



УДК 811.134.2'42

ДИСКУРСИВНАЯ СТРАТЕГИЯ ИСПАНСКОЙ ПАРТИИ «ПОДЕМОС»: ПОЛИТИКА КАК БОРЬБА ЗА СМЫСЛЫ

М. В. Ларионова

Ларионова Марина Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры испанского языка, Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России, larionova.m@list.ru

Язык и политика неразрывно связаны друг с другом, поскольку политическое действие – это, прежде всего, речевое действие, а политические процессы являются процессами коммуникативными и конституируются в значительной мере с помощью языка. В статье коммуникационная политика испанской партии «Подемос» новаторски рассматривается не только как объект, но и как субъект действительности, иными словами, как способ формировать и моделировать политическую реальность.

Ключевые слова: испанский язык, дискурс, коммуникативная стратегия, политическая партия, «Подемос», медийный дискурс, политический дискурс.

Discourse Strategy of the Spanish Political Party *Podemos*: Politics as a Struggle for Meanings

M. V. Larionova

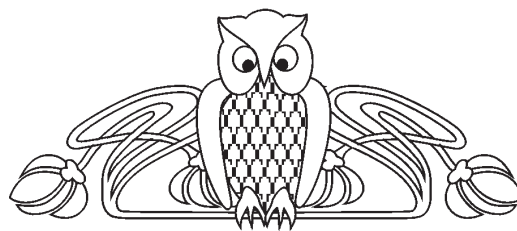
Marina V. Larionova, ORCID 0000-0001-6466-7363, MGIMO-University, 76, Vernadskogo Ave., Moscow, 119454, Russia, larionova.m@list.ru

Language and politics are inseparably linked with each other as political action is, first of all, a speech action, and political processes are communicative processes and are constituted by means of language. In the article the communication policy of the Spanish political party *Podemos* is innovatively considered not only as an object, but also as the subject of reality, otherwise, as a way to form and model political reality.

Key words: Spanish language, discourse, communicative strategy, political party, *Podemos*, media discourse, political discourse.

DOI: 10.18500/1817-7115-2017-17-4-389-394

Социально-политическая реальность, в которую погружена Испания на протяжении последних лет, позволяет утверждать, что история страны буквально творится на глазах её граждан. За относительно короткий период времени им пришлось пережить стремительные и глубокие трансформации, существенным образом изменившие ставшую привычной действительность. Мировой финансово-экономический кризис, начавшийся в 2008 г., отбросил благополучную Испанию на предпоследнее место среди стран-членов ЕС. Испанская экономика вступила в период затяжной рецессии, безработица в стране достигала беспрецедентно высокого уровня – 27,6%, при этом среди молодёжи она доходила до 50,0%. Из-за серьёзных экономических ошибок,



допущенных испанским руководством, по мнению экспертов из журнала «Forbes», кризис «ударил бы по испанской кредитоспособности, даже если бы испанскими финансами рулил лично Скупой Рыцарь, а госрасходы утверждал сам Великий Инквизитор»¹.

Тысячи испанцев вышли на улицы городов, выражая недовольство действиями правительства, сокращениями социальных программ и методами жёсткой экономии, навязываемыми из Брюсселя. 15 мая 2011 г. состоялась одна из самых массовых акций на площади Пуэрта дель Соль. Манифестанты протестовали против коррумпированности власти, политики бюджетной экономии и финансовых преступлений, ведущих к обнищанию народа и обогащению правящей элиты. Тогда и сформировалось общественное «Движение возмущённых» (*Indignados*), а мадридская площадь стала символом новой политической эпохи. Социальный протест испанцев породил целый ряд политических лозунгов, в которых отразилась проблематика глубокого народного недовольства: У молодёжи нет будущего – *Juventud sin futuro*; Мы не товар для политиков и банкиров – *No somos mercancía de políticos y banqueros*; Ни ИСПП, ни НП – *Ni PSOE ni PP*; Нет, они нас не представляют – *No nos representan*; Пусть они уйдут – *Que se vayan*; Ошибка системы – *Error del sistema*; Они называют это демократией, но это не демократия – *Lo llaman democracia y no lo es*.

