

Демкина А. В.

Анастасия Владимировна Демкина, аспирант,
Университет МГИМО МИД России, Россия.
a.v.dyomkina@yandex.ru

Коммуникативные неудачи политического дискурса испанской партии «Подemos»

Аннотация. В статье с позиций когнитивистики и прагмалингвистики рассматривается вопрос эффективности дискурса испанской партии «Подemos». Отмечается, что непоследовательность в развертывании дискурса и коммуникативные неудачи могут играть весомую роль в продвижении или деградации политической коммуникации и как следствие повлиять на динамику электоральной поддержки.

Учитывая тезис лингвопрагматиков о том, что источником коммуникативной неудачи могут быть как сам коммуникант, так и обстоятельства коммуникативного акта, автор осуществляет дискурс-анализ риторики лидеров «Подemos» в хронологических рамках периода 2014-2019 гг., фокусируясь не только на эволюции прагмалингвистических практик, но и на прагматическом контексте коммуникативных событий.

Констатируя высокую медийную зависимость дискурса «Подemos» и его перформативный характер, выявлено, что повторяющийся характер «перформативных осечек» или коммуникативных неудач приводит к нарушению последовательности дискурса, снижению его эффективности и даже к размыванию дискурсивной идентичности коммуникатора.

Представляется, что если на этапе начала деятельности политической организации агрессивная коммуникативная тактика «медийных скандалов» и может принести политикам популярность, то впоследствии избиратели ожидают от своих избранников логичности и последовательности, а прерывистость и непонятная аудитории смена дискурсивной рамки может привести к неконтролируемым для адресанта последствиям. Фиксируется, что в конечном счете снижение электоральной поддержки «Подemos» на всеобщих и муниципальных выборах в Испании в 2019 г. обусловлено крупными медийными скандалами вокруг деятельности партии, которые оказались спровоцированными подобного рода нарушениями дискурсивной логики.

Ключевые слова: когнитивистика, прагмалингвистика, дискурс «Подemos», политический дискурс.

Anastasia Demkina

Communicative failures of the political discourse of the spanish party Podemos

Abstract. The article considers the effectiveness of the Spanish party Podemos discourse from the standpoint of cognitive science and pragmalinguistics. It argues that inconsistency in the development of discourse as well as communicative failures tend to play a significant role in promoting or degrading political communication and, as a result, affect the dynamics of electoral support.

Given the thesis of linguo-pragmatists that the source of communicative failure can be both the communicant himself and the circumstances of the communicative act, the author carries out a discourse analysis of the rhetoric of the Podemos

leaders in a chronological framework - 2014-2019, focusing not only on the evolution of pragmlinguistic practices, but also on the pragmatic context of communicative events.

Having ascertained the high media dependence of the Podemos discourse and its performative nature, it has been revealed that the repeated nature of "performative misfires" or communicative failures leads to disruption of the discourse sequence, a decrease in its effectiveness, and even erosion of the communicator's discursive identity.

It seems that if the aggressive communication tactics of "media scandals" are likely to bring politicians popularity at the starting stage, then voters subsequently expect logic and consistency from their representatives, and the discontinuity and incomprehensible change of the discursive framework for the audience may lead to uncontrolled consequences for the addresser. It is recorded that the decline in Podemos's electoral support in the general and municipal elections in Spain in 2019 may refer to large media scandals around the party's activities, which have been triggered by violations of discursive logic.

Keywords: cognitive science, pragmlinguistics, Podemos discourse, political discourse.

Anastasia Demkina

Fallas comunicativas del discurso político del partido español Podemos

Resumen. El artículo considera la efectividad del discurso del partido español Podemos desde el punto de vista de la ciencia cognitiva y pragmlingüística. La investigación sostiene que la inconsistencia en el desarrollo del discurso y las fallas comunicativas juegan un papel importante en la promoción o degradación de la comunicación política y, como resultado, afectan la dinámica del apoyo electoral.

Dada la tesis de los lingüistas-pragmáticos de que la fuente del fracaso comunicativo puede ser tanto el propio comunicante como las circunstancias del acto comunicativo, se lleva a cabo un análisis del discurso de la retórica de los líderes de Podemos en un marco cronológico - 2014-2019, centrándose no solo en la evolución de las prácticas pragmlingüísticas, sino también en el contexto pragmático de los eventos comunicativos.

