *tecnología comunicativa de influencia en la mente de masas con objetivos de largo y corto plazo*. Acentuamos no los aspectos técnicos de este fenómeno, sino los del contenido. Con esto la palabra “comunicativa” subraya la condición especial del auditorio como objeto de influencia, puesto que la influencia exitosa puede basarse sólo en los intereses, valores e ideales del auditorio, es decir, se trata de la necesidad de hablar con ella en la misma lengua, en el sentido directo y figurado de la palabra. Los objetivos de tal impacto en la mente de masas es presentar un cambio en la estructura cognitiva para crear los cambios correspondientes en la estructura conductista. Casi lo mismo realiza la psicoterapia, pero a nivel de una mente individual.

G.S. Jowett y V. O’Donnell² dividen la propaganda y la comunicación a base de que a la primera le pertenecen los objetivos en los cuales el oyente no está interesado. Es un límite muy importante, pero tampoco es bastante concreto, porque no se puede definir evidentemente, qué precisamente está contra los intereses del oyente. E. M. Rogers define la propaganda a través de la noción de persuasión de las masas (mass persuasion), suponiendo que en la variedad común de la persuasión está presente un componente interactivo muy fuerte.³

La propaganda se basa en la estrategia de persuasión. Las guerras mediáticas se construyen en la estrategia de repercusión, cuando una parte de comunicación empieza a funcionar para sustituir por si misma todo el resto, cuando un mensaje es capaz de

¹ Дергачева Е.В. Роль информационного противоборства в современных условиях. 1996. С. 13-15.

²Jowett G.S., O’Donnell V. Propaganda and persuasion. – 5th ed. LA: SAGE Publications, 2012. P. 46.

³ Rogers E.M. A history of communication study. – NY: Free Press, 1997. P. 105.

alarmar toda la sociedad, que se puede representar de una forma siguiente: si la ciencia clásica está orientada hacia los procesos de análisis de información, en este caso nos interesan los procesos de la divulgación de la información, los variantes de crear los contextos favorables para realización próspera de la comunicación.

La guerra mediática también podemos interpretarla en el aspecto de la “traducción” de una percepción del mundo a otra. Con esto el mensaje que pasa por el proceso de recodificación se transforma hasta que no se puede reconocerlo. Una traducción ordinaria de una lengua a otra conserva el sentido perdiendo la forma, porque existe la falta de coincidencia de las lenguas. La variedad de “traducción” dentro de las guerras mediáticas pierde tanto la forma como el sentido. Se queda inalterado el objetivo, así que el hecho de que el recipiente – el objeto de influencia – participa en la formación del sentido del mensaje. Es una especie de “traducción transformativa” absolutamente nueva, en la que el sentido debe ser cambiado según las demandas de la percepción del mundo del destinatario.¹

Según la psicología social un intercambio de información abierto favorece la formación de normas y valores comunes². En la esfera de guerras mediáticas la “información desestabilizadora” desempeña el papel principal. Si como “estabilizadores” pueden considerarse, por ejemplo, los mensajes optimistas, los “desestabilizadores” tienen como objetivo lo contrario. Con una alta frecuencia se transmite la información capciosa sobre los líderes, dirigida a empeorar su imagen, por ejemplo, un ministro bañándose en una sauna, o cuentos de la increíble riqueza de los funcionarios. Un desestabilizador muy fuerte son los mensajes de una situación “fuera de control” (catástrofes, atentados terroristas y otros).

Como resultado la persona actúa de manera irracional, entonces, puede violar los límites sociales actuando bajo la influencia de sus emociones. Su pánico infecta fácilmente a otros. Con ello los mensajes tipo “pánicos” despiertan las partes de

¹ Почепцов Г.Г. Информационные войны. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2000. С. 12.

² Крысько В.Г. Словарь-справочник по социальной психологии. Санкт-Петербург: «Питер», 2003. С. 152.

cerebro más antiguos, que provocan solamente reacciones bestiales contra las situaciones anormales (huir, pelearse y otras). Las reacciones humanas pronosticables se blanquean del comportamiento, y las normas se quedan violadas, como las reacciones contra el tumulto. El tumulto en sí mismo aumenta la inclinación hacia los tipos de comportamiento no autorizados, porque la persona está protegida por su anonimato.

Seguidamente como ejemplo citamos tres direcciones principales de la guerra mediática indicadas por L. Voitasik¹:

- 1) reorientación de la opinión pública por medio de la introducción de una escala de valores nueva. Como la opinión pública está formada por las personas educadas, los nuevos criterios de autenticidad están introducidos por ellas;
- 2) desinformación económica, con lo que el país empezó a depender de la economía occidental;
- 3) divulgación y consolidación en la conciencia pública de los modelos de la vida consumistas por medio de los mensajes cinematográficos, de la publicidad y otros.

Según nuestra opinión, *el rasgo principal de la guerra mediática es su tendencia a provocar la repercusión comunicativa*, cuando la intensidad de la influencia es notablemente menor que el resultado final. La repercusión deja aumentar la cantidad de personas afectadas. Los investigadores de rumores notan como ambiente más favorable para su objeto de estudio las agitaciones sociales y políticas. “Los participantes de estos acontecimientos están llenos de emociones: están excitados,

¹ Войтасик Л. Психология политической пропаганды. / Пер. с польск. — М.: Прогресс, 1981. С. 47.

descontentos, llenos de rabia y enfado. La razón de esto es la imposibilidad de satisfacer las demandas importantes dentro de la dada estructura social o política”.¹

El segundo rasgo muy importante de la guerra mediática *es una guerra de imágenes*. Por ejemplo, la guerra fría estaba produciendo las imágenes cinematográficas de otra vida, las realidades de ella los ciudadanos de los países de la URSS no podían compartirlas, contentándose con las imágenes. La guerra a nivel de imágenes es especialmente interesante por dos razones: a) la imagen está basada en las concepciones estereotipadas de la situación que ya existen en la mente de una persona, por eso se percibe tan fácilmente por el auditorio; b) la imagen de hecho se formula indirectamente, por eso es difícil refutar el mensaje de este nivel de modo racional.

¹ Дмитриев А.В., Латынов В.В., Хлопьев А.Т. Неформальная политическая коммуникация. - М.: "РОССПЭН", 1996. С. 98.

1.3. Manipulación verbal en el discurso político

Los medios de comunicación modernos cada vez más se transforman de informadores en influyentes. Llenando el ocio de personas, tienen impacto en “toda la mentalidad, el estilo de percepción, el tipo de cultura actual”¹. Su influencia llega a ser sensible en las condiciones de inestabilidad social y política, diversos conflictos y crisis. En estos períodos en los textos políticos crece la manipulación verbal para hacer presión sobre la conciencia pública. El objetivo de tales textos es desacreditar a los oponentes, reforzar la posición política, reclutar los seguidores, neutralizar el ánimo social negativo.

La mayoría de los científicos califica la manipulación como “la influencia en una persona con el objetivo de estimularle hacer algo (informar, cambiar su comportamiento) inconscientemente o contra su propia voluntad, opinión o intención”². Últimamente este término en mayoría de los casos se emplea con una connotación negativa. Pero primeramente la palabra “manipulación” (del lat. *manipulare*) significaba “dirigir” y se percibía en el sentido positivo (dirigir a conciencia, prestar ayuda).

Los rasgos principales de la manipulación son los siguientes:

1. No es material, no es una agresión física, ni es una amenaza de violencia. Está dirigida al aspecto intelectual y psicológico de la persona.
2. Se realiza ocultamente. El hecho de la manipulación y su objetivo principal no deben ser notados por el objeto de la manipulación. G. Shiller lo explica: “... para conseguir su objetivo la manipulación debe permanecer insensible. El éxito está garantizado si el manipulado cree que todo lo que pasa es natural e

¹ Язык средств массовой информации / под ред. М. Н. Володиной. М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. С. 23. – Traducción nuestra.

² Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: Воронеж, гос. ун-т, 2001. С. 27.

inevitable... para la manipulación es necesaria la realidad falsa, en la que su existencia no sea perceptible¹". Es decir que para realizar la manipulación es importante la impresión de que la decisión es tomada independientemente.

3. La realización de la manipulación requiere un gran artificio y ciertos conocimientos. Si se trata de la conciencia social, de la política, siquiera a escala local, como regla la acción está elaborada por especialistas.

La esencia de la manipulación es el impacto doble. Junto al mensaje enunciado abiertamente, el manipulador emite una señal codificada. Este impacto implícito está basado en el "conocimiento disimulado" que tiene el destinatario, en su capacidad de crear en su mente las imágenes que influyen a sus sentimientos, opiniones y comportamiento. Entre la manipulación y el texto político se puede poner el signo de igualdad. En otros términos, el texto político a priori es una manipulación.²

Los medios de comunicación utilizan la lengua como el instrumento principal para influir en la conciencia de masas, mediante la cual se forman nociones nuevas y se fija la imagen del mundo en la mente de una persona. Los medios lingüísticos elegidos determinan el proceso de percepción y reproducción de la realidad.