Протестная активность испанцев послужила социальной основой для появления новой политической силы, которая в январе 2014 г. оформилась как партия «Подемос» (*Podemos: Мы можем!*). Пабло Иглесиас Туррион, лидер и создатель «Подемос», а также его коллеги-преподаватели политологии и социологии из мадридского университета «Комплутенсе» увидели возможность преобразовать народный протест в альтернативную существующей системе политическую партию: «Подемос – это партия, возникшая на волне протеста. Вместо того чтобы начать с создания партии и выдвижения кандидатов, мы сразу перешли к действию. Протест – это единственная оправданная причина для рождения новой партии. Сначала мы призвали людей выйти в море, а только потом построили корабль»². Что такое «Подемос»? – звучал вопрос на учредительном съезде нового политического движения Испании. «Подемос» – это *группа интеллектуалов (un intelectual colectivo)*, – гово-



рили одни. «Подemos» – это переменны (*Podemos es el cambio*), – отвечали другие.

Стремительное появление «Подemos» на политической сцене Испании³ привело к тому, что уже через несколько месяцев, весной 2014 г., партия сенсационно набрала на выборах в Европарламент 8% голосов, что позволило ей получить пять депутатских мандатов. Ещё через полтора года, уже на испанских парламентских выборах 20 декабря 2015 г., «Подemos» в коалиции с рядом левых политических партий завоевала 21% голосов (за неё проголосовали 5,2 млн испанцев), что обеспечило ей 69 мест в нижней палате Кортесов и превратило в третью по степени влияния партию Испании. Этот триумф «Подemos», вместе с победой ещё одной несистемной центристской партии «Граждане» (*Ciudadanos*), привёл к слову традиционной двухпартийной системы, просуществовавшей в Испании почти четыре десятилетия, и переходу к многопартийности. Коррупционные скандалы внутри двух крупнейших политических партий Испании – Народной (*Partido Popular*) и Социалистической Рабочей партии (*Partido Socialista Obrero Español*), накопившиеся социальные и экономические проблемы, горячее желание и необходимость перемен – именно это обусловило принципиально новый расклад политических сил в стране.

2016 год оказался непростым для Испании. С одной стороны, улучшилась экономическая ситуация: сократилась безработица в стране, экономика вышла из рецессии и наметился экономический рост, пусть слабый, но уверенный. Однако, с другой стороны, позитивные экономические тенденции сопровождалась глубоким политическим кризисом: почти триста дней Испания прожила без правительства, оказавшись на грани проведения третьих за год парламентских выборов. Это неизбежно произошло бы, если бы Конгресс депутатов не утвердил 31 октября 2016 г. кандидатуру председателя правительства. Им после долгой и трудной борьбы стал лидер Народной партии Мариано Рахой благодаря тому, что депутаты-социалисты воздержались при голосовании в парламенте. Для социалистов это было трудное решение, которое стало возможным после ухода со своего поста генерального секретаря Педро Санчеса, что привело к глубочайшему внутрипартийному кризису ИСРП.

Анализируя феномен успеха партии «Подemos», сумевшей в относительно короткий срок трансформировать народный протест, превратив его в реальную политическую инициативу, послужившую институциональной основой для рождения партии, важно понимать причины, приведшие к триумфу. Почему именно «Подemos» удалось стать новым политическим актором в стране, где несколько десятилетий «большая политика» вершилась исключительно социалистами и народниками?

Решающую роль сыграли не только экономические, политические и социальные предпосылки.

Важнейшим фактором успеха «Подemos» стала её **коммуникационная стратегия**. Политический дискурс партии, концепты, ключевые метафоры и послания, которые лидеры «Подemos» транслировали своему электорату, во многом обеспечили им возможность победно «штурмовать небеса» (*asaltar los cielos*). *Штурм небес* – одна из центральных метафор в политическом дискурсе «Подemos»: *El cielo no se toma por consenso, el cielo se toma por asalto*⁴.

Дискурсивный подход в коммуникации позволяет рассматривать **язык** не только как **объект действительности**, который порождается реальностью и служит средством её познания, вербализации ментальности, передачи опыта и обмена знаниями между поколениями. Язык, формируя и моделируя политическую реальность, превращается тем самым в **субъект действительности**.

