

УДК 81'42

DOI: 10.17223/19986645/59/4

М.В. Ларионова, Ю.В. Сливчикова

СОВРЕМЕННАЯ ИСПАНИЯ: НОВАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕАЛЬНОСТЬ – НОВЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

Исследуются современные тенденции развития политического дискурса Испании на примере дискурса появившейся в 2014 г. партии «Подemos». Анализ философской базы, представляющей собой труды теоретиков постмодернизма и постструктурализма, вместе с обзором теории дискурса в филологическом аспекте позволяют создать основание для комплексного рассмотрения и анализа нового для испанской политической модели дискурса, во многом опирающегося на популизм как политическую стратегию, возникшую в ответ на меняющиеся социокультурные реалии, что даёт возможность объяснить с дискурсивной точки зрения причины резкого роста и последующего спада популярности конкретной партии и подобных ей на политической арене Испании.

Ключевые слова: политический дискурс, Испания, партия, «Подemos», «постправда».

Введение. Интерес к изучению политического дискурса как самостоятельного объекта исследования зародился в последней четверти XX в. в связи с расширением его задач, инструментов и возможностей, связанных с активным развитием медийной сферы и социальных сетей, выбранных в качестве приоритетного канала трансляции. Теории и практике дискурса посвящены труды ряда зарубежных учёных, в частности Э. Бенвениста, Р. Водака, Дж. Лакоффа, Н. Хомского, Т.А. ван Дейка, У. Чейфа, Ю. Хабермаса и др. Свой вклад в исследование политического дискурса внесли российские исследователи Н.Д. Арутюнова, А.Н. Баранов, Э.В. Будаев, А.П. Чудинов, Е.И. Шейгал и др. Тем не менее эволюция политического дискурса, обусловленная изменяющимися социально-культурными условиями, остаётся несомненно актуальной, но пока недостаточно изученной научной проблемой, требующей дальнейшего всестороннего рассмотрения.

Теоретические основания исследования. Политическая нестабильность и разочарование в социальном и научном прогрессе в 70-х гг. прошлого века привели к возникновению во Франции такого философского течения, как постструктурализм. Постструктурализм и выросший на его базе постмодернизм подтолкнули многих учёных к критическому анализу современного им общества и его культуры. Такие исследователи, как Ж. Бодрийяр, Ж. Деррида, Ж. Делёз, Р. Барт, Ю. Кристева, Ж. Лакан, М. Фуко, задают вектор нового осмысления действительности. Реальности отказывают в объективности. Она оказывается лишь результатом бесчисленных проекций и отражений явлений в сознании людей. Логическая система, выстроенная Ф. де Соссюром, предполагающая строгое соответ-

ствие означающего и означаемого окружающих человека знаков, становится трамплином для семиологов, которые теперь отрицают её замкнутость, указывая на бесконечность коннотативных смыслов знака и невозможность его анализа вне общей смысловой ткани языка. Реальность, таким образом, превращается в бесконечный текст, и «вне текста не существует ничего» [1. Р. 35–36]. Отныне все факты окружающей действительности ставятся под сомнение. Привычные разуму вещи становятся двух- и даже многоплановыми, расцениваются как мифы: одежда, еда, фотография, кино. Тексту как мифу, как совокупности смысловых отсылок к другим внележащим текстам становится тесно в рамках науки о языке. Новые горизонты исследований вызывают потребность в создании нового концепта, который бы передавал всю полноту взаимопроникновений различных областей знания, происходящих на «территории» текста. Так в научный обиход входит понятие дискурса – «текста, погружённого в жизнь», который трактуется как «целенаправленное, социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах)» [2. С. 136–137].

Предлагаемый в статье вслед за многими учёными подход к рассмотрению дискурса как коммуникативного действия / события, вербализирующего ментальность, и одновременно как письменной или речевой его реализации, текстуальной и интертекстуальной, отражающей дихотомию лингвистического и экстралингвистического в определённом социальном контексте [3. С. 20], позволяет наиболее глубоко раскрыть дискурсивную специфику.

Разделяя мнение О.Л. Михалевой, утверждающей, что «дискурс детерминируется как типом той социальной активности, в рамках которой он осуществляется, так и интенциональным фактором, предопределяющим выбор способов общения» [4. С. 72], мы выделяем политический дискурс как особую дискурсивную практику, которую используют политики при выполнении своих функций для осуществления политической коммуникации. При этом основной интенцией политического дискурса является «борьба за власть» [5. С. 4]. Политический дискурс как коммуникативное действие направлен на определённую аудиторию – электорат – и вербализируется в виде текстов политической направленности. Интертекстуальность, иначе говоря, взаимовлияние и взаимозависимость дискурсивных политических текстов, представляет собой их типологическую характеристику. Подобных взглядов придерживаются испанские исследователи политического дискурса, например М. Альвар, С. Герреро Саласар, Э.А. Нуњес Кабесас [6, 7].