Al comprobar la alta dependencia mediática del discurso de Podemos y su naturaleza performativa, se ha revelado que la repetición de las «fallos performativos» o fallas comunicativas conduce a la interrupción de la secuencia del discurso, lo que trasciende en una disminución de su efectividad e incluso la erosión de la identidad discursiva del comunicador.

Se postula que si las agresivas tácticas de comunicación de los «escándalos mediáticos» pueden contribuir a la popularidad de los políticos en la etapa inicial, al paso de tiempo los votantes se inclinan a una actuación más lógica y consistente de sus representantes, y tanto discontinuidad como incomprensibilidad del cambio del marco discursivo por la audiencia puede conducir a unas consecuencias descontroladas para el emisor. Se ha registrado que la disminución del apoyo electoral de Podemos en las elecciones generales y municipales en España en 2019 se produjo también debido a los grandes escándalos mediáticos en torno a las actividades del partido, que se han desencadenado a causa de las violaciones de la lógica discursiva.

Palabras clave: ciencia cognitiva, pragmlingüística, discurso de Podemos, discurso político.

Введение. Использование когнитивно-лингвистических и дискурсивных инструментов, широко применяемое в последнее время в ходе реализации коммуникационных кампаний в политике, вызывает необходимость оценки эффективности предпринятых коммуникатором

усилий с целью их корректировки и максимизации. Категория эффективности дискурса, как представляется, напрямую зависит не только от искусно подобранных когнитивно-прагматических инструментов, дающих возможность «попасть в яблочко» когнитивной картины мира адресата [1], но и от того, насколько последовательным будет адресант в своих действиях. В фокусе данного исследования — проблема эффективности дискурса испанской партии «Подемос», чья дискурсивная и политическая траектория освещалась в работах ряда отечественных и зарубежных философов, политологов и лингвистов [2; 3; 4; 5; 6]. Данная работа, однако, впервые обращает внимание на фактор коммуникативных неудач в процессе развертывания дискурса данной партии. Необходимость глубинного анализа коммуникативных неудач на дискурсивном уровне обусловлена тем, что они зачастую приводят к драматическим последствиям, поскольку устранение спровоцированного ими ущерба для коммуникации далеко не всегда возможно и контролируемо.

Теоретические основания исследования. Понимая коммуникативную неудачу в широком смысле как всякий случай, когда с помощью речевого действия не достигается его практическая цель, а в узком — как неудачу, при которой не достигнута цель не только практическая, но и коммуникативная, Б. Ю. Городецкий предлагает классификацию коммуникативных неудач в межличностном общении [7]. Согласно данной типологии источником коммуникативной неудачи могут быть как сам коммуникант, так и обстоятельства коммуникативного акта. Представляется, что подобные критерии применимы и к области прагмалингвистики и дискурсологии.

В частности, в терминологии Дж. Остина подобные коммуникативные неудачи названы осечками (MISFIRES): «действие, для достижения и в процессе достижения которого, строится определенная словесная формула и при этом действие не совершается» [8, р. 27]. Остин также называет подобное явление «перформативной осечкой», то есть действие в результате коммуникативного акта подразумевается, но оказывается пустым. Учитывая перформативный характер дискурса «Подемос» [3], можно представить, насколько серьезные последствия могут иметь такого рода «осечки» для коммуникации партии. Повторяющийся характер «перформативных осечек» приводит к нарушению последовательности дискурса, снижению его эффективности и в худшем стечении обстоятельств к его действию в обратном направлении, то есть во вред коммуникатору. Учитывая «контролируемую двойственность» дискурса «Подемос», призванную перетянуть на свою сторону как можно большее количество голосов различных социальных групп и оправданную политической стратегией партии [4], полагаем, что она не всегда могла быть правильно истолкована электоратом. Представляется, что снижение электоральной поддержки «Подемос» на последних всеобщих и муниципальных выборах в Испании в 2019 г. также может быть следствием нарушений дискурсивной логики, которые сопровождались крупными медийными скандалами вокруг деятельности партии.