Политические стратеги «Подemos» – Пабло Иглесиас, Иньиго Эррехон, Хуан Карлос Монедео, Каролина Бесканса и Луис Алегре (*Pablo Iglesias, Iñigo Errejón, Juan Carlos Monedero, Carolina Bescansa, Luis Alegre*) – умело воспользовались историческим моментом для того, чтобы инициировать **диалог** с гражданами страны, понимая его как **целенаправленное социальное действие** (*nombra es hacer política*)⁵ и транслируя через наиболее *выигрышные коммуникационные каналы*: телевидение, социальные сети, публичные выступления на митингах.

Свою коммуникативную стратегию лидеры партии «Подemos» построили, опираясь на теоретический проект политического дискурса Эрнесто Лаклау, который он разрабатывал в русле методологических подходов социологического конструктивизма. Э. Лаклау представляет социальный процесс в терминах дискурсивного развития, определяя дискурс как поле осмысленности, как область, где образуются смыслы и значения⁶.

Э. Лаклау создал свою концепцию политического дискурса, опираясь на классическую теорию языка Ф. де Соссюра, где основным элементом языка признается языковой знак, понимаемый как единство означаемого и означающего, понятия и акустического образа. Принцип произвольности языкового знака, по Ф. де Соссюру, состоит в том, что означающее не мотивировано по отношению к означаемому, связь, их соединяющая, произвольна. Исходя из понимания языка как системы и учитывая конвенциональность языкового знака, Ф. де Соссюр утверждает, что каждый конкретный знак получает свою идентичность только в системе других знаков. При этом, в соответствии с принципом тождества и различия, Ф. де Соссюр подчёркивает, что всё то, что дифференцирует языковой знак, как раз и составляет его идентичность⁷.

Э. Лаклау трактует не только идеологию политических партий и движений, но и их деятельность как дискурсивный феномен. Лаклау настаивает, что не существует внедискур-



сивной реальности: политика и есть дискурс. Он интерпретирует дискурс как способность мыслить и действовать в зависимости от определённого смыслового поля, которое первично по отношению к факту: *la hipótesis básica de una aproximación discursiva es que la misma posibilidad de percepción, pensamiento y acción depende de la estructuración de un cierto campo significativo que preexiste a cualquier inmediatez factual*⁸. При этом смысл в пространстве политического дискурса, по мысли Лаклау, возникает как результат действия так называемой логики различия, которая и определяет идентичность основных составляющих осмысленности – *означающего*, того, что обладает смыслом, и *означаемого* – собственно самого смыслового поля.

Опираясь на предложенную Э. Лаклау трактовку дискурса, Иньиго Эррехон рассматривает политику как *борьбу за смыслы* (*disputa por el sentido, lucha por el sentido de las palabras*), а дискурс, или нарратив – как такой способ построения смысла, благодаря которому обретают сущность знания и практические действия (*los significados de las cosas no están dados, son producto de una construcción previa*)⁹. Подобное понимание дискурса как социального действия, которое осуществляется в ходе борьбы за смыслы, И. Эррехон предлагает в докторской диссертации, которую он успешно защитил в 2012 г. в университете Комплутенсе, ставшем *alma mater* для «Подемос».

Политический дискурс «Подемос» чётко структурирован и направлен на целевую аудиторию потенциального электората, без которого невозможно существование партии и который в конечном счёте определяет её успех. Понимая, вслед за Э. Лаклау, политику как *позиционную войну*, стратеги «Подемос» разграничивают противоборствующие стороны, их политические убеждения и цели, трактуя реальность через концепты ответственности и необходимости поиска альтернативы. Дискурсивный концепт *«те, кто наверху»* и *«те, кто внизу»* (*los de arriba y los de abajo*) становится ключевым для **новой конфигурации политического пространства**: вертикальная ось «сверху – снизу» заменяет старомодную горизонталь «правые – левые». *«Те, кто наверху»* – меньшинство, стоящее у власти, несёт ответственность за системный кризис в стране, независимо от того, народники это или социалисты. Их не волнует бедственное положение *«тех, кто внизу»*, т. е., большинства испанских граждан, они не способны предложить конструктивный выход, чтобы улучшить жизнь простых людей. *«Те, кто внизу»* – это люди, пострадавшие от кризиса, те самые *«возмущённые»*, кто пытался обратить внимание властей на серьёзные проблемы в обществе, это огромное число испанцев, разочаровавшихся в политике и действующих политиках, не умеющих защитить их социальное достоинство. Они и составляют потенциальный электорат новой политической партии.

