

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет романської філології і перекладу

Кафедра іспанської та французької філології

Кваліфікаційна робота з лінгвістики
на тему: «ЛІНГВОСТИЛИСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ІСПАНОМОВНОГО
ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ»

Допущено до захисту
«___» _____ 20__ року

Студентки групи Ммлі 01-21
факультету романської філології
денної форми навчання,
освітньо-професійної програми
Сучасні лінгвістичні і перекладознавчі студії та
міжкультурна комунікація (іспанська мова і
друга іноземна мова)
за спеціальністю 035 Філологія
Стефанишин Олени Олегівни

Завідувач кафедри
іспанської та французької
філології

_____ Залєснова О. В.
(підпис) (ПІБ)

Науковий керівник:
док. філол. наук, доцент
Судорженко Г.П.
(науковий ступінь, вчене звання, ПІБ)

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA DE UCRANIA
UNIVERSIDAD NACIONAL LINGÜÍSTICA DE KYIV

Facultad de filología románica y traducción

Departamento de filología hispánica y francesa

Trabajo de calificación en lingüística

sobre el tema: « PECULIARIDADES LINGUOESTILÍSTICAS DEL DISCURSO POLÍTICO ESPAÑOL»

Autorizado a la defensa

«____» _____

De la estudiante de grupo ММЛІ 01-21
de la facultad de filología románica y traducción

de programa de formación profesional
Estudios de lingüística moderna, traducción y comunicación intercultural (español y segunda lengua extranjera)
especialidad 035 Filología
Stefanyshyn Olena

Jefe de departamento de
Filología hispánica y francesa

(firma) O. V. Zalesnova
(nombre, apellido)

Dirigente científico:

doctora en filología, docente

Sudorzhenko G. P.

(grado, título universitario, nombre, apellido)

Escala nacional _____

Calificación final _____

Evaluación ECTS _____

АНОТАЦІЯ

Політичний дискурс заслуговує на особливу увагу в ряді типів дискурсу. На даний момент політичному дискурсу в лінгвістиці приділяється значна увага. Політичний дискурс — це міждисциплінарне поняття, яке становить інтерес для лінгвістів і політологів, а також соціологів, культурологів і психологів, що дозволяє краще зрозуміти природу цього явища і розглянути його з різних боків, створивши таким чином його повний аналіз.

У ході цієї роботи було проведено дослідження більш ніж 500 лексичних одиниць з найвідоміших промов політичних діячів Іспанії, зокрема Педро Санчеса. Дослідження теоретичних основ поняття «дискурс» в іспанській лінгвістиці продемонструвало, що дискурс є сукупністю тверджень, за допомогою яких письмово чи усно виражаються думки, міркування, почуття чи бажання. Спостерігаючи за різними типами політичних дискурсів та обґрунтування їх ролі у суспільстві, ми виявили, що цей феномен є видом соціального впливу, а також формою політичного спілкування. Аналіз підходів до навчання політичного дискурсу іспанською мовою показав, що тема вимагає проведення сучасних досліджень. Визначивши лексико-стилістичні особливості політичного дискурсу на прикладі промов Педро Санчеса, ми змогли відповісти на запитання: «Чи допоміг стиль мовлення досягти йому поставлених цілей у своїй діяльності?» Відповідь на це питання: Так. Педро Санчес вміло використовує кожне слово та речення у своїх промовах, кожна частина яких майстерно продумана та влучно структурована.

У теоретичному розділі ми детально розглянули, що таке дискурс, провели всебічний аналіз його аспектів, а також його поняття та терміни, також дослідили природу явища як «дискурс-аналізу», жанрів дискурсу, основні діючі стратегії та тактики політичного дискурсу, також його функції та ефективність, процес відстоювання точки зору в даному процесі, а також його соціально-когнітивні особливості. У практичному розділі ми проаналізували лексико-синтаксичні особливості політичного дискурсу на прикладі промов іспанського політичного діяча Педро Санчеса.

INTRODUCCIÓN

Gracias a la difusión masiva de información, actualmente se está estableciendo un sistema activo de comunicación con el público. Los participantes son instituciones públicas y estatales, siendo también miembros de la sociedad. La comunicación pública se define como la comunicación destinada a transmitir información de interés general y, al mismo tiempo, de carácter público. La comunicación activa y la formación de la esfera pública se reflejan en las prácticas discursivas de la sociedad. Durante este período, la situación de la lengua y el habla cambia, tiene lugar la estructuración y formación de un gran conjunto de discursos, que se puede caracterizar mejor como discurso político oral.

Ya que el discurso político es considerado un tipo de fenómeno político, detrás del cual se ubican partidos, movimientos y organizaciones, lo que implica un alto grado de su influencia en la sociedad. Hablar frente a grandes masas de personas tiene sus propias características y ciertas normas. Por su parte, el discurso político público se realiza con estricto apego a reglas y normas, sin las cuales se puede vulnerar el poder de expresión.

Este trabajo es **actual**, porque en conexión con el desarrollo de la ciencia lingüística, el discurso político se ha convertido en objeto de numerosos estudios que destacan la función pragmática de este último y determinan su impacto en sus destinatarios.

El objeto de investigación es el fenómeno del «discurso político español».

El objetivo de nuestro trabajo es explicar el concepto del discurso político español y su importancia en la sociedad.

Este estudio tiene como objetivo resolver siguientes **tareas**:

- a) estudio de los fundamentos teóricos del concepto de «discurso» en la lingüística española;
- b) observación de diversos tipos de discursos políticos y justificación de su papel en la sociedad;
- c) identificar y analizar enfoques para la enseñanza del discurso político en español;
- d) determinar los rasgos léxicos y estilísticos del discurso político a partir del

ejemplo de los discursos de figuras políticas españolas, en particular Pedro Sánchez.

La importancia teórica de la investigación radica en que los resultados obtenidos y el material seleccionado en este tema pueden ser utilizados para estudios posteriores de la teoría del discurso político y sus características.

La base teórica y metodológica del estudio son los estudios y investigaciones, otros trabajos de los científicos que ya estudiaron este tema del discurso y concluyeron todo lo importante.

Los principales **métodos** de investigación son: descriptivo-interpretativo, histórico, explicativo, experimental.

Palabras claves: discurso, discurso político español, marcadores discursivos, enfoque, interlocutor, destinatario, habla, mítines, manipulación, campaña electoral.

PLAN

INTRODUCCIÓN.....	4
PARTE 1 LA BASE TEÓRICA DEL DISCURSO POLÍTICO.....	7
1.1 El concepto del discurso y sus características.....	7
1.2 Semiótica del discurso político.....	12
1.3 Análisis del discurso.....	14
1.4 Géneros del discurso político.....	17
1.5 Principales estrategias y tácticas del discurso político.....	19
1.6 La efectividad del discurso político.....	25
1.7 El discurso preelectoral como género especial de la política discurso.....	28
1.8 Las principales funciones del discurso político.....	32
1.9 Elementos de manipulación y otras características de los discursos políticos del siglo 21.....	39
Conclusiones de la parte 1.....	41
PARTE 2 PECULIARIDADES LINGUO-PRAGMATICAS DE LOS DISCURSOS DE LOS POLÍTICOS ESPAÑOLES.....	43
2.1 Rasgos sociocognitivos del discurso político: institucionalidad y convencionalidad del discurso político.....	43
2.2 Tecnologías manipulativas de influencia verbal en la política.....	48
2.3 Influencia manipuladora en los discursos de Pedro Sánchez. Medios del fortalecimiento de la manipulación del habla.....	56
2.4 El proceso de formación de palabras y ejemplos de neologismos en discursos de Pedro Sánchez.....	62
2.5 El análisis de los mensajes de Pedro Sánchez en las redes sociales	63
Conclusiones de la parte 2.....	65
PARTE 3 RASGOS LINGUO-ESTILÍSTICOS DE LOS DISCURSOS DE PEDRO SÁNCHEZ.....	67
3.1 Rasgos estilísticos del discurso político.....	67
3.2 Nivel sintáctico e índice lingüístico en los discursos de Pedro Sánchez.....	73
Conclusiones de la parte 3.....	75
CONCLUSIONES GENERALES.....	76
BIBLIOGRAFÍA.....	78

PARTE 1.

LA BASE TEÓRICA DEL DISCURSO POLÍTICO

En esta parte vamos a revelar los fundamentos teóricos de nuestra investigación, explorar varios enfoques para definir los conceptos de «discurso», «discurso político», «enfoques del aprendizaje del discurso», examinar los géneros del discurso político, criterios para su clasificación, describir las características del discurso político y de cada su tipo.

1.1 El concepto del discurso y sus características

El concepto «discurso» existe desde hace más de dos mil años en sentido «diálogo», «razonamiento», como término lingüístico, comenzó ampliamente utilizado sólo en los años 50 del siglo XX después de la publicación del artículo escrito por un lingüista estadounidense Z. Harris «Análisis del discurso», que llamó al método de análisis de los discurso, diseñado para llevar la lingüística descriptiva más allá de oraciones en la actualidad y para correlacionar lengua y cultura.

El Diccionario Enciclopédico Lingüístico interpreta el discurso como «un texto coherente combinado con factores extralingüísticos - pragmáticos, socioculturales, psicológicos y otros; el texto considerado en el contexto de los hechos; el habla, considerada como un acto social con propósito, como un componente involucrado en la interacción de las personas y los mecanismos de su conciencia (procesos cognitivos)» [22, p. 48].

M. Stubbs identifica tres características principales del discurso:

- a) es una unidad de lenguaje que excede el volumen de la oración;
- b) en el plan del contenido el discurso está relacionado con el uso del lenguaje en un contexto social;
- c) según su modo de organizar es interactivo [1, p. 124].

P. Serio identifica significados del término «discurso».

1. Es el equivalente del concepto «habla».
2. Se determina una unidad que excede el volumen de la frase.

3. La influencia en su destinatario, teniendo en cuenta la situación del acto del habla.
4. La conversación como un tipo principal de enunciando.
5. El uso de las unidades lingüísticas, su realización en la habla.
6. El tipo de enunciado limitado ideológicamente (por ejemplo, discurso político) [18].

Vale la pena destacar dos tipos de investigación del discurso: cognitivo-discursivo y comunicativo-discursivo. Esta oposición de enfoques se reduce a la distinción entre semántica y pragmática del signo. La semántica del discurso en este contexto se interpreta como un conjunto de intenciones y actitudes proposicionales en la comunicación, y pragmática: formas de expresar las intenciones y actitudes pertinentes.

Es extremadamente importante distinguir los conceptos de «discurso», «texto» y «razonamiento», que también es objeto de discusión lingüista. Aunque el texto y el discurso tienen mucho en común, se debe destacarlos.

Algunos científicos modernos, en particular G. Pocheptsov, R. Hodge, G. Kress, creen que el texto y el discurso se pueden considerar por analogía con una oración y un enunciado. Una oración se entiende como un elemento normal de estructura, mientras que un enunciado combina la oración y el contexto social de su uso. Texto y el discurso duplica estas relaciones al más alto nivel. I. Shevchenko y O. Morozov son de la opinión de que la definición de un enunciado como una oración en el contexto desdibuja la distinción entre enunciado y discurso, siendo excesiva expandiendo sus fronteras [29].

En la etapa actual de la investigación lingüística, entre las diferencias entre texto y discurso, los académicos también enfatizan la dinámica del segundo y la estática del primero. Otro enfoque para distinguir texto y discurso es entender el texto como una construcción teórica abstracta que se realiza en el discurso. Además, la comprensión del discurso como discurso inmerso en la vida, a diferencia del texto, no suele aplicarse a los textos antiguos, cuya conexión con la vida no se establece directamente.

K. Serazhim entiende el discurso como un fenómeno sociolingüístico complejo

del entorno comunicativo moderno, que, en primer lugar, está determinado (directamente o indirectamente) por sus factores socioculturales, políticos, pragmático-situacionales, psicológicos y otros (constitutivos o de trasfondo), y en segundo lugar, tiene una estructura «visible» que es lingüística (texto coherente o su fragmento semánticamente significativo y sintácticamente completo) e «invisible», extralingüística (conocimiento del mundo, pensamientos, pautas, propósito del destinatario, necesaria para la comprensión de este texto) y, en tercer lugar, caracterizado por la comunidad del mundo, que se «construye» durante el desarrollo del discurso por su reproductor (autor) e interpretado por su receptor (oyente, lector, etc.). El discurso es, en sentido figurado, la vida del texto en nuestra conciencia, es la superposición de la información que recibimos de este texto y nuestro conocimiento de las circunstancias, los motivos de su generación en el campo de información mental-sensorial de nuestro individuo. A pesar de la diversidad de enfoques de los científicos a la definición de discurso, de las definiciones anteriores podemos concluir que no son mutuamente excluyentes, sino complementarios, considerando el concepto desde diferentes puntos de vista [9].

La diferencia entre el texto y el discurso también se hace incluir en esta dicotomía la categoría situación, donde el discurso se piensa en el contexto de la situacionalidad, y el texto, fuera de situación. La explicación de la situacionalidad y el contexto está, pues, dirigida a la explicación de lo que se dice y lo que se quiere decir, es decir, la ubicación y la ilocución.

Es aconsejable considerar los enfoques más comunes de diferenciación de discurso y texto, porque en los estudios lingüísticos modernos hay ciertas contradicciones en la interpretación de este par de fenómenos, especialmente teniendo en cuenta los factores «contexto» y «discurso». El estudio de obras especiales nos permite hablar de al menos cuatro modelos correlativos de la interpretación de estos dos conceptos.

El modelo explicativo de «discurso = posttexto + postulado»: postula la relación entre dos fenómenos como fenómenos lingüísticos y puramente lingüísticos. A este texto se define como una presentación verbal («registro verbal») evento comunicativo y discurso - como «texto en el aspecto evento» («discurso, inmerso en la vida», «el

texto en conjunción con sus factores extralingüísticos (psicológicos, pragmáticos, socioculturales, etc.) «, «el texto como acción social con propósito», « lenguaje en la vida», «lenguaje asignado por el hablante») [23, p. 145].

El concepto de discurso político es esencialmente expresión de todo un complejo de relación entre la sociedad y el hombre, y por lo tanto, este concepto se dirige esencialmente a la formación de destinatarios un cierto elemento de la percepción del mundo o un reflejo de la imagen del mundo. Aplicando el discurso político para generalizar este concepto, podemos entender que en diferentes hablas se modelan comunidades valores culturales básicos, cómo se organiza el orden social, qué los elementos principales de la imagen lingüística del mundo no están incluidos en los límites lingüísticos estrategias, en las que se forma la imagen mental del mundo de los hablantes, es característico para cada sociedad lingüística individual.

Aunque la definición de política es confiablemente precisa y generalmente aceptada, no existe hoy ninguna definición exacta del discurso, lo consideraremos como comunicación verbal organizada de hablantes en un contexto socio-psicológico específico, en el que el destinatario y el destinatario se identifican por ciertas papeles sociales de acuerdo a su participación en los procesos culturales, sociales y la vida política, y que es el tema principal de la comunicación [28, p. 48].

El discurso político, como un tipo especial de comunicación, se caracteriza por ciertas funciones. El propósito del discurso político no es solo una descripción (no una referencia) y convicción, que despierta intenciones en los hablantes, proporciona una base para la posible persuasión y motivación para acciones activas. Por eso la eficiencia del discurso político debe definirse en relación con este objetivo. El poder político se ejerce en gran medida a través del lenguaje, que ayuda al político a entrar en la esfera personal del destinatario con ayuda de las técnicas simples (uso frecuente de pronombres, por ejemplo, el pronombre «nosotros»). Es importante elegir el idioma de comunicación (por ejemplo, para hablantes que son bilingües), así como métodos de manipulación más complejos (juego de palabras etc.).

Uno de los estudios más notables del discurso político recientemente hay una obra de E. I. Sheigal «Tristeza del discurso político», desde cuyo punto de vista este fenómeno, como sus otros tipos, tiene las siguientes dos dimensiones: imaginario e

inimaginable. Por dimensión inimaginable, el investigador entiende este tipo de actividad del lenguaje, en qué proceso de habla tiene lugar en el espacio social actual, y además, surge como resultado de esta actividad de las obras lingüísticas.

De acuerdo a E. I. Sheigal, la dimensión imaginaria del discurso es una especie de espacio semiótico, que tiene signos no verbales y verbales, y que tiene una denotación que continua los siguientes aspectos: la esfera de la política, el tesoro de enunciados, un cierto conjunto de géneros y modelos de actos de habla que tienen ciertos rasgos característicos en proceso de comunicación en este ámbito [27, p. 57].

Sobre el ejemplo de la relación con una variedad de discursos como ideológico, Y. A. Sorokin da la siguiente definición de discurso político: «El discurso político es un tipo de discurso ideológico. La diferencia es que el discurso político es explícitamente pragmático, y ideológico - implícitamente pragmático. El primer tipo de discurso es el subdiscurso, el segundo tipo de discurso es el metadiscurso» [29].

En conclusión, abarcando todo lo mencionado, el discurso debe ser considerado como un concepto sumamente amplio que abarca el sistema lingüístico (es decir, su parte específica, que está destinado a dar servicio a un área particular de comunicación), radiodifusión como actividad (en conjunto de todos los factores lingüísticos y extralingüísticos) y la relación habla y el texto.

El discurso político que afecta significativamente la conciencia de las masas con ayuda de las técnicas y medios del habla debe ser investigado por la lingüística política. El lenguaje de la política debe tener un impacto en la conciencia de masas, porque las declaraciones del político deben constituir el mundo de los pensamientos de las valoraciones en la sociedad (es decir, reflejar el mundo interior de los hablantes) de los destinatarios, es decir, «consumidores-oyentes» del discurso político. Realmente, un político habilidoso trata de operar los principales símbolos, rituales y arquetipos políticos que resuenan en la conciencia de las masas.

1.2 Semiótica del discurso político

Uno de los estudios más notables del discurso político en los últimos años es el

trabajo de E. I. Sheigal «La tristeza del discurso político», desde el punto de vista de que este fenómeno, como sus otros tipos, tiene dos dimensiones siguientes: imaginario e inimaginable. Bajo la dimensión inimaginable, el investigador entiende este tipo de actividad lingüística en la que el proceso del habla tiene lugar en el espacio social actual y, además, surge como resultado de esta actividad de las obras lingüísticas. Según E. I. Sheygal, la dimensión imaginaria del discurso es una especie de espacio semiótico en el que hay signos verbales y no verbales, y en el que los siguientes aspectos son una denotación continua: la esfera de la política, un tesoro de enunciados, una cierta conjunto de géneros y modelos de actos de habla que tienen ciertos rasgos característicos en el proceso de comunicación en este campo [27, p. 58].

