



А. В. Демкина

Эволюция политического дискурса партии Подemos: от риторики популизма к идеалам культурной войны

Демкина Анастасия Владимировна, магистрант II курса
Магистратуры «Стратегические коммуникации»
МГИМО МИД России. a.v.dyomkina@yandex.ru

Аннотация: В статье исследуется, как изменялась дискурсивная база в выступлениях лидеров и документах партии Подemos на протяжении нескольких избирательных циклов (2014–2016 гг.). Особо рассматриваются непрямые инструменты политической борьбы, а именно коммуникационные, образовательные и культурные, применяемые Подemos с целью убеждения избирателей.

Ключевые слова: Подemos, политический дискурс, политическая коммуникация, риторика популизма.

Anastasia Demkina.

The evolution of political discourse of Podemos party: from populist rhetoric to the ideals of cultural war

Abstract. The article examines how the discursive framework in the speeches of the leaders of Podemos party and its documents changed over several electoral cycles (2014–2016). A particular attention is given to indirect instruments of political strife, such as communicational, educational and cultural which Podemos applied in order to persuade the electorate.

Keywords: Podemos, political discourse, political communication, populist rhetoric.

Почти три года назад, когда партия Подemos стремительно ворвалась на арену политической борьбы в Испании, было очень трудно предположить, каковы будут перспективы этого объединения. Эксперты терялись в догадках, как далеко удастся зайти этой партии левого толка с откровенно популистскими лозунгами. Одни утверждали, что партия не выдержит борьбы с маститыми конкурентами, традиционными партиями – Народной партией (НП) и Испанской социалистической рабочей партией (ИСРП), – и через короткое время, просто распадётся и будет поглощена иными политическими образованиями. Другие считали, что у Подemos огромный потенциал, и что при определённом стечении обстоятельств, эта партия вполне может оспорить большинство голосов у двух главнейших игроков. Истина, как это часто бывает, скрывалась примерно посередине.

Спустя три года после возникновения Подemos, после того, как она приняла участие в выборах разного уровня, можно говорить о том, что партия заняла свою нишу в испанском политическом ландшафте [1]. Это подтверждается тем, что Подemos получает относительно одинаковое количество голосов в ходе различных выборов (в Европарламент, на муниципальных и парламентских), что ставит партию в среднем на 3-4 место в общем распределении голосов.

Однако за три прошедших и насыщенных года в партии произошло многое перемен, как в структурном, так и в содержательном плане. Данное исследование ориентировано, прежде всего, на анализ изменений в политическом дискурсе партии, иными словами на то, как трансформировались смысловые конструкции и ключевые сообщения, исходящие от Подемос на протяжении нескольких избирательных циклов.

Что сами лидеры Подемос понимают под политическим дискурсом? Основываясь на докторской диссертации Иньиго Эррехона, директора предвыборных кампаний Подемос и спикера партии Подемос в Конгрессе депутатов, можно сделать вывод, что в вопросах дискурса, он придерживается точки зрения Эрнесто Лаклау: «Дискурс – это способность восприятия, мысли и действия, зависящая от структуризации определённого смыслового поля, которое предшествует, какому бы то ни было факту» [2, с. 431]. А смысловые поля, по Эррехону, это нарративы, благодаря которым различные практики и знания приобретают своё значение. Поэтому дискурс необходимо понимать, как нечто историческое и в то же время динамическое, что создаётся в процессе борьбы за смыслы [3, 167–168].

Помимо этого, дискурс существует с социальными действиями, это свидетельствует о том, что если все действия имеют значение, и это значение формируется благодаря дискурсу, то фактически не существует теоретического различия между «дискурсом» и «практикой» и тем более, первый не может представлять собой подлинного выражения второй [4].

Отсюда вывод: победа в дискурсивном плане для Подемос не менее важна, чем победа в плане практическом. Именно это объясняет повышенную чувствительность руководителей Подемос к малейшим изменениям политической атмосферы, а также даёт представление о закономерности того внимания, которое они уделяли всем исходящим от партии коммуникационным посылам, начиная от дизайна сайта и агитационных материалов и заканчивая словесными формулировками и образами членов партии во время выступлений в СМИ [5].