Метафорическая номинация *каста* (*casta*) – ещё один ключевой концепт, который синтезирует суть политического послания «Подемос» и представляет собой своего рода дискурсивный символ. *Каста* объединяет всё то, что «Подемос» не приемлет: это коррумпированные политики и чиновники, банкиры, евробюрократы. За этим концептом скрывается собирательный образ врага. С его помощью «Подемос» легко апеллирует *«к тем, кто не каста»* (*todos aquellos que no son casta*) – гражданам, не довольным ситуацией в стране, желающим перемен к лучшему и потому вышедшим на улицы с протестом, и находит с ними общий язык и столь необходимое понимание. *«Те, кто не каста»* этически намного превосходят *касту* властьпридержащих, *«народ, готовый действовать»* (*pueblo en marcha*), сумеет изменить реальность, переставшую соответствовать его ожиданиям.

«Подемос» как партия сознательно отказалась от традиционной номенклатурной структуры, предпочтя вертикали открытую горизонталь, отвечающую их политическим принципам. У партии нет собственной штаб-квартиры, её деятельность организована посредством многочисленных ячеек – *«кругов»* (*círculos*), через которые репрезентируются не только различные регионы Испании, но и профессиональные сообщества. Это своего рода открытые дискуссионные клубы, и в них могут вступить все желающие. При этом политическая метафора *«круга»* (круг как сообщество единомышленников, сопричастных к тому или иному событию, процессу) сосуществует с соответствующим социальным действием, дискурс и практика не разделяются.

Дискурс создаёт особое видение мира. Интенциональные установки и мнения коммуникантов – адресантов и получателей дискурсивного послания, их языковое сознание, коммуникативные намерения выступают как своего рода «фильтр», с помощью которого концептуализируется, интерпретируется и транслируется реальность в социальном пространстве. Этот постулат в полной мере актуален для коммуникативной стратегии «Подемос»: совокупность концептов, образующих ментальное пространство их дискурса, служит для репрезентации окружающей действительности и одновременно для её моделирования с помощью целенаправленных социальных действий.

Говоря о факторе успеха партии «Подемос», следует понимать, что во многом он объясняется высокой степенью **перформативности** её дискурса, иными словами, использованием дискурса как политического действия и для совершения политических действий. Перформативность, вслед за Юргеном Хабермасом, мы трактуем как собственно коммуникативное действие и одновременно как действие саморепрезентации, т. е. репрезентации себя через актуализированные способы мысли и деятельности¹⁰. Отметим, что первоначально понятие «перформативность»



было введено в научный оборот Джоном Остином по отношению к высказываниям, которые не просто описывают действия, но сами являются действиями. Он создал теорию речевых актов, разделив их на *локутивные* (собственно акт говорения), *иллокутивные* (речевой акт, учитывающий коммуникативные намерения говорящих) и *перформативные* (высказывания, эквивалентные действию, поступку)¹¹.

Одним из конститутивных признаков перформативности политического дискурса «Подемос» является его **фактогенность**, т. е. превращение тех или иных явлений действительности в факт языкового сознания и культуры. Само название партии – *Подемос: Мы можем!* – передает сильный эмоциональный импульс надежды на перемены и веры в свои силы, а также транслирует призыв к действию, которое становится реальным, осуществимым. Ключевые концепты дискурса «Подемос» (*ideas fuerza*) – *мы, перемены, стремление, участие, достоинство, прозрачность, граждане, народ, люди, большинство, суверенитет (nosotros, cambio, ilusión, participación, dignidad, transparencia, ciudadanía, pueblo, gente, mayoría, soberanía)* – идентифицируются с самой партией, детерминируя поступки тех, кому они адресованы.