Sobre el ejemplo de la relación con una variedad de discursos como ideológico, Yu. A. Sorokin da al discurso político el siguiente definición: «El discurso político es un tipo - un tipo de discurso ideológico. La diferencia es que el discurso político es explícitamente pragmático e ideológico - implícitamente pragmático. El primer tipo de discurso es subdiscurso, el segundo tipo de discurso es metadiscurso». En la literatura lingüística, el término «discurso político» puede ser utilizado en los siguientes dos significados: amplio y estrecho. En el primer caso, el discurso político se caracteriza por aquellas formas de comunicación en las que el ámbito de la política tiene al menos uno de los siguientes componentes: el destinatario, el sujeto o un determinado contenido del mensaje proporcionado. En sentido estricto, el discurso político es un tipo de discurso en el que el objetivo principal es el ejercicio, la conquista y la conservación del poder político [29].

En un sentido amplio, el discurso es el resultado de la reproducción del texto y de su percepción personal, donde también están presentes ciertos factores extralingüísticos que, a su vez, inciden significativamente en el proceso de percepción y reproducción. Además, en la lingüística moderna, un término como «discurso» se usa para denotar ciertas variedades de lenguaje y obras lingüísticas, cuya interpretación creativa debe tener en cuenta todo el conjunto de factores no lingüísticos y lingüísticos.

El texto político contiene los siguientes tipos de información: extralingüística,

es decir, una determinada imagen del mundo, y simbólica, donde la imagen personal del mundo de un individuo se caracteriza por una determinada nominación o signo. El fenómeno del discurso político apunta no sólo a poseer un contenido que, a su vez, está conectado a la realidad, sino también a un «apego» esencial que está conectado a ciertos grupos de personas, o un solo grupo. Ciertos sujetos involucrados en el proceso de comunicación pueden verse reflejados en el discurso de diferentes maneras.

Si analizamos la información científica en relación con el discurso político, el resultado será un análisis comunicativo-nominativo: cómo y quién comunica. Ciertos individuos son la encarnación de un fenómeno como el discurso político. La persona se convierte en la parte más importante del texto, pero al mismo tiempo es el texto mismo. Se forma una mezcla, que da lugar a un nuevo significado. Como resultado, el autor concluye que dos textos idénticos, expresados por diferentes personas, se «desintegran» en textos con contenido diferente: son decodificados por los oyentes de una manera completamente diferente, y se clasifican y estructuran de manera diferente. Dan una imagen diferente de la interacción social [8, p. 198].

Según I. F. Ukhvanova-Shmygova, es necesario identificar aquellos signos de discurso que son característicos de la etapa de desarrollo en la que se encuentra la sociedad ahora, así como definir características históricas y específicas a nivel nacional del discurso, ciertos estilos, tipos, formas de comunicación y composición. soluciones En el contexto académico, el análisis del discurso político (análisis del discurso político) no es una disciplina separada especial, sino que representa una dirección metodológica en la que, a nivel interdisciplinario, integra de manera efectiva diversas prácticas y teorías del análisis de textos sobre una base. tema político: análisis crítico del discurso, análisis conversacional, análisis cognitivo del discurso, pragmática del discurso, etc [28, p. 48].

Resumiendo el material presentado anteriormente sobre la semiótica del discurso político, notamos que el fenómeno del discurso político da una idea, en primer lugar, de la personalidad del hablante y del oyente, su unidad en aspectos sociales y políticos. Además, se investigó la información científica disponible sobre la semiótica del discurso político, su contenido y relevancia.

1.3 Análisis del discurso

El análisis del discurso es un conjunto de métodos analíticos de interpretación de varios textos o declaraciones como productos de la actividad del habla de las personas, llevada a cabo en circunstancias sociopolíticas y condiciones histórico-culturales específicas. La especificidad temática, temática y metodológica de tales estudios está enfatizada por el concepto mismo de discurso, que se entiende como un sistema socialmente determinado y culturalmente fijado de reglas racionalmente organizadas de uso de palabras y la relación de declaraciones individuales en la estructura de la actividad del lenguaje. Esta comprensión del discurso se basa en la definición dada por T. A. van Dijk: «En un sentido amplio, el discurso es una unidad compleja de forma lingüística, significado y acción, que podría caracterizarse mejor usando el concepto de un evento de comunicación o un acto de comunicación» [9].

El análisis del discurso como rama independiente del conocimiento científico nació en la década de 1960 en Francia como resultado de la combinación de la lingüística, la sociología crítica y el psicoanálisis en el marco de las tendencias generales en el desarrollo de la ideología estructuralista. En las obras de los fundadores de esta dirección, E. Benveniste, L. Althusser, R. Jakobson, R. Barthes, J. Lacan, y otros, continúa la división del habla y el lenguaje propuesta por F. de Saussure en un intento de conectarlos con la teoría de los actos de habla, la lingüística del habla oral, la pragmática cognitiva del texto, etc. Formalmente, «análisis del discurso» es la traducción del término al contexto francés, este fue el nombre del método utilizado por el lingüista estadounidense Z. Harris para difundir el enfoque distributivo para el estudio de unidades lingüísticas de sobrefrases.

En el futuro, el análisis del discurso buscó crear una técnica de interpretación que revelara los requisitos socioculturales (ideológicos, políticos, religiosos y otros) para la organización de la actividad del lenguaje, presentes en los textos de varias declaraciones y manifestados como su participación oculta o abierta. . Esto se convirtió en la pauta del programa y el objetivo común del desarrollo ulterior de esta dirección científica.

Los trabajos de estos científicos iniciaron el surgimiento de diversos estudios y de todo un campo de conocimiento, lo que comúnmente se denomina como la «escuela de análisis del discurso». Se formó sobre la base teórica de la «lingüística crítica», que surgió a finales de los años 60 y 70 e interpretó la actividad lingüística principalmente desde el punto de vista de su significado social. Según esta teoría, los enunciados son el resultado de la actividad de los comunicadores en una situación social específica; las relaciones de los sujetos de habla suelen reflejar distintos tipos de relaciones sociales (dependencias e interdependencias); los medios de comunicación en cualquier nivel de su funcionamiento están socialmente determinados, por lo que la correlación del contenido y la forma de las expresiones no es arbitraria, sino siempre motivada por la situación lingüística.

Como resultado, la mayoría de los investigadores recurren cada vez más al concepto de discurso, que se define como un texto coherente y coherente, cuya actualización está determinada por diversos factores socioculturales. Al mismo tiempo, para el estudio del contexto de la comunicación social es importante que el discurso refleje no solo las formas lingüísticas de expresión, sino que también contenga ciertas características personales y sociales de los comunicadores, la principal información valorativa y sus «antecedentes». Se determina el conocimiento, las intenciones de comunicación y la situación sociocultural. Al mismo tiempo, el análisis del discurso se centra, en primer lugar, en el estudio del nivel lingüístico en la estructura de la comunicación social como dominante a lo largo de todo el desarrollo histórico de la sociedad y la cultura. Y aunque en la etapa moderna está siendo reemplazado cada vez más por niveles de comunicación paralingüísticos y especialmente sintéticos, que se basarían en medios no verbales de transmisión de información, su papel sigue siendo bastante amplio y significativo para todo tipo de interacción social, ya que a menudo el se proyectan normas y estándares de la era Gutenberg de la cultura escrita y se trasladan a la situación «después de Gutenberg» [25].

El análisis del discurso permite identificar no sólo las características esenciales de la comunicación social, sino también indicadores secundarios, significativos y formales (por ejemplo, tendencias en la variabilidad de las fórmulas lingüísticas o la

construcción de enunciados). Esta es una ventaja indiscutible de este enfoque, por lo tanto, varios investigadores utilizan activamente los métodos de modelado del discurso, la justificación de sus componentes y el estudio de su estructura como una unidad de comunicación completa. Por ejemplo, M. Holliday crea un modelo de discurso en el que interactúan tres componentes estructurales: campo semántico (temático), tonalidad (registro) y métodos de implementación del discurso. Estos componentes reciben una expresión formal en el lenguaje y pueden servir como base objetiva para resaltar las características significativas de la comunicación, que están determinadas por el contexto social en el contexto de las relaciones de poder entre el destinatario y el destinatario [29].

Algunos métodos de análisis del discurso se utilizan en diversos estudios al considerar textos específicos de declaraciones de agentes sociales en el proceso de comunicación. El análisis del discurso como una unidad de comunicación completa y socialmente determinada, así como la comprensión de la interrelación de varios tipos de discursos (científico, político, ideológico y otros) revela la perspectiva de crear una teoría general de la comunicación social. Pero obviamente debe ser precedida por el desarrollo de modelos situacionales que reflejen el grado de influencia de los factores socioculturales en el proceso de comunicación. Actualmente, este problema está en el foco de trabajo de muchos grupos de investigación y centros científicos [18].

Podemos afirmar que el discurso político se caracteriza por un conjunto de tales discursos políticos de la sociedad, como el discurso del poder, el contradiscurso y la retórica pública, que consolidan el sistema establecido de relaciones sociales. El estudio moderno de los discursos de figuras políticas destacadas está representado por los siguientes métodos: el más importante es el análisis del discurso, donde el paradigma de investigación es el más amplio, y el análisis semiótico, que se caracteriza por un enfoque más estrecho, que no tiene suficientemente en cuenta las condiciones socio-históricas en las que funciona el objeto de análisis, se concentra sólo en la característica simbólica del discurso).

El análisis del discurso político es un sistema complejo de trabajo con el texto, donde el estudio del fenómeno del discurso es posible en diferentes niveles. Además, este fenómeno se puede analizar desde el punto de vista no solo de un enfoque, sino

también con la ayuda del análisis conversacional, la pragmática del discurso, el enfoque de género, así como el estudio de una determinada estructura de argumentación. Además, comprender el discurso político implica conocer las expectativas del autor del discurso y las expectativas de la audiencia, motivos ocultos, esquemas argumentales y transiciones lógicas [1, p. 124].

Así, por análisis del discurso político entendemos, en primer lugar, el trabajo sistemático con el texto que es la principal tarea metodológica para lograr una representación coherente y fiable del fenómeno estudiado.

1.4 Géneros del discurso político

El término «discurso político» se caracteriza no solo multifacético, sino también con su multidimensionalidad de la estructura, que, a su vez, incluye una gran cantidad de géneros. El estudio de este tipo de discurso como tal el tipo de comportamiento del habla del sujeto en un campo específico de actividad implica necesariamente la posesión necesaria de algún discurso géneros M. M. Bajtin identificó por primera vez el problema del habla. géneros; él, examinando un cierto enunciado único como la forma principal proceso del habla, señaló la dependencia de la forma y el carácter de las condiciones y fines de este tipo de actividad humana, en cuyo marco se producen [2, p. 24].

El contenido temático y el estilo se revelan en la selección de vocabulario, medios gramaticales y fraseológicos del lenguaje, y construcción compositiva la expresión se caracteriza por la especificidad de la esfera de uso del lenguaje. Él observa que todas las declaraciones individuales tienen un carácter individual, sin embargo, cada área de uso del lenguaje tiene sus propios tipos bastante estables enunciados descritos, que nosotros, a su vez, caracterizamos como enunciados géneros lingüísticos. El científico llama la atención sobre una diferencia bastante significativa entre estos géneros lingüísticos, como secundario (complejo) y primario (simple). Tal género lingüístico, como secundario, se caracteriza por la presencia de novelas, trabajos periodísticos, diversos estudios científicos, etc., suelen surgen en tales condiciones, donde la comunicación escrita cultural es más organizado,

procesando y absorbiendo en el proceso de formación de los principales géneros primarios que se forman en ciertas situaciones donde hay comunicación lingüística directa [2, p. 30].

Usando la distribución de géneros de idiomas primarios y secundarios M. M. Bajtina, E. I. Sheigal definió que tales géneros de discurso político forman primariamente un estilo de comunicación institucional, que forma la base para llevar a cabo la actividad política, a saber, tales géneros específicos procesos: declaraciones, discursos, debates, decretos, negociaciones, programas partidistas/constitucionales, consignas, etc., y el género de la comunicación cotidiana es secundario a ellos. Podemos definir tales géneros de discurso político como secundarios como «comunicación cotidiana sobre política»; incluyen comentar, discutir, interpretar, en definitiva, reaccionar a las acciones [2, p. 55].

De acuerdo con la naturaleza de las intenciones y objetivos rectores que caracterizan el discurso político, E. I. Sheigal destacó los siguientes puntos:

- géneros rituales, o un discurso solemne de aniversario, discurso inaugural, radio tradicional / transmisión por televisión;

- géneros orientativos, o tales textos, que presentan carácter informativo-prescriptivo: manifiesto, constitución, programa del partido;

el discurso del presidente sobre la calidad de vida en cierto país, cierto decreto, informe, acuerdo comercial);

- géneros agonales, que se caracterizan por un eslogan especial, debates lingüísticos, parlamentarios o preelectorales; es el principal estrategia y táctica del discurso político [27, p. 58].

E. I. Sheygal decidió describir el discurso político como un conglomerado especial de géneros específicos que tienen una estructura en cuyo epicentro hay un género prototípico para este tipo de discurso.

En cuanto a la periferia, encontramos los llamados géneros «marginales» en los que hay una naturaleza dual, y se ubican en la conjunción de diferentes tipos de discurso. Sobre esta base, el autor divide los textos políticos en los siguientes cuatro grupos.

1. documentos de programa que consisten de un conjunto de información necesaria

para crear un discurso directamente político.

2. discursos públicos de políticos, que son textos preparados para ciertas figuras políticas, en las que se presentan planes para acciones futuras en la sociedad, valoraciones de los fenómenos sociales y políticos, su justificación con el uso de la factología.
3. campaña preelectoral, que se caracteriza por el tipo de actividad que se lleva a cabo durante la campaña electoral, y cuya tarea principal es influir en la conciencia de los votantes.
4. una memoria política que forma hipergéneros [27, p. 57]

La principal tarea del discurso político es la lucha por el poder. El investigador considera que las memorias políticas son un género periférico, que está en el cruce de discursos políticos y artísticos, y preelectorales el discurso es un género separado e independiente. Así, los géneros del discurso político difieren entre mismo con sus principales tareas y objetivos, y en la presentación general son estructuras integrales multidimensionales y multifacéticas.

1.5 Principales estrategias y tácticas del discurso político

La literatura científica sobre este tema no proporciona una definición generalmente aceptada del concepto de «estrategia del discurso político». Dentro del enfoque lingüístico a la definición de este concepto estrategia se entiende como el uso de acciones comunicativas y medios lingüísticos generalmente reconocidos, y también como un conjunto de acciones de habla [1, p. 124].

Desde la perspectiva de la psicolingüística, una estrategia se entiende como una «manera de la organización del comportamiento del habla de acuerdo con el plan», las intenciones del hablante, clara comprensión de la situación, definición de la dirección principal del desarrollo y clara la organización de la influencia en el electorado, la actitud amplia del político hacia la comunicación con votantes [26].

A. K. Mikhalska da una definición de estrategia comunicativa, según la cual se indica el concepto de elección entre dos tendencias comunicativas: hacia el acercamiento y hacia la individualidad. El autor ofrece una definición de estrategia

comunicativa y señala que incluye una elección o ventaja de una tendencia o manifestación de una tendencia / ventaja en la comunicación [23, p. 145].

O.S. Issers también ofrece una definición de estrategia lingüística. Él señala que una estrategia lingüística se entiende como un conjunto de tales acciones lingüísticas dirigidas a lograr los objetivos comunicativos especificados por el hablante. Tal complejo de acciones incluye necesariamente la organización del proceso de comunicación del habla, depende de las circunstancias específicas de la comunicación y de las personalidades del electorado. O.S. Issers enfatiza que tanto las estrategias como las tácticas del comportamiento del habla de un político están directamente relacionadas con las etapas principales de la actividad del habla, es decir, con la planificación y el control de la situación. Por tanto, según el científico, el fenómeno de la estrategia incluye un plan cognitivo de comunicación. También es indicativo que con la ayuda del plan cognitivo de comunicación se lleva a cabo el control de soluciones óptimas, establecer tareas comunicativas y advertencias de las acciones del compañero [15, p. 23].

Diferentes investigadores del concepto de «discurso político» denominan a los siguientes tipos principales de estrategias comunicativas: retóricas, pragmáticas, estilísticas, discursivas, dialógicas, semánticas, etc. [21, p. 32]. En la literatura científica y de referencia no existe una clasificación única y generalmente aceptada de estrategias y tácticas del discurso político.

E.I. Sheygal ve los siguientes tipos de estrategias en el discurso político:

- una estrategia de velar, encubrir información no deseada (lo que permite «encubrir» hechos evidentes y desagradables);
- estrategia de mistificación (que le permite ocultar la verdad y engañar deliberadamente a los votantes);
- la estrategia del anonimato (o la estrategia de la despersonalización) se utiliza como una técnica bien conocida que elimina la responsabilidad [27, p. 56].

A.A. Filinskyi también da una clasificación del concepto de «estrategia del discurso político»:

- verificación (o una estrategia que construye la imagen del enemigo);
- deslegitimación (o una estrategia que destruye la imagen del oponente);

- fusión (o la estrategia de usar el pronombre «nosotros») [11, p. 71].

O.S. Issers estudió el discurso político a partir del material de los textos escritos modernos en los medios de comunicación, analizó el concepto de «estrategia de desprestigio» y el concepto de «estrategia de autopresentación». Otro científico M. Ivanova, que estudia el discurso político de los Estados Unidos, destaca las siguientes estrategias principales:

- a) estrategia variable,
- b) estrategia aditiva,
- c) estrategia introductoria [15, p. 9].

Haykova V.O. en su obra «El discurso preelectoral como género de la comunicación política» analiza estrategias manipulativas y argumentativas del discurso preelectoral de EEUU [14, p. 81].

La clasificación introducida por Aristóteles permanece en circulación científica que no ha perdido su relevancia hasta el día de hoy, es la base de muchas clasificaciones propuestas de «estrategia política» y «tácticas políticas».

Por supuesto, con el tiempo, la clasificación de Aristóteles ha sufrido cambios, pero el principio básico de la clasificación de Aristóteles permanece sin cambios. Aristóteles define los objetivos que da vida a la comunicación política. Por regla general, cada político tiene las siguientes intenciones:

- alentar al electorado a votar por un partido específico, por un candidato específico, por un bloque, por un movimiento;
- para ganar autoridad o fortalecer la imagen de uno, «para complacer a la gente»;
- convencer a los votantes de estar de acuerdo con la opinión del político, de aceptar el punto de vista del político;
- crear un clima emocional especial, para provocar el estado emocional del electorado planeado por el político;
- para dar al electorado nuevos conocimientos, nuevas ideas sobre el tema de la radiodifusión, para informarle sobre su posición sobre un tema específico [1, p. 124].

Vale la pena señalar que los discursos políticos no siempre tienen la intención de brindar información a los votantes sin la necesidad de crear en ellos emociones/actitudes negativas o positivas o cambiar su visión del mundo e influir en

sus opiniones. Por eso la función de influencia es una de las funciones principales en el discurso político.