Как изменился политический дискурс Подемос за эти три года предвыборной борьбы? Надо сразу подчеркнуть, что его трансформация была обусловлена двумя важными факторами: целевой аудиторией и историческим моментом. Вполне очевидно, что разные типы выборов требуют дифференцированного подхода к избирателям, а исторический момент предопределяет использование тех или иных тактик и инструментов для предвыборной агитации.

Рассмотрим политический путь Подемос поэтапно, чтобы выделить основные характеристики и особенности политического дискурса партии в рамках этих периодов.

Начальный этап – вторжение (январь – сентябрь 2014 г.)

Если говорить о начальном этапе вступления Подемос в избирательную борьбу (2014 г.), то стоит выделить некоторые характеристики политического дискурса партии того периода: выбор телевидения как первостепенного канала для популяризации членов партии, ещё до официального появления самого объединения в целом, обращение к риторике популизма, использование метафор, активное применение новых медиа.

Пабло Иглесиас, в будущем генеральный секретарь Подемос, а до возникновения партии – преподаватель факультета политических наук и социологии университета Комплутенсе, принял деятельное участие в нескольких проектах любительских теледебатов. Его опыт начался с участия в 2009 г. в программе «59 секунд», выходившей на факультете при поддержке телеканала TVE. Поскольку передача оказалась успешной, через год Пабло Иглесиас трансформировал её в собственный проект «La Tuэрка» (*Примеч. авт. – «Гайка»*).

Данная программа сыграла значительную роль в успехе Подемос. Иглесиас предлагал активистам левых сил участвовать в «La Tuэрке», и даже надеялся использовать её в качестве инструмента избирательной борьбы на выборах в Парламент Галисии в 2012 г., когда он самым являлся советником партии «Галисийская Левая Альтернатива». Однако представители левых партий в отличие от Иглесиаса, не придавали такого значения важности телевидения в вопросах предвыборной борьбы, и это непонимание, в конечном счёте, привело Иглесиаса к решению о создании собственной партии [6, с. 43].

В ходе «завоевания» СМИ будущий лидер партии Подемос использовал очень интересную технику: чтобы привлечь внимание аудитории, он комментировал текущие политические события в стране и мире, зачастую сопровождая свои комментарии язвительной, но предметной критикой действующих политиков. Это в какой-то момент заставило объектов его критики на-

чать оправдываться уже не в любительской передаче, а на главных каналах испанского телевидения. Кроме того, «La Túerka» в значительной степени выражала чаяния людей, принимавших участие в протестах 15 мая 2011 г.

Речь идёт о так называемом Движении «15-M», когда главные площади крупных городов Испании были заняты протестующими, несогласными политикой действующих властей: антикризисными мерами жесткой экономии, выделением огромных сумм на спасение от банкротства банков, соглашательством с предложениями Брюсселя. Ведущий и гости «La Túerka» апеллировали к несогласным с политикой правительства и объясняли причины сложившейся ситуации в стране, предлагая своим зрителям набор популистских диагнозов, аргументов и слоганов, которые можно было применить в дискуссии со сторонниками действующей власти. Популярность «Тúерки» и её ведущего привела к тому, что Иглесиас стал получать приглашения принять участие в самых популярных программах политических дебатов в стране.

Здесь будет уместно обратиться к докторской диссертации генерального секретаря Подемос, где он описывает алгоритм действий глобальных движений постнациональной Европы, таких, как например, протест антиглобалистов в Праге против политики ВБ и МВФ в сентябре 2000 г. Мы встретим там похожий тезис: «Новизна протестных форм коллективных действий состоит в том, что в них оказываются задействованными коммуникационные и производственные ресурсы существующих капиталистических режимов» [7, р. 502]. Фактически Иглесиас этим утверждением легитимизирует использование средств, в том числе СМИ, для нужд антисистемных движений.