En la literatura científica existe una serie de definiciones del término de manipulación verbal. O. N. Býkova lo determina como "una especie de influencia lingüística usada para introducir de manera implícita en la mente del destinatario los objetivos, las intenciones, las posiciones o las actitudes diferentes de los que tiene el destinatario en este momento"³; E. V. Denisyuk – como "un comportamiento específico en el proceso de comunicación, dirigido a incitar al interlocutor a realizar una acción desventajosa para él (pero beneficiosa para la persona que le incita). El

¹ Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / пер. с англ.; науч. ред. Я. Н. Засурский. М.: Мысль, 1980. С. 27.

² Ильичева Ю. А. Речевое манипулирование в политическом тексте. Вестник СПбГУ. СПб: СПбГУ, 2013. С. 173.

³ Быкова О. Н. Языковое манипулирование. Красноярск, 1999. С. 99. – Traducción nuestra.

rasgo característico de este modo de incitación es su carácter implícito: tanto el objetivo como el proceso de incitación están intencionalmente disimulados del destinatario”¹; A. A. Danílova – como “una influencia implícita en el destinatario, que de intento le desvía del contenido y la idea del habla...”²; etc.

O. N. Býkova también observa que la base de la manipulación verbal la forman los mecanismos psicológicos y psicolingüísticos que hacen el destinatario percibir el mensaje verbal de manera no crítica, facilitan el surgimiento de ciertas ilusiones y desavíos en su mente, le provocan a actuar de una manera beneficiosa para el manipulador³.

Los medios de influencia lingüística usados en la manipulación verbal son muy diversos: desde la alteración intencional de la realidad en el texto mediante vinculación a las palabras claves de las connotaciones que antes no existieron hasta el juego de palabras muy virtuoso y la creación de un efecto deseado gracias a los medios de expresión lingüística: tropos, figuras estilísticas (retóricas), etc.

Es complicado describir la manipulación verbal porque raras veces se puede comprender los objetivos y los motivos verdaderos del manipulador, por eso es difícil delimitar los medios de expresión comunes de la manipulación verbal como fenómeno.

Enfocamos el análisis de los medios de manipulación verbal en el análisis lingüístico y destacamos dos grupos principales de recursos usados en los textos políticos: léxico-gramaticales y sintácticos.

¹ Копнина Г. А. Речевое манипулирование: учеб. пособие. М.: Флинта, 2010. С. 24. – Traducción nuestra.

² Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М.: Добросвет, «Издательство “КДУ”», 2009. С. 12 – Т.п.

³ Быкова О. Н. Языковое манипулирование. Красноярск, 1999. С. 99.

Capítulo II. Guerra mediática en el discurso político

En el marco de este estudio la guerra mediática se entiende como la tecnología comunicativa de influencia en la mente de masas con objetivos de largo y corto plazo. Definimos el discurso político como cualesquiera unidades del habla, cuyo argumento, destinatario o contenido se refieren a la esfera de la política (todo material publicado en los medios de información, en el que se trata de la política, cuyo autor es político, o, al revés, el material dirigido a un político en el campo del discurso político) y lo igualamos a la manipulación verbal. Enfocamos en el estudio de los métodos lingüísticos usados para influir en la mente de las masas.

La mayoría de los signos del discurso político tiene dos dimensiones: la cognitiva y la afectiva: el componente cognitivo incluye el conocimiento de la realidad política (hay que notar que esto puede ser no tanto el saber objetivo, sino lo que se cree ciegamente), y el componente afectivo (de humor) se determina por el carácter del signo apreciativo y la intensidad de las emociones provocadas por el referente correspondiente. C. Elder y R. Cobb plantean una hipótesis de que el “valor simbólico” de un signo (es decir, su importancia en el sistema de valores de un individuo y el nivel de la reacción emocional hacia él) se varía según su posición en la jerarquía referente de los signos y depende de su grado de aplicación a los problemas, las esferas referentes y los contextos, de su capacidad de despertar la repercusión emocional en los lectores y de la intensidad de esta reacción¹.

Como ya hemos notado más arriba, la esencia de la política es la lucha de las fuerzas e intereses opuestos por el poder. Entonces la comunicación en la esfera política refleja la situación de la lucha por el poder (la toma o el mantenimiento del poder) y el discurso político es la herramienta de esta lucha; sus funciones básicas (los bloques funcionales) son los aspectos de la realización de la función de herramienta. Dos de estas funciones tienen el carácter más común. La función accional del discurso político está determinada por el hecho de que la actividad

¹ Elder C. D., Cobb R.W. The Political Uses of Symbols. New York: Longman, 1983. PP. 39-40.

política en el fondo es la actividad verbal: “en la política “decir” significa “hacer””¹. Para realizar esta función no se necesitan unidades o medios especiales, se realiza por “toda la masa” del discurso político. La segunda función es controlar las actitudes y el comportamiento del electorado que también es la característica inherente del discurso político en general no se realiza gracias a las unidades de signo particulares, sino gracias a los actos, estrategias y tácticas verbales.

En cuanto a otras funciones (interpretación /orientación, integración / diferenciación, agonismo /armonización), su cumplimiento está relacionado con el uso de los medios sígnicos especiales que forman la base semiótica del discurso político. El contenido de la comunicación política se puede reducirlo a tres componentes: la formulación y explicación de la posición política (la orientación), la búsqueda y unión de los partidarios (la integración) y la lucha contra el oponente (el agonismo). Así en el campo semiótico del discurso político distinguimos tres grupos principales de signos: los signos de orientación, de integración y de agonismo.

Esta tríada funcional se proyecta en la oposición semiótica básica del discurso político “amigos-enemigos”: la orientación es prácticamente la identificación de los agentes de la política (¿Quién es quién? ¿Dónde están los amigos y quién es el enemigo?), la integración es la unión de “los amigos” y el agonismo es la lucha contra “los enemigos” y por “los amigos”.

La oposición “amigo-enemigo” es un constante cultural, una de las contraposiciones más importantes en la vida y la organización de la sociedad que conserva su valor secularmente, junto a otras oposiciones conceptuales que reflejan las concepciones de arquetipo de la organización del mundo (“masculino-femenino”, “mayor-menor”, “superior-inferior”, “vida-muerte”, “luz-oscuridad” y otras)².

¹ Бурдые П. Социология политики: – М.: Socio-Logos, 1993. С. 206.

² Маслова В.А. Введение в лингвокультурологию. – М.: Наследие, 1997. С. 94.

La oposición “amigo-enemigo” según C. Shmitt, determina el carácter específico de lo político, así como la oposición “bien-mal” es la base de la esfera moral o “hermoso-feo” en la esfera estética¹.

Así cualesquiera oposiciones valorativas en discurso político son secundarias en relación a la contraposición “amigo-enemigo”, derivadas de ella. “Cualquier oposición, religiosa, moral, étnica, económica u otra, se convierte en la oposición política si es bastante fuerte para dividir las personas en los grupos de amigos y enemigos”.²

En el discurso político la oposición “amigo-enemigo” se realiza tanto de manera explícita mediante los marcadores especiales como de manera implícita – como la connotación ideológica de los términos políticos, por la tonalidad del discurso y por la elección convergente del léxico valorativo positivo o negativo.

Hemos estudiado los periódicos más populares de España, precisamente los artículos de los últimos dos años que cubren los acontecimientos pasados en Rusia o relacionados con el país o su política exterior. Hemos destacado más de cien ejemplos que consideramos representantes de la manipulación verbal en el discurso político. Los textos analizados los estudiamos como un componente de la guerra mediática porque como son políticos, su objetivo coincide con el de la guerra mediática: influyen en la percepción del mundo real, además provocan la repercusión comunicativa y a menudo utilizan como su método las imágenes.

Los dos grupos más grandes los hemos subdividido según el rasgo semántico predominante comenzando por los más frecuentes en los textos.

Como todas las fuentes son ediciones de internet, hemos indicado el número de la fuente digital en los corchetes. La lista de todos los recursos empleados está al final del trabajo.

¹ ШМИТТ К. Понятие политического // Вопросы социологии. – 1992. – № 1. С. 40.

² Op. cit. С. 40.

2.1 Métodos léxico-gramaticales de manipulación verbal usados en los medios de comunicación

La semántica léxica ocupa “el puesto central en la esfera de disciplinas lingüísticas porque la lengua humana en su función principal es un medio de comunicación, un medio de codificación y decodificación de cierta información”¹. Por eso el léxico es el medio más productivo en el proceso de la manipulación verbal también. Es la base del proceso de formación de los conceptos, que sirven de fundamento de la imagen lingüística. El léxico también construye los niveles siguientes del sistema de la lengua (el nivel de la oración y del texto), donde las unidades léxicas se combinan según las leyes de la compatibilidad léxica y sintáctica.

La parte verbal del signo lingüístico sirve de eslabón de enlace entre la mente de un individuo y el mundo circundante. Lo más importante en el proceso de influencia de la lengua en la mente es el significado emocional-apreciativo, porque el objetivo de la manipulación verbal implícita consiste en cambiar la actitud del auditorio hacia un fenómeno concreto, y esta manipulación se basa en añadir significados y valoraciones nuevas a la unidad léxica y en alterar el campo asociativo de la palabra.

Como todos los ejemplos encontrados llevan una connotación negativa, no se puede distinguir los signos que pertenecen al grupo de orientación de los que son representantes del agonismo. Por lo tanto indicamos solo los dos grupos principales del contenido de la comunicación política: el agonismo y la integración.