Актуальность, цель и материалы исследования. Актуальность когнитивно-дискурсивного исследования, проводимого в данной статье, определяется необходимостью рассматривать дискурс, в первую очередь политический, не только как объект действительности, который порождается реальностью и служит средством её познания, но и как субъект действительности, который формирует и моделирует политическую реаль-

ность. *Цель* предлагаемого в статье исследования – выявление типологических особенностей нового, отличного от системного, варианта политического дискурса в Испании, реализуемого лидерами и идеологами испанской партии «Подемос».

Для достижения поставленной авторами цели были проанализированы как собственно ядро дискурса, представляющее собой программу партии [8], так и его поле: выступления представителей партии на телевидении [9], публикации их интервью в журналах и газетах (в первую очередь в рейтинговых периодических изданиях, таких как «ABC» [10], «EL PAÍS» [11], «EL MUNDO» [12], а также их комментарии в соцсетях [13], послужившие практическим *материалом* для исследования. Всего проанализировано более 200 дискурсивных текстов. На основании выделения специфических констант дискурса «Подемос» и объяснения их генезиса путём обращения к критическим материалам, созданным собственно испанскими политологами, формулируются выводы, к которым авторы приходят в ходе рассуждений, представленных ниже.

Методы исследования. В статье используется *системный* подход, основанный на совокупности *дискурсивного* и *когнитивного* анализа. Такой подход становится ключом к разгадке многих явлений окружающего мира, так как даёт возможность изучать языковые явления на пересечении двух перспектив, ориентированных на экспликацию когнитивного механизма дискурса с учётом факторов лингвокультурной и социополитической среды. По словам Ю.С. Степанова, «дискурс существует прежде всего и главным образом в текстах, но таких, за которыми <...> встаёт особый мир – возможный (альтернативный) мир» [14. С. 44], в котором действуют свои собственные правила. Именно дискурс представляет возможность не столько для пассивного познания и концептуализации мира, сколько для его активного моделирования. С момента своего появления каждый объект или явление реальности получает многомерное осмысление, производится анализ его валентности, даётся диахроническое и синхроническое описание составляющих его смыслов. Использование сравнительно-сопоставительного метода позволяет выявить новаторские черты дискурса партии «Подемос», отличающие его от традиционного дискурса системных партий.

Дискурс партии «Подемос» как новый вариант политического дискурса Испании. Дискурс, который понимается в статье как инструмент политического влияния, особая информационная среда бытования субъектов политики, коммуникативное действие и его результат – текст, представляет собой основополагающую инфраструктуру политической коммуникации «Подемос». В ней отсутствуют случайные элементы, любое политическое действие тщательно продумано с точки зрения времени, места, формы его осуществления, а также в аспекте его дискурсивной подачи и распространения по медийным каналам. Именно это, в ряду других факторов, позволило «Подемос» добиться глубокого понимания, воспроизведения и подражания, которые встретили её идеи и действия в общественном

сознании простых испанцев, почувствовавших себя преданными традиционными политиками, не защитившими их перед новой социально-экономической реальностью. Их ответом стал мощный электоральный импульс, который они послали новой политической силе – «Подемос», отдав за неё свои голоса.

Философско-идеологические основы политического дискурса «Подемос». Превратив политику из искусства управления в поле идеологической борьбы, заключив её в рамки дискурса, правящие элиты оказались на пороге глубокого идеологического кризиса. Существует мнение, что именно с середины прошлого века достигший своего расцвета маркетинг, в том числе и политический, окончательно разрывает связь между объективной реальностью и субъективным её восприятием широкими массами населения, что заведомо является причиной последующего глубокого разочарования. Политика превращается из искусства управления исключительно в средство достижения и удержания власти, в игру с народом, в которой он, как наивный ребёнок, постоянно проигрывает и оказывается обманутым из-за неспособности трезво оценить преподносимую и часто навязываемую ему информацию. В сознании электората реальность существует не в объективном, а в преобразованном виде, представляясь такой, какой её создали политические акторы, использующие СМИ как ретранслятор своих мнений, суждений, оценок, которые затем перенимает массовая аудитория. Политический дискурс, благодаря управляющим возможностям языка, конструирует действительность в интересах определённых кругов или лиц, при этом собственно манипулятивное воздействие возникает в результате «сознательного раздвоения прокламируемых и истинных намерений» [15. С. 108].

Тактика ведения предвыборных кампаний, представляющих собой не что иное, как театрализованные костюмированные представления, оформляется в отдельную дисциплину: составляются руководства по имиджу политиков, появляются специалисты в данной области, на данные цели начинают выделяться крупные суммы денежных средств. Удивляет тот факт, что даже известность маркетинговых стратегий не спасает электорат от открыто навязываемого ему мнения. Возможно, объяснение этому кроется в самой человеческой природе. Как утверждал Р. Барт, «человек любит знаки и любит, чтобы они были ясными» [16. С. 390]. От осознания того, что он способен разгадать загадку, т.е. прочесть зашифрованное в знаке сообщение, пусть и самое элементарное, он получает огромное удовольствие. Эти положительные эмоции мешают сознанию проследить причинно-следственную связь многих явлений, понять, зачем фокус внимания концентрируется на определённом отрезке действительности, воспрепятствовать, наконец, манипулятивному влиянию на существующую картину мира путём активации сложных кодов, заложенных в репрезентуемых избирателем знаках.