Para determinar la estrategia de influencia del lenguaje en un discurso político, es necesario tener en cuenta no solo la finalidad comunicativa. Es necesario tener en cuenta todo un conjunto y tipos de tácticas utilizadas por los políticos para realizar un objetivo comunicativo. Por ejemplo, es recomendable alentar al electorado a votar por un candidato específico ya sea presentando argumentos convincentes o mediante la autopresentación, denigrando y difamando a un oponente político frente al electorado. Las tácticas lingüísticas son acciones dirigidas a implementar una estrategia lingüística [9, p. 145].

En nuestro trabajo de maestría nos adherimos a la clasificación de tácticas y estrategias de O. N. Parshina, porque esta clasificación resume de manera más completa las estrategias existentes y su relación con las tácticas que son básicas en el discurso político. O. N. Parshina basó su clasificación en el objetivo final de un resultado que es fácil de predecir y debe lograrse.

O. N. Parshina destaca las siguientes estrategias y tácticas principales:

- estrategia de autopresentación (construcción de la imagen de un político);
- tácticas de identificación (manifestaciones de pertenencia simbólica a un determinado grupo social, estatus o político);
- tácticas de solidaridad (es decir, tácticas que implican tratar de crear la impresión de los mismos puntos de vista, intereses comunes, aspiraciones comunes y un sentimiento de armonía psicológica especial entre el candidato y el electorado);
- tácticas de distinguir «lo propio» de lo «otro» [29, p. 115].

Naichuk A. A. distingue la estrategia de lucha por el poder, la de autodefensa, la de mantenimiento del poder, la de formación del estado de ánimo emocional del destinatario, la de persuasión y la estrategia de campaña. Ella da esta especificación de las estrategias enumeradas:

- la estrategia de la lucha por el poder es la conducción de la lucha de información y comunicación de las figuras políticas por el derecho a tomar el poder en sus propias manos;

- la estrategia de autodefensa se caracteriza por la creencia en falta de

fundamento de varias acusaciones en el proceso político discurso;

- la estrategia de mantenimiento del poder es el proceso de mantener la posición de uno entre los competidores, aumentando la efectividad de la actividad política para mejorar la calificación y la imagen de uno;

- la estrategia de formar el estado de ánimo emocional del destinatario caracterizada por una influencia manipuladora directa sobre la conciencia de la audiencia en el proceso del discurso político;

- la estrategia de persuasión es una de las estrategias más populares entre muchas figuras políticas, que se caracteriza por intenciones manipuladoras sobre el oyente para obtener el resultado deseado;

- estrategia de campaña: hay una influencia en ciertas acciones previas de los oyentes para alentarlos a dar los siguientes pasos en el futuro.

La estrategia de la lucha por el poder, que incluye los siguientes tipos:

- una estrategia de desprestigiar y atacar (dañando la autoridad del oponente, humillando al oponente frente a los votantes);

- tácticas de acusación e insultos;

- estrategia de manipulación (uso de trucos en el discurso, que pretenden convencer al electorado, a pesar del fracaso de la justificación fáctica o lógica);

- técnicas de demagogia (elocuencia en el razonamiento, uso de promesas engañosas, cita de hechos poco fiables, así como exageración de las propias ventajas, hiperbolización de lo positivo desde el punto de vista del electorado);

- tácticas de manipulación (tácticas de educación y cortesía, tácticas de exageración de las propias capacidades, tácticas de desviar la atención del problema principal) [25].

La estrategia de la autodefensa consiste en convencer al electorado de la falta de fundamento de varias acusaciones:

- tácticas de justificación (explicación de la propia acción);

- tácticas de apelación (no estar de acuerdo con las acusaciones del oponente y refutar una evaluación negativa y definir la propia posición);

- tácticas de crítica [25].

Las estrategias de retención del poder por parte de las figuras políticas incluyen

los siguientes tipos de estrategias:

- estrategias de información e interpretación (para informar al electorado sobre los acontecimientos económicos, políticos y sociales más importantes):

- tácticas utilizadas para reconocer la presencia de un problema;

- tácticas de prestar atención a la información positiva;

- tácticas de aclaración y aclaración;

- la táctica de comentar las declaraciones de los oponentes (para explicar el significado de los contextos);

- tácticas para considerar viejos problemas desde un punto de vista racional;

- tácticas de indicar formas de resolver problemas agudos de la sociedad.

Se proporcionan estrategias para moldear el estado emocional del electorado:

- la táctica de unificar a los votantes en una «nación única», revelando el deseo de unidad y acciones comunes);

- tácticas para apelar a las emociones de los votantes;

- tácticas de tener en cuenta los valores del electorado (apelación al sistema de valores de los votantes) [25].

Las estrategias de persuasión de votantes incluyen los siguientes tipos de tácticas:

- tácticas argumentativas (convencer al destinatario utilizando argumentos);

- tácticas de evaluación (uso de juicios para evaluar el tema y justificar el punto de vista);

- tácticas de análisis (comparación y contraste de hechos, resultados, eventos, pronósticos, que son percibidos positivamente por el electorado);

- la táctica de indicar la perspectiva (predecir el desarrollo de eventos y objetivos estratégicos, así como las intenciones y posiciones del político);

- la táctica de dar ejemplos e ilustrar (revelada en el uso de hechos y ejemplos) [25].

Los políticos también usan una estrategia de campaña (para influir en las acciones del electorado, para alentar al electorado a realizar ciertas acciones):

- las tácticas prometen mucho.

También hay tácticas generales o no específicas:

- tácticas de enfatizar la atención (intención de discutir, enfatizar, resaltar un momento determinado del discurso de uno);
- tácticas de distanciamiento (oposición de «uno» y «otro»).

Estas tácticas no específicas o generales son imprescindibles para varias estrategias. Así, por ejemplo, las tácticas de focalizar la atención de los votantes pueden ser utilizadas para la argumentación de la estrategia principal, para estrategias de información e interpretación, así como para la formación de emociones de los votantes (positivos o negativos).

Es importante prestar atención al hecho de que en la literatura teórica del tema no existen límites claros que separen las estrategias de las tácticas, así como su relación con las tácticas principales. Por lo tanto, las tácticas utilizadas en una o más estrategias pueden contribuir a la implementación de una estrategia completamente diferente.

En conclusión, hemos examinado en detalle todas las principales tácticas y estrategias del discurso político, cuyas características dan una idea clara de cómo se lleva a cabo el proceso de conducción de una campaña política por parte de los líderes políticos.

1.6 La efectividad del discurso político

Según V. I. Karasik, el objetivo principal de los discursos políticos es demostrar a los votantes / electorado, todos los ciudadanos de la comunidad, la necesidad de creer en las acciones «políticamente correctas» de los políticos. En otras palabras, el objetivo principal del discurso político no es la descripción, sino la persuasión y el despertar de intenciones en el electorado, que sirven de base para la persuasión y el estímulo a la acción activa. Por lo tanto, la eficacia del discurso político se determina de acuerdo con el objetivo especificado [17, p. 59].

Un político en sus discursos (con algunas excepciones) utiliza símbolos bien conocidos, y la eficacia del discurso depende de si estos símbolos corresponden a las expectativas y la conciencia de los votantes: todo político debe influir en el curso de pensamiento del electorado; el lenguaje del político debe encajar en las opiniones y

valoraciones de los votantes (es decir, en el mundo interior de sus votantes), que son «consumidores» del discurso político.

Este método no siempre está justificado: el político trata de atraer al electorado a su lado, pero el electorado no siempre se inclina por las justificaciones lógicas. Suele bastar con dejar claro a los votantes que la posición por la que aboga el político está en el plano de sus intereses.

Un político, protegiendo sus intereses, puede influir en sus emociones y sentimientos, jugando con el valor moral del deber y otros valores morales. (Aunque, este enfoque siempre encuentra una respuesta de los votantes, especialmente si los votantes no están suficientemente preparados). Un enfoque aún más complicado es cuando un político brinda evidencia, sin contar con una influencia directa en la conciencia de los votantes, sino que simplemente piensa en voz alta «en presencia de testigos»; o, digamos, presenta argumentos fuertes, tratando de convencer al electorado de algo completamente opuesto a las tesis expresadas, etc [19, p. 45].

Todo discurso, no sólo político, está por su propia naturaleza encaminado a la persuasión. Está diseñado para tener en cuenta el sistema de puntos de vista del intérprete potencial, y su propósito es modificar los pensamientos, las intenciones y motivar las acciones de la audiencia.

Como señala A. Schopenhauer, la eficacia del discurso político es el arte de la persuasión y consiste en la hábil aplicación de conceptos poco conocidos por el votante. Y precisamente gracias a esto, entre los votantes se producen transiciones inesperadas e inesperadas a otras creencias, a veces incluso esto contradice las expectativas del hablante. El éxito de la persuasión depende, como mínimo, de las actitudes sobre el oponente y de los mensajes contenidos en el discurso del hablante.

La eficacia del discurso político caracteriza el grado de confianza del electorado, la manifestación de simpatía por el político, y el hecho de que el político gane una posición favorable para sí mismo depende de su oratoria y de las características del electorado.

Un político puede dirigir las opiniones y actitudes del electorado en la dirección correcta, en particular, con la ayuda de una hábil composición de su discurso, cuando coloca las disposiciones que necesita en el lugar correcto. Solo cuando un político

convence a su electorado, crea una percepción voluntaria de sus pensamientos, relevancia, interés, verdad y satisfacción en su electorado, puede esperar el éxito [13, p. 123].

Una persona siempre espera algo de los interlocutores, lo que afecta la aceptación o el rechazo de los puntos de vista propuestos. El comportamiento del discurso de un político que viola las expectativas de tipos normativos puede conducir a una disminución en la efectividad de influir en el electorado o, por el contrario, a un fuerte aumento en la efectividad de un discurso político, cuando las expectativas normativas de los votantes encuentran apoyo en los discursos del político.

Distinguen la situación con participación/percepción pasiva, la situación con participación activa y la situación con énfasis en la convicción de los votantes. Cuando los votantes perciben pasivamente la persuasión, se supone que la intensidad de la persuasión lingüística corresponderá a la norma.

Los políticos que gocen de un gran respeto y confianza podrán utilizar en sus discursos las llamadas herramientas de lenguaje de baja intensidad en este caso, dejando en reserva herramientas de lenguaje más fuertes cuando sea necesario para acelerar de manera óptima y maximizar el impacto en el electorado.

Otra característica del uso efectivo del discurso político es que generalmente se espera que los hombres políticos usen medios de expresión más intensivos, mientras que se espera que los medios menos intensivos de las mujeres. Cuando se viola tal norma, es decir, cuando los hombres políticos se caracterizan por un discurso lento y las mujeres políticas se caracterizan por su rudeza y franqueza, esto sorprende a la audiencia y reduce la efectividad del impacto del discurso político [11, p. 55].

El miedo que provoca el hecho de que la no aceptación de las declaraciones del político pueda acarrear consecuencias muy peligrosas para el electorado, hace que éste sea más receptivo a diferentes efectos del discurso intensivo: la mayor susceptibilidad de las personas a los medios de habla de baja intensidad, y la menor susceptibilidad de las personas a los medios de habla de alta intensidad. Además, a menudo un poco de influencia intensiva en el discurso es más eficaz para persuadir a los votantes.

En una situación en la que los votantes perciben activamente la persuasión,

parecen ayudar al político y darle la oportunidad de convencerse a sí mismo, especialmente si el político espera que esto suceda a su favor y en beneficio de sus intereses personales. Observamos una clara correlación entre la intensidad con la que un político utiliza las herramientas del lenguaje cuando ataca abierta y activamente a un oponente y vence la resistencia [11, p. 67].

Cuando al electorado se le ofrece más de un argumento a favor de una misma tesis, la validez o falsedad de las expectativas del primer argumento afecta la aceptación del segundo. Por lo tanto, si las expectativas de los votantes se violan como resultado del primer argumento, entonces este argumento se vuelve significativo, pero el cambio en la actitud de los votantes hacia la posición original ocurre solo después de la presentación de argumentos posteriores que apoyan la misma posición dirigida contra la situación dada.

Cuando las expectativas lingüísticas se ven afectadas negativamente como resultado del primer argumento, este argumento no es significativo, aunque el electorado se inclina más a creer los argumentos de un discurso dirigido contra la situación del establecimiento.

Resumiendo el material presentado anteriormente, podemos afirmar con confianza que la efectividad del discurso político depende del carácter y la efectividad del discurso del político y la voluntad de los votantes de creer lo que se dijo.

1.7 El discurso preelectoral como género especial de la política

Según Filinsky A.V. si tenemos en cuenta las principales instituciones sociales, los investigadores destacan entre ellas la institución política, ya que se caracteriza por un determinado conjunto de relaciones sociales que surgen en conexión con la formación de las siguientes instituciones: autoridades estatales y autogobierno local. La institución de las elecciones es un componente bastante importante de la institución política. Se considera como discurso político la lucha dentro de una institución política y la comunicación entre sus representantes, es decir, la comunicación de los hablantes desde la posición de su filiación institucional [11, p. 57].

En general, en el marco del discurso político, podemos distinguir los siguientes componentes: los textos periodísticos y periodísticos, los discursos públicos de los oradores, que necesariamente están dedicados a temas políticos, y los textos oficiales de carácter político, artículos preelectorales, etc. El propósito de los discursos públicos y los discursos de figuras sociopolíticas es tener una influencia sociopolítica en el oyente/en el electorado/en los votantes. Un género especial del discurso político es el discurso preelectoral, que es un diseño verbal de las relaciones comunicativas de la institución electoral. El discurso preelectoral actúa como un tipo de comunicación implementada en un determinado espacio social, que cuenta con el conjunto necesario de ideas, argumentos y símbolos utilizados por los sujetos sociales. Las características del sistema electoral se basan en la implementación del discurso preelectoral, que crea un ambiente tal que es posible formar instituciones de comunicación preelectoral, así como regular los procesos de interacción de ciertos representantes de instituciones específicas. con los votantes existentes [11, p. 63].

El discurso preelectoral es un evento que consiste en actos comunicativos menores y es un fenómeno social. Tal evento comunicativo es planeado, designado, especialmente organizado, repetido, tiene una cierta composición comunicativa de participantes, carácter público y difiere en oficialidad y publicidad.

La elección del presidente del país es una acción ritual milenaria, que V.I. Karasyk lo entiende como una secuencia de acciones simbólicamente significativas fijadas por la tradición. En este sentido, podemos considerar el discurso preelectoral como una de las variedades de la comunicación ritual. El género del lenguaje clásico es uno de los géneros de la comunicación cotidiana, que forma parte de la actividad profesional, por lo que el discurso preelectoral puede ser estudiado como uno de los géneros de la comunicación (política) institucional [17, p. 108].

Algunos autores consideran el discurso preelectoral como un discurso en relación con la propuesta de postulación para el cargo de presidente del país por parte de sus candidatos. Tal discurso público tiene un color emocional especial y tiene llamamientos e incentivos para la acción, además de caracterizar la posición persuasiva del hablante. Como observa acertadamente J.S. Yaskevich, el discurso preelectoral contiene «la llamada reacción circular: una carga emocional creciente,

durante la cual hay un fuerte aumento de los sentimientos y las emociones y, al mismo tiempo, se debilita la regulación volitiva del comportamiento» [19, p. 67]. El discurso preelectoral de un candidato es un género de comunicación retórica y está asociado con influir en los votantes con el objetivo de cambiar sus opiniones sobre el candidato y obtener apoyo en la elección presidencial. Así, el discurso preelectoral representa un género híbrido con las especificidades de la comunicación institucional, retórica y ritual.

El discurso preelectoral actúa como género lingüístico que formaliza verbalmente una determinada situación comunicativa, se caracteriza por una especial especificidad funcional. M. M. Kohtev destaca las siguientes funciones del discurso preelectoral:

- función informativa;
- función de aclaración;
- función de persuasión;
- una función con la tarea de incitar o llamar a la acción;
- una función con una característica imperativa [18, p. 117].

La función informativa y la función esclarecedora se manifiestan, en primer lugar, en la transmisión de información a los electores, en la que se explican las ideas del programa preelectoral del candidato. La tarea de persuadir a los votantes tiene éxito cuando el candidato presidencial logra persuadir a los votantes. Si el discurso del político apela a ciertos sentimientos de los votantes, entonces, al animarlos a realizar alguna acción, entra en vigor una función de estímulo y llamado a la acción. Tal función como imperativa se caracteriza por la creación por parte del candidato de tareas que deben ser realizadas por cada elector. Junto a ello, entran en juego los sentimientos y la voluntad del electorado, donde también se centra la atención en los propios problemas globales, y se argumenta la urgente necesidad de participar en la solución de estos problemas. La realización de la función personal está íntimamente relacionada con la autoridad del político durante la carrera electoral.

O. V. Haikova considera el discurso preelectoral como un género de comunicación (política) institucional y señala que el discurso preelectoral como fenómeno comunicativo complejo forma parte de varios tipos de discurso:

institucional, político, ritual y retórico. El autor escribe que el género de cada discurso preelectoral debe ser considerado como un cierto género híbrido, que combina tres características principales como son: comunicación ritual, institucional y retórica. Ella afirma que el discurso preelectoral de los candidatos presidenciales es un acto de habla especial que contiene características tales como, por ejemplo, un estado de ánimo emocional elevado, un impulso de acciones activas, un desafío y persuasión de un candidato para el puesto de presidente [14, pág. 117].

Las principales características del discurso preelectoral de una figura política incluyen el deseo de una disculpa completa (es decir, la presentación de información para la victoria de su partido o candidato), así como el enfoque en la crítica dura, lo que implica desacreditar y «ennegrecer» al oponente [17, p. 37].

Como afirma A. A. Filinsky, la principal base para distinguir el discurso político en las campañas electorales, que constituye una variedad especial del género, es la ontología de la definición de la lucha por el poder que, por un lado, parte de la comprensión que tiene el político de las actividades dirigidas en la conquista del poder, por otro lado -desde la definición del concepto de discurso, que es una forma de acción social y tiene claramente regulados los valores sociales, las normas sociales de comportamiento, las convenciones y prácticas sociales peculiares, la mentalidad [11, p. 117].

Se cree que el discurso preelectoral de los candidatos presidenciales es el principal indicador de la alta y efectiva actividad del partido representado por el candidato a presidente, así como de la exitosa y profesional actividad del candidato y del político. . Evidentemente, bajo tal estado de cosas, los elementos estructurales generales del discurso preelectoral deberían aparecer como componentes estructurales idénticos del discurso político, pero al mismo tiempo están marcados por su propia especificidad, lo que da pie para singularizar el discurso preelectoral. discurso como una variedad independiente de discurso.

Entonces, las características del discurso preelectoral como un género separado del discurso político incluyen componentes tales como: la formación de instituciones que son clave en la comunicación preelectoral; un discurso obligatorio de un político que es candidato al cargo de presidente; el impacto sociopolítico de los discursos de

esta figura política, en los que la atención se centra en las últimas ideas, argumentos y símbolos.

