



АСТАХОВА Е. В.

«ШТУРМ НЕБЕС» ИЛИ ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА «ПОДЕМОС»

Астахова Елена Васильевна, доцент ВАК, к. и. н., доцент кафедры испанского языка
МГИМО МИД России. E-mail: elastakhova@yandex.ru

В статье анализируются особенности политической риторики, методы политического маркетинга и прагмалингвистические инструменты нового политического образования Испании партии «Подemos» с когнитивной точки зрения. За небольшой срок существования в политическом поле партия достигла больших успехов, став третьей силой в парламенте страны. Обращаясь к испанским избирателям, лидеры партии используют эмоционально насыщенные метафоры и идеологически продуманные лозунги, построенные на основе изучения работ когнитивных психологов и лингвистов.

Ключевые слова: *Испания, партия «Подemos», политический дискурс, политический маркетинг, когнитивная психология, лингвистика, метафора, язык, картина мира, политическая власть.*

ASTAKHOVA E.

STORM THE HEAVENS OR SOME CHARACTERISTICS OF POLITICAL DISCOURSE OF THE NEW SPANISH PARTY PODEMOS

The report analyzes the features of political discourse, rhetorical techniques and marketing methods of the Spanish party Podemos, which in a short period of existence in the political arena of the country - little more than a year and a half after the official proclamation - has managed to achieve significant progress in the electoral field. Aims to win power, the party's ideology appeal to the Spanish citizens, using simple, accessible and emotionally meaningful slogans, building on the achievements of cognitive psychology and linguistics. Attaches great importance to the effects on the public consciousness with the help of words and metaphors.

Keywords: Spanish party Podemos, political discourse, marketing methods, metaphors, achievements of cognitive psychology, political power.

Партия «Подemos» (Podemos) стремительно ворвалась в политическую жизнь Испании и заняла значительное поле, о чем свидетельствуют ее впечатляющие успехи на выборах. Официально об учреждении этого движения было объявлено на многотысячном митинге в Мад-

риде в январе 2014 года. Организационное оформление партия получила накануне выборов в Европейский парламент в мае 2014 года, на которых завоевала пять депутатских мест. На декабрьских всеобщих выборах 2015 года стала третьей по числу мест в законодательном органе власти — 69 мандатов, а общее число голосов избирателей составило 20,66 %.

Партия показала себя яркой политической силой, которая вернула испанцам интерес к политике, разбудила гражданское самосознание, положила конец двухпартийной системе, царившей с начала 1980-х годов.

Говоря о феномене Podemos испанские СМИ используют выразительные метафоры: сравнивают успех этой партии с «камнем, брошенным в стоячую воду» — *una piedra en el estanque*, с «цунами» — *un tsunami*, с бурей, нагрянувшей после затишья — *la tempestad que vino después de la calma*, с «огромным огненным шаром» — *gran bola de fuego*, бомбой — *una bomba*, землетрясением — *una tormenta* и даже с «суфле», которое «в конечном итоге сдуется» — *un soufflé que se acabará desinflando*. Признается, что партия в лице ее лидера оказала решающее влияние на то, как делается политика, на оформление политических и социальных требований, на линию поведения руководителей всех политических движений, а накануне выборов 20 декабря 2015 года стала самой популярной на телевизионном экране.

Кто она, эта партия, о которой ревниво пишут социалисты как о «новых большевиках» и враждебно критикуют «народники» (НП — «Народная партия», консервативная сила правого толка) как дешевых популистов и антиглобалистов?

Преждевременно рассуждать: являются ли мотивы этого формирования искренними или его лидеры просто хотят прийти к власти на волне трудностей, переживаемых Испанией. Но сам факт появления этой партии в политическом спектре настолько интересен и провокационен, что представляется необходимым сделать попытку когнитивного анализа политического дискурса, прагматингвистической риторики и политического маркетинга этого движения.