2. 1. 1. El agonismo (la agresión verbal)

¹ Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М.: Добросвет, «Издательство “КДУ”», 2009. с. 52.

La agresión verbal en el discurso político se realiza gracias a ciertas unidades léxicas y las actitudes verbales. Para denominar los medios de la agresión verbal usamos el término “invectiva” en el sentido más amplio como la función verbal de la ofensa, como “cualquier agresión, ataque contra el oponente”.¹

1) Etiquetas

La cultura verbal actual en general no fomenta el uso de las formas de agresión graves y explícitas en la comunicación pública. La forma más “civil” de la agresión verbal y, como nos parece, la variedad de la invectiva especial, propia del discurso político son las etiquetas, que según la opinión de R. G. Апресян² es el proceso de marcar las diferencias socio-culturales, de manifestar la intolerancia a lo ajeno.

El método de pegar etiquetas (o etiquetar) se usa para crear y fijar la imagen desacreditadora en la conciencia del lector. A. Tsuladze, analizando este método, dice que las etiquetas entran en el uso común particularmente gracias a los medios de comunicación, llegan a ser las palabras habituales, ordinarias, sustituyendo las nociones menos agresivas. El investigador nota que “representan una manera de la programación psicológica de la mente de masas. Es un método de implantación de los estereotipos comunes que es muy difícil de resistir”.³

Según N.G. Martynenko, las etiquetas comunes son “los términos políticos, nombres oficiales y expresivos-coloquiales de los partidos y las corrientes políticas: *comunistas, fascistas, patriotas*, así como las denominaciones de los políticos por sus acciones y el estilo de comportamiento: *dictador, devastador, separatista, populista*, etc.”⁴ Como etiquetas también pueden ser usados tales palabras y combinaciones como *enemigos del pueblo, los servidores del capitalismo, extremistas, nacionalistas* y otras.

¹ Жельвис В. И. Инвектива в парадигме средств фатического общения // Жанры речи. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. С.137.

² Апресян Р.Г. Сила и насилие слова // Человек. – 1997.– № 5. С. 133–137.

³ Копнина Г.А. Речевое манипулирование: учеб. пособие. М.: Флинта, 2010. С. 87.

⁴ Копнина Г.А. Речевое манипулирование: учеб. пособие. М.: Флинта, 2010. С. 87.

Los rasgos propios de la etiqueta es su carácter ideológico, subjetivo y prejuicio: “el valor negativo que tiene la etiqueta no aclara las cualidades objetivas de la persona, la microsociedad, los acontecimientos, los fenómenos, la actividad, sino los denomina según su carácter de diferencia ideológica”¹.

El fondo de la etiqueta es su orientación acusatoria: al ser una etiqueta, el nombre no se usa para caracterizar el denotado y referirlo a una clase sino para acusarlo de tener unas calidades peligrosas para la sociedad. La etiqueta fija la desviación social real o ficticia desde la posición de la sociedad en general o desde la opinión acerca de la utilidad política de un grupo social (o el movimiento político).

Las etiquetas más comunes son los términos políticos, sobre todo los nombres oficiales o expresivo-coloquiales de los partidos y movimientos políticos:

*El líder ruso ha cultivado un acercamiento a la Iglesia ortodoxa que consolida, junto al **leitmotiv nacionalista**, también otro de carácter **conservador / tradicionalista** [9];*

*...en estos **movimientos derechistas occidentales**...**Putin se afirma incluso como un referente ideológico** [9];*

También las denominaciones de los políticos según su actividad y comportamiento:

*...[Putin] controla con **autoritarismo** el país... [8];*

*Putin es un **dirigente autoritario** [8];*

*...y confeso admirador del **autoritario Putin**... [1];*

*...todos los desarrollos geopolíticos... favorecen al **inquilino del Kremlin** [1];*

*...el historial que tiene Putin como **socio poco fiable**... [19];*

¹ Дмитриева Н.А., Вольпе Б.М. Способы представления идеологически пристрастных точек зрения в газетном тексте // Текст: структура и функционирование:– Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 1994. – С. 92.

...impresionado por la "fuerza" de este **dictador** [Putin] de facto... [21];

...ha elogiado una y otra vez al **déspota ruso** [Putin]... [21];

Como me dijo un entrevistado, han aprendido que "no se traen malas noticias a la mesa del **zar** [Putin]" [23];

El columnista ruso Antón Orej rechazó irónicamente las acusaciones de corrupción contra '**el zar Putin**' ... Él es **dueño de Rusia** [44];

Representan ambos [Putin y Erdogan] un papel de estadista **hiperbólico, autócrata**, que araña o socava el límite de la dictadura y la democracia [21];

...el discurso de Trump fuera una mala copia del ruso: habla de hacer América grande, con la misma **concepción totalitaria** del lenguaje que Farage, Orbán o Le Pen. **Ultranacionalista, mesiánico, populista, totalitario y controlador de los medios de comunicación.** [7];

Los demócratas han llegado incluso a sugerir que Trump es un **agente del Kremlin**...[42];

¿Tiene algo que ver el hecho de que el diputado Dhuicq sea **admirador de Vladímir Putin**...? [30];

Trump es **ingenuo** con Rusia [38];

...las legislativas rusas no solo han supuesto obstáculo alguno para Putin sino que sus resultados le permiten pisar el **acelerador de la retórica militarista y nacionalista**... [13];

Entre las etiquetas-términos políticos se encuentran tanto las palabras con la connotación negativo-valorativa fija (los peyorativos políticos: *ultranacionalista, controlador, totalitario, dictador, déspota, zar, autócrata*) como las unidades neutros-valorativas que se pueden interpretar de manera ambivalente (*dirigente, derecha, líder, conservador*).

Nos parece lógica la suposición de P. Chilton de que desde el punto de vista cognitivo y semántico la aparición de los estereotipos es el proceso metonímico: los estereotipos aparecen cuando una subclase de la categoría, a menudo de periferia se percibe como prototipo representativo de toda la categoría en general¹.

... hay alguien [Vladimir Putin] que se frota las manos en un segundo plano [43];

*Putin, que ha sido acusado por la prensa internacional de ser **el hombre más rico de Europa*** [44];

*Pero hay más, mucho más **viento que sopla a favor de Putin*** [43];

*El informe [de Pentagono] aseguraba que el mandatario ruso tiene "**un trastorno autista que afecta a sus decisiones**"* [45];

La persona más etiqueada en el discurso de Rusia es su representante en el espacio político, Vladimir Putin. La mayoría de las etiquetas son metáforas nominativas, como “el autoritario” o “el zar” o metonimias, en este caso la traslación del sentido se realiza según un rasgo concreto (derechista, autoritario, nacionalista). Se puede notar que la imagen creada por estas etiquetas es siempre negativa. Cuando se comparan otros políticos con el presidente de la Federación Rusa, tampoco parecen crear una impresión positiva:

*Vladimir Putin y Marine Le Pen, **el eje antieuropeo*** [36];

*Trump, Putin y Kim Jong-un. Sus tres nombres juntos suenan ya **amenazadores***. [34];

*Y Le Pen, que marcha segunda en los pronósticos, es de manera oficiosa **la candidata favorita del Kremlin*** [36];

¹ Chilton P. A. Politics and Language // The Encyclopedia of Language and Linguistics / ed. R. E. Asher. – Oxford, New York: Pergamon Press, 1994. P. 3215.

Si se trata del país, a menudo se usan recuerdos del pasado (los acontecimientos de los siglos pasados, sobre todo la época de la “guerra fría” y el imperio zarista):

*Pese a sus aires de **superpotencia**, Rusia tiene ahora un PIB nominal comparable al de España [1];*

*Reikiavik abrió la puerta a una nueva etapa en las relaciones de las dos **potencias nucleares** [Rusia y los EE.UU.] [2];*

*Ucrania se ve sola frente al **gigante ruso** [3];*

*...las **actividades desestabilizadoras** de Moscú en la región, que van desde la propaganda intensiva a las presiones económicas [6];*

*...[Rusia] es un producto de la URSS, que era un **imperio muy poderoso**, una **superpotencia** con la pretensión de ser el único rival de Estados Unidos y representar el futuro de la humanidad [8];*

*...el sistema político evoca de hecho **una arcaica monarquía** basada en la voluntad del soberano [16];*

*...el líder capaz de restablecer el papel de Rusia como **superpotencia** [16];*

*Putin sacrifica el bienestar ruso para recobrar el papel de **potencia mundial** [22];*

*El jefe del Kremlin aseguró que Rusia “es **más fuerte que cualquier agresor [EEUU]**” ... [29];*

*Rusia es una gran **amenaza** contra nuestras democracias y nuestras alianzas [38];*

*Como principal alternativa a la democracia liberal, Putin ha reconocido que pretende resquebrajar el modelo occidental de **superpotencia** única que impera desde el fin de la Guerra Fría [38];*

*Las «**actividades agresivas**» que Obama atribuye al Gobierno de Putin recibieron finalmente su respuesta [40];*

Aunque hacía tiempo que Rusia no era citada tan frecuentemente como amenaza para EE UU... [42];

¿Qué otra lección se necesita para dejar los juegos geopolíticos y las añejas diferencias políticas...?" [46];

Aquí también observamos el empleo de las metáforas nominativas (monarquía, imperio) donde el sentido se traslada según la función. También notamos el uso de los epítetos (agresivas, mundial, arcáica, nuclear) que se enlazan con los sujetos de una manera casi inseparable: este efecto lo alcanzan gracias a frecuente repetición de tales combinaciones de palabras.