1.8 Las principales funciones del discurso político

El propósito funcional del discurso político está determinado por la comprensión semiótica del lenguaje como un sistema de signos, que «se utiliza para lograr cualquier objetivo, de lo contrario, para realizar funciones». La metodología del funcionalismo implica el estudio de la estructura y funcionamiento del lenguaje con el fin de identificar las correspondencias entre ellos. Teóricamente, la metodología funcional se basa en el reconocimiento de la interdependencia entre forma y función y en tener en cuenta la influencia del uso del lenguaje en las características estructurales.

El enfoque funcional del estudio del discurso político implica un análisis de las funciones del discurso, lo que permite estudiar las funciones del lenguaje del político en contextos socioculturales y lingüísticos. Las preguntas sobre las funciones del lenguaje son de interés para muchos lingüistas, filósofos y psicólogos en un grado u otro, sin embargo, hasta la fecha no se ha logrado la unidad de opinión sobre este tema.

El lenguaje político se encuentra entre dos polos: un lenguaje especial funcionalmente determinado y la jerga de un determinado grupo con su propia ideología. Por eso el lenguaje político debe cumplir funciones contradictorias, en particular: ser accesible para la comprensión (según las tareas de la propaganda) y orientado a un determinado grupo (por razones históricas y sociopsicológicas). Este último a menudo contradice la disponibilidad del lenguaje político [19, p. 95].

Las direcciones principales para determinar las funciones del lenguaje en la lingüística moderna fueron establecidas por K. Bühler y R. Jakobson. K. Bühler se detiene en su visión de los tres componentes principales del acto de comunicación (emisor, destinatario, objetos y situaciones). El modelo triangular con tres relaciones variables proporciona una base para distinguir las funciones principales del lenguaje: expresión, apelación y representación.

R. Jakobson implementa una base similar para la diferenciación de las funciones del lenguaje, quien distingue seis funciones principales del lenguaje que dependen de uno de los elementos de un acto comunicativo: destinatario, destinatario, mensaje de contacto, referente y código. La función comunicativa del discurso consiste en hacer una referencia. La función cognitiva del lenguaje y del discurso también está relacionada con la referencia. Apelativo, o «regulatorio», emocional y expresivo se correlacionan con destinatario y destinatario. La función poética asegura la implementación del código y se enfoca en comunicar la información necesaria al oyente [17, p. 85].

Las funciones identificadas por R. Jakobson y K. Bühler están relacionadas con la naturaleza del lenguaje como un todo. Aquí es necesario enfatizar que el grado de implementación de las funciones en los diferentes tipos de discursos se toma como un factor determinante para su clasificación. Así, el discurso político, junto con otros discursos (publicitario, médico, jurídico, religioso, mediático), se incluye en el grupo de discursos con una función normativa principal [17, p. 85].

Por tanto, a partir de la finalidad de las funciones, consideramos que la función reguladora del discurso político tiene como finalidad principal su utilización como instrumento activo de la lucha política por el poder (lucha por el poder, lucha por el dominio del poder, lucha por su conservación, para su implementación, para la estabilización del poder y la redistribución del poder). Sin embargo, E. I. Sheigal cree que la función reguladora en relación con el uso del lenguaje es tan global como la función comunicativa. Por lo tanto, E. I. Sheigal sugiere diferenciar la función reguladora del lenguaje político como un aspecto para las manifestaciones de la función instrumental, porque las funciones básicas, que son aspectos de la función comunicativa, son igualmente consideradas [27, p. 97].

El conflicto del discurso político es enfatizado por H. Seidel, quien afirma que el discurso político debe realizar simultáneamente muchas funciones y realizar muchos motivos. Sí, el programa del partido está diseñado para convencer, agitar, promover (función persuasiva); al mismo tiempo, debe haber una conexión evidente entre cada punto específico del programa y la ideología de convencimiento de un determinado partido o grupo, es decir, cada demanda, cada acto debe estar

lógicamente conectado con valores, tradiciones e ideología (función argumentativa) [28, p. 48].

P. Chilton y K. Sheffner distinguen cuatro tipos de funciones estratégicas del discurso político: 1) coerción; 2) resistencia, oposición, protesta; 3) simulación; 4) legitimación y deslegitimación. Detengámonos en una descripción más detallada de estos cuatro tipos de funciones estratégicas [28, p. 49].

- Función de fuerza.

La «coerción» es parte de actos de habla tales como órdenes o leyes que están respaldadas por ciertas sanciones. Los actores políticos a menudo actúan de manera coercitiva a través del discurso, definiendo temas, eligiendo temas en la conversación, posicionándose a sí mismos y a otros en ciertas relaciones, haciendo suposiciones sobre las realidades que los oyentes deben, al menos temporalmente, aceptar para percibir el texto y el habla. El poder también puede ejercerse controlando el uso de la lengua de «otros» mediante diversos grados de censura.

- La función de resistencia, protesta y oposición.

Esta categoría de funciones del discurso político es lo opuesto a la función de coerción, y se implementa en oposición a las relaciones de poder. Características discursivas de este tipo pueden servir como rasgos de medios masivos, graffiti (entre etnias marginales, afiches, etc.) y estructuras lingüísticas específicas (peticiones, peticiones, eslóganes, etc.).

- Una función para crear una simulación.

Esta función está relacionada con el control sobre la información. Combina los efectos de desenfoque de «lugares no deseados» utilizando el eufemismo de los datos de origen y la inversión directa de los datos de origen.

- Función de deslegitimación y legitimación.

La legitimación está íntimamente relacionada con la función de coerción, ya que implementa el mecanismo de la obediencia, es decir, de la legitimación. Las técnicas utilizadas incluyen la argumentación de los deseos de los votantes, los principios ideológicos compartidos, la proyección de un líder carismático, la autopresentación positiva, etc. La deslegitimación representa esencialmente a la oposición: la representación de los otros (extranjeros, «enemigos internos»), oposición institucional,

oposición no oficial) tiene una connotación negativa. Las técnicas en esta categoría incluyen el uso de ideas coincidentes. [28, p. 49].

Al analizar los trabajos teóricos de Sheygal E.Y., definimos las siguientes funciones del discurso político.:

- a) control social (es decir, creación de oportunidades para sentimientos, pensamientos y deseos unificados, comportamiento de un gran número de miembros de la sociedad, es decir, manipulación de la conciencia pública de los ciudadanos);
- b) legitimación del poder (es decir, justificación y aclaración de decisiones clave relacionadas con la distribución del poder y la distribución de los recursos materiales del país);
- c) reproducción e implementación del sistema de poder (es decir, fortalecimiento de la relación con el sistema de poder, el compromiso de los ciudadanos, en parte a través del uso de símbolos patrios);
- d) la función de corregir la orientación de los ciudadanos (se construye a través de la publicación y formación de los objetivos y problemas de la sociedad, modelando la realidad política en la conciencia de toda la sociedad);
- e) solidaridad social (es decir, integración dentro de la sociedad o, en consecuencia, grupos individuales de la sociedad);
- f) la función de diferenciación de la sociedad (es decir, demarcación de grupos sociales);
- g) función agónica (es decir, inicio y resolución de un conflicto social separado, expresión de disconformidad o protesta, oposición a la actuación de las autoridades);
- h) función de acción (es decir, la implementación de planes políticos a través de la movilización de la población (la llamada narcotización) de la población: la movilización de la población está asociada con la organización y activación de los simpatizantes de un partido político ; por el término «narcotización de la población» entendemos la organización del proceso de distracción de la atención de los ciudadanos) [27, p. 57].

La función de movilización es considerada como la principal manifestación del uso del instrumento de poder en los discursos de los políticos, esta función debe versar sobre el estímulo a las acciones activas. La estimulación puede llevarse a cabo en

forma de llamamiento directo (en llamamientos y proclamas, en actos legislativos) y en forma de crear el estado de ánimo emocional de los ciudadanos requerido por el gobierno (mostrar esperanza o miedo, sentir orgullo por el propio país, estar confianza, tener un sentido de unidad, mostrar cinismo, mostrar odio).

El famoso investigador D. Graeber destaca las siguientes funciones del discurso político.

1. Difusión de información relacionada con la creación de una realidad virtual para los destinatarios, donde se elimina su propia práctica empírica con la ayuda de esquemas cognitivos propuestos, creencias generales. Además, la difusión de información puede incluir información implícita-connotativa (palabras clave de color positivo/negativo, que se basan principalmente en orientaciones políticas y valores sociales, el uso de símbolos patrios y eufemismos).
2. «Establecer el tema de un discurso político», donde el criterio dominante es el control sobre la difusión de la información. Los oradores generalmente tratan de no incluir en la agenda tales temas, cuando discuten qué situaciones complicadas y desfavorables pueden surgir.
3. Proyección hacia el futuro y el pasado, que se basa en la conciencia de los hechos del pasado y la previsión del futuro. En comunicación política, la apelación a la experiencia pasada se utiliza a menudo como táctica argumentativa de un político [13, p. 124].

Hablando de las funciones del discurso político, no se puede dejar de mencionar la llamada «función mágica o función de hechizo», que puede ser considerada como un tipo separado de función reguladora del lenguaje. Esta función se basa en que en la antigüedad se creía en la objetividad de la palabra, es decir, que la palabra no es una designación convencional de un objeto. Las manifestaciones de la función mágica incluyen tabúes, conspiraciones, oraciones, juramentos y juramentos, y la adoración de textos sagrados.

Las áreas culturales de la distribución de las etnias en un grado u otro conservan tradiciones religiosas y mágicas en la mente de los hablantes, por lo tanto esto explica la asignación de la función mágica del lenguaje, que es universal y se manifiesta no solo en lo religioso, sino también en lo religioso. también en el contexto político

moderno.

R. Barth, caracterizando el lenguaje político como un lenguaje que se produce directamente en el curso de la comunicación política y, por tanto, está más orientado a la producción que a reflejar las realidades de hoy. Señala que las palabras parecen tener una propiedad mágica especial, y con la prohibición de una palabra, también se cancela el objeto que esta palabra denota. Así, por ejemplo, la prohibición de la palabra «nobleza» fue percibida como la eliminación de la nobleza [17, p. 78].

En la función mágica del discurso político, las unidades léxicas más significativas son los eufemismos. Mantener las características de una actitud mágica («instrumental») hacia la palabra, tabú en la sociedad moderna, se complica por algunos otros objetivos, en particular, como el control ideológico y la manipulación de la conciencia de las masas. Una ruptura consciente con una determinada tradición lingüística durante la época de los cambios ideológicos se convirtió en la causa de los reemplazos léxicos masivos llevados a cabo durante los años de las revoluciones históricas mundiales: el final francés del siglo XVIII.

La función creativa del lenguaje está determinada por factores objetivos y subjetivos directamente relacionados con el conocimiento cognitivo relativo del mundo y la percepción consciente de la realidad.

El discurso político se caracteriza principalmente por el componente temático «lucha por el poder». En relación con esto, surge la cuestión de obtener y mantener el poder, es decir, la creación de dicho entorno discursivo, cuyos componentes principales corresponden a los valores principales (opiniones, juicios, creencias, prejuicios) de la audiencia.

También se considera que una de las principales funciones del discurso político es la función de defender el punto de vista de los políticos en los discursos. Y esto es un indicador de la afiliación del político a determinada fuerza política, a determinado partido, lo que, a su vez, lo obliga:

- a. especificar el motivo del discurso, motivar (pronuncia un discurso no porque quiera, sino porque es necesario);
- b. el político enfatiza la «representatividad» de este discurso, indica específicamente de qué partido / facción / grupo habla. En un discurso político

señala que «somos muchos»; porque una opinión colectiva es más reconocida que un discurso individual y, a menudo, implica el apoyo de personas de ideas afines;

- c. el político evita expresiones de intenciones y motivos personales, entonces se fortalece el significado social del discurso, la responsabilidad del político y el significado social del discurso. Esto está motivado por el hecho de que el político representa los intereses de toda la sociedad. Al igual que en el campo de batalla, la idea principal del discurso político es «destruir el poder del oponente», es decir, sus argumentos y opiniones, así como desacreditar al oponente [28, p. 49].

Uno de los medios efectivos para defender el punto de vista propio y destruir al oponente en un debate político es ridiculizar directamente al oponente. La risa en general, según muchos teóricos, por ejemplo, A. Bergson, es una manifestación de un deseo inconsciente de humillar al oponente y así corregir su comportamiento. Tal actitud se utilizó conscientemente en los debates políticos durante el Imperio Romano. Esto se evidencia en los famosos discursos de Cicerón, quien ridiculiza incluso algunas características íntimas de sus oponentes, que no tienen nada que ver con la lucha política en absoluto. Un político «entra en una supuesta conspiración» con los votantes e intenta excluir del juego político a su oponente, que no merece una atención positiva.

Para defender su punto de vista, los políticos a menudo usan una técnica como ridiculizar a un oponente político. La ridiculización (incluso el sarcasmo) por parte de los políticos de sus oponentes está en el límite del comportamiento éticamente aceptable, por lo que podemos suponer que el humor ofensivo es percibido en la sociedad en mayor medida como apropiado solo en el período más crítico; y en el período «normal», tales géneros (sarcasmo) se consideran difícilmente permisibles.

Una forma más suave de juego político y defensa del punto de vista en el discurso político es la neutralización o exclusión del oponente del juego político, cuando el político no habla de puntos de vista personales (argumentando ad hominem), sino de puntos de vista falsos, «anti puntos de vista «científicos» [11, p. 56].

Así, la función de defender la propia posición se utiliza en el discurso político,

con la ayuda de la cual se elimina al oponente de la participación igualitaria en el juego político, lo que ayuda al político a permanecer solo con el electorado y ganar el maratón político.

Se puede concluir que el sujeto de la política (político, partido político o movimiento) utiliza conscientemente determinadas actitudes cognitivas para la máxima correspondencia de los entornos discursivos (el propio y el de la audiencia). Además, ninguna manipulación es posible sin una adecuada orientación a las preferencias de valor de la audiencia.

1.9 Elementos de manipulación y otras características de los discursos políticos del siglo 21

El lenguaje de un político no siempre es razonado y lógicamente conectado, y esto no es casual. A veces es suficiente simplemente entender que la posición de un político depende de los intereses del destinatario. Protegiendo sus intereses, intentan influir en los sentimientos y emociones del destinatario, jugar con los sentimientos nacionales (por ejemplo, con el sentimiento de amor por la patria, con el deber) y con algunas actitudes morales importantes. Un enfoque oratorio aún más poderoso y astuto es el hábil uso del apenas cognitivismo (es decir, conceptos discretos de la esfera cognitiva). Esto, a su vez, da un efecto inesperadamente positivo: se notan transiciones notables a otras creencias, a veces esto sucede en contra de las expectativas del político/orador. El éxito de la persuasión está directamente relacionado con las cualidades personales del individuo, así como a quién apela el político, también afecta el nivel de confiabilidad de las personas.

Por ejemplo, la configuración del destinatario cambia en la dirección deseada, en particular al manipular su composición. Las autoridades utilizan un lenguaje controvertido. Por un lado, el lenguaje del poder, al parecer, debería haber sido obvio para todas las personas. No es ningún secreto que las discusiones acaloradas sobre las palabras que surgen en la política a veces son incluso más acaloradas que las discusiones sobre asuntos políticos [16, p. 74].

Consideremos un momento de manipulación: el juego de lenguaje. Un juego de

lenguaje puede pensarse como un generador de significado. El fenómeno del juego (cultura del juego), incluido el lenguaje, no está suficientemente descrito en la literatura científica, aunque existen excelentes trabajos de J. Huizinga, H. Ortega-i-Gasset, G. Hesse, donde los autores defienden la opinión de que el juego es la base el surgimiento de la cultura precede al fenómeno mismo de la cultura y crea cultura. Parecería que la esencia del juego es obtener placer y disfrute. Los psicólogos creen que el juego es un prototipo de trabajo, es la actividad principal de la persona que lo creó. Y.M. Lotman vio el juego como «uno de los principales signos de vida». Un juego es una actividad. El juego es un delito. El juego es un modelo del mundo social y del universo. La política, como la poesía, pertenece al concepto de ficción y juego, porque hay en ella un signo de irrealidad. Consideremos los elementos de un juego de lenguaje usando el ejemplo de un juego de palabras, los principios y métodos de su uso. En primer lugar, es el país y el estado, el pueblo y el electorado. Si usamos la palabra «pueblo» en su significado básico: «la población del estado, los habitantes del país», que es exactamente lo que se debe esperar de los políticos a escala nacional, cuyas decisiones afectan la vida de toda la población. - millones de personas pertenecientes a varios grupos sociales, y pueden tener una amplia variedad de puntos de vista e intereses. Pero este mismo hecho a menudo se ignora en el discurso político [28, p. 50].

El pueblo como «super-ego» no puede desde el punto de vista de los políticos tener puntos de vista opiniones y valores diferentes. Desde el punto de vista de los políticos, sólo tienen derecho a llamarse pueblo aquellos que apoyan al jefe del país, personalmente y al partido de gobierno; en este sentido, cualquier crítica al régimen gobernante (desde el exterior o dentro del país) se presenta como una falta de respeto al pueblo. Los opositores explícitos o imaginarios del gobierno, que tienen un punto de vista diferente al oficial, son «outsiders», y en ciertos períodos - «enemigos del pueblo», y no sus representantes de pleno derecho, como debe seguirse de la definición del diccionario de la palabra «gente». Por lo tanto, los políticos cambian el significado de muchas unidades léxicas del idioma para adaptarlo a sus propios intereses [28, p. 50].

El juego de lenguaje puede basarse en cambiar la semántica de la palabra: la

población, el pueblo y el electorado. En cada uno de los dos pares de palabras, «el pueblo» cambia su significado, creando un significado adicional: connotaciones positivas en el primer caso - «una parte consciente de la población» y «capaz no sólo de votar, sino también de pensar, eligiendo conscientemente» - en el segundo. Por lo tanto, en la sección previa, se consideraron las peculiaridades de los discursos políticos en estos días y, resumiendo el material anterior, se puede dar el siguiente ejemplo: palabras como país y estado en la vida cotidiana se usarán con mayor frecuencia como sinónimos. Sin embargo, en lenguaje del discurso político, el estado adquiere connotaciones tanto positivas como negativas.

Conclusiones de la parte 1

Así, resumiendo todo lo anterior, podemos sacar la siguiente conclusión de que la herramienta de manipulación léxica se manifiesta de manera bastante activa y efectiva en el proceso de conducción del discurso político, ya sea por un cierto cambio en los significados específicos de las palabras, o por la elección acertada de las palabras necesarias para definir los objetos. Estas características del habla, como la movilidad característica de la estructura semántica de la palabra individual en sí, las considerables dificultades en el proceso de distinguir todas las connotaciones de los significados principales, la rica variabilidad de todos los significados mencionados en el idioma y, además, ciertos significados de los mismos signos lingüísticos, un cambio completamente libre de los fenómenos objetivos sobre los subjetivos y, a la inversa, de los subjetivos sobre los objetivos; Los políticos utilizan deliberada y deliberadamente la acentuación segura de todas las conexiones asociativas y sinónimas necesarias entre las palabras, su modalidad correcta de todas las declaraciones, la evaluación de la semántica, etc. Todo esto puede convertirse en abusos demagógicos en el lenguaje de los políticos, y no puede llamarse un juego de lenguaje. Lo más probable es que se trate de juegos de palabras, porque su resultado es demasiado serio.