Если рассматривать Podemos в общеевропейском контексте, то ее появление вовсе не аномалия — в Греции есть Сириза, в Италии — Движение 5 звезд, действует «Партия Независимости» в Великобритании, набирают силу новые националистические формирования в Австрии, Франции, Шотландии и т. д. По всей Европе затянувшийся кризис изменил традиционный политический расклад. Но ни одно из новых западноевропейских формирований не получило доверие избирателей за столь короткий срок, как это удалось Podemos. Уже в середине 2014 года, через полгода после создания, примерно 25 % избирателей, согласно опросам Metroscopia, готовы были голосовать за «Подемос». Впервые с начала 1980 годов левое политическое движение, отличное от ИСРП («Испанская социалистическая рабочая партия») и не являющееся правой партией, стало столь популярным. Руководители Podemos с гордостью говорят: «То, чего мы добились, будет изучаться на факультетах политологии во всех университетах мира». Эти слова произнес Пабло Иглесиас — лидер партии № 1 на митинге по итогам выборов в Европарламент [1].

Называют три источника, своего рода лаборатории, которые послужили основой выработки стратегии влияния и избирательной тактики Podemos. Это факультет политологии мадридского Университета Комплутенсе, который закончили основатели партии, где потом защищали диссертации, преподавали и в этом качестве консультировали многие компании. Далее — приобретенный ценный опыт работы в области политического маркетинга с президентами Чавесом, Корреа, Моралесом в качестве политических технологов и советников. Именно в этих «левых» странах Южной Америки и Монедеро главный теоретик партии и Иглесиас прочувствовали значение антиглобалистского лексикона, привязанного к национальным политическим и социальным преобразованиям, и осознали на практике, как могут меняться смыслы слов, запускаемых в СМИ.

Третьим источников продвижения «Подемос» стало телевидение как инструмент, занимающий особое место в испанском общественном пространстве. Была придумана программа телевизионных дебатов *Ла Туэрка* (*La Tuerca* — «Винт») предназначенная для «обсуждения политики по-другому». Вначале эта программа была очень простой, из-за нехватки ресурсов снималась в гараже, а на самих съёмках работали волонтеры. Изначально передача выходила раз в неделю, затем каждый день. Постепенно налаживались связи с журналистами других каналов. Рейтинг программы рос. Пабло Иглесиас стал с согласия

своих соратников «узнаваемым лицом партии» — особая тактика в имагологии, когда телевизионный зритель, то есть потенциальный избиратель, привыкнув к определенному образу, уже узнает его в избирательных списках. Откровенные, провокационные и артистически выстроенные критические монологи Пабло Иглесиаса в *Ла Туерка* привлекли внимание продюсеров с центральных каналов. «Лицо партии» стали наперебой приглашать на популярные ток-шоу. Цель — навязать теледебатам ведущих каналов свою повестку дня, заставить использовать свои идеи и риторику была достигнута.

Руководители партии действовали по рецепту аргентинского неомарксиста Эрнесто Лаклау: «Кто не согласен с твоими тезисами, тот вынужден думать и спорить с тобой, используя твои категории и твои термины» [2]. Так и получалось на практике: когда остальные партии заявляли, что они не представляют из себя *касту*, Podemos торжествовала, поскольку сумела создать повод для дискуссий, в которых вынуждены участвовать и оправдываться ее противники. Пабло Иглесиас неоднократно использовал эту стратегию в ходе «круглых столов» и дебатов. Важно знать, что Иглесиас учился вести дискуссии на специальных занятиях по сценическому мастерству и вообще придает большое значение визуальному и невербальному ряду в политической риторике. В ходе последней избирательной кампании лидер «Подемос» стал «самым телевизионным лицом» («его любит камера» и зрители — констатировали испанские СМИ), а выступление по итогам выборов 20 декабря с площади искусств Музея Королевы Софии транслировали в прямом эфире все телеканалы страны.

Обращаясь к испанскому гражданскому обществу, руководство партии особое внимание уделяет подбору «правильных слов», ведь именно язык формирует картину мира человека, влияет на его сознание. В этом теоретики партии опираются на труды когнитивных психологов, лингвистов, «новых марксистов» и современных, прежде всего латиноамериканских политиков. Один из «вдохновителей» стратегии партии Эрнесто Лаклау в произведении «Гегемония и социалистическая стратегия» (*“Hegemonía y estrategia socialista”*) предлагал понимать политику как диспут по своей сути. «В диспуте выступление — это не обсуждение уже существующих положений, а это представление различных позиций, смысл которых меняется в зависимости от того, с какой стороны рассмотрен тот или иной вопрос. Позиция автора определяется данными, которые он использует по своему усмотрению. Их значение может сильно разниться в зависимости от того, как они сгруппированы, подобраны и интерпретированы» [2].

