

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ АРГУМЕНТАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ В ІСПАНЬСЬКОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ 2019 РОКУ

Попова Наталія Миколаївна,
*доктор філологічних наук, доцент,
професор кафедри романської філології
Інституту філології
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка
popovanatala425@gmail.com
orcid.org/0000-0001-5873-7177*

Рибалка Олександра Юріївна,
*студентка Інституту філології
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка
alexandrarybalka@knu.ua
orcid.org/0000-0002-1223-2656*

Мета. Метою статті є виявлення ефективних засобів та прийомів у тактиках окреслення позитивної перспективи, протиставлення та солідаризації, за допомогою яких реалізується аргументативна стратегія у промовах, дебатах та інтерв'ю політичних лідерів Іспанії, зокрема Педро Санчеса, Пабло Касадо та Сантьяго Абаскала.

Методи. Дослідження базується на комплексному підході до аналізу політичного дискурсу, у якому поєднано комунікативно-прагматичний, семантико-когнітивний і контекстуальний аналізи, що забезпечують визначення комунікативно-прагматичних намірів мовця, встановлення аксіологічного компоненту значення використаних мовних одиниць і їх можливі інтерпретації носіями національної концептосфери у відповідному мовному та ситуативному контексті.

Результати. У межах дослідження було проаналізовано засоби реалізації аргументативної стратегії у передвиборчих промовах лідерів трьох провідних політичних партій Іспанії, інтерв'ю та дебатах за їх участю, виокремлено переважання тактики окреслення позитивної перспективи, протиставлення, солідаризації та описано особливості поєднання обраних політичних лексичних, граматичних і стилістичних одиниць із урахуванням національно детермінованої специфіки значення лексичних одиниць, що вербалізують затребувані концепти національної концептосфери Іспанії. Аналіз дискурсу передвиборчої кампанії 2019 року дозволив визначити специфічні риси аргументативної стратегії: спрямованість на майбутнє, акцент на власних досягненнях та недоліках опонентів, прагнення скоротити дистанцію між мовцем та адресатом. Орієнтованість на майбутній контекст втілюється у тактиці окреслення позитивної перспективи за допомогою використання граматичних та лексичних засобів, що позначають чіткість та визначеність позиції політика. Тактика протиставлення, що характеризується вживанням антонімічних лексичних засобів, дозволяє політичним діячам вигідно представити власну кандидатуру та негативно вплинути на імідж опонентів. Необхідність переконати виборців втілюється у тактиці солідаризації, що полягає у використанні лексичних одиниць, які вказують на близькість поглядів і приналежність мовця й адресата до єдиного цілого.

Висновки. Проведений аналіз особливостей реалізації аргументативної стратегії в іспанському політичному дискурсі свідчить про ефективність трьох основних комунікативних тактик: окреслення позитивної перспективи, протиставлення та солідаризації, добір лексичних, граматичних та стилістичних засобів побудови яких базується на врахуванні ситуативно-прагматичного контексту та національно аксіологічних домінант іспанського світогляду.

Ключові слова: політичний дискурс, прагматика, комунікативна стратегія, тактика, аксіологема, семантико-когнітивна інтерпретація, мовний контекст, концептосфера.

ARGUMENTATIVE STRATEGY IMPLEMENTATION IN THE SPANISH POLITICAL DISCOURSE OF THE 2019 PRE-ELECTION CAMPAIGN

Popova Nataliia Mykolaivna,
*Doctor of Philological Sciences, Associate Professor,
Professor at the Department of Romance Philology
Institute of Philology
Taras Shevchenko National University of Kyiv
popovanatala425@gmail.com
orcid.org/0000-0001-5873-7177*

Rybalka Oleksandra Yuriivna,
*Student at the Institute of Philology,
Taras Shevchenko National University of Kyiv
alexandrarybalka@knu.ua
orcid.org/0000-0002-1223-2656*

Purpose. The article deals with identifying effective language means and techniques which form the basis of polarization, solidarity and positive prospect describing tactics that the argumentative strategy is realized through in speeches, debates and interviews of such Spain's political leaders as Pedro Sánchez, Pablo Casado and Santiago Abascal.