Así, en el apartado teórico de la tesis de maestría «Características teórico-analíticas del discurso político» se consideran los siguientes aspectos: los principales conceptos y términos del discurso, el concepto de discurso político, el concepto de

semiótica del discurso político, el concepto de análisis del discurso, el principal género del fenómeno investigado, el concepto de discurso preelectoral, sus estrategias y tácticas disponibles, la eficacia misma del discurso político, todas las funciones del discurso político, los aspectos sociocognitivos del discurso político y muchos otros rasgos característicos de los discursos políticos.

PARTE 2.

PECULIARIDADES LINGUO-PRAGMATICAS DE LOS DISCURSOS DE LOS POLÍTICOS ESPAÑOLES

En esta parte de nuestra investigación vamos a describir y analizar las peculiaridades linguo-pragmáticas de los discursos políticos. La pragmática y el análisis del discurso implican el estudio del lenguaje en sus contextos de uso. La pragmática se centra en los efectos del contexto sobre el significado, y el análisis del discurso estudia el lenguaje hablado y escrito en relación con su contexto social.

2.1 Rasgos sociocognitivos del discurso político: institucionalidad y convencionalidad del discurso político

La comunicación política es una forma institucional de comunicación caracterizada por reglas sociales y marcos de funcionamiento ritualizados. Se entiende por instituciones toda clase de acciones establecidas o conjuntos normativos; se distinguen diferentes formas organizativas según los grados de institucionalidad

que en ellas se presentan.

El discurso político como forma de comunicación institucional se distingue objetivamente a partir de los siguientes rasgos constitutivos:

- a) determinantes temáticos;
- b) unidades léxicas y fraseológicas;
- c) conectores estructura-significado;
- d) objetivos y estrategias comunicativas, características de los participantes en la comunicación;
- e) tipos de argumentación.

Las instituciones públicas tienen sus propios sistemas de valores, que se implementan en forma de ideologías especiales [19, p. 104].

Resumiendo los resultados de la sociolingüística institucional estudios, R. Vodak caracteriza los institutos de la siguiente manera:

- a. los institutos son formaciones anónimas; se conocen los nombres de los clientes, pero a menudo se desconocen los nombres de los empleados de los institutos;
- b. los documentos escritos, como formularios, avisos oficiales, textos de leyes, etc., se escriben con mayor frecuencia en voz pasiva y se caracterizan por una redacción imprecisa;
- c. los institutos tienen rituales especiales: en muchos institutos, ciertas formas lingüísticas (discursos, saludos, fórmulas, juramentos, etc.) se han desarrollado históricamente y han perdido sus funciones específicas;
- d. las instituciones tienen un carácter militar: el poder y la jerarquía son los componentes más importantes de su dinámica; muchas acciones de habla toman la forma de una citación o de una orden;
- e. las instituciones crean la apariencia de armonía: las contradicciones y los conflictos se encubren y no se anuncian;
- f. la comunicación institucional, a diferencia de la comunicación interpersonal y artística, está orientada al estatus: la actitud hacia la dirección es mejor que hacia otros empleados del instituto; a los hombres mejor que a las mujeres; mejor es para los propios que para los extraños; a los clientes experimentados mejor que a los inexpertos [34].

Los participantes del discurso institucional suelen dividirse en representantes de instituciones y clientes. los representantes son personas competentes, profesionales facultados en su área (abogados, médicos, maestros, sacerdotes, administradores, etc.); Los clientes son personas que necesitan sus servicios. En el ámbito político, la población es considerada como clientela de las instituciones políticas. En este contexto, las instituciones políticas tienen como objetivo garantizar el orden y la legalidad en la sociedad.

Investigando las peculiaridades de los discursos políticos, R. Vodak enfatiza en la despersonalización del participante en la comunicación institucional. Resalta que cuando se pierden características personales dentro del instituto, entonces una persona se siente «cómoda» porque está bajo la protección de este instituto, a su vez, el instituto tiene la oportunidad de asignar las características personales de cada individuo [34].

Según M. Eger, la institución del poder ocupa un lugar importante en el juego político. Él define la institución del poder como un conocimiento especial socialmente legitimado junto con personas que están autorizadas para implementar la institución en la vida [22, p. 45]. En su definición, se refleja el lado informativo de la institucionalidad: el estatus superior del representante de la institución en relación con una persona se basa en gran medida en el acceso a la información y la capacidad de disponer de ella, por lo tanto, la capacidad de manipular la conciencia y las acciones de las personas.

El conjunto principal de acciones estratégicas de la comunicación institucional de las autoridades incluye:

- a) determinación de las características funcionales de las relaciones institucionales entre los interlocutores;
- b) la distribución de la responsabilidad entre ellos por la normatividad del lenguaje y el comportamiento social en el marco de actos específicos de comunicación política;
- c) aprobación de las propias «reivindicaciones comunicativas» y su declaración en términos de implementación específica, con interlocutores específicos y en condiciones específicas de interacción;
- d) control sobre el cumplimiento de las condiciones de implementación de los actos

- de comunicación ritual, que tienen un enfoque socio-constitucional;
- e) coordinación y estimulación de esfuerzos y acciones conjuntas de los participantes de la comunicación institucional para producir un efecto resultante (resultado) en beneficio de los intereses del iniciador o de todos los participantes de la interacción, si no va más allá de los límites de «imagen corporativa» y un acto específico de comunicación ritual;
 - f) aprobación del plan de acciones conjuntas y desarrollo de los criterios necesarios en el marco de la interacción conjunta del plan social e institucional [16, p. 157].

La institucionalidad como forma de relación determina la presencia de segmentos convencionales en el proceso de comunicación.

El fenómeno de la convencionalidad contribuye a la separación de los segmentos de la comunicación como reglas de formación de conducta estables y socialmente aceptadas, lo que hace de la comunicación una "ceremonia sagrada de apoyo a la sociedad en el tiempo".

La convencionalidad se manifiesta en la estereotipación del comportamiento a diferentes niveles:

- a) al elegir un género u otro modo de comportamiento socialmente relevante para lograr un objetivo comunicativo;
- b) al elegir actos comunicativos correspondientes a ideas sobre estatus sociales y sus interpolaciones;
- c) al elegir una de las formas de expresión de intenciones, ritual o libre, que corresponda a las tradiciones y posibilidades de la cultura y lengua de la etnia;
- d) en la elección del modelo de texto y modelo de argumentación más racional, etc.

Las formas semánticas convencionales (tales como: clichés, modismos, plantillas) diferencian esferas de comunicación y establecen relaciones interpersonales (lo que se manifiesta especialmente claramente en las acciones comunicativas rituales) [28, p. 15].

Cualquier comunicación institucional requiere la presencia de rituales, sin los cuales no se pueden implementar las funciones básicas de la comunicación. El ritual es una propuesta de orden, una estructura que refleja simbólicamente la organización jerárquica y espacio-temporal del mundo de la unidad social portadora del ritual.

Los lingüistas atribuyen el discurso político a las formas institucionales de comunicación, que se caracterizan por ciertas reglas sociales y marcos rituales de funcionamiento. Un mayor o menor grado de ritualidad es característico de cualquier comunicación verbal, porque depende de las condiciones externas y de los roles sociales de los comunicadores.

Según V. V. Bohdanov, la regla general de comunicación, teniendo en cuenta las condiciones y los roles, es la siguiente: si los comunicadores están menos familiarizados entre sí, entonces la situación de su comunicación es más oficial y la comunicación en sí misma adquiere una mayor personajización ritualizada [17, p. 77].

La comunicación ritual se caracteriza por la fijeza de la forma y la "obliteración" del contenido, es decir, el lado verbal real de la declaración.

La falta de información, la simplificación del contenido, la falta de novedad, la lucha por la estandarización y los estereotipos implementan las características principales de la comunicación ritual. El ritual excluye la alternativa, porque los participantes del ritual están obligados a obedecer sus leyes. Los discursos políticos, así como varios tipos de discursos terapéuticos, legales y religiosos, están absolutamente influenciados por tal ritual y su realización, porque el ritual define a los hablantes, sujetos y objetos al mismo tiempo, y también determina sus propiedades especiales y los roles que se les asignan [17, p. 78].

En el proceso de comunicación ritual, los participantes forman ciertas imágenes de la realidad, «generalizaciones», «representaciones funcional-semánticas», «referentes prototípicos», «estereotipos de comportamiento social», que no son un prototipo mecánico de la realidad existente (ritual y ontológicas), pero subjetivamente deliberadas, ideas idealizadas sobre ella. Las ideas nombradas se forman en la comunicación ritual para, apareciendo en la mente de los participantes de la comunicación, impulsarlos a realizar ciertas acciones (lingüísticas, mentales o físicas) [1, p. 125].

También se distingue el pensamiento ritual. En el pensamiento ritual, el espacio se divide en tres zonas significativas de interacción: «propia», «ajena» y «neutral» (zona de interacción). Cada uno de ellos tiene su propio color emocional, visualizado, respectivamente, en colores blanco, negro y rojo.

La ritualidad del discurso político se realiza en contextos estereotípicos, que se caracterizan por tres aspectos de la función socialmente reguladora:

- a) acumulación y transmisión de experiencia social (en ella se refleja la especificidad nacional-cultural de la comunicación ritual);
- b) control social, donde se implementa el carácter normativo, el imperativo de la interacción ritual;
- c) integración social, que determina la orientación grupal de la comunicación ritual [25].

Entonces, la característica principal del lenguaje ritual es que organiza un cierto sistema efectivo de relaciones entre hablantes y, en algunos casos, entre oyentes. Y, de hecho, el significado no solo de la comunicación ritual, sino también de la función sociocognitiva del discurso político radica en transmitir información secundaria importante.

2.2 Tecnologías manipulativas de influencia verbal en la política

La manipulación política es el gran problema de investigación de las ciencias sociopolíticas que aún está insuficientemente estudiado en la literatura científica. Naturalmente, en un artículo es imposible capturar todos los aspectos de una manipulación política, por lo que nos gustaría considerar solo su concepto y definición.

En primer lugar, es necesario decir que el mayor peligro para los ciudadanos y los dispositivos de gobierno democráticos representa el uso de los medios de comunicación de masas (más aún, los medios de comunicación de masas) para una manipulación política oculta de la gestión de la conciencia política y el comportamiento de las personas con el propósito de obligarlas a operar o permanecer inactivos en contra de sus propios intereses. Por lo tanto, la manipulación se basa en la mentira. Y no se trata de «mentira en rescate», y acciones mercenarias [16, p. 155].

De toda la variedad de métodos de procesamiento utilizados para cambiar el comportamiento político de las personas, es posible asignar las recepciones, lo que permite manipular el comportamiento de las personas. La manipulación política es

bastante difícil de formar social-espiritualmente estructurada en muchos niveles y en las bases, y es funcional, manifestándose en el político y sus sujetos, de forma dinámica e inconsistente. A este respecto, es necesario señalar que con frecuencia hay situaciones en las que se requiere que el sujeto político influya de manera suficientemente rápida y efectiva en el comportamiento de las personas, pero por lo tanto está limitado en el derecho a aplicar la coacción y la violencia francas, no lo hace. tiene posibilidades de afectar a aquellos que poseen poderes para aprobar leyes u otros actos estatutarios, no tiene tiempo para esperar, cuando las creencias de las personas y las preferencias valiosas cambian. En tales situaciones, la manipulación del comportamiento de las personas se convierte en algo cotidiano.

En política se entiende por manipulación un tipo especial de influencia cuando el manipulador induce a la persona a realizar acciones que en ese momento no tenía intención de realizar. La manipulación difiere del poder, la influencia imperiosa con ausencia de las instrucciones directas, la orden de qué hacer, y la compulsión abierta que lo sigue o la amenaza de aplicación de sanciones. En un curso de influencia manipuladora la persona no siente compulsión externa, le parece que toma la decisión, elige la forma del comportamiento por sí mismo [16, p. 155].

Es necesario decir que la tecnología general de la manipulación política se basa en la introducción regular de mitos sociopolíticos-ilusorios de las ideas que confirman ciertos valores y las normas percibidas principalmente en la confianza, sin juicio crítico racional de las realidades, la validez en la conciencia de masas. Los mitos se crean para sujetar a la gente. Cuando los mitos logran introducirse imperceptiblemente en la conciencia de masa, encuentran una enorme fuerza para que la mayoría de la gente no sospeche que se está produciendo una manipulación.

Los mitos constituyen la base de toda imagen ilusoria del mundo creada por manipuladores. Por ejemplo, existe esa recepción manipuladora cuya esencia consiste en la distribución hábil, sin ostentación e imperceptible para la mayoría de las personas del prestigio y de esa autoridad que es apreciada y respetada por ellas, que presenta el sujeto político. Al usar esta recepción, se inician asociaciones, se forman comunicaciones asociativas del objeto presentado con alguien o con algo que tiene la importancia y la importancia en los asociados. Así, si el candidato es representado en

el ambiente de los niños alegres en el panel publicitario, es muy posible que sobre alguien esta publicidad ejercerá la influencia latente como resultado de la fijación inconsciente de la comunicación asociativa positiva, e.d. niños en el candidato posicionado. Esta recepción se usa ampliamente en anuncios políticos cuando el candidato, por ejemplo, se muestra frente a hermosos espacios abiertos ilimitados para cualquier ciudadano o cuando el candidato poco conocido se representa cerca del político popular, científico [25].

La manipulación en la política tiene profundas raíces gnoseológicas ya que la política es un terreno difícil, a menudo oculto a los ojos de la gente sencilla, extremadamente inconsistente y capaz de ser falso, inmoral, deshonesto, etc. acontecimientos, explicarlos, estimarlos. No casualmente muchas personas, siendo objeto de manipulaciones, no aspiran a salir de este cautiverio, y se contentan con juicios estimados sobre la política en una palabra: «es agradable» o «no es agradable».

En el espacio político moderno, el conocimiento de una realidad de los medios de comunicación siempre está mediatizado y del cual los ciudadanos, en primer lugar, obtienen representaciones sobre ella, por lo que es imposible distinguir la información mostrada del fenómeno mostrado. Sirve como condición previa para una manipulación política como la forma de gestión latente de la conciencia política y el comportamiento de las personas con el propósito de generar en ellas las representaciones políticas necesarias, la preparación para cierto tipo de acción política [28, p. 60].

Los órganos del poder político de modos no democráticos siempre aspiran a mantener al pueblo, a la generalidad social del pueblo en una condición de objeto, utilizando los medios de comunicación para «plantar» estereotipos favorables a las autoridades, instalaciones, fines, ideales, etc. Como sabemos, la conciencia de masas es empírica, surge espontáneamente en el curso de la práctica cotidiana y es característica de una gran masa de miembros de una sociedad.

En relación a esto es necesario decir que en la manipulación política se distinguen dos modelos básicos: psicológico y racional. La característica básica del primer modelo es el uso de la reacción automática del individuo a esos u otros estímulos psicológicos. La esencia de una manipulación consiste en este caso en la

elección del estímulo más adecuado para la actuación de aquellos mecanismos psicológicos que son capaces de provocar la reacción deseada por el manipulador. A tal acceso la persona se considera el mecanismo simple que funciona por el principio el estímulo – la reacción. En el modelo racional la manipulación se lleva a cabo no por el uso de motivos psicológicos, y por medio de un engaño y una perfidia. Entre las formas de manipulación llevadas a este modelo, se asignan las siguientes: reducción del volumen de la información accesible al ciudadano de a pie; uso de propagación, es decir, otorgar a los ciudadanos información parcialmente verdadera, pero tendenciosa; Uso de la privacidad, es decir, ocultamiento deliberado de la información que es capaz de socavar una política política oficial; la sobrecarga de información, es decir, la concesión consciente de la información excesiva con el propósito de privar al ciudadano común de la posibilidad de adquirirla adecuadamente y verdaderamente estimarla. El sentido de tal enfoque consiste en la dificultad para los individuos de acceso real a la información que los obliga a confiar en su interpretación oficial [25].

En las empresas de propaganda, para el enraizamiento de los mitos sociopolíticos, la tecnología de manipulación supone el uso del arsenal más rico de recepciones concretas y métodos de influencia en la conciencia de las personas. Se trata no solo de un malabarismo directo de los hechos, el silenciamiento de la información objetable, la distribución de mentiras y calumnias, sino también formas más finas y refinadas: la verdad a medias: cuando para proporcionar confianza de la audiencia, de manera objetiva y concreta, los detalles insignificantes están en los detalles brillan y los hechos más importantes se retienen o se da una interpretación falsa general del evento; pegado de etiquetas (asignación de apodos) – inversión de la persona o idea en un apodo humillante, ofensivo o ridículo, un epíteto que socava su autoridad.

Según Gregory Whitfield entre las recepciones de una manipulación política es posible distinguir:

- a. un principio de «recomendaciones» (certificado) - utilizar nombres de actores conocidos que los simpatizan, científicos, deportistas y otras celebridades para fortalecer el efecto y la sugerencia de popularidad del candidato o del bloque

- preelectoral;
- b. principio de «transferencia»: identificación de cualidades y propiedades de cualquier persona o idea política con cualidades y propiedades de personas o ideas conocidas y autorizadas, es decir, una estimación de la asociación;
 - c. un principio «gente sencilla» (los niños) - identificación de los intereses del informante o del propagandista con los intereses y expectativas de la gente sencilla, la mayoría silenciosa de la nación, la tierra salina, etc.;
 - d. el principio «del soporte de las tarjetas» - la falsificación franca de los hechos reales por medio de las recepciones imperceptibles para el auditorio de masas;
 - e. un principio de «mediocridad brillante» (incitación del rubor) - que opera por verdades habituales, banales, conocidas de todo, pero a la vez bastante abstractas para el habitante sobre las que no suele reflexionar el mantenimiento último («la ley y un orden», «derechos humanos», «humanismo, libertad, justicia», etc.);
 - f. un principio de «el automóvil general» (junto con todo) - estimulación de cierta reacción por sugerencia de pensamiento sobre esto generalmente reconocido y una racionalidad («todos piensan así», «todos hacen así») [12].

Los manipuladores modernos utilizan hábilmente las leyes de la psicología de masas. Así, una de las recepciones de manipulación generalizadas y aparentemente inofensivas, denominada «la espiral encubridora», consiste en que con la ayuda de las referencias a encuestas falsificadas u otros hechos para convencer a los ciudadanos del apoyo de la mayoría de una sociedad es necesario que los manipuladores de una posición política, en su victoria. Obliga a las personas que se adhieren a diferentes puntos de vista, desde el miedo a aparecer en aislamiento social-psicológico o cualquier sanción para retener la opinión o cambiarla. En el fondo de la represión sobre la posición de los opositores, la voz de la mayoría presente o imaginaria se hace aún más fuerte, y esto obliga aún más fuerte a la aceptación de la opinión «estándar» oa la aceptación de la opinión «estándar» oa la ocultación profunda de la creencia. Como resultado, «la espiral encubridora» gira aún más abruptamente, brindando una victoria a los manipuladores [12].