В случае с Подемос такой подход Иглесиаса проявился в активном участии членов партии в телевизионных ток-шоу на каналах достаточно правого толка [8]. В своей собственной передаче «La Túerka» будущий генсек Подемос не стеснялся в выражениях в отношении действующих системных политиков, погрязших в коррупционных скандалах. Обвинения были настолько обидными, что адресаты спешили их опровергнуть, также используя СМИ, и, оправдываясь, делали бесплатную рекламу самому Иглесиасу. Кроме того, участники ток-шоу, выражающие мнения, противоположные системным взглядам, выглядят выигрышнее и своими спорами «на смерть» собирают большую аудиторию, поэтому сами каналы были заинтересованы в том, чтобы у традиционных участников появился достойный оппонент, который поднимал рейтинги теледебатов.

Важность телевидения в успехе Подемос безошибочно определяет политолог Х.И. Торрелланка: «Подемос – это политическая партия, которая возникает как телевизионная студия, иными словами, использует формат, который говорит всё о нашем обществе и свидетельствует об огромной силе предвидения партийных лидеров. Подемос изначально создавалась как телевидение, а затем уже телевидение создало Подемос» [9, р. 107].

Еще одной отличительной чертой коммуникационного наступления новой партии стало её беспрецедентное внимание к использованию новых медиа, в частности социальных сетей. Так, например, лишь спустя 48 часов после того, как Подемос получила пять мест в Европейском парламенте, она стала первой по количеству подписчиков в Фейсбуке испанской партией [10]. Многие испанские СМИ восхищались тем, как Подемос удалось «превратить хэштеги в голоса», иными словами, перенести показатели собственной популярности из виртуального мира в реальный. Однако, важно понимать, что целевая аудитория партии – избиратели Подемос – это преимущественно жители крупных городов, молодежь, люди, активно пользующиеся Интернетом и социальными сетями. В отличие от граждан, отдающих свои голоса за традиционные партии, они не консервативны, а скорее наоборот. Поэтому нет ничего удивительного, что Подемос обрела такую поддержку в социальных сетях, ведь это, прежде всего, канал, интересный их сторонникам.

Особенность участия Подемос в социальных сетях – это профессионализм в контроле над их использованием. Так, уже в ноябре

2014 г. внутри партии было создано «Пространство социальных сетей» – отдел, отвечающий за скоординированные, эффективные и регламентированные действия Подемос в социальных сетях. Этот орган впоследствии сформулировал ряд важных документов в этой области: «Протокол о социальных сетях для страниц Подемос», «Регламент для официальных страниц» [11]. В них подробно излагаются основные правила использования визуального и верbalного контента, связанного с деятельностью Подемос.

**Подготовка к муниципальным выборам
и выборам в автономных округах
(октябрь 2014 г. – май 2015 г.)**

В ходе муниципальных выборов в мае 2015 г. кандидаты от «Народного союза» - объединения Подемос и ряда других мелких партий и движений были избраны мэрами Мадрида и Барселоны. Речь идет о победе юриста и правозащитницы Мануэлы Кармены от «Ahora Madrid» и лидера движения обманутых ипотечных вкладчиков Аде Колау от «Guanyem Barcelona». Необходимо отметить, что эти две фигуры воспринимались избирателями, как реальные альтернативы системным кандидатам. Иначе говоря, был создан имидж активных женщин, «борцов за права» незащищенных групп граждан – малоимущих, обманутых вкладчиков, безработных. Иными словами, вновь эксплуатировался образ «возмущенных», протестовавших еще 15 мая 2011 г.

Несмотря на то, что Подемос не стала выставлять свои кандидатуры в большинстве муниципальных и автономных округов, две громкие победы, вновь укрепили уверенность в общем тренде на усиление позиций Подемос.