Одними из первых о практическом применении теории дискурса в политике заговорили политологи Эрнесто Лаклау и Шанталь Муфф. В 1985 г. на волне постмодернизма и постструктурализма и под влиянием теории гегемонии Антонио Грамши они создают совместный труд «Гегемония и

социалистическая стратегия» [17], который становится своего рода постулатом нового политического течения – постмарксизма. Отвергая деление общества по экономическому признаку и ставя во главу угла идейные принципы и убеждения, Лаклау и Муфф заявляют о дискурсивной природе политических процессов, определяя политику как чисто идеологическую борьбу. Важная роль в этой борьбе отводится интеллигенции, которая призвана представлять и защищать интересы разрозненных по многочисленным признакам групп населения. При этом, согласно теории Лаклау и Муфф, дискурс должен транслироваться одной личностью, вокруг которой будет строиться народное самосознание [18. Р. 7–18].

Дальнейшее развитие идей постмарксизма в конечном итоге приводит к возникновению левого популизма. Лексема «populismo» стала словом года в Испании в 2016 г. [19]. При этом в новом политическом дискурсе «populismo» используется не в традиционном смысле (политическая позиция или риторика, апеллирующая к широким народным массам), а как политический концепт с новым значением: политическая линия, ориентированная на возвращение власти народу в противовес власти элит. По мнению профессионалов Фонда неологизмов испанского языка, это слово развивает негативную оценочность, получая дополнительные коннотации: эмотивное обращение политиков к гражданам с целью предложить простые решения для сложных проблем (*apelación emotiva al ciudadano y la oferta de soluciones simples a problemas complejos*) [Ibidem]. Семантической эволюции концепта «populismo» во многом способствовала изменившаяся политическая конъюнктура – знаковые политические трансформации международной ситуации, связанные с брекситом и победой Дональда Трампа на президентских выборах в США.

Лаклау в своих работах понимает популизм в позитивном ключе. Он утверждает, что популизм не является ни идеологией, ни следствием её отсутствия, а представляет собой политическую логику, направленную на достижение реальной демократии. Задача популизма – не только выявление реальных потребностей народа путём выстраивания чёткой границы между действительными интересами населения и навязываемыми ему «извне» правящей кастой, но и их грамотная канализация в одном русле для создания общего направления движения. Это возможно лишь путём создания «пустого означающего», объединяющего в себе означаемые различных дискурсов, некой недостижимой идеи, которая бы мотивировала все группы населения. Лаклау трактует не только идеологию политических партий и движений, но и их деятельность как дискурсивный феномен, определяя дискурс как поле осмысленности, как область, где образуются смыслы и значения. Лаклау настаивает, что не существует вне дискурсивной 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 signifiante que preexiste a cualquier inmediatez factual» [20. Р. 7]. 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.

Семя, брошенное в землю Лаклау и Муффа, взросло не сразу, но в наши дни плющом расползлось по всему миру, проникая в трещины, возникающие в политических системах и заставляя дрожать стены, выстроенные десятки лет назад традиционными системными партиями. В частности, в Испании стремительно появившаяся на политической сцене в 2014 г. партия «Подemos», возникшая на волне протестной активности «Движения возмущенных» (Los indignados) – недовольных и разочарованных граждан, активно проповедующая заветы Лаклау, уже через несколько месяцев сенсационно набрала на выборах в Европарламент 8% голосов, получив пять депутатских мандатов, а на парламентских выборах в самой Испании 20 декабря 2015 г. 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 страны [21]. Тем самым был положен конец просуществовавшей почти сорок лет двухпартийной системе в стране. Вместе с новой политической силой возник новый вариант политического дискурса Испании, отличающийся рядом типологических характеристик и кругом концептуальных метафор от традиционного системного дискурса «Народной партии» (Partido Popular) и «ИСПП» (Partido Socialista Obrero Español).

Перформативность как типологическая черта политического дискурса «Подemos». Опираясь на предложенную Эрнесто Лаклау трактовку дискурса, Иньиго Эррехон, идеолог партии, призывает рассматривать 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*) [22. Р. 167–168]. Параметры политического дискурса «Подemos» сформировались из политических лозунгов «Движения возмущенных», отразивших проблематику глубокого народного недовольства: Без народа вы – ничто – *Sin el pueblo no sois nada*; 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*; Речь не о борьбе левых против правых, это борьба тех, кто внизу, против тех, кто наверху – *Esto no es una cuestión de izquierda contra derechas, es de los de abajo contra los de arriba* [23].