Еще один яркий лидер Podemos Иньиго Эррехон вслед за Лаклау утверждает, что «политика — это борьба за смыслы слов; значение вещей берется не из ничего, а является результатом определенной работы, это значение может быть изменено». «Слова — это высоты на поле боя политики, — пишет Эррехон. — Тот, кто владеет ими, уже наполовину одержал победу в битве» [3]. Тот же тезис неоднократно повторяет Хуан Карлос Монедеро: «давать имена явлениям — это и значит делать политику» [4].

Приведем в этой связи мнение когнитивного психолога Джорджа Лакоффа о формировании картины мира посредством языка: «Когда человек слышит слово, в его мозгу включается соответствующий маркер (или набор маркеров). Поменять маркер значит изменить то, как человек видит мир, значит поменять то, что понимается под здравым смыслом. Если слова активируют маркеры, то для новых маркеров нужны новые слова. Чтобы заставить думать иначе, надо заставить иначе говорить» [5].

Итак, чтобы «изменить мышление народа», необходимо «поменять картину мира». Монедеро в книге «Срочный политический курс для достойных людей», выдержавшей 15 изданий с октября 2013 года, предлагает следующие когнитивные лозунги: «превратить словари в инструменты революции», «дать явлениям новые обозначения, чтобы овладеть ими», «чтобы мы говорили демократия — и наступала демократия» [6].

В этой книге Монедеро описывает способы того, как можно по-новому видеть мир и объяснять его, а также посвящает множество страниц теме слов и языка, «на котором не мы говорим, а который управляет нами» [7].

Толчком для образования Podemos послужило «Движение 15 мая», марши «возмущенных» — *indignados*, требовавших «настоящую демократию сейчас» и провозглашавших, что «наши интересы никто не представляет». Это протестное движение 2011–2012 годов охватило людей всех возрастов, всех социальных групп, необязательно левых взглядов или революцион-

но-настроенных. Оно продемонстрировало трещины в системе, трещины, которые можно и нужно было заполнить.

«Движение 15 мая» заложило два принципа видения партии. Во-первых, появилась идея горизонтального среза общества — те, кто «наверху» и те, кто «внизу» — *los de arriba y los de abajo*, то есть — большинство общества и меньшинство, которое не заботится об интересах большинства, но которое при этом стоит у власти. Во-вторых, стало ясно, что правящее меньшинство неспособно найти ответы на социальные требования и проблемы большинства.

Именно в тот момент началось сражение за придание нового смысла определенным словам, метафорам и символам, которые стали основополагающими в описании социальной реальности. Очевидно, что Podemos с самого начала шла по пути упрощения смыслов для усиления эмоционального воздействия, что делают, впрочем, все политические акторы.

Метафоры вообще играют большую роль в манипуляции общественным сознанием. Ортега-и-Гассет в работе, посвященной этой проблеме, писал: «Следует включить метафору на равных правах в логический инструментарий ученого (добавим — политика, лидера, руководителя и т.д. — *авт.*). Хотя она и не является в полном смысле слова лингвистическим средством, однако метафора — это индивидуальная психологическая способность. Помимо того, что она является средством выражения, метафора — это «основной инструмент интеллекта», а также это логическая цепочка, предназначенная для принятия и понимания концептов, находящихся у границ нашего сознания. Метафора служит для соединения отдаленного и неизвестного с чем-то похожим, но более близким нам и понятным» [8].