**3. Подготовка к парламентским выборам
(июнь – декабрь 2015 г.)**

Главный слоган Подемос для предвыборной кампании к парламентским выборам 2015 г. – «страна с тобой». Он отражает ставку на массовое, народное лидерство и обращается к максимально широкой аудитории. Это неудивительно, поскольку программа Подемос была в первую очередь нацелена на группы населения, больше всего пострадавшие в ходе экономического кризиса. Основные положения программы носят достаточно популистский характер, в их числе, создание народного банка, с демократическим управлением – ответ на засилье коммерческих банков, которые сыграли далеко не последнюю роль в ухудшении экономической ситуации в Испании с 2009 г. и являются виновниками громких скандалов, связанных с выселением из собственных домов неплатежеспособных граждан. Следующим положением программы является требование народного суверенитета, которое следует понимать, как способность граждан самим решать свою судьбу, лишая такой возможности крупные банки, рынки и капиталы. Затем следуют пункты об увеличении зарплат и пенсий, получении достойного жилья, достижения равенства между мужчинами и женщинами. В блоке внешней политики требуется провести референдум о вхождении Испании в НАТО. Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что программа Подемос является логическим продолжением риторики, которая использовалась еще два года назад, в начале предвыборной кампании в Европарламент. Большинство требований носят популистский и социалистический характер.



Предвыборный плакат Подемос
Источник: editorial.huffingtonpost.com

стю выражавшее основные положения программы партии. Образ Иглесиаса, широко и естественно улыбающегося, в белой рубашке без галстука демонстрировал близость к избирателям, подлинно народное лидерство (позади толпа) и свежий взгляд на вещи [12]. Лидер партии действительно ассоциировался с надеждой на перемены, и лучшее будущее, поэтому можно сказать, что плакат полностью коррелировал с имиджем лидера и партии.

На выборах 20 декабря 2015 г. партия «Подемос» набрала 12,69 % голосов, однако в коалиции с партиями «Эн Кому Подем» (3,69 %), «Компромис-Подемос-Эс эль момент» (2,67 %), «Эн Ма-

реа» (1,63 %), её общий результат составил 20,66 %, что обеспечило ей 69 депутатских кресел и третье место в Парламенте [13].

Разумеется, результат «Подемос» был впечатляющим — впервые в истории современной двухпартийной испанской системы, появилась третья партия, которая набрала немногим меньшее число голосов, чем две основные. Как бы то ни было, результат «Подемос» был явно недостаточным для того, чтобы реально повлиять на возможность утверждения собственного кандидата на посту премьер-министра. «Подемос» также не удалось договориться о создании коалиции с ИСРП (партии расходились в мнениях по разным вопросам, одним, из которых была возможность проведения референдума о независимости Каталонии), а как только выяснилось, что остальные партии тоже неспособны договориться о союзах или альянсах, стало понятно, что следующих выборов не избежать.

4. Парламентская борьба и поиск нестандартных инструментов политической конкуренции (январь – октябрь 2016 г.)

В ходе парламентских дебатов первой половины 2016 г. проявилась так называемая «новая эстетика» испанского Парламента. Вспомним, что по Лаклау то, «как говорящий составляет предложения, не должно восприниматься нами как выражение желания абсолютно независимого человека. Напротив, его слова зависят в большой степени от того, как организованы институты, оттого что «можно сказать» в какой-то определенный момент, а что нет» [14]. Этот тезис применим, в том числе и к поведению депутатов Подемос в Парламенте.

Достаточно было одного взгляда на дебаты того периода в Конгрессе депутатов, чтобы понять насколько разительно парламентарии Подемос отличаются от своих коллег. Не будет преувеличением сказать, что они привнесли новый стиль и невиданное ранее разнообразие в законодательное собрание Испании. На общем фоне традиционных испанских политиков в костюмах и с галстуками выделяются, например, Рита Босахо, первая чернокожая депутат за всю историю существования испанского Парламента, представляющая блок «Унидос-Подемос»; Альберто Родригес, активист рабочего движения, всю жизнь проработавший на нефтеперерабатывающем заводе, и так и не сменивший повседневную одежду и дреды на деловой костюм и общепринятую мужскую стрижку даже в зале заседаний.