Es necesario subrayar que la manipulación política es ampliamente utilizada no solo en los estados autoritarios y totalitarios donde a menudo es un método dominante

de actividad de los medios de comunicación, sino también en las democracias occidentales modernas, especialmente en la propagación de partidos y durante las empresas selectivas. Hoy cualquier sociedad selectiva presidencial o parlamentaria en los países del Oeste y muchos otros estados no pasa sin el uso de las recepciones de la manipulación política y la publicidad, que, entrelazándose estrechamente entre sí, crean a los espectadores representaciones bastante alejadas de la realidad sobre lo determinado político [28, p. 49].

Como muestran las investigaciones sociológicas, el votante promedio suele juzgar al candidato a presidente o al parlamento por aquella imagen que le crea la teleconducción y otros medios de comunicación de masas. Profesionales empleados por grandes creadores de imágenes de dinero y organizadores de las empresas selectivas dictan a los solicitantes no solo la forma de la ropa y la forma de comportamiento, sino también el mantenimiento de las actuaciones que abundan en conjunto de las promesas tentadoras generalmente olvidadas inmediatamente después de una victoria en elecciones.

Detrás de un brillante embalaje publicitario hábilmente confeccionado por los medios de comunicación, es difícil distinguir al votante las verdaderas cualidades comerciales y morales de los candidatos, para definir sus posiciones políticas. Tal actividad publicitario-manipuladora transforma la elección de los ciudadanos de la decisión libre consciente en el certificado formal programado de antemano por los expertos en la formación de la conciencia de masas.

En relación a esto es necesario decir que es necesario llevar a cabo la lucha irreconciliable contra la manipulación política. Sin la debida lucha contra una manipulación política puede convertirse en la principal función de los manipuladores, los medios de comunicación y desbaratar los principios democráticos proclamados oficialmente por el Estado en una sociedad [12].

Los obstáculos esenciales para una manipulación política son la experiencia privada de las personas, y también los sistemas de comunicación no supervisados por el poder: una familia, parientes, conocidos y amigos, grupos de interacción que se desarrollan en el curso de la actividad industrial y de otro tipo, etc. Sin embargo, una manipulación política, especialmente al monopolio de sus iniciadores por los medios

de comunicación, el poder económico y político, es capaz de sortear estas barreras como posibilidades de experiencia individual y grupal aplicadas a una política que es limitada y supone diversas interpretaciones. Así, por ejemplo, se puede explicar de otro modo el fracaso de la política económica del gobierno: su incompetencia o la corrupción, la herencia pesada del último régimen, la inevitabilidad de las dificultades en la reforma, las intrigas de la oposición o los estados hostiles, etc. Los más débiles a la población los mecanismos protectores de la manipulación en el campo de la nueva problemática, con relación a que a ello todavía no tienen la opinión.

Es necesario decir que contra la manipulación política pueden actuar firmemente y con eficacia las estructuras estatales, la organización pública de los medios de comunicación de masas y el pluralismo [12].

En la mayoría de los países del mundo hay órganos especiales de la sociedad para controlar los medios de comunicación de masas que vigilan la observancia por ellos de la ética y las normas jurídicas. Por ejemplo, en Francia, tal instancia es el Consejo Superior de Comunicaciones Audiovisuales. No sólo supervisa el organismo estatal y privado de una emisora de radio, sino que también le otorga las licencias estatales para el derecho de transmisión. En Inglaterra el gobierno y el parlamento definen las líneas generales de actividad de la radio y la teleconducción. La observancia por parte de la prensa de las normas éticas es seguida por la comisión especial de autocontrol. La política de información, como el poder político y económico, necesita el control de una sociedad [12].

Además de los órganos especiales de control estatal o público para utilizar los medios de comunicación y las tribunas públicas en interés de los ciudadanos y para prevenir las consecuencias negativas de su actividad, ayuda a la educación en comunicación de la población y, especialmente, de la generación joven. La educación en comunicación política de la generación joven gana una distribución cada vez mayor en las democracias occidentales. Es evidente que esto es aún más necesario para países del territorio postsoviético, en que la alfabetización de la población en el campo de los medios de comunicación de masas es baja, y la posibilidad de su uso en la manipulación de los objetivos es alta. Solo en una solución compleja de varios problemas en el campo de las comunicaciones masivas sobre la base del relato de la

experiencia mundial y las propias realidades políticas, estos países pueden crear una democracia efectiva y viable, y limitar la esfera de influencia de una manipulación política [12].

El proceso de influencia manipuladora en la conciencia pública es bastante posible al involucrar ciertas características estilísticas y sintácticas del habla. El lenguaje mismo representa tal sistema de signos que tenemos la oportunidad de usar para denotar objetos concretos realmente existentes; ciertas palabras pueden servir para formar imágenes concretas, reflejar fielmente la realidad que sucede en la sociedad, y un contraste significativo entre las imágenes que surgen en el proceso de comunicación, o cuando escuchamos, escribimos o leemos, y el estado real de la situación. El significado icónico y simbólico del lenguaje nos permite realizar maquinaciones manipulativas sobre la conciencia de muchas personas en el proceso del discurso político. Este proceso se desarrolla con ciertas dificultades y sutilezas, y el funcionamiento de la lengua misma como sistema uniforme de signos se caracteriza de la siguiente manera:

a) En el proceso de uso del lenguaje natural, la mayoría de los signos tokens tienen un cierto número de significados y no solo están relacionados con un solo objeto de la realidad. El significado de un tipo diferente de un lenguaje de señas se usa en uno específico contexto lingüístico. Así, la incapacidad de comprender el contexto muy posiblemente puede acarrear las siguientes consecuencias: interpretación incorrecta de los signos, información incorrecta sobre un determinado hecho de la realidad;

b) El lenguaje se caracteriza por el fenómeno de la polilexia como la presencia de varios lexemas que definen a un mismo sujeto (médico, enfermero, médico);

c) El lenguaje se caracteriza por un fenómeno como la polisemia: la presencia de diferentes variantes de ciertos significados, donde los límites entre ellos a menudo se desdibujan, y en este caso hay una disminución en la efectividad y el valor de la información del habla.

d) Solo el término-signo es invariable en términos de significado y transmite la información específica necesaria.

El modelo, gracias al cual suele tener lugar el proceso de construcción de tecnologías modernas de influencia manipulativa verbal en el proceso político, se basa en la teoría de la comunicación del lenguaje. La teoría mencionada en su forma perfeccionada está disponible en los trabajos de S. Gardner.

Además del significado principal, es decir, la denotación, un cierto número de palabras se caracteriza por ciertas connotaciones (un nuevo significado especial de una expresión o una palabra determinada, sus matices estilísticos, emocionales y semánticos), que se utilizan en el significado principal y sirven para expresar diversas características emocionales, valorativas y expresivas. Palabras con diferentes connotaciones en el proceso de conducción del discurso político son capaces de estropear o, con la ayuda de ciertas tendencias, presentar la información necesaria sobre un hecho real que está en el significado principal de la palabra [16, p. 153].

Entonces, de esta manera, las preguntas sobre la esencia de las cosas y la verdad se presentan en el más alto grado como preguntas fundamentales, básicas, que están conectadas con el uso del lenguaje. El estudio de los fenómenos de la mentira en el proceso de interacción del habla es el objeto inmediato y principal de la investigación lingüística, en mayor medida precisamente en aquellos casos en los que la mentira se cultiva como un tipo especial de arte.

2.3 Influencia manipuladora en los discursos de Pedro Sánchez. Medios del fortalecimiento de la manipulación del habla.

Según la definición de V. E. Chernyavska la manipulación se entiende como «la influencia del lenguaje dirigida a incitar encubiertamente al destinatario a realizar determinadas acciones», es decir la formación de actitudes en la mente del destinatario que coinciden con la actitudes del destinatario. Durante la manipulación, el destinatario trata de convencer a una persona para que acepte ciertas afirmaciones como verdaderas sin apoyarse en la evidencia, mientras que el destinatario no siempre nota la actitud de controlar su comportamiento o su conciencia.

Un tipo de manipulación del lenguaje es la manipulación de la información, que tiene los siguientes tipos:

- Encubrimiento (ocultar información al destinatario), selección (mensajear solo información beneficiosa para el remitente);

- Distorsión (reducción o exageración del significado de ciertos fenómenos);

- Construcción (inventar datos que no existen en la realidad) [11, p. 63].

La manipulación en el discurso político se realiza en el proceso de acción de habla dirigido al destinatario masivo con el objetivo de distanciarlo de la realidad sociopolítica. El manipulador debe manejar hábilmente a la audiencia para lograr una respuesta favorable del destinatario. El propósito principal del discurso político es sugerir ciertas acciones y valoraciones políticas al destinatario. Así, el objetivo del discurso político no es sólo la constatación de los hechos, sino también la persuasión del destinatario [11, p. 74].

Al manipular, a menudo se utilizan varias técnicas retóricas, así como desviaciones pragmáticamente justificadas de las normas y leyes de la lógica formal. Las técnicas retóricas más comunes utilizadas para este propósito incluyen las siguientes:

- a. Uso de analogías;
- b. Representación del rol esperado del axioma;
- c. Predicción de eventos;
- d. El uso de verdades notorias en una preposición antes de la información que debe ser introducida en la conciencia del destinatario;
- e. Cambio temático.

Ilustremos las técnicas retóricas enumeradas anteriormente, utilizadas para la manipulación, con ejemplos del discurso de apertura de Pedro Sánchez. En particular, el lenguaje analizado se refiere a eventos futuros: «*Propongo, señorías, llevar al Gobierno la idea de una España que supere las políticas frentistas, que haga de la creación de empleo de calidad su bandera para luchar contra la desigualdad. Un país que procure el bienestar de todos, con una apuesta decidida por las políticas sociales*» [30].

En el ejemplo anterior, Pedro Sánchez destaca que España se convertirá en un país que apuesta por la igualdad de todas las personas y se ilusiona con el bienestar de todos sus habitantes. El ejemplo dado es una ilustración de la estrategia de

autopresentación positiva. Se expresa veladamente la idea de que se producirán cambios a mejor si el cambio de poder es a favor del hablante.

Para ejercer una influencia manipuladora sobre el destinatario, el político utiliza referencias a los valores de la sociedad española, como la democracia, la unidad, la libertad, la seguridad, la protección, el bienestar, la prosperidad, la fe y algunos otros, y también utiliza vocabulario de colores positivos: esperanza, sueño, amor, bondad, fuerza, guía, amigos, respeto, unión, ayuda, victoria, fantástico, grandioso, etc. Ejemplo: «*Por eso proponemos un gran pacto por la educación, la ciencia y la cultura, porque esa es la mejor manera de asegurar nuestro futuro y garantizar la igualdad de oportunidades // La corrupción, lo saben ustedes muy bien, es un veneno que debilita nuestra democracia, en un momento en que más necesitamos de la fortaleza de nuestra democracia*» [30].

Para potenciar la influencia manipuladora en el discurso político de Pedro Sánchez se utilizan las construcciones paralelas y la repetición léxico-sintáctica, es decir, una construcción que reproduce la estructura formal o semántica de la oración anterior. Las anáforas y las construcciones paralelas se utilizan a menudo en los recursos analizados, por ejemplo: «*Señorías, esta sorprendente huida del señor... // Señorías, según la versión que el pasado miércoles el señor Rajoy explicó... // Señorías, acepté el encargo del jefe del Estado, del rey Felipe VI*» [30].

La utilización de dos palabras que expresan lo mismo unidas por una conjunción copulativa tiene mayor presencia en el discurso de Pedro Sánchez. Además, son frecuentes las reproducciones de sustantivos en masculino y femenino, en lugar de optar por el masculino genérico en todo su discurso. Por ejemplo: es el caso de «*diputados y diputadas*», «*españoles y españolas*», «*señoras y señores*», «*hombres y mujeres*».

En uno de los discursos de Pedro Sánchez se utiliza la estrategia de las alternativas evaluativas, que se implementa en el proceso de múltiples contrastes, tanto dentro de una oración como de varias oraciones, por ejemplo: «*En unos minutos se decidirá con los votos de todos ustedes ... si hemos sido capaces de pensar en el interés general renunciando a alguno de nuestros intereses particulares o no. Si hemos sabido aprovechar esta oportunidad para la sociedad o la dejamos escapar*»

[30].

La implementación de la estrategia de evaluación de alternativas simultáneamente con la creación de la cadena pasado - presente - futuro también se puede rastrear en unos pocos párrafos: «*El Partido Socialista, señorías, ha gobernado durante años, y gobierna hoy, comunidades y ciudades con acuerdos con otros partidos, basados en políticas progresistas. También ha sido y es soporte leal de otros gobiernos de progreso*» [30].

En los ejemplos dados, la oposición se logra como resultado del uso de medios discursivos, con la ayuda de los cuales se logra el efecto de contraste. Al comienzo de las oraciones, se utilizan las conjunciones *y*, *pero*, como resultado de lo cual el idioma adquiere un carácter conversacional.

Uno de los rasgos característicos del discurso presidencial analizado es el uso de la cadena temporal pasado ➔ presente ➔ futuro. Al mencionar el pasado, se utiliza una estrategia descendente, se utiliza mayoritariamente un vocabulario negativo, mientras que los acontecimientos futuros se presentan de forma positiva: «*Señorías, esta sorprendente huida del señor Rajoy de sus responsabilidades institucionales había llevado a nuestro país a un período de incertidumbre y de bloqueo. Y esta semana se ha visto finalmente superado, tras la celebración de esta sesión de investidura*»[30]. Como muestra el ejemplo, Pedro Sánchez asegura a los oyentes su confianza en que, como resultado del esfuerzo conjunto, les volverá la seguridad en futuro y recuperarán sus sueños. Con la ayuda del marcador manipulativo expresado por el pronombre *nuestro*, se une con los oyentes.

En los discursos analizados existen llamadas a la acción donde se utiliza la inversión: «*...con un solo voto podemos cambiar de la noche a la mañana el futuro de España // En unos minutos se decidirá con los votos de todos ustedes, de todos y cada uno de ustedes, señorías ...*» [30]. En los ejemplos dados, se enfatiza el importante papel de los oyentes en el destino futuro del país, para subrayarlo se usa la repetición de pronombres: *ustedes, todos, usted*.

Un papel especial para fortalecer el impacto al destinatario desempeña el uso de los eslóganes que se utilizan para expresar promesas. En la segunda campaña, la del 26 de junio del 2016, Pedro Sánchez y el PSOE apuestan por «un sí por el cambio».

Un eslogan que viene a ratificar los pensamientos de los meses anteriores, en los cuáles otras formaciones políticas no apostaron por aupar a un PSOE en minoría al poder. El concepto de cambio es la palabra más usada en el ámbito político, y el equipo de comunicación socialista decide que forme parte de su eslogan. El objetivo del equipo de campaña socialista era «hacer una campaña positiva y propositiva», con la que buscaban explicar a los ciudadanos que había llegado el momento de elegir entre inmovilismo y progreso, que para España, en aquel momento era «sí o es no».

Cabe destacar la campaña electoral de Pedro Sánchez el 20 de diciembre. Habló su discurso bajo el lema «Un futuro para la mayoría», donde las palabras claves serán el futuro y la mayoría. Ambas palabras son la parte de sus alocuciones ya que son innumerables las frases que, como ya se ha señalado de forma previa, ha creado a raíz del eslogan: un futuro para la mayoría de trabajadores de jóvenes, de mujeres, de pensionistas, de parados... Si hablamos del futuro Sánchez, encaja así el concepto en su discurso: *«El futuro no se puede construir si no es con la verdad // El futuro nos vamos a conquistar los españoles votando socialista el próximo 20 de diciembre»* [30].

Se utilizan hipérboles, metonimia, personificación, epítetos, aliteraciones, metáforas, comparaciones para aumentar la influencia manipuladora. En caso de Pedro Sánchez, el recurso más utilizado es la metáfora. Por ejemplo: *«La corrupción, ... es un veneno que debilita nuestra democracia...// Hablo de corrupción ... que hace menos ruido // ... poner en marcha el reloj de la democracia»* [30]. En el primer ejemplo, Pedro Sánchez destaca la nocividad de la corrupción, que supuestamente es un veneno que debilita al país.

Para elogiar la personalidad del hablante y criticar al oponente se utilizan estrategias de aumento y disminución. Por ejemplo: *«La respuesta es bien sencilla: hoy estaríamos debatiendo qué es lo que había que hacer para poner en marcha el reloj de la democracia. Como dije el pasado martes, pienso que mi único fracaso hubiera sido rechazar el ofrecimiento del jefe del Estado»* [30]. En el ejemplo anterior, podemos ver que la entonación aumenta cuando el habla de la democracia y la entonación disminuye cuando el habla de sus errores. Demuestra que no es perfecto, el aprende y admite sus errores, al igual que todos en la sala.

La estrategia de la disminución también se utiliza en aquellos casos cuando se trata de un determinado oponente de Pedro Sanchez durante el período de campaña: «*Señorías, esta sorprendente huida del señor Rajoy de sus responsabilidades institucionales había llevado a nuestro país a un período de incertidumbre y de bloqueo*» [30].

La manipulación a nivel léxico es frecuente. «Elegir una palabra, elegir una nominación ya es un acto subjetivo y evaluativo», razonó V. E. Chernyavska. Además del significado denotativo, la palabra también tiene un componente connotativo. Las connotaciones incluyen «componentes de significado emocionales, evaluativos, expresivos y estilísticos». Así, las connotaciones ayudan a los destinatarios a transmitir su actitud ante una situación específica. Vale la pena señalar que la elección de las palabras puede imponer al destinatario del mensaje una opinión específica, una actitud hacia lo que está contenido en el mensaje, controlando así la percepción y la comprensión del destinatario. Por ejemplo: «*...ningún Gobierno de cambio que defienda los intereses de una España unida, limpia y justa dejará de contar con nuestro apoyo. // Y me gustaría, además, hacer partícipes a todos los españoles y españolas que nos estén siguiendo a través de la televisión, de la radio, a través de las redes sociales, con una reflexión*» [30]. Al dirigirse a la gente de toda España, Pedro Sánchez se acerca a la gente y al mismo tiempo menciona la España libre y limpia que vendrá si los oyentes apoyan su campaña. Aquí también utiliza el verbo «*defienda*», lo que significaría que el se esfuerza al máximo para lograr el objetivo fijado.

La palabra «mujer» en plural es uno de los conceptos clave en los discursos de Pedro Sanchez ya que hace una defensa a ultranza del papel femenino para argumentar la igualdad de género en las políticas que desea implantar. Ejemplo: «*A diferencia de otras formaciones políticas, nosotros sí apostamos por las mujeres // No puede ser que las mujeres cobren un 24% menos que los hombres // Vamos a defender el derecho a decidir de las mujeres, y articular un gran pacto contra la violencia de género, y una ley de igualdad salarial entre hombres y mujeres*» [30].