La base lingüística de la etiqueta es la calidad de cualquier denominación de identificar el objeto por definir sus características esenciales. Por denominar y determinar el objeto entonces le ponemos ciertos límites (el verbo *definire* del latín tiene el sentido de “limitar”). Cf. los razonamientos de R. G. Апресян: “La lengua se usa ampliamente por el poder como el medio de la influencia restrictiva. Puede percibirse por el poder como un mecanismo restrictivo independiente que exige un control e intervención constante. Esto se realiza en particular por la denominación, la defensa de ciertos nombres, el cambio del nombre, la creación de denominaciones nuevas, etc”¹. R. Bart cree que el poder que está implícito en la lengua, está relacionado en primer lugar con el hecho de que “la lengua es un medio de clasificación y cualquier clasificación es un método de reducción.”²

También llama la atención el hecho de que el proceso de etiquetar normalmente se produce por medio de sustantivos. D. Bólinger nota que el sustantivo expresa la actitud de prejuicio y fija los estereotipos de una manera mucho más fuerte que un verbo o un adjetivo, porque el sustantivo, por su especificidad nominativa, presenta las cualidades del hombre como constantes.³

¹ Апресян Р.Г. Сила и насилие слова // Человек. – 1997.– № 5. С. 135.

² Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М.: Прогресс, 1994. С. 548.

³ Bolinger D. Language – the Loaded Weapon: the Use and Abuse of Language Today. – London and New York: Longman, 1980. P. 79.

Otro factor importante lingüístico que favorece la conversión de una palabra neutra en una etiqueta inyectiva es su mención múltiple en el contexto negativo, gracias a lo que la palabra “se clava en la mente”, acumulando en sí misma las asociaciones negativas derivadas del contexto.

El planteamiento ideológico es lo que convierte una palabra en etiqueta – la valoración del oponente político desde la posición “nuestro-ajeno”. L. Cherneiko caracteriza la etiqueta de manera muy exacta: “un nombre axiológico, el signo de no tolerar al otro”.¹ Se puede afirmar que el método lógico principal de la agresión verbal es marcar lo ajeno y que las etiquetas políticas son la consecuencia de la transposición pragmática de los signos de orientación. El giro hacia la inyectiva significa el cambio de la posición hacia el polo de fática (falta de contenido) porque la inyectiva es un medio de realizar la comunicación fática². La predominación de la función fática sobre la informatividad es propia tanto de los signos de agresión como de los signos de integración.

2) Palabras afectivas

Los textos publicitarios son “las apelaciones emocionales concentradas, construidas con base en el uso del léxico expresivo y connotativo”.³ El alto nivel de concentración de los medios emocionales-expresivos en el habla sirve para manejar el humor del auditorio, “cargarlo” de manera emocional. Para cumplir estos objetivos se usan los afectivos: palabras emocionales-apreciativas, incluso los lemas. T.M.Berezhnaya determina los afectivos como “intensificadores emocionales dirigidos hacia los planteamientos valorativos del auditorio y capaces de atribuir al orador una serie de rasgos de carácter axiológico: sabiduría, moderación

¹ Чернейко Л.О. Порождение и восприятие межличностных оценок // Филологические науки. – 1996. – № 6. С. 42.

² Жельвис В.И. Инъектива в парадигме средств фатического общения // Жанры речи. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. – С.137–144.

³ Быкова О.Н. Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ // Речевое общение. Вып. 1. Красноярск, 2000. С. 49.

devoción...”¹. Pueden influir en la conciencia pública de manera psicológica y causar diferentes sensaciones y vivencias (de odio, ansiedad, peligro, orgullo nacional, patriotismo y etc.). Como afectivos califican, por ejemplo, las palabras siguientes: *libertad, progreso, verdad, esperanza, tragedia, intereses nacionales, crisis, corrupción, desempleo, criminalización* y otros.

Las palabras afectivas, sin realizar una valoración concreta, “cargan” el macrotexto publicitario con emociones “necesarias”.² Indican no tanto los hechos reales sino comunican el tono emocional a todo el mensaje, ambientando el auditorio en la atmósfera psicológica creada. Por ejemplo:

*...Putin trata con bastante coherencia histórica de mantener el aprecio de las masas con **llamamientos al nacionalismo y el renovado protagonismo internacional de Rusia en las zonas de máxima tensión** [28];*

*...Vladimir Putin, y ... Donald Trump, abonaron ayer una nueva escalada armamentística al proponer la **expansión** de sus arsenales nucleares [29];*

*Pero los manifestantes quieren que la ley caiga sobre los políticos **corruptos**. [35];*

*...Putin acusó a la OTAN de querer implicar a su país en una carrera de armamento “frenética” para romper “**el equilibrio militar**” existente...[29];*

*El Tribunal Supremo de Rusia ha prohibido las actividades de los Testigos de Jehová al considerarlos una organización **extremista** [31];*

*Los testigos tratan de volver a la normalidad tras el **infierno** vivido [33];*

*Gritan contra la **corrupción** política y a favor de un gobierno más transparente [35];*

*...la indignación en plena **crisis** vuelve a resurgir tras el naufragio electoral... [35];*

¹ Копнина Г.А. Речевое манипулирование: учеб. пособие. М.: Флинта, 2010. с. 84.

² Быкова О. Н. Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ // Речевое общение. Вып. 1. Красноярск, 2000. С. 49.

La crisis económica, la avalancha de refugiados y el miedo al terrorismo han agrietado el sueño de una Europa unida [36];

Lo primero que puede desatar una grave crisis entre Moscú y Washington es Irán...[38];

Días después Putin llamó públicamente a combatir la corrupción [44];

...Rusia “amenaza la paz y la estabilidad de Europa y Oriente Próximo [6];

Según el presidente ruso, la economía de su país está experimentando ya un cambio estructural... [11];

La caída del precio del crudo merma los recursos financieros de Rusia [15];

Según D. Gréiber, la importancia de los afectivos políticos en la esfera de la comunicación política está determinada por su capacidad de:

- llamar las asociaciones fértiles de imágenes, sacar de la memoria las imágenes vívidas de las vivencias pasadas;
- activar las emociones fuertes, provocar la reacción deseada y por lo tanto servir de un medio de movilización muy fuerte;
- garantizar la categorización rápida de la noción (su entrada en la imagen verbal del mundo político), haciéndola pasar por ciertos “filtros valorativos”;
- ser una denominación ahorradora, comprensible para las masas de las realidades políticas complicadas, y por eso eficaz, que facilita en grado considerable el proceso de la comunicación.¹

Al mismo tiempo, como lo nota D. Greiber, las ventajas mencionadas de los afectivos políticos tienen su reverso, su impacto manipulativo puede llevar a las consecuencias negativas:

- simplifican y deforman la imagen de la realidad actual, sobre todo gracias a establecer los vínculos causales falsos (la indignación pública no la dirigen al responsable o la razón verdadera de los acontecimientos negativos);
- la indeterminación y la ambigüedad de los signos puede llevar a graves divergencias políticas entre los grupos sociales;

¹ Graber D. A. Verbal Behavior and Politics.– Urbana: Univ. of Illinois Press, 1976. PP. 291–294.

– disminuyen la capacidad de los agentes políticos a actuar de manera racional, de la percepción crítica de la realidad¹.

Sin embargo la ventaja más importante de los afectivos políticos es su potencial de persuasión. Su carga afectiva reprime tanto su contenido descriptivo que se convierten en los signos-regulativos que estimulan o reprimen cierta actitud².

¹ Graber D. A. Verbal Behavior and Politics.– Urbana: Univ. of Illinois Press, 1976. P. 308.

² Op. cit. P. 297.

2.1.2. La integración

La integración es la identificación de los agentes de la política. A los signos verbales de integración especiales que dejan a los políticos y los periodistas identificarse con el auditorio, apelar a la pertenencia a la misma nacionalidad, al mismo estatuto y otra afiliación social pertenecen los marcadores de “los amigos/los nuestros”.

1) Intimización de la narrativa

Es el uso de los medios lingüísticos que crea el efecto de comunicación confidencial entre el autor y el auditorio. Para lograrlo se usa el verbo en forma de la primera persona del plural sin mencionar el sujeto de la acción (M. Y. Fedosyuk llama este método “la generalización de los partidarios de la opinión del hablante”¹).

Una serie especial de palabras claves, en nuestro caso, de formas verbales claves, utilizadas de manera constante, facilita la manifestación del sentimiento de la pertenencia al colectivo. Gracias a la connotación social-política (“estoy con vosotros”, “soy un amigo”) estas formas verbales pueden ejercer la función de sugestión, contribuyendo al éxito del hablante entre los lectores y los grupos sociales con los que quiere identificarse.