Анализируя типологические характеристики нового политического дискурса в Испании, отличающие его от традиционного системного, отметим, что он становится перформативным, т.е. используется как политиче-

ское действие и для совершения политических действий, что сближает его с современными популистскими дискурсами в других странах (дискурс Д. Трампа в США, партии «СИРИЗА» в Греции, «Национальный фронт» во Франции). Как известно, понятие перформативности было введено в научный оборот Джоном Остином по отношению к высказываниям, которые не просто описывают действия, но сами являются действиями [24, 25]. Суть одного из главных постулатов перформативности сформулирована Джоном Роджерсом Сёрлом: «перформативные высказывания сами влекут за собой действия, которые они называют» [26. С. 14]. Политические стратегии «Подemos» – Пабло Иглесиас, Иньиго Эррехон, Хуан Карлос Монедеро, Каролина Бесканса и Луис Алегре – умело воспользовались историческим моментом для того, чтобы инициировать диалог с гражданами страны, понимая его как целенаправленное социальное действие, которое осуществляется в ходе борьбы за смыслы (*nombrar es hacer política*) [27. P. 88] и транслируется через наиболее выигрышные коммуникационные каналы: телевидение, социальные сети, публичные выступления на митингах. Само название партии «Подemos» – *Мы можем!* – включает в себе сильный эмоциональный импульс надежды на перемены и веры в свои силы, а также транслирует призыв к действию, которое становится реальным, осуществимым. Ключевые концепты дискурса «Подemos» (*ideas fuerza*) – *победить, мы, перемены, стремление, участие, достоинство, прозрачность, граждане, народ, люди, большинство, суверенитет* – идентифицируются с самой партией, детерминируя поступки тех, кому они адресованы.

Политический дискурс «Подemos», включающий чётко выверенные понятия (каста и народ, те, кто не каста: *casta – pueblo, los que no son casta*; те, кто наверху и те, кто внизу: *los de arriba – los de abajo* и др.) и метафоры (разбить врага – *derrotar al enemigo*; коты и мыши: *gatos – ratones* и др.), формулы поведения (например, кормление грудного ребенка в парламенте, отказ приветствовать стоя короля Испании и др.), «новую эстетику» – альтернативные причёски, продуманно небрежный стиль одежды, отсутствие пиджака и галстука – позволили партии победно *штурмовать небеса* (*asaltar los cielos*) и завоевать доверие испанского электората, используя в качестве коммуникационных каналов социальные сети, телевидение, радио и прессу.

В идеологических выкладках партии очевидно прослеживаются три базовых популистских дихотомии: *каста / народ, враг / герой, будущее / прошлое*. Вертикальное разделение общества на *касту, мафию, коррумпированных представителей власти и народ*, т.е. тех, кто не каста, позволяет объединить лево- и правонастроенных избирателей против общего *врага* – правящей элиты, выдвинув из рядов партии *героя*, призванного вернуть прежнее благосостояние народа. Именно в *прошлом* устремлены взоры популистов в отличие от традиционных политиков, строящих свою программу на *будущих* перспективах. Прошлое же является источником приятных воспоминаний и эмоций, которые раздуваются политиками новой формации до утопического идеала, «украденного у народа» современным прави-

тельством, на фоне которого настоящее ощущается угнетающим и бесперспективным. Однако это суждение глубоко иррационально. Всё дело в том, что наше политическое сознание является не рациональным, а исключительно эмоциональным. Именно поэтому современная политтехнология строится на создании и поддержании определённого эмоционального состояния электората путём внедрения в коллективную когнитивную картину мира народа необходимых образов и символов.

Обращение к простейшим человеческим инстинктам является одним из инструментов влияния на общественное мнение, используемым «Подemos». Основным инстинктом определённо является страх, страх перед существующей неопределённостью, умело преобразуемый в страх перед будущим в целом с его неизвестностью и настоящим с такими проблемами, как терроризм, миграция и потеря экономического статуса. На подробный анализ существующих в народе волнений, переживаний, умонастроений направлены заказываемые партией профессиональные социологические исследования [28]. Получаемые в ходе этих исследований данные используются для создания так называемой «*posttruth*» – проверенного инструмента популистов. Суть данного концепта заключается не в искажении действительности, но в акцентировании и подчёркивании лишь определённых, выгодных автору дискурса участков реального мира. Термин *post-truth* (исп. *posverdad*, рус. *постправда*) в 2016 г. становится словом года в Великобритании, по мнению составителей Оксфордского словаря. Концепт *post-truth* «описывает обстоятельства, в которых объективные факты менее важны для формирования общественного мнения, чем обращение к эмоциям и личным убеждениям» (перевод авторов) [29]. Расширение концептосферы медийного дискурса представляет собой своего рода ответную реакцию на развитие общества и его институтов, технический прогресс, появление новых политических и социально-культурных факторов. В эпоху развития массовых коммуникаций истина становится менее важной, уступая разного рода оценкам и интерпретациям субъективного, а не объективного толка. Именно в 2016 г. на фоне референдума о членстве Великобритании в ЕС и выборов президента США слово *post-truth* стало особенно актуальным и часто употребляемым в дискурсивном пространстве.