Исследование: основная часть. *Научная гипотеза*, апробируемая в данном исследовании, формулируется следующим образом: корень перформативных осечек дискурса «Подемос» лежит в нарушении изначально устанавливаемой партией дискурсивной логики формирования собственной идентичности.

Методология исследования. Анализ коммуникативных неудач дискурса «Подемос» выполняется с позиций междисциплинарного подхода, который объединяет теоретические положения прагматики, когнитивной и дискурсивной лингвистики.

К *материалам исследования* относятся выступления и статьи лидеров «Подемос», интервью, программы и документы партии, сообщения в социальных сетях и другие фрагменты риторики партии.

Процедура исследования подразумевает глубинный дискурс-анализ публицистики «Подемос» с целью выявления общей логики развертывания дискурса, а также источников коммуникативных неудач.

Раскол внутри «Подемос». Появление партии «Подемос» на испанском политическом горизонте было воспринято крупнейшими официальными СМИ, пусть и позиционирующими себя в качестве беспристрастных и нейтральных, в качестве реальной угрозы сложившемуся политическому статус-кво. Именно поэтому журналисты буквально «с лупой» интересовались и следили за всем, что происходит внутри новой партии. Членов «Подемос» обвиняли в зарубежном финансировании (идеологически близкими правительствами Венесуэлы и Ирана) и незаконном отмывании денег через университетские проекты и гранты (получение И. Эррехоном стипендии Университета Малаги с нарушением правил предоставления результатов исследова-

ния в обмен на обещание портфеля в Конгрессе депутатов директору данного проекта). Указывали СМИ и на расхождение взглядов лидеров «Подемос» в отношении внутреннего устройства организации и её политической стратегии. Как бы то ни было члены партии все обвинения отрицали, расхождения в подходах называли плюрализмом мнений, а финансовым скандалам противопоставляли нарочитый аскетизм образа жизни П. Иглесиаса и его сторонников [9].

К началу 2017 г., однако, внутренний раскол в «Подемос» стал настолько явным, что в СМИ и социальные сети стали попадать «открытые письма», в которых члены партии оправдывали свою позицию и обвиняли своих же коллег. Речь шла уже не просто о различиях в подходах на управление организацией или несовпадении мнений относительно политической стратегии. Ставилось под сомнение лидерство в партии генерального секретаря, адекватность внутренних взаимоотношений с союзниками — партией «Объединенных левых». «Подемос» фактически раскалывалась на сторонников П. Иглесиаса и И. Эррехона.

Очевидно, что общественность уже не довольствовалась успокаивающими разъяснениями П. Иглесиаса о том, что в «Подемос» — все в порядке. СМИ стали недоумевать, почему в партии, которая еще несколько лет назад бросила открытый вызов коррумпированным элитам, сговору политиков и банкиров, возможна ситуация, когда вторым лицом, спикером «Подемос» в Парламенте, становится И. Монтеро — спутница генерального секретаря, занимая место в Конгрессе депутатов по правую руку от П. Иглесиаса, а его бывшая пассия Т. Санчес, также член партии, вдруг оказывается перемещенной «на задворки» партийного сектора. И это происходит в партии, которая не так давно заявляла о собственном моральном превосходстве над всеми остальными политическими игроками [10].

Апогеем раскола стало решение И. Эррехона участвовать в автономных выборах в округе Мадрид в связке с действующим мэром города М. Кармена. Не дожидаясь указаний от генерального секретаря, он начал участие в предвыборной кампании нового альянса, что фактически означало его выход из «Подемос». Таким образом, раскол в партии на фоне противоречивого прагматического контекста стал уже объективной реальностью, а не происками враждебных СМИ. Поэтому заявления спикеров «Подемос» о единстве и силе в партии для целевой аудитории превратились в пустые слова или «перформативные осечки».