*Pero conviene no tomarse nunca a broma al presidente ruso, que eso ya lo **hacemos** con Trump y **podemos llevarnos** una sorpresa el martes. ... **Recordemos** que la mayoría de las federaciones deportivas rusas ... [5];*

*Pero lo que **vemos** ahora... [21];*

***Sabemos**, por multitud de relatos, de sus impagos a proveedores, ... Y **sabemos** que no tiene una opinión diferente de la política fiscal... [21];*

*En Europa **nos encontramos** con la OTAN enseñándole los dientes al señor Vladímir Putin... [27];*

¹Копнина Г.А. Речевое манипулирование: учеб. пособие. М.: Флинта, 2010. С. 77.

2) Alusiones

Alusión (del lat. “allusio” – una broma, indirecta) es una insinuación a un hecho político, histórico o literario real, que supuestamente es de saber común¹. Entre los ejemplos que hemos destacado se mencionan los tiempos del conflicto entre la URSS y los EE.UU. durante el cual los dos países se lograron la imagen de “superpotencias”, a la que ahora citan con tal frecuencia. A menudo la política exterior actual de Rusia se interpreta como un intento de devolver su antigua dominación mundial:

*...el objetivo [de Putin] de **reconstituir el poderío internacional** de Rusia [8];*

*En Europa nos encontramos con la OTAN enseñándole los dientes al señor Vladímir Putin para que no tenga la tentación **de extender la Unión Soviética** dentro de Europa del Este [27];*

*La atención con la que Rusia sigue la política norteamericana es extrema. Los portavoces de Ministerio de Exteriores y de Defensa parecen vivir pendientes de las declaraciones de los representantes norteamericanos ... como si lo realmente importante fuera **tener la última palabra a toda costa** [2];*

*Rusia tiene una esfera privilegiada de influencia sobre países que estuvieron bajo el **manto imperial de la URSS** y que luego escaparon de la dominación soviética [10];*

*...las relaciones entre Moscú y Washington -que ha llegado a calificarse de una **nueva guerra fría**... [25];*

*...con el expresidente Barack Obama las relaciones [entre Rusia y los EEUU] se congelaran y llegaran a un punto de deterioro no visto desde **la Guerra Fría** [32];*

*Como principal alternativa a la democracia liberal, Putin ha reconocido que pretende resquebrajar el modelo occidental de superpotencia única que impera desde **el fin de la Guerra Fría** [38];*

¹ URL: <http://encyclopediadic.slovaronline.com/%D0%90/%D0%90%D0%9B/1905-ALLYUZIYA>.
Fecha de acceso: 06.10.2016.

*la realidad es que "las relaciones entre el Kremlin y la Casa Blanca están a nivel de **Guerra Fría**" [42];*

Pensamos que así se amplía la imagen de un país o un líder arcaico, cerrado, que está en contra del resto del mundo progresivo, es decir, se refuerza la disposición negativa. También se puede encontrar las alusiones a los acontecimientos más o menos actuales:

*...Vladimir Putin, se refirió a esta nueva tanda de movilizaciones recordando que **el caos de las primaveras árabes** empezó de esa manera [35];*

El carácter verdadero del texto lleno de tales palabras claves se muestra en lo que en el proceso de la percepción de la información transmitida por él la actividad analítica se deprime por el contento de reconocer lo esperado. Tal percepción del texto facilita la consolidación de los partidarios.

2.1.3. Otros métodos léxico-gramaticales de la manipulación verbal

1) Cita de una fuente desconocida

El autor del texto no quiere asumir siempre la responsabilidad por la información que transmite al destinatario por diferentes razones. En este caso uno de los métodos de la manipulación verbal en los medios de la comunicación es la cita de una fuente desconocida (O.N.Býkova llama este método “indeterminación, incorrelación en denominación de la fuente de información”)¹.

E. L. Dotsenko llama tales combinaciones de palabras “el índice referente indeterminado”².

Según los sindicatos, unos 2,5 millones de afiliados participaron en la celebración del Primero de Mayo a lo largo y ancho del país [26];

...en palabras de los organismos de observación internacional se ha visto “afectado negativamente por restricciones a las libertades fundamentales...” [13];

Pero, según los expertos, estas sanciones... [15];

Los expertos creen que el nuevo cuerpo responde a un deseo de autoprotección... [16];

Sabemos, por multitud de relatos, de sus impagos a proveedores... [21];

Como me dijo un entrevistado, han aprendido que “no se traen malas noticias a la mesa del zar [Putin]” ... [23];

Algunos analistas rusos calibran el estado de ánimo de la sociedad... [22];

“Hablaré ... de lo que ocurre en el Cáucaso Norte...”, dijo el jefe del Kremlin a Moskalkova, según medios locales [24];

¹ Бýкова О. Н. К вопросу о языковой манипуляции в средствах массовой информации // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вып. 6. Красноярск-Ачинск, 1998. С.19.

² Копнина Г.А. Речевое манипулирование: учеб. пособие. М.: Флинта, 2010. С. 78.

El presidente ruso, según un comunicado del Kremlin, “expresó su esperanza de un trabajo conjunto... [25];

El Partido Comunista de Rusia (PCR) convocó en Moscú una marcha aparte, en la que participaron unas 3.500 personas, según fuentes policiales [26];

Un comunicado policial indicó que “...la persona responsable del ataque terrorista ... fue la misma que dejó la otra bolsa con un explosivo...” [33];

Frases “*algunos...creen que, según., un comunicado indicó*” permiten al autor de la publicación no hacerse caso de la responsabilidad de la información indicada, al menos en una parte.

Algunos investigadores (por ejemplo, A.A. Danilova) califican el uso de las oraciones impersonales así como las oraciones con el verbo en voz pasiva como *el método de pasivización del predicado*:

...la OTAN (organización percibida como agresiva desde Moscú) [2];

...la integridad territorial de Siria debe respetarse [39];

2) Lexemas limitadores

Existen lexemas y combinaciones de palabras que se usan para disminuir la intensidad de una afirmación. En la tradición lingüística inglesa se llaman “hedges” que podemos traducir como “setos”, en la tradición rusa las nombramos como limitadores. Se usan frecuentemente en los medios de comunicación en el marco de la manipulación con la conciencia del lector. Los lexemas más populares en el material estudiado son “Según ...” y los verbos “acusar, considerar, decir” en forma de la tercera persona del singular o plural. Los utilizan para oponer su opinión a la de la persona citada o por lo menos no asumir la responsabilidad de las palabras de otra persona.

Según la Casa [Blanca], ambos mandatarios dialogaron sobre Ucrania y Siria [12];

La oposición rusa acusa a Kadírov de instaurar en Chechenia un "Estado policial" por medio de un ejército privado [24];

Analistas rusos consideran muy oportuno para su campaña [de Marine Le Pen] haberse entrevistado con Putin... [37];

Según sus palabras [de Putin], en contra de los que se esperaba, «estamos estableciendo un contacto estrecho y muy eficaz... [39];

...la realidad es que "las relaciones entre el Kremlin y la Casa Blanca están a nivel de Guerra Fría", según Lukianov [politólogo ruso] [42];

También se puede destacar los lexemas optimizadores. Ellos indican que el postulado se caracteriza como impreciso, que hay faltas en él y el hablante lo tiene en cuenta, pero en la situación dada la afirmación es correcta.

Cada país elige a los animales que usa como símbolo —oficial o no— y, para ser sinceros, a algunos se los endosan [5];

3) Pluralización

Este método está basado en creación de la pluralidad:

- pluralización de los sujetos de la acción. Por ejemplo:

Por último, Putin es un presidente querido por la gran mayoría de la población (aunque su popularidad ha ido decreciendo últimamente)... [28];

“Trump ... llegó a animar a los rusos a robar correos electrónicos de su entonces competidora” [4];

Podemos notar que este método suele utilizar los nombres indefinidos que desempeñan, según nuestra opinión, un papel muy importante en el marco de influencia en la mente del auditorio: la acción negativa, referida a las personas

concretas, se extiende al grupo de personas (la gente rusa en este caso), que facilita el descrédito y la oposición “amigo-enemigo”.

- pluralización de las acciones y situaciones, que se realiza por usar los lexemas de frecuencia (*siempre, a menudo, muchas veces, no es la primera vez que, etc.*) y la construcción del verbo *soler* con infinitivo que describe una acción habitual, repetida:

*...dos líderes cuya relación **siempre se ha caracterizado** por la frialdad... [18];*

*Vasílieva [titular de Educación y Ciencia rusa] **siempre utiliza**, hablando de Stalin, unos epítetos muy sublimes... [14];*

*Para Putin, lo más importante **-y no es la primera vez que lo señala-** es el reconocimiento de Rusia como un igual... [25];*

*Y **suele repetir la idea** de que no hay que confundir su tranquilidad con debilidad [5];*

*En las cumbres del G20, la sustancia **no suele encontrarse** en las sesiones plenarias de discursos rimbombantes... El intrínquilis **suele estar** en las sesiones bilaterales... [18];*

4) Eufemismos

En los medios de comunicación con la intención de manipular a menudo se usan los eufemismos. Según A.P. Skovoródnikov, el trasfondo social-psicológico de los eufemismos es “el miedo de nombrar los objetos sin afectación o el intento de esconder las realidades verdaderas”¹.