Интересно, что само по себе ношение галстука, не вызывавшее раньше никаких негативных коннотаций в среде политиков и воспринимаемое лишь как официальный стиль, сегодня стало маркером принадлежности к политической «касте». Так что даже Педро Санчес, лидер традиционной партии ИСРП уступил требованиям моды и периодически не соблюдал установленный этикет, появляясь на заседаниях без галстука. То же самое относится и к Альберу Ривера, лидеру партии «Сьюдаданс».

Понятно, что подобные изменения во внешнем виде депутатов принесли за собой изменения и в стиле риторики парламентариев. Резкие оскорблении и достойные уличных митингов словесные перепалки стали обычным делом. Так, например, в марте 2016 г. во время спора о должности лидера ИСРП Педро Санчеса, Пабло Иглесиас объяснил, что социалист «отказывается вступать в коалицию с «Подемос», потому что ему это запретили. Так сказал Фелипе Гонсалес, который запятнал свое прошлое негашеной известью» [15]. Речь идет, об инциденте 1985 г., когда останки двух членов баскской террористической организации Ласо и Сабала были обнаружены на юге Аликанте в яме с негашеной известью. Это было сделано, чтобы скрыть следы пыток, применённых сотрудниками ГАЛ — антитеррористических групп, финансировавшихся МВД Испании во время правления Гонсалеса.

Подобное обвинение Иглесиаса вызвало бурную реакцию со стороны СМИ, потому что ранее никто не осмеливался настолько открыто критиковать политику Фелипе Гонсалеса, чье правление в целом воспринималось как относительно благополучный для Испании период.

Во время подготовки ко вторым парламентским выборам Подемос стала действовать еще активнее в Интернете и социальных сетях.

Э. Фернандес Рубиньо, ответственный за пространство социальных сетей, отмечал, что при подготовке к выборам, персональные страницы всех кандидатов от Подемос в разных округах в Фейсбуке должны стать «дневниками предвыборной кампании в прямом эфире» [16]. То есть речь шла об углублении использования социальных сетей, отхода от общепринятых тактик, таких как, например, ведение лишь официальных страниц политических партий или их лидеров в Фейсбуке.

Повторные парламентские выборы, состоявшиеся 26 июня 2016 г. не привнесли каких-либо кардинальных изменений в политическую ситуацию в Испании. На них вновь победила НП, причем, набрав почти на 5% больше голосов, чем на предыдущих выборах, на втором и третьем месте почти с теми же результатами остались ИСРП и коалиция Унидос-Подемос. Однако на этот раз Подемос восприняла итоги выборов достаточно пессимистично: хотя в эту избирательную кампанию к ней примкнуло даже большее количество мелких партий, чем в первую, ей все равно не удалось улучшить свой результат.

Внутри Подемос провели тщательный анализ полученных результатов и причин замедления головокружительного «штурма небес». Лидеры Подемос стали вновь заявлять о важности возвращения к формам уличной демократии, нетрадиционным методам политической борьбы. Хорхе Моруно, правая рука Иньиго Эррехона, ответственный за аргументативную базу и дискурс партии, в одном из интервью после выборов заявил, что «необходимо вновь политизировать социальную сферу, уничтожить туманность, разделяющую улицу и парламент» [17]. Его призыв вполне оправдан, поскольку за время бесконечных и бесплодных дебатов в Парламенте, которые длились около года, депутаты Народной партии, ИСРП, Подемос и Сьюдаданс не могли договориться о создании какой-либо жизнеспособной коалиции, а значит, доверие к политикам в целом, как к классу неизбежно падало. До вступления в должность премьер-министра, Мариано Рахоя, лидера Народной партии, получившей большинство на всеобщих выборах в июне 2016 г., Испания на протяжении десяти месяцев жила без постоянного правительства. И фактически лишь смена лидера в ИСРП, приход к руководству политиков-социалистов, готовых не возражать против кандидатуры Рахоя в ходе голосования о вступлении в должность, позволили сдвинуть ситуацию с мертвоточки и сформировать правительство.