Интуиция Ортеги нашла отклик в работах Дж. Лакоффа и М. Джонсона, для которых большая часть концептуальной системы, в которой заключается определенная культура, основывается на ряде элементарных метафор. Метафоры, в свою очередь, отражаются в нашей лингвистической системе через огромное количество форм, размывая четкую разницу между метафорическим и буквальным смыслом. Ученые, философы и политики знают, что для приближения к истине надо использовать концептуально приближенную к реальности конструкцию с лингвистически неверным выражением. Так, политики, чтобы убедить сторонников, произносят что-то похожее, простое для понимания и в то же время привлекательное. Употребление метафоры — это то же самое, что и пересказ историй (бытовых концептов), которые зачастую случаются с каждым, они узнаваемы и легки для усвоения. Метафоры стали частью современного политического маркетинга. Посредством метафор создается посыл, направленный избирателю. Метафора служит способом конструирования реальности и манипуляции, «транслирует адресату определенное видение мира» [9]. Российский испанист М. В. Ларионова пишет, что «метафора, обладающая значительным когнитивно-языковым потенциалом, выполняет ...целый ряд важнейших функций, как собственно языковых, так и прагматико-лингвистических, дискурсивных» [9].

Обратим внимание на **язык метафор**, к которому прибегают лидеры Podemos, обращаясь к испанскому обществу и объясняя значение сложных политических явлений с помощью семантически более понятных и выигрышных выражений:

«**Штурмовать небеса**» — *Asaltar los cielos* — эта метафора используется достаточно часто. Она отражает неоспоримое желание лидеров партии прийти к власти. «Небом завладевают не через консенсус, — говорит Пабло Иглесиас, — а посредством штурма» [10]. Кстати, это выражение принадлежит Карлу Марксу, который, говоря об отваге парижских коммунаров в письме от 1871 года, характеризовал их как «безумно храбрых», «готовых взять небо штурмом». На штурм небес в 1907 году ссылался Ленин, упрекая русских интеллигентов в том, что те не воспользовались революционной обстановкой 1905 года. Не случайно то, что и Пабло Иглесиас, и Монедеро неоднократно используют эту фразу, настаивая на необходимости использовать обстоятельства, благоприятствующие изменениям.

«**Момент настал!**» — *El momento es ahora* — еще один лозунг, который выдвигается на митингах партии. И действительно, настал момент, когда совпало множество факторов: финансово-экономический кризис, разрыв поколений, рост социальной напряженности, кризис органов власти, утрата доверия к политикам и к политическим институтам, чувство ущемления национального суверенитета, усиление центробежных сил в регионах, неспособность к реформированию двух основных партий; усталость общества от коррупции,

неравенства, высокого уровня безработицы, которая в первую очередь затрагивает молодежь, эвикции домов, сокращений на работе. Растет ощущение глубокой несправедливости от распределения бремени кризиса, от безразличия по отношению к простым гражданам, оказавшимся в затруднительном положении. Podemos соединяет все эти проблемы в своем дискурсе и посредством всех возможных СМИ, особенно через социальные сети и телешоу, заявляет о своих методах решения.

Коммуникация и активные действия — вот ключевые слова стратегии Podemos. Все меняется в XXI веке, почему нельзя изменить политику? — спрашивают ее лидеры. «Настал момент обратиться именно к достойным людям. К тем, кто не готов признать поражение, не начав сражаться. К тем, кто хочет поставить на место мерзавцев!» — эмоционально восклицает Монедеро [11]. Надо «заново изобрести демократию, заново изобрести руководство, заново изобрести лидерство» — *reinventar la democracia, reinventar la gobernanza, reinventar el liderazgo* — согласно Podemos, именно сейчас настал момент действовать.

Изменить «политическую карту», «уничтожить железную клетку потребительства», «перестать быть товаром в руках политиков и банкиров», освободить мужчин и женщин от «ига вранья», «проводить политику так, как если бы от этого зависела наша жизнь» [12] — этот список лозунгов Podemos можно продолжать бесконечно.

«**Каста**». *Casta* — это слово, которое наиболее часто используется в политическом дискурсе Podemos, для обозначения элиты как группы «неприкасаемых» (это выражение пришло в лексику Podemos от левых партий Италии). Касту определяет использование общественных ресурсов для получения привилегий, которых нет у обычных граждан. «*Casta*» как обвинение, как печать постоянно звучит из уст Пабло Иглесиаса. «*Casta everywhere*» (*каста везде*) написано на стенах факультета политологии Университета Комплутенсе. Посредством этой метафоры создается новая, ранее не применяемая. Она заключается в том, что «все те, кто не принадлежит к касте» должны участвовать в политике и решать судьбу своей Родины, поскольку «каста направляет в пропасть, ведомая своими эгоистичными интересами» [13], «каста действует против граждан» [14].