Эмпатия как типологическая черта политического дискурса «Подemos». Эмпатия (исп. *empatía, inteligencia emocional*) традиционно трактуется как осознанная психологическая способность чувствовать другого человека, его намерения, переживания и воспринимать его мир, как если бы он был твоим собственным. Эмпатичность дискурса «Подemos» как подлинно народной партии – ещё одна его новаторская черта – создаётся путём повторения суждений из народа, что заставляет избирателей считать членов партии «своими». Дискурс «Подemos» адресован в первую очередь простым испанцам, чьи страдания и надежды стали неотъемлемой частью стратегии партии, определяющей её политическую идентичность. Системные партии и их политические лидеры, строящие свой дискурс без оглядки на психологические особенности электората, воспринимаются как «чу-

жие». Эмпатия дискурса «Подemos» позволила сократить дистанцию между партией и её электоратом, сломать стереотип, противопоставляющий политических лидеров (*casta, los de arriba*) простым гражданам (*los que no son casta, los de abajo*). По мнению профессора психологии Университета Ла Лагуны (Тенерифе) Венсеслао Пеньяты (Wenceslao Peñate), лидеры «Подemos» эмоционально близки электорату, транслируют новые идеи и искренни в словах и поступках. Они оказались способны увидеть в простом гражданине человека, у которого есть свои трудности и свои нужды. Новизна их политической и дискурсивной деятельности ставит их выше традиционных и уже изрядно надоевших политиков: *Conectan emocionalmente, transmiten frescura y parecen genuinos. Son capaces de reconocer en el ciudadano a alguien con dificultades y necesidades. Están por encima de otros políticos porque no tienen el desgaste de la gestión* [30].

Новые концептуальные метафоры политического дискурса «Подemos». Меняющаяся политическая реальность и новое положение «Подemos», вошедшей в испанский парламент, заставляют лидеров партии менять свой дискурс, искать новые сильные метафоры и образы, способные уже не только привлечь, но и удержать внимание электората. В результате частотного анализа эмпирического материала объёмом более 50 п.л. можно выделить следующие метафоры, характерные для актуального дискурса партии «Подemos» последних месяцев. Тех, кого раньше именовали кастой (*casta*), теперь называют *antipatriotas* (антипатриоты), *los de esmoquin* (те, кто в смокинге), *mafia del canapé* (мафия, которая ест канапе), *los que observan desde el palco de honor* (те, кто смотрит из ложи почётных гостей), дистанцируя таким образом власти предержащие от простых граждан. Новой константой политического дискурса «Подemos» становится концепт *trama*, полностью вытеснивший слово *casta*. Это очень ёмкое понятие, успешно транслирующее важнейший для партии политический смысл: *trama* – это целая сеть, объединяющая политиков из системных партий, погрязших в коррупции, коррумпированные деловые круги и продажные СМИ, представителей судебной власти, даже членов королевского дома. *Trama* – это те, кто имеет реальную власть, те, кто дёргает за ниточки, использует свои связи и финансовые возможности для того, чтобы влиять на курс правительства: *...una suerte de red organizada que conecta a los empresarios más poderosos con algunos dirigentes de partidos políticos tradicionales e incluso algunos representantes del poder judicial; en ella tienen cabida la Casa Real y otras instituciones y actores que, en definitiva, son quienes realmente manejan los hilos, quienes ostentan el poder real*» (Pablo Iglesias); *«ámbito de la política, de los gobiernos, instituciones y gente de las grandes empresas de España que guardan relaciones personales de muchos años, y que están coordinadas para, cada uno desde su ámbito de actuación, tomar determinadas decisiones importantes para el rumbo de un país*» (Irene Montero, portavoz de Unidos Podemos en el Congreso) [31].

Однако резкое падение популярности «Подemos» на современном этапе, вызванное, в числе прочего, позицией, которую её руководство занимает по целому ряду ключевых внутриполитических вопросов, и кризисными процессами в руководстве партии, неизбежно ослабляет перформативность и эмпатичность её дискурса, не находящего более надлежащего отклика у электората, ранее поверившего в успех политических заявлений «Подemos».

Результаты исследования. Проведённое исследование позволяет сделать следующие выводы:

- стремительный рост рейтинга партии «Подemos» в 2014–2015 гг. свидетельствует об общей тенденции к популизму в испанском политическом дискурсе, что является следствием глобального политического кризиса и на определённом этапе оказывается весьма эффективной стратегией, приносящей голоса избирателей;

- успех «Подemos» во многом детерминирован пониманием того, что дискурс сосуществует с социальными действиями, смысл и значение которых как раз и создаются благодаря дискурсу;

- дискурс «Подemos» перформативен, прагматичен и эмпатичен в той мере, в какой он способен производить коммуникативный эффект, направленный на то, чтобы вызывать у реципиента не только требуемое отношение к сообщаемой информации, но и побудить его действовать;

- перформативность и эмпатичность как типологические характеристики дискурса испанских левых популистов строятся на тройной дихотомии *trama* / народ, враг / герой, будущее / прошлое, позволяющей создать область «постправды» в сознании избирателей с целью манипуляции общественным мнением.

Анализ результатов. Выделенные авторами статьи типологические особенности современного политического дискурса, объяснение возникновения новейших тенденций в политике Испании, берущих начало в философии постмодернизма и постструктурализма, позволяют рассмотреть в данном ключе политические дискурсы других стран как с целью изучения каждого из них в отдельности, так и для сравнительного анализа.