Внутри Подемос в этот период начались дискуссии о соотношении борьбы за избирателя внутри и вне партийных институтов. Тот же Хорхе Моруно выдвигает тезис о переходе от электоральной к культурной войне, иными словами, он предлагает применить более широкий арсенал непрямых средств и методов, которые позволяют получить широкую поддержку среди населения [18]. К таким непрямым методам воздействия можно отнести широкую серию инициатив, на первый взгляд, лишь косвенно связанных с политической борьбой. На протяжении последних полутора лет партия более пристально работает над такими проектами, как «Институт 25 мая», «Летний Университет», «Университет Подемос» и др.

«Институт 25 мая» – это организация, связанная с Подемос, целями которой являются анализ, образование и творчество в области политики и культуры. «Институт 25 мая» также выпускает в печатном и электронном виде собственный журнал – «La Sirkular». Главная цель создания «Института» состоит в формировании подлинного сообщества для дискуссии, анализа и соучастия в партийной жизни, что позволяет подпитать в дальнейшем программу Подемос [19]. Учебные программы в «Институте 25 мая» непостоянны, носят достаточно неформальный характер. Так, например, в июле 2015 г. был организован «Летний университет Подемос», в сентябре 2016 г. «Университет Бильбао» и «Университет Подемос», в рамках которых состоялись серии встреч с политиками, учеными, активистами, посвященные обсуждению широкого круга проблем испанской внутренней и внешней политики, демократии и истории. Эти общественные дискуссии позволяют членам Подемос, с одной стороны, понять настроение и проблемы избирателей, получить обратную связь о своей деятельности и накопить аргументативную базу, а с другой – более детально разъяснить свою позицию широким кругом заинтересованной общественности. Нельзя не отметить важность и ценность подобного рода инициатив для партии, которая позиционирует себя флагманом народной, партисипативной демократии.

В условиях сложившейся в последнее время политической ситуации в Испании, у Подемос фактически и нет другого выхода, поскольку, в конечном итоге, после соглашения между НП, ИСРП и Сьюдаданс, правительство возглавил Мариано Рахой, кандидат отнародной партии. Это значит, что Подемос уходит в оппозицию, и в ближайшие четыре года – задача партии не только не растерять свою электоральную поддержку, но и её приумножить. Вызов этот не из легких, поскольку в отличие от правящих партий, у Подемос будет значительно меньше возможностей демонстрировать успех в реализации собственных инициатив. Вероятно, поэтому тезис о необходимости начала культурной войны – это один из немногих выходов для Подемос, потому как варианты противостояния остальным партиям в политическом поле, после назначения М. Рахоя на должность премьер-министра, серьезно сужаются.

Подводя итоги исследования, напомним, что в своей докторской диссертации И.Эррехон подробно описывает, как представителям движений за права африканского населения в какой-то момент удалось изменить «подчиненное значение» собственного цвета кожи, и даже превратить его в источник, питающий последующую гегемонию. Анализируя путь Подемос на протяжении трех лет политической борьбы, можно смело утверждать, что этим академическим интеллектуалам все-таки удалось «штурмовать небеса» и достичь определенных высот в навязывании собственного мировидения и дискурса остальным политическим игрокам.

Главное достижение Подемос – это способность трансформировать народное недовольство существующим режимом, проявившееся в протестах 15 мая 2011 г., в реальную политическую инициативу и структуру, которая смогла изменить правила игры, заставив соперников говорить на одном с ними языке. В этом успехе значительную роль сыграл успешный дискурс Подемос, менявшийся в зависимости от политических условий и ожиданий избирателей.