Глагол «победить» (*ganar*) звучит наиболее часто в устах политических лидеров «Подемос». Его дискурсивное значение всегда перформативно: для партии мало пройти в Европарламент, недостаточно опередить своих политических соперников на выборах в Генеральные Кортесы. *Победить* означает разбить врага (*derrotar al enemigo*), добиться того, чтобы политические установки и устремления «Подемос» разделялись гражданским большинством испанцев (*mayoría ciudadana*). В этом заключается суть реализация одного из главных постулатов перформативности, сформулированного Джоном Сёрлом: «...перформативные высказывания сами влекут за собой действия, которые они называют»¹².

Феномен «Подемос» как политической силы, превратившейся в подлинно народную партию, которой удалось объединить почти четыреста тысяч активистов и симпатизирующих и завоевать голоса пяти с лишним миллионов испанских избирателей, обусловлен ещё одним важным обстоятельством: свою победу «Подемос» одержала не только на реальном поле испанской политики, но и в дискурсивном пространстве. Коммуникативному успеху «Подемос» способствовала глубокая **эмпатичность** ее дискурса. Эмпатия (*empatía, inteligencia emocional*) традиционно трактуется как осознанная психологическая способность чувствовать другого, его мысли, переживания, намерения, воспринимать его мир, как если бы он был твоим собственным. Дискурс «Подемос» адресован простым испанцам, чьи страдания и надежды не только понятны, но и становятся неотъемлемой частью стратегии партии, опреде-

ляющей её политическую идентичность. В этом заключается важная особенность дискурса «Подемос», принципиально отличающая новую партию от системных ИСРП и НП. Эмпатия позволила ликвидировать дистанцию между партией и её электоратом, сломать стереотип, противопоставляющий политических лидеров простым гражданам. По мнению Венеслао Пеньяты (*Wenceslao Peña*), профессора психологии Университета Ла Лагуны (Тенерифе), лидеры «Подемос», которые эмоционально близки электорату, чужды устоявшимся стереотипам и искренни в своих словах и поступках, оказались способны увидеть в простом гражданине человека, у которого есть свои трудности и свои нужды¹³.

«Подемос» – это партия Интернета и социальных сетей. Её лидеры в качестве основных каналов для своей политической коммуникации намеренно выбрали *телевидение* и *Интернет*, имеющие самую массовую целевую аудиторию¹⁴. Будущий лидер партии Пабло Иглесиас стал медийным символом и самым узнаваемым лицом «Подемос». Свои политические взгляды он излагал не в программных документах партии, а в телевизионных ток-шоу (*tertulia*), очень быстро став привычным собеседником (*tertuliano*) для миллионов испанцев. Используя технологические возможности социальных сетей, будущие лидеры «Подемос» регулярно размещали на канале YouTube студийные видеозаписи круглых столов, где они обсуждали острые общественно-политические проблемы. Аудитория сторонников «Подемос» росла после каждого выпуска политических теледебатов «La tuerka». Партия располагает специально созданной структурой – «Пространство социальных сетей», отвечающей за координацию и эффективность действий «Подемос» в этой сфере.

Невербальная дискурсивная стратегия «Подемос», **новая эстетика**, отражающая перемены в испанском обществе, также способствовала политическому успеху партии. Внешний вид лидеров партии намеренно отличается от традиционного и привычного имиджа испанского политика: отсутствие делового костюма, вместо него – рубашка или удобный джемпер и джинсы, отказ от галстука. Продуманная небрежность в одежде, вместо аккуратной стрижки – альтернативная причёска, например, длинные волосы, собранные в хвост, или даже дреды – это сразу противопоставляет народных лидеров *касте* политических функционеров и делает ближе к *«тем, кто внизу»*. Имидж политического деятеля, который создаётся через костюм, внешний вид, поведенческие привычки, в пространстве политического дискурса, погруженного в реальную жизнь, непрерывно формирует и транслирует новые смыслы. Когнитивный потенциал экстралингвистического материала, включённого в рамки политического дискурса, обладает значительным прагматическим воздействием, понимаемым как способность



осуществлять целенаправленное влияние на получателей информации: свойства костюма мысленно переносятся на его обладателя вместе со всеми коннотациями и символическими смыслами, создавая его публичный имидж¹⁵.