El sentido lingüístico de los eufemismos es su capacidad de encubrir, sombrar los acontecimientos que tienen un valor negativo en la conciencia pública. Ellos desvían la atención del objeto que puede provocar antipatía. Su capacidad de manipular la opinión de los lectores se determina por el hecho de que los eufemismos esconden el fondo de un fenómeno por crear la connotación neutral o positiva, y el auditorio como regla no puede desagregarlos del contexto y entenderlos por la

¹ Копнина Г.А. Речевое манипулирование: учеб. пособие. М.: Флинта, 2010. С. 90.

abundancia de la información que existe en el medio social o no es capaz de identificar la palabra disimulada por el eufemismo.

En los materiales estudiados la palabra más popular sustituida por los eufemismos es *la guerra*, por ejemplo:

*...Vladimir Putin, se refirió a esta nueva tanda de movilizaciones recordando que **el caos** de las primaveras árabes empezó de esa manera [35];*

*El peligro de **un incidente** entre Rusia y Ucrania en las cercanías de la anexionada península de Crimea... [11];*

*Estos [la OTAN] creen que el papel ruso en **el conflicto** ucraniano es una agresión que podría volverse contra ellos [29];*

5) Creación de equivalencia integral

Este método es bastante popular en los medios de la comunicación actuales. Está basado en el uso de los lexmas *entonces, por lo tanto, parece evidente*, etc. para dar por axioma lo hipotético.

***Parece evidente** que entre el presidente ruso, Vladímir Putin, y la líder del Frente Nacional francés, Marine Le Pen, funciona la química...[37];*

*Por último, Putin es un presidente querido por la gran mayoría de la población (aunque su popularidad ha ido decreciendo últimamente) y **por lo tanto** bueno... [28];*

La investigadora O.S. Íssers caracteriza tales construcciones como “el establecimiento de las relaciones de causa a efecto deseadas”¹.

¹ Копнина Г.А. Речевое манипулирование: учеб. пособие. М.: Флинта, 2010. С. 68-69.

2.2. Métodos sintácticos de manipulación verbal

Los métodos sintácticos de manipulación verbal en la mayoría de los casos son complementarios, esfuerzan el efecto logrado por los métodos léxico-sintácticos de influencia en la mente del destinatario y modelan la estructura del enunciado. Los métodos sintácticos de la organización del enunciado dejan construirlo orientándose hacia el efecto deseado; una parte de estos métodos como repetición, gradación, anáfora y epífora es el préstamo de la serie de figuras retóricas, es decir del arsenal de los metodos de influencia abierta en la conciencia del auditorio.

1. Repetición

La creación de asociaciones y estereotipos es formada por medio de repetición múltiple. La repetición es la base de las figuras de énfasis estudiadas por una de las tres ramas de la retórica clásica – la elocución (la rama de la retórica, en la cual se estudian los métodos y los instrumentos de expresar verbalmente los materiales de la invención¹). En los textos estudiados hemos encontrado las figuras siguientes:

- anáfora (la repetición de una o varias palabras al principio de un verso o enunciado; la repetición de distintas frases o grupos sintácticos²):

El oso ruso representa —obvio— a Rusia desde épocas lejanas. Ya a mediados del siglo IX aparece en el escudo de la ciudad de Nóvgorod, una de las más antiguas de Rusia. El oso ruso en realidad es una variedad de oso pardo europeo, pero esto debe parecer poco. [5];

Putin corrigió al asombrado muchacho: “Rusia no tiene fronteras limitadas”. Putin bromeaba solo a medias [9];

¹ URL: <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=elocuci%C3%B3n>. Fecha de acceso: 10.11.2016.

² Estébanez Calderón, Demetrio. Breve diccionario de términos literarios. Madrid: Alianza, 2015. P. 47.

*Apreciaba la contención de Putin, comparándola con las ambiciones desatadas... **Apreciaba** también —él estaba loco por el tenis... [17];*

***Sabemos**, por multitud de relatos, de sus impagos a proveedores, ... **Y sabemos** que no tiene una opinión diferente de la política fiscal...[21];*

*Los antiguos satélites de la URSS alertan del efecto de **las actividades desestabilizadoras** de Rusia...Además, alertan de los efectos de **las actividades desestabilizadoras** de Moscú en la región, que van desde la propaganda intensiva a las presiones económicas...Rusia cultiva otras estrategias **desestabilizadoras** [6];*

*...el objetivo [de Putin] de reconstituir el **poderío internacional de Rusia**...el **poderío militar ruso** es indiscutible [8];*

*...Vladimir Putin abandonó la reunión del G20...tras ser sometido a lo largo de esa cumbre a duras reprimendas por su **intervención** en Ucrania... en Oriente Próximo, **la intervención** en Siria es un éxito con la reconquista de Alepo...Las **intervenciones** militares en su esfera imperial histórica...trataron de torpedear el desanclaje de esos países...Y **la intervención** en Siria le permite no solo reafirmar su influencia... [9];*

*Era **el fin** de una época histórica excepcional, **el fin** de una presidencia de la que más tarde se haría balance [17];*

*La Casa Blanca ha sugerido que Putin sabía y **estuvo involucrado** en la estrategia de ataques informáticos... La inteligencia estadounidense también ha concluido que Putin **estuvo** directamente **involucrado** en los ataques...[41];*

*Pero hay **más, mucho más** viento que sopla a favor de Putin [43];*

- anadiplosis (en la repetición de la misma palabra o grupo de palabras al final de un verso o una cláusula y al comienzo del siguiente¹):

*... La **paciencia** de los ciudadanos rusos es asombrosa desde la más remota historia del país... Un análisis más detallado de ese panorama ratifica lo de la*

¹ URL: <http://dle.rae.es/?id=2UZ6Xhj>. Fecha de acceso: 10.11.2016.

paciencia, una *paciencia* que allí es compatible con un descontento creciente por la dureza de la vida cotidiana...[28];

- políptoton (figura literaria que consiste en utilizar varias formas de la misma palabra cambiando sus morfemas flexivos¹):

...[Putin] controla con **autoritarismo** el país...Putin es un dirigente **autoritario** [8];

Según A.A. Danílova, la construcción clásica de énfasis basada en la duplicación de una palabra vinculada con la construcción “vanitas vanitatum” y propia del estilo literario ayuda a separar el significado y el significante en la mente del lector y de esta manera plantear cierto programa de acción, en el cual está interesado el remitente².

2. Gradación

La gradación es el encadenamiento de una palabra o combinación de palabras en una serie de sinónimos de manera que la intensidad del significado de cada miembro siguiente crece (la gradación ascendente) o disminuye (la gradación descendente). Aumenta el carácter expresivo del texto. Aquí citamos los ejemplos de gradación ascendente que hemos destacado:

Claro que si Putin no ha conseguido lo que no consiguió ningún dirigente ruso –una bonanza general, la diversificación de la industria y la mejora y abaratamiento de los servicios estatales–, en cambio no ha caído en la ceguera de la gerontocracia comunista, empeñada en desarrollar una política al margen de las realidades sociales y económicas [28];

La crisis económica, la avalancha de refugiados y el miedo al terrorismo han agrietado el sueño de una Europa unida [36];

¹ URL: <http://dle.rae.es/?id=TZ8radh>. Fecha de acceso: 10.11.2016.

² Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М.: Добросвет, «Издательство “КДУ”», 2009. с. 57.

*Un oso pardo europeo hace lo que puede, por ejemplo, en la montaña palentina, pero el oso ruso tiene que ser **más grande, más fuerte y más amenazador** [5];*

*La guerra de nuestro tiempo se libra con una nueva arma de destrucción masiva: la información. Y Putin ha demostrado que Rusia sabe **robarla, manipularla y usarla** a su conveniencia para crear desequilibrios [7];*

***El acoso a la oposición. El cierre de medios informativos. La suspensión de libertades. La injerencia en la Justicia** [20];*

*En los últimos tiempos han robado secretos, plantado información falsa, **creado turbulencias políticas e incluso asesinado a recaudadores de fondos para los rebeldes chechenos** [23].*

Conclusiones generales

El cumplimiento de las tareas indicadas en la introducción y la generalización de los resultados recibidos nos permiten hacer las conclusiones siguientes.

La definición de los términos de la esfera de la lingüística política es muy complicada por falta de la terminología universal, al estudiar las nociones que nos parecen las más relevantes, hemos determinado el discurso político como cualesquiera unidades del habla, cuyo argumento, destinatario o contenido se refieren a la esfera de la política. La función principal de la comunicación política es la lucha por el poder basada en la utilización de la actividad comunicativa: la comunicación política sirve para influir de modo directo o indirecto en la distribución del poder y su uso.

El texto político y el discurso político son las cosas distintas, porque se puede oponerlos como proceso/resultado, oral/escrito, actualidad/virtualidad. Incluimos en el campo del discurso político todo material publicado en los medios de información, en el que se trata de la política, cuyo autor es político, o, al revés, el material dirigido a un político.

La guerra mediática es la tecnología comunicativa de influencia en la mente de masas con objetivos de largo y corto plazo. Sus rasgos principales son: tendencia a provocar la repercusión comunicativa, es una guerra de imágenes.