Methodology. The study is based on an integrated approach to the analysis of political discourse, combining communicative and pragmatic, semantic and cognitive as well as contextual analyses which allow determining speaker's communicative and pragmatic intentions, detect the axiological component of language units meaning and their possible interpretations by national conceptual sphere hosts in the relevant linguistic and situational context.

Results. The study analyzes the means of the argumentative strategy creation in the campaign speeches of Spanish leading political parties' leaders, in their interviews and debates. The predominance of tactics of positive prospects description, polarization and solidarity were identified. The research characterizes the peculiarities of lexical, grammatical and stylistic units' combining, taking into account the nationally determined specificity of lexical units' meaning, which verbalize the demanded concepts of the national conceptual sphere of Spain. The analysis of the 2019 pre-election campaign discourse has allowed identifying of such specific features of the argumentative strategy as focusing on the future, emphasizing their own achievements and opponents' shortcomings, desire to reduce the distance between the speaker and the addressee. The focus on the future context is embodied in the tactic of positive prospects description where grammatical and lexical units should indicate the clarity and certainty of politician's position. The tactic of polarization, characterized by the use of antonymous lexical units, allows politicians to present favorably their own candidacy and negatively affect opponents' image. The need to convince voters is transferred into in the tactic of solidarity consisting in the use of lexical units that indicate the convergence of views and belonging of the speaker and the addressee to the same community.

Conclusions. The analysis of peculiarities of argumentative strategy realization in the Spanish political discourse demonstrates the effectiveness of such frequently used communicative tactics as positive prospects description, polarization and solidarity. They are based on the selection of lexical, grammatical and stylistic units, taking into account the situational and pragmatic context as well as national and axiological dominants of Spaniard's world view.

Key words: political discourse, pragmatics, communicative strategy, tactic, axiologemes, semantic and cognitive interpretation, linguistic context, conceptual sphere.

1. Вступ

Політичний дискурс, а саме комунікативні стратегії та тактики, які використовуються суб'єктами політичної комунікації, усе частіше перетворюються на засіб маніпуляції масовою свідомістю у широких масштабах, що подекуди призводить до тяжких та непередбачуваних наслідків для суспільства. Тому дослідження мовних засобів, за допомогою яких створюються нові політичні образи та формується думка масового адресата, стало нагальною необхідністю в колі лінгвістичних досліджень. Вивченню комунікативних стратегій і тактик політичного дискурсу присвячено праці Т. ван Дейка, А. Белової, Ф. Бацевича, О. Іссерс, Н. Кондратенко та ін. Особливості їх реалізації в українському політичному дискурсі вивчаються Л. Завальською, К. Серажим, в іспанському – Л. Алькайде, М. Гонсалес Санс та ін.

Оскільки передвиборча агітація безпосередньо впливає на майбутній політичний курс розвитку суспільства, важливим є дослідження та порівняння комунікативних стратегій різних політичних партій, які вони застосовують у боротьбі за владу та прихильність електорату. За результатами двох парламентських виборів, проведених в Іспанії в 2019 році, більшість голосів отримали Іспанська соціалістична робітничка партія, Народна партія та партія Vox, чому значною мірою сприяло застосування аргументативної стратегії для досягнення політиками комунікативної мети, а саме: обґрунтувати власні переваги та наголосити на недоліках опонентів. **Актуальність** дослідження зумовлюється необхідністю застосування комунікативно-прагматичного підходу до аналізу тактик аргументативної стратегії, використаних іспанськими політиками. Беручи до уваги особливості протікання психічних процесів і характеристики ціннісної складової національної концептосфери Іспанії, аргументативна стратегія, застосована у відповідних комунікативних контекстах, перетворилася на засіб доступу до свідомості іспанського народу та дозволила вперше за всю історію існування конституційної монархії правій політичній партії Vox наздогнати правлячі партії й увійти до Парламенту з великою кількістю голосів.

Наукова новизна роботи полягає у визначенні найбільш ефективних мовних засобів формування тактик, що слугували реалізації аргументативної стратегії у політичному дискурсі іспанських політиків, які отримали переважну більшість голосів у передвиборчій кампанії 2019 року.

Метою статті є дослідження тактик окреслення позитивної перспективи, протиставлення та солідаризації як засобу реалізації стратегії аргументації в політичних промовах, інтерв'ю та дебатах. **Об'єктом** дослідження є тактики реалізації аргументативної стратегії в іспанському політичному дискурсі передвиборчої кампанії 2019 року. **Предметом** стали мовні засоби, здатні в певному мовно-ситуативному контексті впливати на свідомість масової аудиторії, її ціннісні орієнтації та переконання.

