

СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ В ГЕРМАНИИ: БОРЬБА ЗА ЛЕКСИКУ

И.С. Кашенкова, Р.Ю. Кашенков

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России,
119454, Москва, пр. Вернадского, 76

*В статье освещаются некоторые аспекты современной политической коммуникации в Германии. Различные лингвистические и экстралингвистические факторы определяют актуальность проблематики. Основная цель статьи – взглянуть на сферу «язык и политика» с точки зрения их взаимосвязи, продемонстрировать силу влияния языка политики на общественное мнение и на политическую ситуацию в стране. С этой целью в статье в рамках терминов политолингвистики даётся описание языка политики, предлагается классификация политического вокабуляра, характеризуются слова-символы, типа **Freiheit, Sicherheit, Demokratie, Terrorismus** как разумный способ выражения и дифференциации между словами и политическим содержанием. Отмечается, что политическая коммуникация как идеологический дискурс нацелена на борьбу за власть, в то время как основной задачей языка политики является борьба за лексику, которая в конечном счёте есть борьба за избирателя. Желание влиять на политические предпочтения избирателей в условиях обострения миграционного кризиса в Германии диктует необходимость осознанно выбирать слова: чтобы повысить значимость своей позиции в общественном мнении или мобилизовать собственных сторонников, используются положительные слова-знамёна, типа **Frieden, Gerechtigkeit, Sicherheit**. Чтобы понизить значимость позиции противника или вербально напасть на своего политического оппонента, используются отрицательные слова-ярлыки, типа **Terrorist, Islamist, Extremismus**. На примере актуальных понятий миграционного дискурса **Willkommenskultur, Leitkultur, Abschiedskultur** в статье исследуются стратегии и тактики, посредством которых в политической коммуникации осуществляется борьба за лексику. Делается вывод о корреляции языка и политики.*

Ключевые слова: язык политики, политический вокабуляр, слова-символы, слова-знамёна, слова-ярлыки, понятие, борьба за лексику, стратегии.

Многочисленные труды в области взаимосвязи языка и политики, анализ и критика политического языка, а также становление и оформление нового направления лингвистической прагматики, а именно политолингвистики, позволяют исследовать язык как важнейшее средство коммуникации в политическом контексте. Несомненно, язык в политике играет особую роль. Наряду с сообщением определённой общественно-политической информации он не только отображает объективную

реальность, но, собственно, и формирует эту реальность, выступая как инструмент создания положительного/отрицательного отношения к политическим процессам и общественным явлениям, а также как инструмент формирования положительного/отрицательного образа говорящего или его политических оппонентов, и тем самым определяет конкретные политические действия в повседневной жизни.

Однако нужно отметить, что в силу его специфики дать однозначное определение языку

политики не представляется возможным. Тем не менее для обозначения языка, используемого в политической коммуникации различными российскими и зарубежными авторами, часто применяются синонимичные понятия. Так, О.И. Воробьёва определяет политический язык как «своеобразный языковой код <...>, основой которого следует считать политическую лексику, которая занимает особое место в словарном составе языка» [1, с.10]. Один из наиболее влиятельных немецких исследователей в области языка и политики Вальтер Дикманн, обращая внимание скорее на содержательную, чем на терминологическую сторону языка политики, понимает под ним «специальный политический вокабуляр» [3, с. 47]. Он, однако, подчёркивает, что определение именно политического вокабуляра может на практике оказаться сложным делом, поскольку политика, с его точки зрения, является «не типичной сферой деятельности, а комплексом действий и функций» [3, с. 48].

В сущности, само по себе слово не обладает самостоятельным весом, но приобретает значимость посредством его активного употребления, благодаря говорящему и через смысл, который возникает в связи с его употреблением в определённом контексте. Ведь в политической коммуникации используются не только политические термины, но и слова с различной степенью выраженности политического значения из других сфер употребления языка. Таким образом, любое слово и любая тема в ситуациях политического общения становятся политически окрашенными, а язык политики означает использование языка в политическом контексте. Тот факт, что в политической коммуникации обсуждаются практически любые темы человеческой жизнедеятельности: от запрета абортов (*Abtreibungsverbot*) или искусственного оплодотворения (*künstliche Befruchtung*) до отказа от использования ядерной энергии (*Atomusstieg*) или защиты окружающей среды (*Umweltschutz*) способствует тому, что в языке политики скорость обогащения и изменения вокабуляра, в том числе и за счёт профессиональных понятий из других областей деятельности, значительно выше, чем в других подъязыках. По замечанию О.И. Воробьёвой «именно политическая лексика наиболее подвержена семантическим изменениям» [1, с. 11].