Заключение. Существует мнение, что быстрый взлёт «Подemos» может закончиться столь же стремительным падением, о чём свидетельствуют нарастающий раскол внутри самой партии и последовательный спад её популярности, который значительно ускорился в связи с позицией её лидера по вопросу каталонского кризиса и референдума о независимости Каталонии 1 октября 2017 г. Причины спада популярности, как это ни странно, совпадают с секретами её стремительного роста. Всё дело в том, что программа партии строится на обещании удовлетворить потребности самых разных и немногочисленных групп населения, что предполагает объединение в рядах избирателей различных общественных классов и групп. Это вызывает потребность создания очень расплывчатого дискурса, исключая острейшие темы, обходящего спорные вопросы, который бы мог быть направлен как можно большему количеству людей. Другими словами,

пользуясь принципами популизма, партия объединяет в своём дискурсе целый ряд дискурсов, часто противоречащих друг другу, с целью достижения власти, но не с целью реального решения накопившихся в стране проблем, поскольку для этого необходимо выработать чёткую стратегию, воплощение которой всегда требует ущемления интересов одной из сторон. Популизм, создающий политический субъект без чётких очертаний, который зиждется на коллективном эмоциональном подъёме, является эффективным средством для достижения власти в предвыборной борьбе, однако впоследствии становится причиной внутреннего кризиса и требует стабилизации внутрипартийных отношений и выработки чёткой стратегии. Ещё одним тактическим просчётом «Подемос» становится намерение использовать народ в борьбе с «кастой», «мафией», правящим меньшинством без чёткого понимания, что есть народ и на какой социальной ступени проходит граница между «своими» и «чужими». Современные испанские популисты сами себя обрекают на провал, стараясь угодить всем «*indignados*» сразу и парализуя тем самым свою политическую волю. Объединение противоречивых интересов внутри одного дискурса рано или поздно приводит к кризису доверия всех поддерживающих данный дискурс сторон.

В отличие от Грамши, отрицавшего тактику открытого боя и предпочитавшего тактическую войну в политике, предполагающую долгий процесс создания необходимой среды для смены власти, Лаклау и Муфф, а вслед за ними и лидеры «Подемос» считают необходимым сначала прийти к власти, а потом уже сверху пытаться изменить сложившуюся ситуацию. Коммуникативная стратегия «Подемос», представляющая собой совокупность концептов, образующих ментальное пространство их дискурса, служит для репрезентации окружающей действительности и одновременно для её моделирования с помощью целенаправленных социальных действий, задачей которых является, к сожалению, не изменение общественного сознания с целью глобального социального преобразования, как было завещано Грамши, а собственно приход к власти, о чём свидетельствует глубокий внутрипартийный кризис, мешающий партии развивать собственные идеи.

Литература

1. Derrida J. Double Session // Derrida J. Dissemination. Chicago : University of Chicago Press ; London : The Athlone Press, 1981. P. 173–286.
2. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В.Н. Ярцева. М., 1990. С. 136–137.
3. Ларионова М.В. Испанский газетно-публицистический дискурс: искусство информации или мастерство манипуляции? М. : МГИМО-Университет, 2015. С. 20.
4. Михалева О.Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. С. 72.
5. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М. : Гнозис, 2004. С. 4.
6. Alvar M. (coord.) El lenguaje político. Madrid : Fundación F. Ebert e Instituto de Cooperación Iberoamericana, 1987. 221 p.
7. Guerrero Salazar S., Núñez Cabezas E.A. El lenguaje político español. Madrid, Cátedra, 2002. 555 p.