«**Режим 78 года**». *Régimen del 78*. «40 лет диктатуры и еще 35 чаевых» — гласит одно из граффити на дверях факультета политологии уже упомянутого Университета Комплутенсе. Период транзита к демократии, которым так гордились в Испании, яростно критикуется за безнаказанность деятелей франкизма, называется «лживым».

Еще один лидер партии Каролина Бесканса, специалист по опросам общественного мнения, свидетельствует, что «возникновение Podemos стало результатом недовольства условиями основных договоренностей режима 78 года». По ее мнению, рейтинг неприятия политиков находится на уровне 80 %. «Большая часть электората рвет с системой 78 года и готова принять новый социальный контракт, который включал бы новые определения демократии, суверенитета и социальных прав» [15]. Утверждается, что двухпартийная система Испании, когда и НП, и ИСРП знают, что сначала у власти будет находиться одна партия, а потом, рано или поздно, ее сменил другая, себя исчерпала и вызывает общее чувство безысходности у рядовых граждан.

«**Да, это возможно**». *Sí, se puede*. Да, возможно прийти к власти, причем сделать это путем победы на выборах, законным путем. Хуан Карлос Монедеро определяет людей, голосующих за партию, как «побретариат» (от *pobre* — «бедный») — жертв неолиберальной политики. Согласно Монедеро, неолиберализм — это форма «социального фашизма», и его можно победить демократическим путем, опираясь на широкую социальную базу из людей, не относящихся себя ни к левым, ни к правым.

«**Те, кто внизу, и те, кто наверху**» — *Los de arriba y los de abajo*. Переход политической оси в вертикальную плоскость «верх—низ» объясняет успех Podemos в ее воззваниях к большинству испанцев. **Левые и правые**, по словам теоретиков партии, разъединяют общество, мешают «заново изобрести демократию, которая бы заслуживала это имя». Поэтому и возникают формулы 99:1, то есть соотношение тех, кто наверху, к тем, кто внизу. «Подemos» не желает считаться с тем, что ИСРП и НП занимают центральное положение в политической жизни Испании, и осуждает остальные партии за то, что они расположились на границах пространства, определенного двумя основными испанскими партиями.

В упомянутой выше книге «Срочный политический курс для достойных людей» Монедеро пишет, что «мы изобретаем новые идеологии, которые идут намного дальше, чем

традиционные левые или правые силы». «Мы взываем к достойным людям. XX век стал веком борьбы за свободы, XXI век станет веком борьбы с неравенством» [16].

«**Коты и мыши**». *Los gatos y los ratones* — одна из любимых метафор Пабло Иглесиаса. Она строится на фавуле, согласно которой мыши без особого успеха голосуют за котов того или иного цвета до тех пор, пока не поймут, что проблема заключается не в цвете котов, а в том, что голосуют мыши. Игра смыслов понятна: верх—низ, народ—каста, простые граждане—элита, достойные люди против коррупционеров. Страх, репрессии, санкции, штрафы и даже символические наказания в СМИ — все это элементы системы, которая использует свои механизмы, чтобы создать молчаливое большинство. Согласно Монедеро, именно этому и бросила вызов Podemos, «решив лишить народ страха» [17].

«**Картелизация**» политики. *Cartelización de política* — так называют теоретики Podemos современную испанскую политику, в которой чиновники похожи друг на друга, далеки от народа, повязаны между собой, «слишком поглощены бюрократической логикой» [18]. Политики в Испании, по утверждению «Подемос», живут так, как если бы они были с другой галактики. Поэтому, когда возникло «движение 15 мая», прозвучала фраза, получившая большой отклик: «Молодежь вышла на улицы, и неожиданно все партии устарели». Действительно, «движение 15 мая, стало, по словам Монедеро, «большим подарком для Испании» [19], «вакциной» от равнодушия и пассивности, когда значительная часть «спящего населения» выключила телевизоры и вышла на улицы. Специалисты политического маркетинга не могли не использовать в своих целях этот феномен недоверия к правящей верхушке.