Основываясь на классификации, предложенной В. Дикманном, в политическом вокабуляре можно выделить:

1) Институциональный вокабуляр (*Institutionalvokabular*), состоящий из наименований отдельных институтов и должностей (*Bundestag, Minister, Bundeskanzler*), организаций и их подразделений (*Fraktion, Partei, Parteivorstand*), задач, которые они выполняют (*Verfassungsschutz, Entwicklungshilfe, Finanzpolitik*), а также процессов, в которых они функционируют (*Wortmeldung, Abstimmung, Tagesordnung*);

2) Ведомственный вокабуляр (*Fachsprache des verwalteten Sachgebietes*), к которому относятся присущие профессиональному языку должностных лиц/экспертов в сфере политического администрирования языковые формы (*Steuerbelastung, Wirtschaftspartner, Kulturpropaganda, Konjunktur*);

3) Идеологический вокабуляр (*Ideologivokabular*), к которому можно отнести слова, обладающие определённым оценочным значением по отношению к миру и социуму (*Klassenkampf, Nation, Gemeinschaft, Familie*), политическим группам (*Demokratie, Opposition*), основополагающим ценностям и практическим установкам (*Pressefreiheit, Gerechtigkeit, Rechtsstaatlichkeit, Pluralismus*). Поскольку основной функцией сферы политики является борьба за власть, идеологическая составляющая политической коммуникации выражена достаточно ярко. Неудивительно, что многими исследователями именно идеологический вокабуляр воспринимается как истинно политический язык.

В терминах политолингвистики ядро идеологического вокабуляра составляют так называемые слова-символы, то есть слова, чьи основные семантические компоненты давно закреплены в общественном сознании и чьей задачей является концентрированное представление сложной реальности: *Freiheit, Sicherheit, Menschenrechte, Staat, Demokratie, Terrorismus*. Слова-символы в политической коммуникации являются способом ведения дискуссии и инструментом социального контроля, так как, по мнению немецкого лингвиста Хайко Гирнта, «твёрдо вплетены в идеологическую систему определённого общества» [4, с. 52]. Различают слова-символы с положительной коннотацией и слова-символы с отрицательной коннотацией, так называемые *Miranda-Wörter u Anti-Miranda-Wörter* (по терминологии Х. Гирнта). Первые затрагивают желательные положительные ценности, производят благоприятное впечатление, пробуждают восхищение и призваны укрепить чувство сплочённости в обществе, лояльность по отношению

к государству и определённой группе людей: *Frieden, Freiheit, Gerechtigkeit, Sicherheit*. Вторые выражают презренные, нежелательные явления, которые необходимо побороть: *Krieg, Diktatur, Aggression, Ungerechtigkeit*. Умело используя слова-символы из первой или второй группы, политики закрепляют свои идеи в общественном сознании и проводят необходимые им политические решения.

В свете идеологической интерпретации слова-символы можно классифицировать на слова-знамёна (*Fahnenwörter*) и слова-ярлыки (*Stigmawörter*) (по терминологии Фритца Херманнса). Задача первых заключается в восхвалении собственной политической программы и превозношении собственных политических идей. Будучи «штандартом» в руках политических союзников, слова-знамёна одновременно раздражают и даже провоцируют политических противников, «действуют на оппозицию как красная тряпка на быка» [5, с. 102]. К характерным примерам слов-знамён в политическом языке Германии можно отнести *soziale Gerechtigkeit (Fahne der Weimarer Republik)*, *Volk und Reich (Fahne von NS-Deutschland)*, *demokratischer Sozialismus (Fahne der SPD)*, *soziale Marktwirtschaft (Fahne der CDU)*. Противоположную задачу выполняют слова-ярлыки: с их помощью дискредитируют политических оппонентов, уничижительно или гневно осуждая идеи и высказывания оппозиционных политиков, вызывают недоверие к идеологически чуждым политическим структурам. Суть слова-ярлыка заключается, по мнению О.И. Воробьёвой, «в его обвинительной направленности: оно используется не столько для характеристики объекта и отнесения объекта к определённому классу, сколько для обвинения в опасных для общества свойствах» [1, с. 131]. Наглядным примером слов-ярлыков могут считаться *Terrorist, Islamist, Diktator, Extremismus, Hetze, Lügenpresse*. Интересно, что некоторые слова-символы отличаются идеологической полисемией (*ideologische Polysemie*) (по терминологии В. Дикманна). Слова-знамёна и слова-ярлыки в различных идеологических системах, в зависимости от отношения ведущих политических сил к определённым реалиям, могут менять свою коннотацию и приобретать противоположное значение. Классическими примерами такой идеологической полисемии могут служить слова, в которые различными идеологиями вкладываются взаимоисключающие значения: *Sozialismus, Demokratie, Republik, System*.