Дискурс как элемент политического влияния и как особая политико-культурная среда бытования субъектов политики представляет собой основополагающую инфраструктуру политической коммуникации «Подемос», в которой нет места для импровизации, любое действие, любой шаг тщательно продуман с точки зрения как времени, места, формы его реализации, так и его дискурсивной подачи и распространения по медийным каналам. Именно это отличает «Подемос» от остальных системных партий. Именно это позволило добиться глубокого понимания, воспроизведения и подражания, которое встретили идеи и действия нового политического центра в общественном сознании испанцев, пославших ответный импульс, отдав свои голоса за новую партию.

В январе 2017 г. исполнилось три года с того момента, как на политической сцене Испании появилась новая сила, сумевшая сломать казавшуюся столь прочной двухпартийную систему. Однако после стремительного «шторма небес» в условиях затянувшегося политического кризиса и отсутствия дееспособного правительства партия «Подемос» так и не сумела расширить своё влияние и получить новые голоса в поддержку. После избрания Мариано Рахоя главой правительства из потенциально возможной партии власти «Подемос» превратилась в оппозиционную силу. На смену уличной демократии пришли затяжные и в целом бесплодные политические дебаты в парламенте, в прежде сплочённой среде лидеров-единомышленников стали возникать разногласия, чреватые возможным расколом. Обеспокоенные сложившейся ситуацией руководители «Подемос» провели тщательный анализ причин замедления роста популярности партии. Понимая важность укрепления аргументативной части своего дискурса, разъяснения партийной позиции самой широкой аудитории граждан и получения обратной связи с избирателями, чтобы понимать их требования, настроения и ожидания, «Подемос» делает ставку на расширение народной партисипативной демократии.

Обращаясь к испанцам по случаю трёхлетия партии (*Podemos eres tú (Feliz cumpleaños)*), её лидер Пабло Иглесиас, убеждённый в том, что дискурс есть социальное действие, важный элемент политического влияния и среда политического общения, вновь подчеркнул, что «Подемос» как политическая сила существует и действует благодаря личному участию каждого человека, оказавшего ей поддержку: «Fuiste tú quien compartía vídeos en Facebook, quien hablaba en los bares del chico de la coleta que salía en la tele; fuiste tú quien discutía con su familia sobre si las cosas podían o

no cambiar; fuiste tú, que ya peinas canas, quien sintió una ilusión que no se sentía desde hacía más de 30 años. <...> Fuiste tú quien montó aquel círculo de barrio o de pueblo. Fuiste tú quien acudió a los primeros mítines. Fuiste tú quien la noche del 25 de Mayo se emocionó y hasta lloró... Tú te indignaste <...> Tú hiciste la remontada que nos llevó a los 5 millones de votos el 20D. Fuiste tú quien marcó el rumbo <...>. Fuiste tú quien masivamente votó unidad y confluencia. <...> Hemos hecho algunas cosas mal pero no se te olvide que en Podemos, el poder lo sigues teniendo tú»¹⁶. – Это именно ты смотрел наши видео на Фейсбуке, ты рассказывал в баре о длинноволосом парне, который выступает по телевизору, ты спорил с домашними, возможны ли перемены; это ты, у кого уже седина на висках, вновь поверил в мечту, в которую не верил последние 30 лет. <...> Именно ты организовал дискуссионный круг в своём районе или в своём городке. Ты пришёл на первые митинги. Именно тебя 25 мая переполняли эмоции, и у тебя даже текли слезы... Это ты возмутился, протестуя <...> Ты поднялся, и это принесло нам пять миллионов голосов 20 декабря. Ты определил курс <...>. Ты и масса таких, как ты, проголосовали за единство и слияние. Кое-что мы сделали плохо, но не забывай, что в «Подемос» власть по-прежнему в твоих руках.

Таким образом, анализируя особенности политической коммуникации испанской партии «Подемос», не будем забывать о том, что основной интенцией политического дискурса остаётся «борьба за власть»¹⁷. Язык и политика неразрывно связаны друг с другом, поскольку политическое действие – это, прежде всего, речевое действие, а политические процессы являются процессами коммуникативными и конституируются в значительной мере с помощью языка. Стремительный успех «Подемос» во многом детерминирован пониманием того, что дискурс сосуществует с социальными действиями, смысл и значение которых как раз и создаются благодаря дискурсу. Дискурс «Подемос» перформативен, прагматичен и эмпатичен в той мере, в какой он способен производить коммуникативный эффект, направленный на то, чтобы не только вызывать у реципиента требуемое отношение к сообщаемой информации, но и побудить его действовать.