Consideramos el texto político como una manipulación a priori (la manipulación la determinamos como la influencia en una persona con el objetivo de estimularle hacer algo inconscientemente o contra su propia voluntad, opinión o intención). Es complicado delimitar los medios de expresión comunes de la manipulación verbal como fenómeno, por el carácter implícito de la sugestión.

Los ejemplos de la manipulación verbal encontrados en los medios de comunicación españoles estudiados los dividimos en dos grupos, según el rasgo semántico predominante: el de los métodos sintácticos y los métodos léxico-

gramaticales. En la lucha por el poder se usan ampliamente los últimos, precisamente la agresión verbal o el agonismo, que resulta ser la herramienta más productiva y eficaz de la sugestión. Dentro del agonismo hemos destacado el método más popular – las etiquetas. Como su objetivo es la creación de la imagen desacreditadora del oponente (en nuestro caso, como hemos estudiado los artículos referidos a Rusia – desacreditar a los representantes del país) resulta que son el medio más simple y más común: normalmente se forman mediante el sustantivo que expresa la actitud de prejuicio y fija los estereotipos de manera muy eficaz, porque el sustantivo, por su especificidad nominativa, presenta las calidades del hombre como constantes.

Los resultados de este estudio no abarcan todas las maneras posibles de investigar el discurso político y sus herramientas y permiten proponer nuevas direcciones y objetivos de su estudio. Las perspectivas de la investigación posterior del discurso político incluyen otros ámbitos existentes en este sistema, así como el análisis comparativo de las variedades del discurso político en diferentes lenguas.

Referencias bibliográficas

1. Александрова О.В., Артамонова Ю.Д., и др. Язык средств массовой информации / под ред. М. Н. Володиной. М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. – 760 с.
2. Апресян Р.Г. Сила и насилие слова // Человек. – 1997.– № 5. – С. 133–137.
3. Баранов А.Н. Политическая аргументация и ценностные структуры общественного сознания // Язык и социальное познание. – М.: Центр. совет филос. семинаров, 1990. – с. 166–177.
4. Баранов А.Н., Казакевич Е.Г. Парламентские дебаты: традиции и новации. – М.: Знание, 1991. – 42 с.
5. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М.: Прогресс, 1994. – 616 с.
6. Бенвенист Э. Общая лингвистика /Пер. с франц. – М.: Прогресс, 1974. – 447 с.
7. Бисималиева М.К. О понятиях «текст» и «дискурс» // Филологические науки. №2, 1999. — с. 78–85.
8. Богданов В.В. Текст и текстовое общение – СПб.: Изд-во СПбГУ, 1993. – 67 с.
9. Будаев Э. В. Дискурсивный подход к анализу политической метафоры // Культура и текст. Выпуск № 1 (24), 2016. – с. 5-19.
10. Бурдьё П. Социология политики: – М.: Socio-Logos, 1993. – 336 с.
11. Быкова О. Н. К вопросу о языковой манипуляции в средствах массовой информации // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Вып. 6. Красноярск-Ачинск, 1998. – с. 18–22.
12. Быкова О. Н. Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ // Речевое общение. Вып. 1. Красноярск, 2000. с. 42–53.

13. Быкова О. Н. Языковое манипулирование // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. Выпуск № 1. Красноярск, 1999. – с. 99–103.
14. Войтасик Л. Психология политической пропаганды. / Пер. с польск. — М.: Прогресс, 1981. – 277 с.
15. Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М.: Добросвет, «Издательство “КДУ”», 2009. – 234 с.
16. Дергачева Е.В. Роль информационного противоборства в современных условиях // "Информатика и вычислительная техника". № 1-2.,1996. - с. 3-26.
17. Дмитриев А.В., Латынов В.В., Хлопьев А.Т. Неформальная политическая коммуникация. - М.: "РОССПЭН", 1996. - 197 с.
18. Дмитриева Н.А., Вольпе Б.М. Способы представления идеологически пристрастных точек зрения в газетном тексте // Текст: структура и функционирование:– Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 1994. – с. 58–64.
19. Дымарский М.Я. Текст – дискурс – художественный текст // Текст как объект многоаспектного исследования: Сб. статей науч.-метод. семинара «Textus». №3. Ч.1. – СПб., Ставрополь: Изд-во СГУ, 1998. – с. 32–66.
20. Жельвис В И. Инвектива в парадигме средств фатического общения // Жанры речи. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. – с.137–144.
21. Ильичева Ю. А. Речевое манипулирование в политическом тексте. Вестник СПбГУ. СПб: СПбГУ, 2013. с. 172-184.
22. Конечкая В.П. Социология коммуникации. – М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с.
23. Копнина Г.А. Речевое манипулирование: учеб. пособие. М.: Флинта, 2010. – 176 с.
24. Корнейко Т.Г. Основные подходы к изучению политического языка в современных политико-лингвистических исследованиях // Вестник МГУ. Сер. 12. Политические науки, 2003. №5. – с. 74-85.

25. Кожина М.Н. Стилистика русского языка: учебник/ М.Н. Кожина, Л.Р. Дускаева, В.А. Салимовский. 4-е изд. — М.: Флинта, Наука, 2008. — 464 с.
26. Крысько В.Г. Словарь-справочник по социальной психологии. Санкт-Петербург: «Питер», 2003. — 415 с.
27. Макаров М.Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе. — Тверь: Изд-во Твер. гос. ун-та, 1998. — 200 с.
28. Маслова В.А. Введение в лингвокультурологию. — М.: Наследие, 1997. — 206 с.
29. Почепцов Г.Г. Информационные войны. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2000. 576 с.
30. Русакова О.Ф., Грибовод Е.Г. Политический медиадискурс и медиатизация политики как концепты политической коммуникативистики // Научный ежегодник Института философии и права УрО РАН. №4, том 14. — Екатеринбург, 2014. — с. 65-77.
31. Социология. Основы общей теории / Г.В. Осинская, Л.Н. Москвичева. — М.: Аспект пресс, 1996. — 461 с.
32. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: Воронеж, гос. ун-т, 2001. — 252 с.
33. Тураева З.Я. Лингвистика текста. — М.: Просвещение, 1986. — 127 р.
34. Чернейко Л.О. Порождение и восприятие межличностных оценок // Филологические науки. — 1996. — № 6. — с. 42–53.
35. Чудинов А.П. Политическая лингвистика: Учебное пособие. М., Изд-ва «Флинта», «Наука», 2006. — 254 с.
36. Чудинов А. П. Современная политическая коммуникация. Екатеринбург: УрГПУ, 2009. — 292 с.
37. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: Диссертация д-ра филол. наук. М., 2003. — 431 с.

38. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / пер. с англ.; науч. ред. Я. Н. Засурский. М.: Мысль, 1980. – 326 с.
39. Щитова Д.А. Лингвистическое моделирование имиджа в политическом дискурсе (на материале концепта Вооруженная борьба): Дис. канд. филол. наук: Томск, 2014. – 185 с.
40. Шмитт К. Понятие политического // Вопросы социологии. – 1992. –Т.1. – № 1.– с. 35–67.
41. Юдина Т.В. Стратификация немецкой общественно-политической речи. М.: Изд-во МГУ, 1993. – 96 с.
42. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». – М.: Прогресс, 1975. – с.193–230
43. Allard K. Co-operation, command and control // Co-operation, command and control in UN peace-keeping operations. A pilot study from the Swedish War College. - Stockholm, 1996. – 239 p.
44. Bolinger D. Language – the Loaded Weapon: the Use and Abuse of Language Today. – London and New York: Longman, 1980. – 214 p.
45. Brown G., Yule G. Discourse Analysis. – Cambridge: Cambridge University Press, 1983. – 288 p.
46. Cameron D. Demythologizing Sociolinguistics: Why Language Does Not Reflect the Society // Ideologies of Language. London: Routledge, 1990. – 245 p.
47. Chilton P. A. Politics and Language // The Encyclopedia of Language and Linguistics / ed. R. E. Asher. – Oxford, New York: Pergamon Press, 1994. – pp. 3214–3221.
48. Cook G. The Discourse of Advertising. – London and New York: Routledge, 1992. – 250 p.
49. Davis A. Politicized Language // The Encyclopedia of Language and Linguistics / ed. R. E. Asher. Oxford, New York: Pergamon Press, 1994. – pp. 3211–3214.

50. Denton, R. E. Jr., Woodward G.C. Political Communication in America. – New York: Praeger, 1985. - 366 p.
51. D'Souza D. Illiberal Education: The politics of Race and Sex on Campus. – New York: Free Press, 1991. – 319 p.
52. Elder C. D., Cobb R.W. The Political Uses of Symbols. New York: Longman, 1983. – 173 p.
53. Fernández Langunilla M. La lengua en la comunicación política I: El discurso del poder. Madrid, Acro Libros, 1999. – 92 p.
54. González Ruiz R. Una cala en el lenguaje político español: análisis lingüístico de un discurso parlamentario // Cauce. №31. Universidad de Sevilla, 2008. pp. 141-160.
55. Graber D. A. Verbal Behavior and Politics.– Urbana: Univ. of Illinois Press, 1976. – 361 p.
56. Hacker K. L. Political Linguistic Discourse Analysis // The Theory and Practice of Political Communication Research. New York: State University of New York Press, 1996. – PP. 28–55.
57. Hoey M. The place of clause relational analysis in linguistic description // English Language Research Journal. Vol.4, 1983/4. – pp. 1–32.
58. Joslyn R. Keeping Politics in the Study of Political Discourse // Form, Genre and the Study of Political Discourse. Columbia (S. Car.): Univ. of S. Carol. Press, 1986. – pp. 301–338.
59. Jowett G.S., O'Donnell V. Propaganda and persuasion. – 5th ed. Los Angeles: SAGE Publications, 2012. – 426 p.
60. Kress G. Ideological Structures in Discourse // Handbook of Discourse Analysis. Vol 4. London: Academic Press, 1985. – pp. 27–41.
61. Martin J.R. Meaning beyond the clause: SFL Perspectives// Annual Review of Applied Linguistics. Cambridge: Cambridge University Press, 2002. – pp. 52-74.