Реалізація мети дослідження є можливою завдяки використанню таких **методів**: комунікативно-прагматичного аналізу дискурсу з метою встановлення характеристик комунікативного середовища, семантико-когнітивного аналізу – для визначення ціннісного компоненту в значенні лексико-фразеологічних одиниць та особливостей їх сприйняття носіями іспанської національної концептосфери, а також методу контекстуального аналізу, який дозволив з'ясувати додаткові смисли в поєднаннях обраних політиками лексичних, граматичних та стилістичних одиниць.

Матеріалом дослідження слугували передвиборчі промови політичних лідерів, зокрема Педро Санчеса, Пабло Касадо, Сантьяго Абаскаля, інтерв'ю та дебати за їх участю.

2. Специфіка стратегії аргументації у політичному дискурсі

Комунікація в політичній сфері з кожним роком удосконалює свої стратегічні характеристики, перетворюючись на засіб умілого маніпулювання свідомістю масової аудиторії. Політики у своїх виступах усе більше уваги приділяють мовним структурам, за допомогою яких ретельно вибудовуються мовленнєві тактики, здатні реалізувати розроблену стратегію досягнення комунікативної мети. У політичній сфері основною метою мовленнєвої взаємодії є намір мовця вплинути на переконання інших учасників політичної комунікації (Чудинов, 2007: 76).

Політичні діячі обирають певні комунікативні стратегії, переслідуючи конкретну мету, а саме: переконати адресата, завоювати авторитет, дискредитувати опонента.

Як зазначає Ф. Бацевич, характерною рисою, що притаманна політичному дискурсу, є його спрямованість на майбутнє (Бацевич, 2004: 142). Розвиваючи цю думку, необхідно зауважити, що у своїх промовах політичні діячі надають перевагу окресленню перспектив, які базуються на конкретних фактах і раціональних аргументах. Це пояснюється прагненням виборців чітко розуміти, які шляхи подальшого розвитку держави пропонує той чи інший кандидат.

Реалізація аргументативної стратегії в іспанському політичному дискурсі передвиборчої кампанії характеризується направленістю на ціннісну систему суспільства. Метою політиків, які застосовують цю стратегію, є часткова зміна цінностей адресата (Акінчиць, 2007: 72-74). До того ж у рамках передвиборчої агітації лідери партії, яка перебуває при владі, підкреслюють власні досягнення та визначають подальші перспективи своєї роботи, наголошуючи при цьому на некомпетентності інших (Micovic, 2014: 552; Мелещенко, 2020: 86). Точкою відліку промов лідерів опозиційних партій є критика діяльності нинішньої влади та зосередження уваги на власних можливостях змінити ситуацію в країні.

Таким чином, комунікативна стратегія аргументації широко застосовується в політичному дискурсі, щоб якомога більш переконливо й обґрунтовано подати інформацію. У рамках даної стратегії політичні діячі використовують комплекс тактик, які реалізуються за допомогою граматичних, лексичних і стилістичних мовних засобів, і уможливають досягнення комунікативної мети, а саме: здійснити вплив на свідомість та переконання адресата (Гладь, Чугу 2016: 136). Поєднання мовних засобів базується на врахуванні політичної ситуації в країні, соціально-побутових потребах масового адресата та ціннісного компонента в складі національно маркованих концептів, що вербалізуються в дискурсі та відображають найважливіші для іспанців моральні, матеріальні та культурні цінності.