«Compromiso» también es una palabra usual en su discurso, con el objetivo de que los ciudadanos confíen y crean en sus políticas, y las ideas que defiende en sus

discursos. Realizará enumeraciones de esos compromisos durante sus mítines: «*Mi primer compromiso será recuperar un gobierno paritario en cuanto lleguemos al gobierno de España*» [30].

«Votos, leyes o socialistas» secundan al concepto cambio en todos los mensajes, aunque este último es el concepto clave sobre el que gira su discurso. Ejemplo: «*Hay algunos que dicen que quieren recuperar lo que construimos los socialistas, que no se preocupen que volveremos a hacerlo*» [30].

Rajoy es otro nombre propio en sus discursos, ya que las referencias al candidato del PP, y presidente del gobierno, son numerosas en todos y cada uno de los mítines. Ejemplo: «*Ha fracturado a España, la ha confrontado territorialmente. Mariano Rajoy no merece la pena, ni merece seguir siendo presidente del gobierno // Damos la cara, vamos a los debates señor Rajoy, no mandamos a nuestros segundos. No nos ocultamos*» [30].

Se confirma sin lugar a dudas el hecho de que se confirma la hipótesis de trabajo de que el uso de las estrategias del lenguaje determina el potencial manipulador del discurso político presidencial y afecta la elección de los medios estilísticos y léxico-gramaticales. En el discurso de agradecimiento, discurso de victoria y discurso de inauguración Pedro Sánchez utiliza estrategias manipulativas discursivas y marcadores manipulativos, llamó a acciones conjuntas, utilizó «vocabulario unificador» (para sugerir a los oyentes la idea de participación en los eventos), lemas e inversiones. La manipulación del lenguaje es un fenómeno complejo, cuya eficacia depende de factores lingüísticos, psicológicos, extralingüísticos y sociales.

Así, a modo de conclusión, podemos afirmar que el discurso de Pedro Sánchez es de carácter pragmático, pues una de las principales tareas comunicativas del presidente es la influencia, que puede expresarse de diferentes formas, como la influencia directa y la manipulación encubierta. Las estrategias manipulativas y los marcadores utilizados en el discurso presidencial, junto con los medios de influencia estilísticos y léxico-gramaticales, juegan un papel importante en el aumento del potencial manipulador del lenguaje. El discurso político presidencial es un medio efectivo para manipular la conciencia de la nación y moldear su visión del mundo.

2.4 El proceso de formación de palabras y ejemplos de neologismos en discursos de Pedro Sánchez.

Todo el mundo sabe que los políticos siempre usan neologismos y eufemismos en sus discursos o los crean ellos mismos. Pedro Sánchez no es una excepción. Eso sí, la pandemia y la guerra en Ucrania dieron un gran impulso a la reposición del idioma neoespañol. Los discursos de Pedro Sánchez son los mejores ejemplos posibles del nuevo vocabulario, que ha traído a la vida de los españoles. El primer término es *desescalada*. Si buscamos esta palabra en el diccionario, no la vamos a encontrar. De hecho, el buscador nos remite a la palabra *desescamar* (escamar un pez). En realidad, el presidente y el resto del Gobierno se refieren a la etapa posterior al confinamiento.

Otra frase es *nueva normalidad*. En este caso el Presidente refiere a una norma distinta de lo que había. Es decir, «no recuperamos la normalidad, sino que vamos hacia otra normalidad».

La cogobernanza es otra palabra que representa el neoespañol. En unas correctores de los procesadores de texto de turno pinta de rojo la palabra: no existe. Esta palabra según el diccionario de Real Academia Español es «arte o manera de gobernar que se propone como objetivo el logro de un desarrollo económico, social e institucional duradero, promoviendo un sano equilibrio entre el Estado, la sociedad civil y el mercado de la economía». De estas líneas podemos concluir que cogobernanza es algo que hay que hacer en común, por eso después de las intrigas relativas al mando de la gestión de la crisis se empieza a utilizar el término de la cogobernanza [24].

En muchos discursos Pedro Sanchez utiliza el masculino y el femenino en una misma frase para que los ciudadanos se sientan representados por las palabras de los políticos que se sientan los únicos, por ejemplo: «todos y todas», «señoras y señores» etc. Este fenómeno se denomina como *el lenguaje inclusivo*.

Además, habían aparecido algunas frases que se refieren al coronavirus en todo el mundo. Por ejemplo: confinamiento, EPI (Equipos de Protección Individual), personal sanitario (que generaliza todos los médicos en dos palabras).

En conclusión, hemos mencionado algunos fenómenos que hacen el lenguaje más culto y menos cercano a lo cotidiano. Esas palabras están usándose por los políticos muy frecuentemente y cada día a esta lista de neoespañol se añaden muchas palabras.

2.5 El análisis de los mensajes de Pedro Sánchez en las redes sociales

El sistema mundial de medios ha sufrido transformaciones significativas desde la llegada de los nuevos medios a fines de la década de 1980. Durante la última década, las redes sociales se han convertido en poderosas herramientas políticas en las campañas y el gobierno. El sistema de medios políticos en España ha sufrido transformaciones masivas en las últimas tres décadas. El alcance de estos desarrollos de nuevos medios es amplio, y abarca tanto fuentes heredadas como plataformas de comunicación totalmente novedosas que son posibles gracias a las tecnologías emergentes.

La era de los nuevos medios comenzó con la tendencia del infoentretenimiento en la década de 1980, cuando los programas de entrevistas de televisión, los programas de radio y los periódicos sensacionalistas asumieron roles políticos mejorados. Los cambios se hicieron más radicales cuando Internet surgió como un sistema de entrega de contenido político en la década de 1990 [7].

La evolución de las redes sociales, como Facebook, Twitter y YouTube, de plataformas que facilitan las redes entre amigos a poderosas herramientas políticas, ha sido un desarrollo especialmente trascendental. Los candidatos políticos son completamente conscientes de lo importante que es invertir en una buena estrategia de redes sociales porque las plataformas se han convertido en la forma más directa de vender ideas políticas a un electorado [6].

Una de las redes sociales más populares en la política es Twitter. Aquí, los políticos pueden expresar su opinión de manera fácil y rápida inmediatamente después de que aparecen las noticias y las sensaciones. En esta parte del trabajo analicemos las publicaciones y mensajes publicados por Pedro Sánchez.

Por ejemplo, una de las últimas publicaciones de Pedro Sanchez fue una reaccion

a la noticia de Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género que publicó «Confirmamos el asesinato de una mujer de 69 años en la provincia de Málaga el 4 de noviembre por presunta #ViolenciaDeGénero. El número de mujeres asesinadas por violencia de género en España asciende a 37 en 2022 y a 1.167 desde 2003».

El político respondió, publicando un post a favor de las víctimas de esta situación: «*Doloroso e insoportable. Todo mi cariño para la familia de la mujer y la niña asesinadas por #ViolenciaDeGénero en Móstoles este fin de semana. #NiUnaMenos*» [32]. En este ejemplo de «post» el político utiliza las reglas básicas de la comunicación en Internet. Según ellas un mensaje debe ser breve, directo y claro. Pedro Sánchez escribe su «post» en la manera breve posible para que los lectores entendieron de inmediato sobre qué estaba escribiendo el autor.

Analizaremos otro ejemplo de un mensaje de Pedro Sánchez. En este ejemplo el político escribe un mensaje-recordatorio y hace un tag»de otros políticos españoles y anima a todos los lectores a seguirles en los redes sociales. Aquí el utiliza un hashtag de *ElGobiernoDeLaGente*. Los hashtags juegan un papel bastante importante en la popularización de la información, ya que los lectores pueden encontrar información fácilmente simplemente usando el hashtag deseado.

Ejemplo: «*¡Buenos días! Hoy, a partir de las 11:30h estaré en el acto del @PSOE en Vitoria Gasteiz junto a @enekoandueza, @CristinaGnlz y @metxebarria_vg. Podrás seguirlo en las redes sociales. Os espero. #ElGobiernoDeLaGente*» [32].

Hemos analizado el flujo de Twitter de Pedro Sánchez y eso ha revelado algunas combinaciones de palabras interesantes. El primero fue «*vía + @el_pais*», fórmula que utilizaba a la hora de recomendar a sus seguidores una noticia publicada por El país. El segundo era «*@masdeuno + #pedrosánchezenondacero*», combinación que aparecía en mensajes publicitarios de entrevistas realizadas con él en el programa «Más de Uno» de Onda Cero en abril y junio de 2016, uno de los cuales decía: RT @OndaCero_es: «*A las 9, @carlos_alsina entrevista a @sanchezcastejon en @MasDeUno*».

A Pedro Sánchez le gusta la expresión «*os dejo*», que emplea en tuits promocionando entrevistas recientes en medios, por ejemplo: «*Os dejo aquí el audio*

de la entrevista de esta mañana en @MasDeUno con @carlos_alsina #PedroSanchezEnOndaCero esta mañana en @MasDeUno con @carlos_alsina» [32].

Conclusiones de la parte 2

Las características léxicas del lenguaje político han sido durante mucho tiempo el foco de atención de los investigadores de la teoría de la comunicación. El discurso político, siendo una de las formas de comunicación, también se define desde el punto de vista de sus rasgos lingüísticos, los cuales, a su vez, configuran el discurso político. Una de las tareas del discurso político es influir en la conciencia tanto de las masas como de las personas utilizando medios lingüísticos específicos. Donde hay una discusión sobre los medios del lenguaje, una dirección especial en lingüística pasa a primer plano: la estilística lingüística que analiza las técnicas expresivas y estilísticas que proporcionan la función de influencia. Por eso es de gran importancia el estudio de los rasgos estilísticos lingüísticos de la retórica política, que puede definirse como la ciencia de «las especificidades, reglas y leyes de la actividad del habla en el campo de la política como esfera de la gestión social».

PARTE 3.

RASGOS LINGUO-ESTILÍSTICOS DE LOS DISCURSOS DE PEDRO SÁNCHEZ

Un rasgo característico de los discursos políticos de Pedro Sánchez es el amplio uso de herramientas estilísticas del lenguaje, que se construyen, principalmente, sobre el vocabulario militar en combinación con el tema principal de sus discursos: la batalla por el votante, la guerra y la paz, el ataque a la democracia, las batallas diplomáticas, la guerra con los migrantes, el socavamiento de la economía, la destrucción de la sanidad y las consecuencias de la pobreza, la estabilización de las relaciones internacionales, la crisis del gobierno, el fracaso del juicio político. Varias técnicas estilísticas lingüísticas están involucradas en la creación de una imagen lingüística. Entre ellos, a nivel léxico-estilístico, los más frecuentes son el epíteto, la metáfora, el eufemismo, la comparación, la repetición, la hipérbole, las parcelaciones, las preguntas retóricas, los incumplimientos; en lo sintáctico - paralelismo sintáctico, inversión, cita, parcelación; en la fonética - cambios de timbre, así como afectivo silábico.

3.1 Rasgos estilísticos del discurso político.

Los discursos de Pedro Sánchez se caracterizan por el uso de las figuras lingüo-estilísticas. Primeramente, vamos a ejemplificarlo con los epítetos. El epíteto da una expresividad significativa al enunciado. Siendo un medio expresivo basado en la selección de una cualidad, signo del fenómeno descrito, el epíteto es siempre subjetivo. Por lo tanto, los epítetos crean el trasfondo emocional necesario de la declaración, ayudan al destinatario a desarrollar una actitud, también están diseñados para una determinada reacción del destinatario.

Para dar un ejemplo de este fenómeno debemos recordar de Ucrania y que

muchos políticos de Europa y de todo el mundo expresaron sus opiniones sobre la guerra. Discurso de Pedro Sánchez esta lleno de muchos epítetos emotivos. Por ejemplo, «*Con nuestra unidad estamos mandando un mensaje claro, nítido, rotundo, de nuestra decisión de defender aquello en lo que creemos*» [31]. Aquí el autor enfatiza que apoya a Ucrania y envía un mensaje importante para enfatizar que él está por la paz y la justicia en todo el mundo y está listo para defender lo que cree.

Para describir mejor la situación de las guerras en el mundo, Pedro Sánchez recurre al uso del epíteto y la metáfora, afirma que a todos nos consume la desigualdad y la injusticia: «*...la desigualdad en la que estamos inmersos*».

«*Señorías, el acuerdo de Gobierno que presento a esta investidura quiere limpiar a España corrupta, con leyes que ... persigan y castiguen esa corrupción cuando se produzca*» [30]. La palabra *corrupto* no solo tiene una connotación negativa, sino que también pertenece al vocabulario de la ficción que se utiliza en los documentos oficiales. Asume la fiabilidad, la oficialidad de la información recibida y, por tanto, la presenta a los ojos del lector como objetiva. Así, el epíteto *corrupto* no solo crea una evaluación negativa, sino que también ofrece esta evaluación como oficial, universalmente reconocida.

Uno de los otros medios importantes para transmitir expresividad es una hipérbole que, de acuerdo con su organización semántica, contiene solo aquellas características semánticas de los lexemas que tienen el término «grado». Pedro Sánchez utiliza los hipérbolos hablando de Mariano Rajoy. Los ataques al candidato del Partido Popular y a su gobierno durante los últimos cuatro años son continuos desde el primer mitin. Por ejemplo: «*A este gobierno de mentira vamos a darle una lección de verdad ganando las elecciones // El Partido Popular es el paradigma de la mala educación. Rajoy ha despreciado a todos, a estudiantes, a profesores...*»

Rajoy aparece en la gran mayoría de sus mensajes, independientemente del tema que esté tratando. Como es el caso de su no presencia en los debates: «*vamos a los debates Señor Rajoy, no nos ocultamos detrás la vicepresidenta*». O cuando se refiere a la reforma laboral: «*antes de derogarla, el último español al que vamos a aplicar la reforma laboral es a Mariano Rajoy*» [30].

Lo siguiente en lo que nos fijaremos serán las herramientas para la expresividad

sintáctica. Este es un medio importante y efectivo de estilística lingüística, ya que juegan un papel muy importante en el arte de la acción oratoria. En primer lugar, en la mayoría de los casos, el proceso de habla de Pedro Sánchez se distingue radicalmente por la parcelación: *«No esperemos más. Voten sí al cambio // Y es algo más. Es un ataque frontal a los principios ... // España comparte con la Unión Europea intereses, pero sobre todo compartimos valores. Y esos valores están en la base de nuestra Constitución... Los valores de la paz, del respeto a la legalidad internacional, de la solidaridad Y esos valores serán justamente...»* [30]. En el último ejemplo dado, la parcelación se utiliza junto con otro recurso retórico, a saber, la repetición sintáctica (los valores). En el siguiente ejemplo, vemos un fenómeno como el paralelismo sintáctico (es). Además, podemos afirmar con confianza que el proceso de organización de ambos medios es bastante rítmico e interesante, ya que la parcelación en combinación con el uso por parte del hablante de ciertos grupos rítmicos del idioma le da a sus palabras un carácter un tanto abrupto, agudo y ciertamente brillante.

Pedro Sánchez tiene en su arsenal lingüístico otro recurso retórico bastante efectivo, la parálisis. Usando esta técnica, enfatiza deliberadamente el hecho de que parece querer ocultar algo: *«Hay algunos que dicen que quieren recuperar lo que construimos los socialistas, que no se preocupen que volveremos a hacerlo... // Cuando antes reivindicaban la historia, la identidad de nuestro partido, yo recordaba a mis abuelos...»* [30]. En los ejemplos anteriores, Pedro Sánchez no parece querer mencionar y especificar los nombres de estas personas. Parece mencionar estos casos al azar y no los especifica. Si lo miramos desde el otro lado, entonces no «oculta» nada en absoluto, sino que, como podemos ver, por el contrario, expresa abierta y directamente su punto de vista sobre el Gobierno anterior, hablando de ellos como «aquellas personas cuyos nombres ya no recuerdo».

En el campo del discurso político, una herramienta estilística como una metáfora se usa de manera bastante activa y frecuente. Esta herramienta permite a los oradores no solo captar la atención del público, sino también lograr un impacto masivo significativo en la conciencia de la audiencia y, además, en los niveles inconscientes de la psique. Tenemos aquí un ejemplo muy vívido del uso de la metáfora en un

extracto del discurso de Pedro Sánchez: «... *mantengamos a ojos del Gobierno de España //...castiguen esa corrupción cuando se produzca*» [30].

Una de las propiedades más importantes de esta herramienta estilística es la eficaz propiedad de gestionar la percepción de determinadas situaciones sociales, obligando a tomar una decisión concreta y teniendo una influencia considerable en el ser humano. Muy a menudo puede ver que las metáforas, que, a su vez, describen la esfera de actividad política, se utilizan para desacreditar activamente a ciertas figuras políticas u oponentes. Por ejemplo, «...*decir con nuestro voto adiós a Mariano Rajoy, y hola a un nuevo tiempo. // Rajoy, Iglesias, un problema no se resuelve con otro problema la solución está aquí, un cambio que suma, no que resta*» [30]. En estos ejemplos, hay metáforas estilísticas individuales destinadas a comprometer los hechos sobre el rival político de Pedro Sánchez. Otros ejemplos son «*erradicar la pobreza, reconstruir nuestro Estado del Bienestar, el camino de la paz, el reloj de la democracia, la fortaleza de nuestra democracia // el sentimiento se lleva en el corazón, no se vende por catálogos...*» [30]. Estos ejemplos sirven para describir mejor la campaña electoral de Pedro Sánchez, donde el describe que quiere reconstruir España (País de Bienestar) erradicando la pobreza y siguiendo un camino de paz.

Esta antigua técnica literaria, que tiene muchas variedades, la más importante de las cuales es la repetición semántica (significativa), tiene diferentes encarnaciones. En primer lugar, se realiza en repeticiones tautológicas que surgen del uso repetido de las mismas unidades lingüísticas: morfemas, palabras, frases u oraciones. En segundo lugar, la repetición semántica aparece cuando se utilizan unidades lingüísticas en una frase, oración o en la parte más cercana del texto, que tienen una similitud semántica con diferencias en términos de expresión, es decir, se realiza en los fenómenos de equivalencia semántica. La repetición trae el mensaje que necesita el destinatario al foco de atención de la audiencia repitiéndolo varias veces. Por ejemplo: «...*creemos en la democracia, en el Estado de Derecho, en un mundo basado en reglas y por tanto, en certidumbre, en la paz... // ...somos un país, somos una democracia, somos una unión // ... España defenderá la legalidad internacional, España se desvivirá por el restablecimiento de la paz, España se mostrará solidaria*

con las poblaciones afectadas por este conflicto» [30].