Примечания

- 1 Табах А. Будет ли в Испании дефолт? URL: <http://www.forbes.ru/blogpost/50692-budet-li-v-ispanii-defolt> (дата обращения: 21.01.2017).
- 2 «Подемос»: Как университетские профессора разрушили двухпартийную Испанию. URL: <http://www.furfur.me/furfur/changes/changes/216357-podemos> (дата обращения: 22.01.2017).
- 3 См.: Хенкин С. Феномен Подемос // Ибероамериканские тетради. 2016. Вып. 1 (11). С. 15–20.



- ⁴ Carvajal A. 10 frases para conocer a Pablo Iglesias. URL: <http://www.elmundo.es/espana/2015/11/16/5649eb03ca4741fe1a8b4612.html> (дата обращения: 17.01.2017).
- ⁵ См.: Monedero J. C. Curso urgente de política para gente decente. S. A., Barcelona : Editorial Planeta, 2014. P. 88.
- ⁶ См.: Laclau E. Discurso. URL: <http://biblioteca.itam.mx/estudios/60-89/68/ErnestoLaclauDiscurso.pdf> (дата обращения: 24.01.2017).
- ⁷ См.: Сосюр Ф. де. Курс общей лингвистики / под ред. и с примеч. Р. И. Шор. 4-е изд. М., 2009.
- ⁸ Laclau E. Op. cit.
- ⁹ Errejón I. La lucha por la hegemonía durante el primer gobierno del MAS en Bolivia (2006–2009) : un análisis discursivo. Tesis doctoral. Madrid : Universidad Complutense de Madrid, 2012. P. 167–168.
- ¹⁰ См.: Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 7. Философия. 1993. № 4. С. 43–63.
- ¹¹ См.: Остин Дж. Перформативные высказывания // Остин Дж. Три способа пролить чернила. Философские работы / пер. с англ. В. Кирющенко. СПб., 2006.
- ¹² Философия языка / ред.-сост. Дж. Р. Сёрл ; пер. с англ. 2-е изд. М., 2010. С. 14.
- ¹³ См.: Los políticos suspenden en inteligencia emocional, salvo los emergentes. URL: <http://www.efesalud.com/noticias/los-politicos-suspenden-en-inteligencia-emocional-salvo-los-emergentes/> (дата обращения: 17.25.01.2017).
- ¹⁴ См.: Larionova M., Romanova G. Léxico profesional en un texto mediático : enfoque pragmacognitivo en la enseñanza del EFE // Estudios sobre el léxico. Puntos y contrapuntos. Ser. Linguistic Insights. Vol. 205. Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, New York, Oxford, Wien, 2016. P. 452–453.
- ¹⁵ См.: Сливчикова Ю. Прагмалингвистические характеристики вестиментарного описания в газетно-публицистическом дискурсе (на материале испанского языка) : дис. ... канд. филол. наук. М., 2016.
- ¹⁶ Podemos eres tú (feliz cumpleaños). URL: http://blogs.publico.es/pablo-iglesias/1103/podemos-eres-tu-feliz-cumpleanos/#disqus_thread (дата обращения: 27.01.2017).
- ¹⁷ Шейгал Е. Семиотика политического дискурса. М., 2004. С. 4.

Образец для цитирования:

Ларионова М. В. Дискурсивная стратегия испанской партии «Подemos»: политика как борьба за смыслы // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2017. Т. 17, вып. 4. С. 389–394. DOI: 10.18500/1817-7115-2017-17-4-389-394.

Cite this article as:

Larionova M. V. Discourse Strategy of the Spanish Political Party *Podemos*: Politics as a Struggle for Meanings. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Philology. Journalism*, 2017, vol. 17, iss. 4, pp. 389–394 (in Russian). DOI: 10.18500/1817-7115-2017-17-4-389-394.