«**Наделение властью**». *Empoderamiento*. Пабло Иглесиас наговорил тысячи часов эфирного времени, критикуя сложившуюся в стране ситуацию. В этом дискурсе присутствует термин — «наделение властью». В мире бизнеса «наделение властью» широко применяется для обозначения самоуправления. Пабло Иглесиас призывает «наделить властью людей», «создавать народную власть снизу», побудить население принимать участие в решениях местных органов власти, в составлении избирательных списков, контроле над выборами и т. д.

«**Родина**». *Patria*. «Коррупцированные элиты украли у нас Родину» — заявил Пабло Иглесиас в речи на манифестации в Мадриде 31 января 2015 года. «Я не хочу иностранных солдат на моей Родине» — также декларировал он, объясняя позицию партии о выходе Испании из НАТО [20]. (Позднее, с учетом избирательной кампании, эта позиция была скорректирована в прагматических целях).

Суверенитет «Подемос» понимает как независимость государства от внешних сил. Делается акцент на исторической гордости испанцев. Германия представляется как «колониальная сила, которая своей политикой мер жесткой экономии, действует вместе с Тройкой, чьи рецепты «очень вредны», и «оскорбляют Родину»».

Испанский политолог Хосе Игнасио Торребланка полагает, что понятие «Родина» используется для мирного сосуществования всех сил внутри партии независимо от их региональной принадлежности: «нация — это спорный термин, использование которого приводит к неудобным спорам. Испания — это нация, как утверждают правые? Или это нация наций, как это нравится представлять левым?» [21].

В некоторых случаях, чтобы избежать национальных проблем, используется термин «страна стран», но для Podemos важно показать своим избирателям, что суверенитет, Родина, демократия и достойные социальные права — это элементы, которые объединяют людей, а не разделяют, как язык, религия или культура.

Интересно отметить, как менялась позиция руководства «Подемос» по вопросу независимости Каталонии. В 2014 году и весь период до выборов каталонского парламента 27 сентября 2015 года партия выступала за «испанское многонациональное государство» с правом национальных автономий «на решение» (*estado plurinacional español*) [22], позиционируя свой проект как наднациональный. Потерпев неожиданную для себя неудачу и получив в законодательном собрании Каталонии только 9 депутатских мест, «Подемос» меняет тактику. Накануне всеобщих выборов 20 декабря 2015 года выступает за проведение референдума о независимости, а уже после выборов, в условиях сложнейшего кризиса власти и переговоров о возможных коалициях снимает это требование.

Антиглобалистские лозунги, комментарии о международной политике содержат лексику, которая характеризует позиции Podemos как антиглобалистские. Используются такие речевые обороты, как «империалистическая политика США», «мировые жандармы», «глобализированный мир превратился в казино по вине финансовой диктатуры», «США продолжают устраивать перевороты при первой возможности», «демонизируют Венесуэлу», «покончили с Салвадором Альенде», «подкосили сандинистскую Никарагуа», «уничтожили возможность освободительного перонизма», «представляют собой главного убийцу XX века, заслуживающего суда за преступления, совершенные в прошлом, в настоящем и в будущем, пока мы не поставим их на место». Podemos осуждает НАТО за вторжения: «всякий раз, когда вмешивается НАТО, ситуация ухудшается, так было в Ливии, Ливане, Ираке и Афганистане» [23].

Говоря о капиталистической системе, руководители партии утверждают, что «она переживает предсмертную агонию», функционирует «посредством креативного разрушения», «должна постоянно производить блага, но с высокой ценой для окружающей среды, ценой эксплуатации и отчуждения», «ценой жизни ради работы, а не работы ради жизни». Весь мир, как считает Монедеро, превращается в «огромный супермаркет, где все можно купить: досуг, дружбу, секс, знания» [24].