En los ejemplos anteriores Pedro Sanchez utiliza un recurso estilístico como la repetición precisamente en el contexto de las encuestas preelectorales y además su posición en ellas. *«Por eso defendemos la derogación de la ley mordaza. Por eso defendemos la derogación de la prisión permanente revisable. Por eso queremos ... Por eso queremos aprobar ... Por eso queremos aprobar una ley de libertad religiosa ...» [30].* Usando la técnica de la repetición, el político enfatiza en los principios fundamentales de su campaña preelectoral sobre los que llama la atención del oyente. En la declaración institucional de Pedro Sánchez sobre la crisis Ucrania-Rusia el también recurre a la repetición para llamar la atención de los oyentes: *«...socorrer a Ucrania desde la Unión Europea: con ayuda financiera, como venimos haciendo desde hace ya unas semanas, para afrontar las actuales dificultades, con solvencia económica y financiera...// ... la vía diplomática, la vía del diálogo para alcanzar una solución que evitara esta escalada bélica» [31].*

En este trabajo un marcador discursivo se define como una clase funcional heterogénea, cuyas diversas categorías gramaticales combinan fragmentos de texto en aras de su coherencia, construcción lógica y reflejo de las intenciones del hablante. La función de las partículas discursivas, unidades breves del discurso, es reflejar la actitud personal del destinatario ante el tema del mensaje y un enunciado separado. Partiendo de la premisa de que los discursos políticos son considerados como un medio para hacer política y una herramienta para lograr objetivos políticos e impactar emocionalmente en la audiencia, observamos que el uso de los tiempos discursivos aumenta significativamente las posibilidades del destinatario de que su mensaje sea oído y la reacción del destinatario será la correspondiente a sus intenciones. Por ejemplo: *«Quiero, en primer lugar, mostrar mi satisfacción personal // Es por tanto, desde todo punto de vista, una violación flagrante» [30].* Los políticos utilizan dos partículas discursivas al comienzo de sus frases, enfatizando su punto de vista sobre la situación actual. En estos ejemplos, los marcadores discursivos agudizan la atención, dan expresividad a su discurso y enfatizan la propia opinión de la figura política. Cabe destacar el marcador «por lo tanto» y «asi que» cuya función pragmática principal es llamar al destinatario a sacar las conclusiones necesarias con

la ayuda de la correlación lógica de la información proporcionada en diferentes períodos de tiempo, así como proporcionar una explicación de ciertos fenómenos, eventos, puntos de vista, etc. Por ejemplo: «*Por lo tanto, roponemos, señorías, hoy, a partir de hoy ... // Así que se plantea hoy la posibilidad de acordar soluciones progresistas...*» [30]. Hay un uso frecuente de marcadores contrastivos (opuestos), lo que se explica, por un lado, por la carga emocional de los discursos políticos, el deseo de las figuras políticas de influir en los destinatarios, por otro lado, por el deseo de los destinatarios. para que sus discursos sean más perceptibles (depende del público objetivo y del objetivo final de las figuras políticas) y comprensibles para el público en general. Ejemplo: «*La política económica, señorías, debe procurar la creación, pero también su redistribución entre la clase media y trabajadora... // ... pero también de otra que hace menos ruido, pero que es también igual de grave*» [30]. En el proceso de análisis, se encontró que el marcador discursivo contrastivo «*pero*» es el más utilizado.

Podemos concluir que los marcadores discursivos en los discursos políticos permiten que el destinatario amplíe significativamente el uso de aquellos medios lingüísticos utilizados para lograr su objetivo pragmático. Al mismo tiempo, pasan a primer plano las partículas discursivas, los DM temporales y lógicos, que ayudan a expresar el punto de vista del hablante sobre el tema del discurso y demuestran la conveniencia y corrección de las soluciones propuestas con la ayuda de la correlación lógica de datos. El uso de DM opuestos indica la intención de los destinatarios de hacer que sus discursos sean fáciles de entender, no sobrecargados con hechos que se contradicen y teñidos emocionalmente.

Según M. N. Koveshnikov, las preguntas retóricas (ciertos enunciados específicos que, a su vez, se caracterizan por la forma de una pregunta) son la llamada «herramienta más expresiva para activar al destinatario activo» y, además, tienen la capacidad de ayudar a resaltar exactamente los detalles y elementos más interesantes e importantes específicamente de la definición del significado principal de este elemento: «*La primera, ¿queremos un acuerdo entre partidos? ¿Sí o no? // La segunda, ¿queremos realmente impedir unas nuevas elecciones generales dentro de unos meses? ¿Sí o no?*» [30]. Con la ayuda de preguntas retóricas, cuya respuesta es

obvia e inequívoca, Pedro Sánchez enfatiza la importancia y la verdad de sus ideas. Además, la forma de una pregunta retórica ayuda a resaltar la información más significativa del flujo del discurso y centra la atención de la audiencia en ella.

3.2 Nivel sintáctico e índice lingüístico en los discursos de Pedro Sánchez

En el discurso político, vale la pena prestar atención a la estructura de la propuesta y la elección de las construcciones sintácticas. En primer lugar, este es un estado activo y pasivo. El estado activo se utiliza para mostrar la voluntad de cumplir las promesas, mientras que el estado pasivo elimina el foco de atención de los participantes en la situación, lo que reduce la responsabilidad de la acción. Un ejemplo del uso del estado activo de Pedro Sánchez, donde enfatiza claramente la disposición para la acción: «*Mi propuesta, señorías, es la conformación de un Gobierno del bien común, fundamentado en dos principios: el bien general y el sentido común. // Señorías, me dirijo a todos y cada uno de los 350 diputados y diputadas que están aquí presentes...*» [30].

Un ejemplo del discurso de Pedro Sánchez, donde hay una clara unión de todos los participantes en la situación actual con la intervención de una herramienta como la voz pasiva: «*Y para España, estoy convencido de que para la mayoría de españoles y españolas, como también para el conjunto de la Unión Europea, la elección es dura, pero es sencilla: somos un país...*» [30].

También, a nivel sintáctico, se puede utilizar la citación, que reproduce fielmente un pasaje de algún texto o el discurso de alguien. Esta técnica ayuda al hablante a confirmar y probar su punto de vista.

A. P. Chudinov señala la naturaleza dialógica del lenguaje político, ya que está dirigido principalmente a la influencia. También vale la pena señalar que en el proceso de comunicación política se agregan citas, metáforas ocultas y alusiones como medios de diálogo, lo que permite hacer más «brillante» el mensaje y, por otro lado, introducir un misterio para profundizar el análisis: «*Los socialistas sabemos y aceptamos los tres condicionantes. Porque queremos un Gobierno de cambio; porque aceptamos acordar con otros partidos con diferentes ideologías a la nuestra*» [30]. En el ejemplo

anterior, podemos observar el fenómeno de comentar una cita que pertenece a la campaña preelectoral del Partido Socialista. De esta manera, el político confirma que no solo él, sino también una serie de otras figuras políticas tienen tales opiniones. Referirse a la opinión de alguien siempre funcionará como una técnica de manipulación, ya que las mismas opiniones que el hablante intenta transmitir a la audiencia pertenecen a otras personas.

O. L. Mykhaileva opina que el discurso político es la esfera de expresión de la lucha y la competencia. En este sentido, propone destacar tres estrategias pragmáticas utilizadas en el discurso político:

- a) estrategia de promoción;
- b) estrategia de reducción;
- c) estrategia de teatralidad [23, p. 145].

Con la ayuda de la estrategia de promoción, el orador busca aumentar su importancia: «*Señorías, acepté el encargo del jefe del Estado, del rey Felipe VI, consciente de que con ello contribuía a solventar el problema de la negativa del señor Rajoy*» [30]. En este ejemplo Pedro Sánchez usa una táctica de autopresentación que lo ayuda a construir una imagen positiva de sí mismo. Parece estar asumiendo la gran tarea de corregir los errores del parlamento pasado, que solo él puede resolver.

Como puede verse en los ejemplos de discursos, un fenómeno lingüístico bastante común en el discurso de Pedro Sánchez es el uso de los verbos en primera persona de plural que representa a todos los ciudadanos del país, aumenta la presión psicológica y, por lo tanto, los involucra en los problemas del país mencionados en el discurso. Esto acorta significativamente la distancia entre el destinatario y el público objetivo, convenciendo a los oyentes de que persiguen un objetivo común con él: de «*... la desigualdad en la que estamos inmersos // Vamos a recuperar, señorías, el papel protagonista del diálogo social // ... como lo que hemos sufrido durante estos últimos cuatro años*» [30].

En el mencionado discurso, el político Pedro Sánchez también utiliza con éxito una estrategia como la reducción. La científica O. L. Mykhaileva explica que esta estrategia está dirigida al adversario, es decir, al oponente, lo que ayuda efectivamente a identificar y refutar sus actitudes. Veamos esto en un ejemplo: «*Señorías, esta*

sorprendente huida del señor Rajoy de sus responsabilidades institucionales... // ... según la versión que el pasado miércoles el señor Rajoy explicó en esta tribuna, la culpa de que no asumiera su responsabilidad era mía... // ...solventar el problema de la negativa del señor Rajoy» [30].

Estos extractos del discurso demuestran las tácticas de acusar e identificar al oponente. Pedro Sánchez expresa directamente y sin titubeos esta opinión de que el Gobierno de Mariano Rajoy ha sufrido cambios negativos que hay que corregir. Podemos decir que estas tácticas permiten manipular la conciencia de la audiencia, ya que se produce el proceso de persuasión e imposición que, a su vez, apela precisamente a las emociones y sentimientos de las personas, que más que obviamente no son nada indiferente a lo que pasará con su país y el presupuesto, que se ha formado durante muchos años gracias a los impuestos de los ciudadanos.

Entonces, desde un punto de vista sintáctico, el discurso político del presidente del Gobierno español es bastante simple y más como la conversación ordinaria de una persona promedio. El candidato generalmente no usa oraciones complejas con construcciones sintácticas complejas, e incluso en discursos preparados de antemano, prefiere usar un estilo de habla coloquial.

Conclusiones de la parte 3

Por lo tanto, es seguro decir que casi todos los ejemplos de los discursos de Pedro Sánchez que se dan en el trabajo muestran que la manipulación del lenguaje es una parte integral del discurso político y la retórica de este político. Por un lado, este tipo de discurso lo requiere en mayor o menor medida. La tarea principal de la interacción del lenguaje y el comportamiento del lenguaje en el discurso político es planificar tales acciones de una figura política que pueda acercarlo al objetivo principal de persuadir a la audiencia, utilizando diversas estrategias lingüísticas, técnicas de manipulación y características sintácticas.

CONCLUSIONES GENERALES

Así, el estudio del discurso político requiere una especial metodología. El tema de estudio hizo necesario utilizar un enfoque interdisciplinario que combine elementos del análisis político crítico y descriptivo del discurso, la teoría del discurso y la comunicación política, el posmodernismo francés y la tradición alemana de investigación discursiva, lingüística estructural y crítica, que analizan la mecanismos de transformación del lenguaje en una herramienta de poder; la semiótica, que estudia los símbolos y su naturaleza; semántica – la ciencia del significado de símbolos y signos; lingüística del texto, análisis crítico y descriptivo del discurso, que utilizan, en primer lugar, el método de análisis de contenido, así como métodos descriptivos, comparativos, históricos, estructurales. Sobre la base de tal combinación, existe la oportunidad de formar un enfoque óptimo para el estudio del discurso político institucional desde el punto de vista de su dualidad: una combinación de elementos de especialización y masa en el lenguaje de los políticos.

En conclusión, el discurso como proceso cognitivo-comunicativo se caracteriza por categorías metadiscursivas que aseguran el desarrollo del discurso como proceso y son un medio para estructurarlo. La integridad y coherencia del discurso es su rasgo más importante y es porque el estudio de unidades lingüísticas que le dan al texto un carácter dinámico lo convierten en un evento comunicativo, lo personalizan, es muy relevante en el desarrollo de problemas de estudios discursivos.

Entonces en la parte teórica se caracterizó en detalle un fenómeno como el discurso se llevó a cabo un análisis integral de todas sus áreas y aspectos, sus principales conceptos y términos, aspecto semiótico, la naturaleza del fenómeno del análisis del discurso, géneros principales, estrategias activas y tácticas modernas del discurso político, su efectividad en el mundo moderno, el proceso de defensa de un punto de vista en este proceso, sus funciones, rasgos sociocognitivos del discurso político y los discursos políticos en el presente.

En la parte práctica se analizaron los rasgos léxico-sintácticos del discurso político tomando como ejemplo los discursos del célebre político español Pedro Sánchez. Al final, vale la pena preguntarse, ¿es posible definir el estilo de discurso de Pedro Sánchez como un medio eficaz para lograr sus objetivos políticos y sociales y

confirmar su condición de brillante y destacado orador? Este tipo de discurso es un tipo de discurso bastante difícil, porque cada frase del discurso es importante y de una forma u otra puede elevar al político a los ojos de los oyentes o rebajarlo. En el ejemplo de Pedro Sánchez, podemos ver que él, como presidente del Gobierno de España, es responsable de sus discursos y usa hábilmente cada palabra para que juegue a su favor. Cada parte del discurso está hábilmente elaborada, leída y narrada a la perfección por el político. Durante más de un año, Pedro Sánchez ha sido el jefe del gobierno español, y siempre logra convencer a muchos de su razón con sus discursos.

BIBLIOGRAFÍA

1. Bacevich F. S. Fundamentos de la lingüística comunicativa: [manual]. Kyiv: Escuela, 2010. 124 p.
2. Bajtín M. M. Discurso político: características y prominencia. Kharkiv: Vydavprint, 2009. 23-65 p.
3. Bajtín M. M. Estética de la creatividad oratoria. Kharkiv: Vydavprint, 1993. 88-103 p.
4. Balaban O. O. Teorías del discurso y análisis del discurso: historia y perspectivas. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/apif/2010_5/balaban.pdf
5. Bushev A. B. Automatización del discurso político/ URL: http://center.fio.ru/method/resources/filippovma/english/pedsove2002/avtom_diskyrs.doc.
6. Casero-Ripollés Andreu. Influence of media on the political conversation on Twitter: Activity, popularity, and authority in the digital debate in Spain. 2020. URL: <https://www.redalyc.org/journal/5525/552562132003/html/>.
7. Dasilva Jesús Pérez. Do Spanish political leaders interact with the media via Twitter? Communication & Society. 2018. URL: <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/55804/1/perez.pdf>.
8. Didenko M. Discurso político como un tipo especial de texto. Odesa: Academia, 2002. 198 c.
9. Dijk van. T. Definición de discurso. Ternopil: Pensamiento Científico, 1993. URL: <http://www.nsu.ru/psych/internet/bits/vandijk2.htm>.
10. Dijk van. T. Discurso de la personalidad de una figura política: características discursivas y cognitivas: [monografía]. Ternopil, 2008. 97 p.
11. Filinski A.V. Comunicación y texto: Fundamentos básicos del análisis del discurso. Kharkiv: Carabela, 2010. 52-63 p.
12. Gregory Whitfield. On the concept of political manipulation. SAGE Journals. 2020. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1474885120932253>.
13. Guillaume J., Maldieu T. Técnicas interpretativas modernas, la principal problemática del sentido desde el punto de vista de la investigación del tipo político del discurso. Escuela francesa de análisis del discurso. Paris: Centre National de la

Recherche Scientifique, 1993. 123-125 p.

14. Haykova V. O. Discurso político y política lingüística: descripción de las posibilidades de la lingüística política y social. 2010. URL: <https://www.dissercat.com/content/predvybornyi-diskurs-kak-zhanr-politicheskoi-kommunikatsii-na-materiale-angliiskogo-yazyka>

15. Issers S.O. Antropología política. State Publishing House, 1999, 13-35 p.

16. Johnston D. P. The Art and Science of Persuasion. Dubuque, Iowa: W.C. Brown, 1999. 151-156 p.

17. Karasik V. I. Particularidades y problemas del discurso político: [monografía]. Kyiv: Astroprint, 2010. 57–86 p.

18. Kohtev M. M. Análisis del discurso político. URL: <https://www.livelib.ua/author/112885/top-n-n-kohtev>

19. Kondratenko N. V. Discurso político, su funcionamiento específico, tipología y esencia: [monografía]. Kyiv: Academia, 2012. 43-106 p.

20. Kryvenko Solomiya-Vasylina Oleksandrivna. Paradoja semántica del discurso político (análisis teórico y metodológico). Leópolis, 2016. 14-32 p.

21. Kuntsevich V. E. Características psicológicas y componentes del discurso político. 2001. N° 5 (10). 30-72 p.

22. Marakhovska N. La lingüística social como subcampo principal de la lingüística aplicada: experiencia moderna y perspectivas futuras. Kharkiv, 2010. 45-76 p.

23. Mikhalska A. K. Definición de discurso político. Odesa: Chornomorya, 2012. 145 c.

24. Millán Cámara Redactor de COPE. El 'neoespañol' de Sánchez: así se amplía desde Moncloa nuestro vocabulario. 2020. URL: https://www.cope.es/actualidad/espana/noticias/neoespanol-sanchez-asi-amplia-desde-moncloa-nuestro-vocabulario-20200514_719422.

25. Naichuk A. A. El discurso político como medio de relaciones políticas y sociales conceptuales: historia de la ciencia sociológica. Kyiv: Revista científica de la Universidad Nacional de M. Drahomanov. Serie 22: Ciencias políticas y métodos de enseñanza de las disciplinas sociopolíticas, 2009. URL: <http://nbuv.gov.ua/>

UJRN/Nchnpu_022_2013_12_25.

26. Parshyna O. N. Características del discurso político, sus funciones, rasgos y contenido. 2005.
27. Sheygal E.Y. Semiótica del discurso político. Volgograd: Gnosis, 2002. 56-58 p.
28. Slavova L. L. Personalidad del discurso del líder estatal en forma de lingüística política: [monografía]. Lviv: Educación de Ucrania, 2009. 48-50 p.
29. Sorokin Y. A. Características del discurso político: principales áreas de estudio e investigación. URL: irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?
30. Sánchez Pedro. Discurso de Pedro Sánchez en la segunda sesión del debate de investidura. URL: <https://www.psoe.es/actualidad/noticiasactualidad/discurso-de-pedro-sanchez-en-la-segunda-sesion-del-debate-de-investidura/>.
31. Sánchez Pedro. Declaración Institucional de Pedro Sánchez sobre la crisis Ucrania-Rusia. La Moncloa. URL: <https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/actividades/Paginas/2022/240222-sanchez-declaracion.aspx>.
32. Twitter account de Pedro Sanchez. URL: <https://twitter.com/sanchezcastejon>.
33. Ukhanova-Shmygova I. F. El discurso político: sus características y principales componentes funcionales. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/6987/1/00molpdo.pdf>
34. Vodak R. Fundamentos teóricos del discurso político. London, 2022. URL: [http://pure.lancaster.ac.uk/portal/en/people/ruth-wodak\(71b5650a-f48c-4c2e-8b71-6896e291dc2b\).html](http://pure.lancaster.ac.uk/portal/en/people/ruth-wodak(71b5650a-f48c-4c2e-8b71-6896e291dc2b).html)