8. *PODEMOS*. URL: <https://podemos.info/podemos-ya-tiene-programa-aqui-resumido-en-29-claves/> (дата обращения: 10.10.2017).
9. *LA TUERKA*. URL: <http://www.latuerka.net/> (дата обращения: 11.08.2017).
10. *ABC*. URL: <https://www.abc.es/> (дата обращения: 11.08.2017).
11. *EL PAÍS*. URL: <https://elpais.com/> (дата обращения: 11.08.2017).
12. *EL MUNDO*. URL: <http://www.elmundo.es/> (дата обращения: 11.08.2017).
13. Pablo Iglesias. URL: https://twitter.com/pablo_iglesias (дата обращения: 10.10.2017).
14. Степанов Ю.С. Альтернативный мир: Дискурс, Факт и принцип Причинности // Язык и наука конца XX в. : сб. ст. М., 1995. С. 44.
15. Карасик В.И. Языковая кристаллизация смысла. М. : Гнозис, 2010. 351 с.
16. Барт Р. Система Моды: Статьи по семиотике культуры. М. : Изд-во им. Сабашиных, 2003. 512 с.
17. Laclau E., Mouffe Ch. Hegemony and social strategy. London : Verso, 1985. 197 p.
18. Laclau E. Discurso // Estudios: filosofía, historia, letras. México, D.F. : Instituto Tecnológico Autónomo de México, Departamento Académico de Estudios Generales. Sección textos, nueva época, 2004. Vol. 2, № 68. P. 7–18.
19. Fundéu BBVA. URL: <https://www.fundeu.es/recomendacion/populismo-palabra-del-ano-2016-para-la-fundeu-bbva/> (дата обращения: 12.08.2017).
20. Laclau E. Discurso // Estudios: filosofía, historia, letras. México, D.F. : Instituto Tecnológico Autónomo de México, Departamento Académico de Estudios Generales. Sección textos, nueva época, 2004. Vol. 2, № 68. P. 7.
21. JUNTA ELECTORAL CENTRAL. URL: <http://www.juntaelectoralcentral.es/cs/jec/elecciones/Generales-diciembre2015?p=1379061494717> (дата обращения: 10.10.2017).
22. 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. 656 p.
23. Robledo P. Las frases y lemas del Movimiento 15M más utilizados. URL: www.movimiento15m.org/2013/07/las-frases-y-lemas-del-movimiento-15m.html (дата обращения: 11.09.2017).
24. Остин Дж. Перформативные высказывания // Остин Дж. Три способа пролить чернила. М., 2006. С. 264.
25. Остин Дж. Как производить действия при помощи слов // Избранное. М., 1999. С. 19.
26. Сёрл Дж.Р. Философия языка / ред.-сост. Дж.Р. Сёрл ; пер. с англ. 2-е изд. М. : Едиториал УРСС, 2010. С. 14.
27. Monedero J.C. Curso urgente de política para gente decente. Barcelona : Editorial Planeta, S.A, 2014. 246 p.
28. La estrategia de los morados. Podemos encarga un estudio para mejorar la imagen de Pablo Iglesias. URL: <https://www.elperiodico.com/es/politica/20170514/podemos-encarga-estudio-mejora-imagen-pablo-iglesias-6034240> (дата обращения: 10.10.2017).
29. Oxford Dictionaries. URL: <http://en.oxforddictionaries.com> (дата обращения: 2.08.2017).
30. Soteras A. Los políticos suspenden en inteligencia emocional, salvo los emergentes. URL: <https://www.efesalud.com/los-politicos-suspenden-en-inteligencia-emocional-salvo-los-emergentes/> (дата обращения: 11.08.2017).
31. López de Miguel A. Cambio de discurso en el nuevo Podemos: de la casta a la trama. URL: <http://www.publico.es/politica/cambio-discurso-nuevo-casta-trama.html> (дата обращения: 15.11.2017).

Modern Spain: New Political Reality – New Political Discourse

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology. 2019. 59. 53–66. DOI: 10.17223/19986645/59/4

Marina V. Larionova, Yuliya V. Slivchikova, Moscow State Institute of International Relations (Moscow, Russian Federation). E-mail: larionova.m@list.ru / aurora85@bk.ru

Keywords: discourse, Spain, politics, party, “Podemos”, “posttruth”.

The article aims to specify the typological characteristics of the new, different from the traditional one, Spanish political discourse. This discourse is mainly based on the political strategy of populism leaders of the Podemos political party realize; it represents and models the reality by means of targeted social actions. The research is based on a complex approach that combines discourse and cognitive analyses: this approach allows studying language phenomena from different perspectives that are focused on explaining the discourse cognitive mechanism taking into consideration its linguocultural and sociopolitical aspects. The research material consists of the discursive texts of Podemos leaders such as their public program speeches, TV appearances, published interviews, social media comments. The discourse as the mainframe of the Podemos political communication is understood as a manipulation tool, a special environment of the political subjects' activities, a communication act and a text as its result. The success of Podemos in 2014–16 is mainly explained by the combination of the discourse and social acts that acquire the new specific meaning thanks to this very discourse.

Analyzing discourse not only as an object of the reality that is generated by this reality and is a means of cognizing it but also as a subject of the reality that forms and models the political environment, the authors of the study lay emphasis on the performativity, pragmativity and empathy as the typological characteristics of the Spanish left populist discourse. Their discourse based on the triple dichotomy trama/people, enemy/hero, future/past leads to the creation of the post-truth in the collective unconscious of the electorate assigned to shape the public opinion. The typological characteristics of the modern Spanish political discourse, as well as the explanation of the tendencies in Spanish politics originated in the postmodernist and poststructuralist philosophy, bring the opportunity to examine the political discourse of other countries in particular and make a comparative analysis.