Тем не менее уже сейчас наметились определённые пределы роста популярности Подемос. Головокружительного успеха на первом этапе возникновения партии оказалось недостаточно для того, чтобы она заняла лидирующее место в парламенте. Кроме того, нельзя отрицать тот факт, что на последних двух выборах большинство избирателей стабильно голосует за правящую Народную партию. Третье место также прочно остаётся за Подемос. В итоге получается, что Подемос нашла свою нишу в политическом пространстве Испании, однако говорить о том, что в обозримой перспективе ей удастся взойти на олимп испанской политики, преждевременно и необоснованно. Как бы то ни было, деятельность Подемос продолжает оставаться перспективным объектом для дальнейшего анализа и изучения новых и нестандартных решений как в области политических действий, так и в сфере дискурса и политической коммуникации.

Литература / References

1. Хенкин С. М. Феномен Подемос / С. М. Хенкин // Иberoамериканские тетради. – 2016. – № 1 (11). – С.15–20.
2. Laclau E. (1993): “Discourse” In Gooding and Petit (eds.) The Blacwell Companion to Contemporary Political Philosophy. – Oxford: Blackwell. – P. 431.
3. Errejón, Íñigo (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. P. 167–168.
4. Laclau, E. y Mouffe, Ch. (1985): Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics.– London: Verso.
5. Астахова Е. В. «Штурм небес» или особенности политического дискурса «Подемос» / Е. В. Астахова // Иberoамериканские тетради. – 2016. – № 1 (11). – С. 21–28.
6. Дёмкина А. В. «Политический портрет Генерального секретаря партии «Подемос» Пабло Иглесиаса» // Свежий взгляд (Приложение к периодическому изданию «Ежегодник ИМИ». Вып. 10: Политические портреты иberoамериканских лидеров: (очерки студентов-иberoамериканистов на испанском языке) / Под ред. Е. В. Астаховой. – М.: ИМИ МГИМО МИД России, 2016. – С. 43.
7. Iglesias P. Multitud y acción colectiva postnacional: un estudio comparado de los desobedientes: de Italia a Madrid (2000–2005), tesis doctoral, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2008, p. 502.
8. URL: https://es.wikipedia.org/wiki/Pablo_Iglesias_Turri%C3%B3n#cite_note-36 (Дата обращения: 27.10.2016).
9. Torreblanca J. I. Asaltar los cíacos. Podemos o política después de la crisis. Penguin Random House Grupo Editorial, S.A.U. – Barcelona 2015. p. 107.
10. URL: http://politica.elpais.com/politica/2014/05/28/actualidad/1401305050_166293.html (Дата обращения: 27.10.2016).
11. URL: <https://podemos.info/redes/> (Дата обращения: 27.10.2016).
12. URL: http://www.huffingtonpost.es/2015/12/15/carteles-electorales-analisis_n_8802756.html (Дата обращения: 27.10.2016).
13. URL: <https://resultadosgenerales2015.interior.es/congreso/#/ES201512-CON-ES/ES> (Дата обращения: 20.10.2016).
14. Laclau E. (1993): “Discourse” In Gooding and Petit (eds.) The Blacwell Companion to Contemporary Political Philosophy. Oxford: Blackwell. c. 433.

15. URL: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/politica/pablo-iglesias-felipe-gonzalez-cal-viva-4942813> (дата обращения: 27.10.2016).
16. URL: <http://www.europapress.es/nacional/noticia-podemos-ve-paso-delante-redes-sociales-medio-natural-20160522120832.html> (дата обращения: 17.10.2016).
17. URL: http://www.elconfidencial.com/elecciones-generales/2016-07-16/entrevista-jorge-moruno-podemos-thatcher-al-reves_1233830/ (дата обращения: 27.10.2016).
18. URL: http://www.elconfidencial.com/elecciones-generales/2016-07-16/entrevista-jorge-moruno-podemos-thatcher-al-reves_1233830/ (дата обращения: 27.10.2016).
19. URL: <https://instituto25m.info/que-es/> (дата обращения: 27.10.2016).