Непонятым для широкой публики оказался и шаг П. Иглесиаса, который во время избирательной кампании 2018–2019 гг. вдруг воспользовался декретным отпуском для ухода за детьми. СМИ недоумевали: *«Неужели сотрудник, который считает себя частью народа, а не элит, может с радостью идти в декретный отпуск, зная, что его присутствие необходимо сейчас на рабочем месте? Можете представить себе Ленина, который в день штурма Зимнего дворца находился бы в отпуске по уходу за детьми или Фиделя Кастро, который бы по той же причине отложил бы свой поход на Гавану после свержения Батисты?»* — *«¿Puede tomarse alegremente un permiso de paternidad como cualquier oficinista para así poder decir que forma parte del pueblo, que es el pueblo y no la élite, aunque si es necesaria su presencia acuda a donde le llaman? ¿Imaginan que Lenin, el día del asalto al Palacio de Invierno, estuviera con permiso de paternidad, o Fidel Castro, por la misma causa, retrasara su entrada en La Habana al caer Batista?»* [10]. Несмотря на то, что сам Иглесиас объяснял свой поступок наглядной демонстрацией поддержки гендерного равенства в отношении ухода за детьми и распределением семейных обязанностей, его действия все-таки были восприняты с непониманием и, возможно, сыграли не последнюю роль в снижении электоральной поддержки «Подемос» на всеобщих, муниципальных и выборах в Европарламент в 2019 г.

Вестиментарно-прагматингвистические коллизии. В политическом дискурсе прагматическое значение костюма играет важную роль в ходе коммуникации. Внешний вид политика может выполнять как усиливающую или поддерживающую функцию вербальных сообщений, так и, вступая с ними в противоречие, ослаблять их, или даже нивелировать их коммуникативный эффект.

С момента презентации «Подемос» в 2014 г. П. Иглесиас и его соратники нарочито подчеркивали свободный, в чем-то даже небрежный, «народный» стиль одежды [11]. На вечерних ток-шоу рейтинговых испанских каналов будущий генеральный секретарь появлялся в цветастых или клетчатых рубашках из Ашана с закатанными до локтя рукавами, джинсах, кроссовках и с неизменным «рокерским» хвостом, за что его даже окрестили *«типом с хвостом»* — *«tipo de la coleta»* [12]. Впоследствии на выступлениях в Парламенте, пресс-конференциях П. Иглесиас чаще всего отдавал предпочтение белой рубашке без галстука с закатанными до локтя рукавами и брюкам или джинсам. В этом он, безусловно, следовал в фарватере стиля успешных мировых политиков — Б. Обамы, М. Ренци и А. Ципраса, которые, несмотря на критику во время пред-

выборных кампаний, предпочитали именно такой стиль одежды, поскольку отсутствие галстука и белизна рубашки демонстрируют чистоту намерений и близость к народу. Любопытно, что вместо дорогих часов на запястье П. Иглесиас носил фенечки из цветных ниток и пластмассовые или деревянные браслеты, зачастую в цветах партии — сиреновом или зеленом.

После того, как стиль Иглесиаса в некотором смысле стали повторять лидеры партий — конкурентов «Подемос» — «Народной партии», ИСРП и «Сьюдаданос», генеральный секретарь стал наоборот появляться на публике в пиджаке или пуловере, а на церемонию вручения кинопремий «Гойя» и вовсе пришел в смокинге с бабочкой, перещеголяв даже лидера ИСРП П. Санчеса, на котором были лишь строгий костюм и белая рубашка без галстука или бабочки. Объясняя подобный шаг желанием продемонстрировать уважение в кругах, к которым он сам не принадлежит: «Я иду к Вам в гости и показываю, что уважаю Вас» — «*Voy a vuestra casa y os muestro respeto*» [13], П. Иглесиас, однако, нарушил собственный вестиментарный протокол, выйдя за рамки сложившегося вокруг него имиджа «бунтаря» и «антисистемщика». Журналисты заговорили о «непоследовательности» генсека «Подемос», который больше уже не покупает одежду в Ашане [14; 13].

Трудно однозначно сказать: принесли ли намеренные перформативные осечки П. Иглесиаса больше пользы или вреда популярности «Подемос», — однако с уверенностью можно констатировать одно: изначальный вестиментарно-прагматический код внешнего вида партии был нарушен, а значит дискурс организации оказался непоследовательным.