References

1. Derrida, J. (1981) *Dissemination*. Chicago: University of Chicago Press; London: The Athlone Press. pp. 173–286.
2. Arutyunova, N.D. (1990) Diskurs [Discourse]. In: Yartsev, V.N. (ed.) *Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar'* [Linguistic Encyclopedic Dictionary]. Moscow: Sovetskaya entsiklopediya.
3. Larionova, M.V. (2015) *Ispanskiy gazetno-publitsisticheskiy diskurs: iskusstvo informatsii ili masterstvo manipulyatsii?* [Spanish newspaper and journalistic discourse: the art of information or the skill of manipulation?]. Moscow: MGIMO University.
4. Mikhaleva, O.L. (2009) *Politicheskiy diskurs: Spetsifika manipulyativnogo vozdeystviya* [Political discourse: Specificity of the manipulative impact]. Moscow: Knizhnyy dom "LIBROKOM".
5. Sheygal, E.I. (2004) *Semiotika politicheskogo diskursa* [Semiotics of political discourse]. Moscow: Gnozis.
6. Alvar, M. (1987) *El lenguaje político*. Madrid: Fundación F. Ebert e Instituto de Cooperación Iberoamericana.
7. Guerrero Salazar, S. & Núñez Cabezas, E.A. (2002) *El lenguaje político español*. Madrid: Cátedra.
8. *PODEMOS*. [Online] Available from: <https://podemos.info/podemos-ya-tiene-programa-aqui-resumido-en-29-claves/>. (Accessed: 10.10.2017).
9. *LA TUERKA*. [Online] Available from: <http://www.latuerka.net/>. (Accessed: 11.08.2017).
10. *ABC*. [Online] Available from: <https://www.abc.es/>. (Accessed: 11.08.2017).
11. *EL PAÍS*. [Online] Available from: <https://elpais.com/>. (Accessed: 11.08.2017).
12. *EL MUNDO*. [Online] Available from: <http://www.elmundo.es/>. (Accessed: 11.08.2017).

13. Pablo Iglesias. [Online] Available from: https://twitter.com/pablo_iglesias_. (Accessed 10.10.2017).
14. Stepanov, Yu.S. (1995) Al'ternativnyy mir: Diskurs, Fakt i printsip Prichinnosti [Alternative World: Discourse, Fact and the Principle of Causality]. In: Stepanov, Yu.S. (ed.) *Yazyk i nauka kontsa XX v.* [Language and science of the end of the 20th century]. Moscow: RSUH.
15. Karasik, V.I. (2010) *Yazykovaya kristallizatsiya smysla* [Linguistic crystallization of meaning]. Moscow: Gnozis.
16. Barthes, R. (2003) *Sistema Mody: Stat'i po semiotike kul'tury* [The Fashion System: Articles on the semiotics of culture]. Translated from French. Moscow: Izd-vo im. Sabashnikovykh.
17. Laclau, E. & Mouffe, Ch. (1985) *Hegemony and social strategy*. London: Verso.
18. Laclau, E. (2004) Discurso. *Estudios: filosofía, historia, letras*. 2 (68). pp. 7–18.
19. Fundeu BBVA. [Online] Available from: <https://www.fundeu.es/recomendacion/populismo-palabra-del-ano-2016-para-la-fundeu-bbva/>. (Accessed: 12.08.2017).
20. Laclau, E. (2004) Discurso. *Estudios: filosofía, historia, letras*. 2 (68). pp. 7–18.
21. JUNTA ELECTORAL CENTRAL. [Online] Available from: <http://www.juntaelectoral-central.es/cs/jec/elecciones/Generales-diciembre2015?p=1379061494717>. (Accessed: 10.10.2017).
22. Errejón, I. (2012) *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.
23. Robledo, P. (2013) *Las frases y lemas del Movimiento 15M más utilizados*. [Online] Available from: www.movimiento15m.org/2013/07/las-frases-y-lemas-del-movimiento-15m.html. (Accessed: 11.09.2017).
24. Austin, J.L. (2006) *Tri sposoba prolit' chernila* [Three ways of spilling ink]. Translated from English by V. Kiryushenko. Moscow: Aletyya, St. Petersburg State University.
25. Austin, J.L. (1999) *Izbrannoe* [Selected Works]. Translated from English by L.B. Makeeva, V.P. Rudnev. Moscow: Ideya-Press, Dom intellektual'noy knigi. pp. 13–138.
26. Searle, J.R. (2010) *Filosofiya yazyka* [The philosophy of language]. Translated from English. 2nd ed. Moscow: Editorial URSS.
27. Monedero, J.C. (2014) *Curso urgente de política para gente decente*. Barcelona: Editorial Planeta, S.A.
28. Elperiodico.com. (2017) *La estrategia de los morados. Podemos encarga un estudio para mejorar la imagen de Pablo Iglesias*. [Online] Available from: <https://www.elperiodico.com/es/politica/20170514/podemos-encarga-estudio-mejora-imagen-pablo-iglesias-6034240>. (Accessed: 10.10.2017).
29. Oxford Dictionaries. [Online] Available from: <http://en.oxforddictionaries.com>. (Accessed: 2.08.2017).
30. Soterías, A. (2015) *Los políticos suspenden en inteligencia emocional, salvo los emergentes*. [Online] Available from: <https://www.efesalud.com/los-politicos-suspenden-en-inteligencia-emocional-salvo-los-emergentes/>. (Accessed: 11.08.2017).
31. López de Miguel, A. (2017) *Cambio de discurso en el nuevo Podemos: de la casta a la trama*. [Online] Available from: <http://www.publico.es/politica/cambio-discurso-nuevo-casta-trama.html>. (Accessed: 15.11.2017).