62. Núñez Cabezas E. A., Guerrero Salazar S. El lenguaje político español. Madrid, Cátedra, 2002. 555 p.
63. Rogers E. M. A history of communication study. - New York: Free Press, 1997. – 592 p.
64. Schudson M. Sending a Political Message: Lessons from the American 1790s // Media, Culture and Society. Vol. 19, №3. London, 1997. – pp. 311–330.

Diccionarios

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. – с. 136-137.
2. Арутюнова Н.Д. Текст // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 682 с.
3. Estébanez Calderón, Demetrio. Breve diccionario de términos literarios. Madrid: Alianza, 2015. – 624 p.

Fuentes digitales

1. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/11/28/actualidad/1480323731_176762.html. Fecha de acceso: 28.11.2016.
2. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/11/24/actualidad/1479981172_034189.html. Fecha de acceso: 24.11.2016.
3. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/11/18/actualidad/1479493582_767329.html. Fecha de acceso: 24.11.2016.
4. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/11/17/actualidad/1479414495_353052.html. Fecha de acceso: 18.11.2016.
5. URL: http://elpais.com/elpais/2016/11/05/opinion/1478363097_670816.html. Fecha de acceso: 11.05.2016.
6. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2017/01/31/actualidad/1485886002_050838.html. Fecha de acceso: 03.02.2017.
7. URL: http://elpais.com/elpais/2017/01/29/opinion/1485708716_914178.html. Fecha de acceso: 30.01.2017.
8. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2017/01/20/actualidad/1484914816_903221.html. Fecha de acceso: 21.01.2017.
9. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2017/01/20/actualidad/1484936281_137801.html. Fecha de acceso: 21.01.2017.
10. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/12/09/actualidad/1481308019_224016.html. Fecha de acceso: 09.12.2016.
11. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/12/01/actualidad/1480606293_243322.html. Fecha de acceso: 01.12.2016.
12. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/11/20/actualidad/1479664223_985353.html. Fecha de acceso: 20.11.2016.

13. URL: http://elpais.com/elpais/2016/09/21/opinion/1474480334_511684.html.
Fecha de acceso: 23.09.2016.
14. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/09/14/actualidad/1473877003_923538.html. Fecha de acceso: 14.09.2016.
15. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/09/13/actualidad/1473790205_750535.html. Fecha de acceso: 13.09.2016.
16. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/09/10/actualidad/1473522579_172146.html. Fecha de acceso: 10.09.2016.
17. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/09/01/actualidad/1472748524_653628.html. Fecha de acceso: 01.09.2016.
18. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/09/04/actualidad/1473009384_718279.html. Fecha de acceso: 04.09.2016.
19. URL: http://elpais.com/elpais/2016/08/23/opinion/1471971261_042795.html.
Fecha de acceso: 23.08.2016.
20. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2016/06/30/actualidad/1467273566_008437.html. Fecha de acceso: 07.05.2017.
21. URL: http://economia.elpais.com/economia/2016/07/22/actualidad/1469198603_129410.html. Fecha de acceso: 24.07.2016.
22. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2015/12/22/actualidad/1450805299_520981.html. Fecha de acceso: 22.12.2015.
23. URL: http://elpais.com/elpais/2016/06/08/opinion/1465380486_080980.html
Fecha de acceso: 10.06.2016.
24. URL: <http://www.lavanguardia.com/vida/20170505/422307272981/putin-apoya-investigacion-sobre-presunta-persecucion-de-gais-en-el-caucaso.html>. Fecha de acceso: 05.05.2017.
25. URL: <http://www.lavanguardia.com/internacional/20161109/411718321131/trump-putin-felicitation-sincera.html>. Fecha de acceso: 13.12.2016.

26. URL: <http://www.lavanguardia.com/vida/20170501/422199750756/decenas-de-miles-de-personas-marcharon-por-la-plaza-roja-en-el-dia-de-trabajo.html>. Fecha de acceso: 01.05.2017.
27. URL: <http://www.lavanguardia.com/economia/20170507/422340141844/predicando.html>. Fecha de acceso: 07.05.2017.
28. URL: <http://www.lavanguardia.com/internacional/20170505/422290555635/las-cuitas-de-putin.html>. Fecha de acceso: 05.05.2017.
29. URL: <http://www.lavanguardia.com/internacional/20161223/412816957445/putin-trump-escalada-nuclear-rusia-eeuu.html> Fecha de acceso: 28.12.2016.
30. URL: <http://www.lavanguardia.com/internacional/20170428/422108518242/macron-campana-veta-medios-rusos-sputnik-rt.html> Fecha de acceso: 28.04.2017.
31. URL: <http://www.lavanguardia.com/internacional/20170421/421914767060/rusia-prohibe-testigos-de-jehova-organizacion-extremista.html>. Fecha de acceso: 24.04.2017.
32. URL: <http://www.lavanguardia.com/internacional/20170127/413741973648/donald-trump-vladimir-putin-llamada-oficial-estados-unidos-rusia.html>. Fecha de acceso: 28.01.2017.
33. URL: <http://www.elmundo.es/internacional/2017/04/04/58e3475de5fdea84348b468a.html>. Fecha de acceso: 05.04.2017.
34. URL: <http://www.elmundo.es/f5/comparte/2017/04/11/58ece0e9e5fdeaf06a8b4622.html>. Fecha de acceso: 13.04.2017.
35. URL: <http://www.elmundo.es/internacional/2017/04/02/58e11e61468aeb74658b4606.html>. Fecha de acceso: 04.04.2017.
36. URL: <http://www.elmundo.es/internacional/2017/03/25/58d57d11ca474108128b4600.html> Fecha de acceso: 27.03.2017.
37. URL: http://www.abc.es/internacional/abci-putin-reune-y-niega-rusia-quiera-influir-elecciones-201703241222_noticia.html. Fecha de acceso: 27.03.2017.

38. URL: http://www.abc.es/internacional/abci-delicado-equilibrio-aparente-luna-miel-entre-trump-y-putin-201702282239_noticia.html. Fecha de acceso: 01.03.2017.
39. URL: http://www.abc.es/internacional/abci-erdogan-acude-moscu-para-rendir-pleitesia-putin-201703101908_noticia.html. Fecha de acceso: 13.03.2017.
40. URL: http://www.abc.es/internacional/abci-eeuu-expulsa-35-agentes-rusos-inteligencia-injerencia-elecciones-201612292036_noticia.html. Fecha de acceso: 29.12.2016.
41. URL: http://www.abc.es/internacional/abci-obama-advierte-eeuu-tomara-medidas-contrarusia-causa-injerencia-electoral-201612160456_noticia.html. Fecha de acceso: 16.12.2016.
42. URL: <http://www.20minutos.es/noticia/2881151/0/vladimir-putin-tercer-candidato-elecciones-eeuu/>. Fecha de acceso: 06.11.2016.
43. URL: <http://blogs.20minutos.es/goldman-sachs-is-not-an-after-shave/2016/12/03/putin-se-va-a-comer-el-mundo/>. Fecha de acceso: 15.12.2016.
44. URL: <http://www.20minutos.es/noticia/2723779/0/vladimir-putin-acusado-corrupcion/papeles-panama-acusa-eeuu/declara-modestos-ingresos/>. Fecha de acceso: 17.04.2016.
45. URL: <http://www.20minutos.es/noticia/2369838/0/putin/sindrome-asperger/polemica-estados-unidos-rusia/>. Fecha de acceso: 17.02.2016.
46. URL: <http://www.20minutos.es/noticia/2779318/0/putin-fortalecer-seguridad-rusia-agresividad-otan/> Fecha de acceso: 02.05.2016.
47. URL: https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Comparativa_de_peri%C3%B3dicos_de_Espa%C3%B1a. Fecha de acceso: 20.01.2016
48. URL: <http://dle.rae.es/?id=A58xn3c>. Fecha de acceso: 05.10.2016
49. URL: <http://dle.rae.es/?id=ZhUj9UQ>. Fecha de acceso: 19.02.2016

50. URL: <http://dle.rae.es/?id=2UZ6Xhj>. Fecha de acceso: 10.11.2016.

51. URL: <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=elocuci%C3%B3n>. Fecha de acceso:
10.11.2016

52. URL: <http://dle.rae.es/?id=TZ8radh>. Fecha de acceso: 10.11.2016.