

**Образ власти в испанских СМИ на примере Х.-М. Аснара в период перехода  
Испании к демократии**

**Маргулис Анна Аркадьевна**

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет

политологии, Москва, Россия

*E-mail: anna\_margulis@mail.ru*

Испания преодолела сложный путь от франкизма к развитой демократии из-за причин экономического и социально-политического характера. Основной задачей для политиков 1970-1980 гг. было правильно осуществить переход к другой политической системе - демократии.

В период политической деятельности Х. М. Аснара (1996-2004), являвшегося лидером Народной партии, происходили самые значимые социально-политические и экономические изменения в стране. Создавался новый партийный имидж.

Поворотным моментом, который будет рассмотрен, являются всеобщие выборы 1996 года. Х. М. Аснар, при создании своей политической программы опирался на свои морально-нравственные качества - честность и ответственность. Предвыборная кампания основывалась на том, что он является таким же среднестатистическим человеком как и остальные граждане.

В программе предвыборной кампании он обещал сократить штат чиновников в правительстве, уменьшить общественные расходы и увеличить самостоятельность в области промышленности при помощи приватизации энергетики, телекоммуникации и транспорта, тем самым должны были увеличиться полномочия и самоуправления в регионах Испании. Партия придерживалась идеи того, что демократическую Испанию не должны разрушать исторически складывающиеся этнические споры и противоречия.

Такие идеи в политической деятельности Х. М. Аснара и самой НП способствовали конструированию нового образа. Это было неожиданно для избирателей, так как НП продолжала ассоциироваться с франкизмом, который подавлял любые проявления регионализма. Важным моментом стала политика по уменьшению безработицы в стране, с которой социалисты не могли полноценно справиться, предлагая лишь пособия по безработице, которые дестабилизировали и без того шаткий бюджет страны. Х. М. Аснар предлагал не надеяться на государство, а зарабатывать самим при поддержке НП (создание новых рабочих мест), что должно было привести к модернизации экономической системы Испании.

Кроме того, его имидж создавался на основе честного правительства, в противовес правительству социалистов, в котором процветала коррупция, на что не раз акцентировал внимание сам Х. М. Аснар. Еще один факт, увеличивший разрыв в силе между Ф. Гонсалесом и Х. М. Аснаром, был скандал, которым так удачно воспользовался лидер НП - «грязная война Гонсалеса» против сепаратизма националистов ЭТА, где под влиянием правительства было убито 28 басков.

Политическая кампания Х. М. Аснара была нацелена в основном на молодежь. Важной идеологической установкой становилось то, что молодежь будет нацелена на внутреннее изменение общественной жизни и поддержку реформаторского курса, который предлагал Х. М. Аснар. К образу премьер-министра, которым стал Х. М. Аснар перевесом в 15 мест по сравнению с ИСПР, прибавилась еще такая характеристика как толерантность, что было нехарактерно для франкистской Народной партии.

Произнося речь в Конгрессе депутатов, было сказано, что в основу деятельности должны были лечь 4 основных принципа: верность демократическому выбору, солидарность, стабильность и модернизация. Эти принципы помогали изменить представление граждан о том, что к власти пришел второй Франко, и создать образ политического лидера, который выстроит реформаторский и модернизационный путь, который нормализует ситуацию, сложившуюся в Испании. В период первых четырех лет был сформирован образ европейского политика-реформатора и консерватора, который нацелен на прогресс и нормализацию всех сфер жизни общества.

В своей второй предвыборной кампании, которая началась под девизом «В Испании все в порядке» («España va bien»), сопровождающим его все последующие 4 года, Х. М. Аснар утверждает «четыре вектора прогресса»: свобода, плюрализм, Конституция, Испания, которые под влиянием процесса глобализации принимают новый смысл. Теперь на формирование образа Х. М. Аснара большое влияние оказывали Интернет-ресурсы. Сайты предвыборных кампаний впервые стали действительным фактором предвыборной гонки.

Сайты для премьер-министра и его кабинета в период предвыборной гонки были привлекательны тем, что, с одной стороны, они являлись инструментом агитации, а, с другой стороны, инструментом коммуникации. Происходит именно взаимодействие аудитории и власти, избиратели становятся одновременно и потребителями и производителями информации. Х. М. Аснар в период своей второй предвыборной кампании позиционировал себя как победителя, прогрессиста, «правильного политика», который верит в свою страну, верит в то, что все поставленные им цели осуществимы. В речах Х. М. Аснара часто проходила мысль об объединении всех провинций - «нация большинства».

Однако взаимоотношения с королем Хуаном Карлосом I не были дружественными, поэтому имидж премьер-министра подрывался. Ведь монарх для Испании - это носитель традиций, истории и гарантия институционализации. В то время как Х. М. Аснар и НП придерживался политики атлантизма, европеизации и интеграции в различные международные организации, в то время, как ИСРП была партией традиционного толка, что импонировало монарху как носителю традиционных ценностей.