Скандал вокруг «шале». В начале своей карьеры генеральный секретарь П. Иглесиас любил повторять, что живет в Вальекасе, мадридском районе рабочего класса, частенько пользуется общественным транспортом, на самолете летает исключительно эконом-классом и зарабатывает меньше тысячи евро в месяц. На вопрос журналиста: переехал ли бы он в резиденцию Ламонклоа в случае победы на всеобщих выборах? — П. Иглесиас отвечал: «*Я бы предпочел жить в своем доме в Вальекасе, хотя, конечно, мне бы не хотелось доставлять кому-то лишних неудобств. Но если у меня будет возможность выбора, я бы предпочел продолжать жить в своем районе*» — «*Yo preferiría seguir viviendo en mi casa, en Vallecas pero tampoco plantearía ningún problema a nadie. Pero si puedo elegir, prefiero seguir viviendo en mi barrio*» [El País, 23.05.2018]. Кроме этого, П. Иглесиас считал опасным «*образ жизни политиков, которые живут в шале*» — «*el rollo de los políticos que viven en chalés*» [El País, 23.05.2018].

Какова же была неподдельная радость журналистов в 2018 г., когда стало известно, что в ожидании рождения близнецов П. Иглесиас и его спутница, занимавшая в тот момент пост спикера «Подемос» в палате депутатов, И. Монтеро оформили ипотеку на загородный дом, стоимостью 600 тыс. евро. Покупка дорогостоящего шале, пусть и в ипотеку, спровоцировала волну резкой критики со стороны СМИ и политических соперников Иглесиаса, которые с упоением стали вспоминать сделанные им же три года назад публичные заявления о намерениях, даже став профессиональным политиком, вести максимально непритязательный образ жизни. Вспомнили и сделанный ещё в 2012 г., до появления «Подемос», комментарий П. Иглесиаса в «Твиттере», на тот момент преподавателя политологии Университета Комплутенсе, в котором он критиковал действующего министра экономики: «*Доверил ли бы ты экономическую политику своей страны тому, кто тратит 600 тыс. евро на роскошный особняк?*» — «*Entregarías la política económica del país a quien se gasta 600.000€ en un ático de lujo?*» [Twitter, @Pablo_Iglesias_, 20.08.2012].

Налицо очередная коммуникативная неудача П. Иглесиаса, который обратил против себя свое же перформативное оружие, нарушив публичное обещание и не отказавшись от своего решения, несмотря на критику общества, — он нанес значительный удар последовательности и логичности дискурса «Подемос», не просто снизив его эффективность, но фактически поставив вопрос о возможности доверия к коммуникатору со стороны целевой аудитории.

Результаты исследования. На основе дискурс-анализа риторики «Подемос» можно констатировать, что поставленная изначальное гипотеза оказалась верной. Перформативные осечки дискурса «Подемос» действительно обусловлены прагматическими факторами и продуцируются в результате нарушения дискурсивной логики партии и отклонений от первоначального позиционирования.

Анализ результатов. Специфические параметры современного информационного пространства: возможность мгновенного и массового обмена сообщениями с широкой аудиторией через новые интернет-платформы, ограниченная «трендовостью» способность к восприятию новой информации адресатами, необходимость постоянного медийного присутствия в новостной повестке дня диктуют особые правила поведения политических игроков в реализации их ком-

муникативных практик. Продвижение собственного дискурса как некоторого постоянного дискурсивного кода через гамму традиционных и нетрадиционных каналов коммуникации позволяет политическому актору сохранить собственную идентичность в условиях информационной перенасыщенности. В этом контексте сохраняющий свою структуру дискурс представляет собой чрезвычайно пластичную модель, которая эффективно адаптируется к текущему социо-политическому моменту. Однако в случае множественного характера коммуникативных неудач на когнитивном и прагматическом уровнях структура дискурса нарушается, что снижает качество его коммуникативного воздействия.

Заключение. Подводя итог вопросу эволюции и коммуникативных неудач политического дискурса «Подemos», хочется особо подчеркнуть, что медийная зависимость партии, проявившаяся, по сути, на этапе её основания предопределила характер её взаимоотношений со СМИ: «Любой промах «Подemos» — это первая полоса» — «Cualquier desliz de Podemos es portada» [15]. Именно поэтому проблемы коммуникативных неудач, перформативных осечек и дискурсивной непоследовательности играют судьбоносное значение, с одной стороны, для медийного образа «Подemos», а с другой — и для существования партии в целом. Представляется, что если на этапе начала деятельности агрессивная коммуникативная тактика «медийных скандалов» и может принести политикам оглушительную популярность, то в конечном счете избиратели ожидают от своих избранников логичности и последовательности, постоянного подкрепления сложившегося образа, а не постоянных перебежек из одного «лагеря» в другой.