2.1. Тактика окреслення позитивної перспективи

Тактика окреслення позитивної перспективи найчастіше застосовується Педро Санчесом, лідером ІСПП. Політик прагне підкреслити, що саме завдяки наполегливій роботі його команди стали можливими зміни на краще в різних сферах життя іспанського суспільства, а також наголосити на наявності чіткого алгоритму дій задля подальшого розвитку країни. Аргументативна стратегія реалізується завдяки продуманому поєднанню мовних одиниць лексичного та граматичного рівнів. Переважне вживання теперішнього перфектного часу *pretérito perfecto compuesto* пояснюється необхідністю вказати на продуктивність діяльності партії, результат праці якої можна спостерігати зараз. Теперішній час *presente de indicativo* застосовується Педро Санчесом для позначення дій у майбутньому, аби висловити впевненість у їх виконанні. Метафоричні перенесення слугують наданням образності та емоційності реаліям, які описуються. Наприклад, політик вживає словосполучення *poner rumbo a*, що використовується у мореплаванні для позначення чіткого напрямку руху, з метою продемонструвати та підкреслити визначеність і спланованість: ***Hemos hecho muchas cosas. Hemos revertido los recortes educativos (...), hemos aprobado un plan de empleo digno que ha sacado a 61 mil trabajadores de contratos precarios (...). Os podéis imaginar lo que podemos hacer no con 84 diputados, sino con una mayoría parlamentaria amplia. Podemos poner rumbo a España*** (Entrevista, 2019).

Стратегія аргументації у дискурсі Педро Санчеса часто реалізується за допомогою вживання складнопідрядних речень з підрядним мети, що свідчить про його чіткі наміри працювати задля підвищення ВВП Іспанії: ***Nosotros vamos a caminar para que España esté por encima del 40%*** (Sánchez: video, 2019).

Використання еліптичних речень дозволяє зробити висловлювання максимально зрозумілим та лаконічним, а також зосередити увагу виборців на майбутніх пропозиціях, зокрема реформах: ***En diciembre, Gobierno; en el primer trimestre de 2020, aprobado el techo de gasto; y a partir de ahí los presupuestos sociales que necesita España*** (Sánchez: entrevista, 2019).

2.2. Тактика протиставлення

Характерною рисою промов кожного з лідерів трьох обраних нами партій є втілення тактики протиставлення, що є однією з найефективніших у межах аргументативної комунікативної стратегії. Наводячи факти, що свідчать про невдалі дії опонентів (де переважає лексика з негативним конотативним забарвленням), політики зазвичай наголошують на власних здобутках (лексика з позитивною конотацією та позитивним аксіологічним забарвленням) або висловлюють готовність працювати чи розв'язати ситуацію, що склалася (дієслова з семами «руху», «динаміки», «змін»):

En siete años de Gobierno del PP, España ha escalado a la tercera posición de Europa en pobreza infantil (...). Mi compromiso es erradicar la pobreza infantil en cuatro años (Sánchez: entrevista, 2019). – Педро Санчес, характеризуючи діяльність Народної партії, вживає дієслово *escalar*, значення якого – «підніматися наверх», проте в даному контексті воно набуває іронічного звучання, адже Іспанія «піднялася» на третє місце у рейтингу країн Європи з найвищим рівнем бідності серед дітей (Léxico; DLE). Натомість він наголошує на тому, що вбачає своїм обов'язком повністю ліквідувати (*erradicar*) бідність серед дитячого населення Іспанії.

Vamos a seguir implementando la Agenda del Cambio. No habrá una sola medida, sino una batería de propuestas para recuperar el tiempo perdido por la irresponsabilidad de la oposición (Sánchez, 2019). Граматизована конструкція «ir + a + infinitive» використовується Педро Санчесом з метою наголосити на тому, що запровадження реформ є планомірним і відбудеться у найближчій перспективі. Окрім того, власні позитивні майбутні заходи він протиставляє негативним минулим діям опозиції, використовуючи антоніми «recuperar» і «perder».

(...) que deje paso (Sánchez) ***y ya vendrá el Partido Popular; que es el que siempre ha conseguido resolver la crisis que deja la izquierda*** (Entrevista en video, 2019). – Пабло Касадо за допомогою лексичних засобів демонструє

різницю між некомпетентністю П. Санчеса, його неспроможністю подолати кризу в країні («dejar») та власними досвідом, готовністю діяти задля розв'язання цієї ситуації («resolver»).

2.3. Тактика солідаризації

Тактика солідаризації застосовується лідерами трьох вказаних політичних партій з метою наблизитися до адресата. Наводячи аргументи, у яких наголошується на спільності інтересів і поглядів, політики прагнуть викликати у виборців відчуття причетності й обґрунтувати необхідність підтримки їх кандидатури. Для формування цієї тактики використовуються лексеми-вербалізатори національно детермінованого концепту *SOLIDARIDAD*, що асоціюються у свідомій іспанців зі спільністю їхніх інтересів (*comunidad, cohesión social, cohesión nacional, unidad territorial, intereses comunes*). У поєднанні із присвійним займенником *nuestro* та дієсловами, вжитими в першій особі множити, ці лексеми слугують ефективним засобом отримання голосів виборців.