«**Ячейки**». *Círculos*. С организационной точки зрения партия представляет собой открытую и гибкую модель, которая функционирует, как на географической основе (в районах и в городах, в Испании и за её пределами), так и по профессиональному признаку — ячейки экономистов, медицинских работников, учителей, рабочих разных специальностей и т. п.). Количество ячеек достигло 1 000 всего за 11 месяцев после официального создания партии [25]. Способность к открытости и децентрализации усиливается благодаря социальным сетям, которыми никто до Podemos в политической истории Испании так активно еще не пользовался. Посредством твиттера, фэйсбука и прочих сетей ячейки соединены между собой, что дают возможность всем людям участвовать в работе партии, и, в свою очередь, предоставляют лидерам движения важную информацию о нуждах каждого сектора и в каждой местности. Через социальные сети были разработаны и выдвинуты на голосование программы движения. Этот вид деятельности «снизу—вверх» — один из новаторских приемов Podemos.

«**Популизм**». Очевидно, что в идеологии Podemos присутствует популизм, но понимают они этот термин в другом смысле. Для теоретиков партии это — форма народного самосознания, которое проявляется в моменты кризиса и неспособности институтов власти решать социальные проблемы. На фоне борьбы с элитами за политическое пространство проводится новая граница, которая делит горизонтально всю политическую карту. Создается новая идентичность. Это понимание популизма дополняется национал-народным дискурсом. Именно с такой точки зрения интерпретируются категории «нации» и «Родины».

Успех Podemos, в том числе на последних парламентских выборах, можно объяснить удачным применением теории, тщательно разработанной стратегии, активным действиям в СМИ, а также постоянно меняющейся тактикой. Идейними вдохновителями движения считаются Ленин, Грамши, Троцкий, Лаклау, Антони Негри, Уго Чавес, Эво Моралес и даже Макиавелли в современной трактовке его идей. Лозунги и действия партии осуществляются в трех основных пространствах: демократия, суверенитет, социальные права.

Независимо от того, что может произойти в ближайшем будущем, — возможные коалиции, прагматические изменения идеологической направленности в сторону типичной социал-демократии или, наоборот, крайнее полевание, Podemos уже нашла свое место в политическом спектре Испании, поскольку сумела создать новую идею, в которую поверили многие испанские избиратели.

Является ли Podemos решением проблем Испании или же сама партия, решительно стремясь к власти, создает для Испании еще одну проблему? Ответы на эти вопросы даст время. Монедеро однажды сказал, что политика «возмущенных» рождается не как ответ, а как вопрос. Но кризисные и посткризисные времена требуют ответов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *José Ignacio Torreblanca*, Asaltar los cielos. Podemos o la política después de la crisis, S.A.U. Barcelona, Punguin Random House Grupo Editorial, 2015, p 9. — 218 p.
2. URL: <http://debate21.es/2015/02/02/la-construccion-del-discurso-politico-de-podemos-aplicacion-practica-del-enfoque-teorico-de-laclau>
3. Torreblanca. Op. cit. P. 78.
4. *Juan Carlos Monedero*, Curso urgente de política para gente decente, S.A. Barcelona, España, Editorial Planeta, 2014, p. 88. — 246 p.
5. Ibid., p. 84—85.
6. Ibid., p. 89.
7. Ibid., p. 84.
- 8 *José Ortega y Gasset*, Las dos grandes metáforas. Obras Completas, Madrid, Revista de Occidente, voi. 2, pp. 387—400.
9. *Ларионова М. В.* Испанский газетно-публицистический дискурс: искусство информации или мастерство манипуляции?: монография. — М.: МГИМО-Университет, 2015. С.121—123. — 327 с.
10. Torreblanca. Op. cit. P. 13.
11. *Monedero*. Op. cit. P. 230.
12. Ibid., p. 235.
13. *Torreblanca*. Op. cit. P. 113.
14. *Monedero*, op.cit., p. 114.
15. *Torreblanca*. Op. cit. p. 137.
16. *Monedero*. Op. cit. P. 198.
17. Ibid., p. 123.
18. Ibid., p. 219.
19. Ibid., p. 118.
20. *Torreblanca*. Op. cit. P. 154.
21. Ibid., p. 156.
22. El Confidencial. 28.09.2015.
23. *Ramón Lobo*, Conversación con Juan Carlos. — Madrid, Monedero.Ediciones, Turpial, 2015, p. 112, 113. — 247 p.
24. *Monedero*. Op. cit. P. 120, 123.
25. *Torreblanca*. Op. cit. P. 158.