Коммуникативные неудачи дискурса «Подemos» подтверждают его зависимость от логичной и последовательной реализации дискурсивных практик, а также делают очевидными уязвимые стороны дискурсивно-манипулятивной модели коммуникационного продвижения. В конечном счете, фактор коммуникативных неудач и перформативных осечек способен нанести значительный ущерб устойчивости и эффективности дискурса и поставить вопрос о доверии электората к политическому лидеру или партии.

Литература / References

1. Larionova M., Romanova G. Léxico profesional en un texto mediático: enfoque pragmacognitivo en la enseñanza del EFE // Estudios sobre el léxico. Puntos y contrapuntos. Series: Linguistic Insights — Vol. 205: Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, New York, Oxford, Wien. 2016. P. 451–498.
2. Астахова Е. В. «Штурм небес» или особенности политического дискурса «Подemos» / Е. В. Астахова // Ибероамериканские тетради. — 2016. — № 1 (11). — С. 21–28.
3. Ларионова М. В. Дискурсивная стратегия испанской партии «Подemos»: политика как борьба за смыслы // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. Т. 17. — 2017. — Вып. 4. — С. 389–394.
4. Liria C., La carta que nos queda: republicanizar el populismo [Electronic resource]. — Available at: http://www.eldiario.es/zonacritica/carta-queda-republicanizar-populismo_6_378022216.html (accessed: 25.08.2019).
5. Torrealba J. L. Asaltar los cielos. Podemos o la política después de la crisis, Debate, Barcelona, 2015, 218 p.
6. Villacañas J. L. El lento aprendizaje de Podemos, Catarrata, 2017, 294 p.
7. Городецкий Б. Ю., Кобозева И. М., Сабурова И. Г. К типологии коммуникативных неудач // Диалоговое взаимодействие и представление знаний: сб. статей. — Новосибирск, 1985. — С. 64–78.
8. Austin J. L. How to do things with words. Oxford, 1962.
9. Pablo Iglesias abre la Asamblea de Podemos: “El cielo no se toma por consenso: se toma por asalto”. El Diario.es, 18.10.2014 [Electronic resource]. — Available at: https://www.eldiario.es/politica/Pablo-Iglesias-Asamblea-Podemos-toma_0_314968669.html (accessed: 25.02.2018).
10. De Carreras F. ¿Qué es ahora Podemos? El País, 06.06.2019 [Electronic resource]. — Available at: https://elpais.com/elpais/2019/06/04/opinion/1559653679_525680.html (accessed: 20.08.2019).
11. Демкина А. В. Эволюция политического дискурса партии Подemos: от риторики популизма к идеалам культурной войны // Ибероамериканские тетради. — 2017. — Вып. 2. — С. 23–30.
12. Pablo Iglesias, líder de ‘Podemos’: “Me compro la ropa en Alcampo”, Divinity.es, 26.05.2014 [Electronic resource]. — Available at: https://www.divinity.es/actualidad/Pablo-Iglesias-Podemos-compro-Alcampo_0_1801800486.html (accessed: 30.08.2019).
13. Es coherente que Pablo Iglesias haya ido de esmoquin a los Goya? GQ, 06.02.2016 [Electronic resource]. — Available at: <https://www.revistagq.com/noticias/cultura/articulos/pablo-iglesias-esmoquin-goya/23317> (accessed: 25.02.2018).

14. Pablo Iglesias se viste de la marca de ropa de los que saben ganar: su comentado jersey de 198, El Español, 23.04.2019 [Electronic resource]. — Available at: https://www.lespanol.com/corazon/famosos/20190423/pablo-iglesias-viste-marca-ganar-comentado-jersey/393211761_0.html (accessed: 25.06.2019).
15. Qué le pasa a Podemos con la prensa (y viceversa), Elindependiente.com, 25.06.2017 [Electronic resource]. — Available at: <https://www.elindependiente.com/politica/2017/06/25/que-le-pasa-a-podemos-con-la-prensa-y-viceversa/> (accessed: 25.02.2019).