Сантьяго Абаскаль, реалізуючи у своїй промові тактику солідаризації, вживає словосполучення *el sentido común*. Це пояснюється тим, що політик ставить за мету наголосити на спільності поглядів і дій усіх громадян Іспанії. Політик постійно використовує присвійний прикметник *nuestro*, підкріплюючи думку про єдність переконань. Також, бажаючи зробити додатковий акцент, він вживає особовий займенник *nosotros*, який у реченні виступає підметом і може бути опущений: (...) *es de sentido común decir que España es nuestra casa. Nuestra casa tiene nuestras paredes que son nuestras fronteras y que nosotros abrimos las puertas de nuestra casa a quién queremos* (El minuto de oro, 2019).

Педро Санчес, оперуючи лексичними засобами, які вербалізують концепти, що є важливими для кожного громадянина Іспанії, а саме *cohesión territorial, cohesión social*, наближується до інтересів виборців. Він також вказує, що за умови суспільної та територіальної єдності можливі зміни на краще як у суспільстві, так і в країні в цілому, вживаючи при цьому займенник *nosotros* у давальному відмінку та підкреслюючи свою приналежність до народу: *La cohesión social y la cohesión territorial nos hace mejor como país y mejor como sociedad* (El minuto de oro, 2019).

Вживання Педро Санчесом словосполучення *interés general* свідчить про те, що політик знає, чого прагне іспанське суспільство, та поділяє дане бачення. Ця ідея підкріплюється використанням присвійного прикметника *nuestro*: *Miramos por el interés general de España, porque nuestro país necesita un Gobierno fuerte* (Sánchez, 2019). Лексичні та граматичні повтори слугують як для фокусування уваги адресата на відповідному значенні, так і для досягнення комунікативної мети використання тактики солідаризації у втіленні аргументативної стратегії.

3. Висновки

Отже, специфічними рисами стратегії аргументації в іспанському політичному дискурсі останньої передвиборчої кампанії є: спрямованість на майбутній контекст, що реалізується в тактиці окреслення позитивної перспективи за допомогою використання граматичних і лексичних засобів, які вказують на чіткість і визначеність; акцент на власних досягненнях і недоліках опонентів, що втілюється в тактиці протиставлення шляхом вживання антонімічних лексичних засобів; скорочення дистанції між мовцем і адресатом задля більшої переконливості, що виражається в тактиці солідаризації, для якої характерним є використання лексичних одиниць, що вказують на близькість поглядів і приналежність до єдиного цілого. Установлено, що ключовим чинником для відбору мовних одиниць слугує урахування мовцем як характеристик адресата, так і орієнтація на національно детерміновану оцінку соціально-побутових реалій іспанцями. *Перспективою подальших досліджень* є вивчення засобів реалізації інших комунікативних стратегій, які застосовуються лідерами провідних політичних партій Іспанії та дозволяють їм отримати підтримку серед населення.

Література:

1. Акінчиць Н.Г. Політичний дискурс як об'єкт наукового аналізу. *Культура народів Причорномор'я*. 2007. № 107. С. 72–76.
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ : Академія, 2004. 342 с.
3. Гладь С.В., Чугу С.Д. Лінгвопрагматичний аспект аргументативного дискурсу. *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*. 2016. Вип. 10(1). С. 134–139.
4. Мелещенко О.О. Руйнування іміджу політичного опонента як комунікативна стратегія твітінгу Дональда Трампа. *Південний архів (філологічні науки)*. 2020. Вип. 84. С. 84–90.
5. Чудинов А.П. Политическая лингвистика. Москва : Флинта : Наука, 2007. 256 с.
6. Diccionario de la lengua española (DLE). URL : <https://dle.rae.es/> (дата звернення: 02.04.2021).
7. El minuto de oro de cada candidato en el debate electoral: vídeo. URL: <https://youtu.be/exhiF2kUm0k> (дата звернення: 27.03.2021).
8. Entrevista en vídeo: Empieza la campaña electoral más reñida. (2019). URL: <https://youtube.com/watch?v=Rqtsdv1zke4&feature=share> (дата звернення: 25.03.2021).
9. Léxico. URL : <https://www.lexico.com/es> (дата звернення: 05.04.2021).
10. Micovic M. La comunicación y el discurso políticos en España y Serbia. Análisis comparativo de las estrategias argumentativas utilizadas en los debates electorales televisivos: tesis ... de Dr. Cand. en Lengua Española. Barcelona, 2014. 667 p.
11. Sánchez P. Ahora necesitamos un gobierno aún más fuerte que en abril: entrevista. URL: <https://www.20minutos.es/noticia/4043733/0/entrevista-pedro-sanchez-elecciones-generales-necesitamos-gobierno-fuerte/> (дата звернення: 06.04.2021).
12. Sánchez P. Hay un riesgo real de que sume la derecha con la extrema derecha: entrevista en vídeo. URL: https://elpais.com/politica/2019/04/25/actualidad/1556218285_890314.html (дата звернення: 02.04.2021).

References:

1. Akinchyts, N. H. (2007). Politychnyi dyskurs yak ob'iekt naukovooho analizu. [Political discourse as an object of scientific analysis]. *Kultura narodov Prychernomoria*. 107. 72-76. [in Ukrainian]
2. Batsevych, F. S. (2004). *Osnovy komunikatyvnoi linhvistyky*. [Basics of communicative linguistics]. Kyiv: Akademiia. 342 p. [in Ukrainian]
3. Hlado S. V., Chuhu S.D. (2016). Linhvo-prahmatychnyi aspekt arhumentatyvnoho dyskursu. [Linguistic and pragmatic aspect of argumentative discourse]. *Aktualni problemy filolohii ta perekladoznavstva*. 10(1). 134-139. [in Ukrainian]
4. Meleshchenko, O. O. (2020). Ruinuvannia imidzhu politychnoho oponenta yak komunikatyvna stratehiia tvitinhu Donalda Trampa. [Tarnishing the image of a political opponent as a communicative strategy of Donald Trump's twitting]. *Pivdennyi arkhiv (filolohichni nauky)*. 84. 84-90. [in Ukrainian]
5. Chudinov, A. P. (2007). *Politicheskaya lingvistika*. [Political linguistics]. Moskva: Flinta: Nauka, 256 p. [in Russian]
6. *Diccionario de la lengua española (DLE)*. [Dictionary of the Spanish language]. Available at: <https://dle.rae.es/>
7. El minuto de oro de cada candidato en el debate electoral. [The golden minute of each candidate in the election debate]: vídeo. (2019). Available at: <https://youtu.be/exhiF2kUm0k> [in Spanish]
8. Entrevista en video: Empieza la campaña electoral más reñida. [Interview in video: The golden minute of each candidate in the election debate]. Available at: <https://youtube.com/watch?v=Rqtsdv1zke4&feature=share> [in Spanish]
9. *Léxico*. [Thesaurus]. Available at: <https://www.lexico.com/es> [in Spanish]
10. Micovic, M. (2014). *La comunicación y el discurso políticos en España y Serbia. Análisis comparativo de las estrategias argumentativas utilizadas en los debates electorales televisivos: tesis ... de Dr. Cand. en Lengua Española*. [The communication and political discourse in Spain and Serbia. Comparative analysis of argumentative strategies used in televised election debates: thesis ... of PhD cand. in Spanish Linguistics]. Barcelona, 667 p. [in Spanish]
11. Sánchez, P. (2019). Ahora necesitamos un gobierno aún más fuerte que en abril: entrevista. [Now we need an even stronger government than in April: interview]. Available at: <https://www.20minutos.es/noticia/4043733/0/entrevista-pedro-sanchez-elecciones-generales-necesitamos-gobierno-fuerte/> [in Spanish]
12. Sánchez, P. (2019). Hay un riesgo real de que sume la derecha con la extrema derecha: entrevista en vídeo [There is a real risk that right-wing parties will join together with extreme right-wing parties: video interview]. Available at: https://elpais.com/politica/2019/04/25/actualidad/1556218285_890314.html [in Spanish]

Стаття надійшла до редакції 15.04.2021
The article was received 15 April 2021