Словам-символам в политической коммуникации Германии придаётся большое значение, ведь они, отображая некоторую мировоззренческую позицию определённых политических сил, не только дают возможность информировать об их идеях и намерениях, но и, создавая определённую систему мировосприятия, помогают переинтерпретировать определённые смыслы и формировать общественное мнение.

Образно выражаясь, можно утверждать: если политическая коммуникация в целом сводится к борьбе за власть, то язык политики нацелен на борьбу (словами) за слова. Прибегая к идеологически мотивированному выбору слов, открыто и часто сознательно провоцируя своих оппонентов, поливая грязью слова-знамёна своих конкурентов, навязывая определённые смыслы и пытаясь повлиять на политические предпочтения общества, политические противники ведут борьбу за слова-символы как борьбу за значение тех или иных понятий и, в конечном счёте, за избирателей. В борьбе за лексику, как и в любой другой борьбе, используются определённые стратегии, которые можно разделить на три группы:

- 1) назвать понятие (*Begriffe benennen*);
- 2) завладеть понятием (*Begriffe besetzen*);
- 3) приукрасить понятие (*Begriffe beschönigen*).

Рассмотрим эти стратегии более подробно и проиллюстрируем их на актуальных примерах миграционного дискурса.

- 1) *Begriffe benennen*

С точки зрения общественного воздействия употребления языка политики умение «правильно» называть вещи и давать жизнь определённым понятиям, а вместе с ними и определённым настроениям, чрезвычайно важно. Тот, кто в соответствии со своей точкой зрения интерпретирует понятия определённым образом, кто, имея в своём распоряжении *Miranda-* или *Anti-Miranda-Wörter*, эксплуатирует положительные/отрицательные коннотации слов, тот доносит свои аргументы ярче всех, создаёт новую реальность, даёт надежду или разрушает иллюзии и, следовательно, добивается своего. Тактически данная стратегия проявляется в создании неологизмов, речевых новообразований, которые благодаря своей необычности или яркому новому значению дают пищу для размышлений и способствуют новым положительным/отрицательным ассоциативным рядам. Так, в первой половине 2000-х гг. миграционную политику Германии

продолжало определять желание преодолеть тяжёлое наследие нацистского прошлого, «искупить вину» и создать социальную противоположность Третьему рейху – мультикультурное пространство. Германия открыла свои границы для беженцев из Северной Африки и Ближнего Востока, формируя основанную на принципе толерантности либеральную миграционную политику. Чтобы продвигать правительственную позицию и пробудить у населения особую чувствительность к бедственному положению беженцев, было создано понятие «культуры гостеприимства» (*Willkommenskultur*). Данный неологизм представляет из себя композит, созданный из двух существительных: *der Willkomm* (тёплый приём, приветствие гостю) и *die Kultur* (культура). Это понятие определяло желаемую государством и его органами власти (правительственной коалицией, состоящей из блока Христианско-демократического союза/Христианско-социального союза (ХДС/ХСС) и социал-демократической партии Германии (СДПГ)) практику приёма беженцев. Благодаря положительным ассоциациям *Miranda-Wörter* и активному употреблению этого неологизма в сочетании с прилагательными «новая», «настоящая», а также с глаголами «не хватать», «развить», «нуждаться», в общественном сознании укоренялась необходимость помощи бедствующим людям и создавалось позитивное отношение коренного населения Германии к беженцам: «*In Berlin wollen wir <...> eine neue Willkommenskultur entwickeln. Wir wollen <...> eine Einbürgerungskampagne starten*» (Rede im Abgeordnetenhaus Berlin am 11.11. 2004), «*Es ist in unserem ureigensten Interesse <...> als Einwanderungsland Deutschland eine Willkommenskultur <...> gegenüber den Einwanderern an den Tag zu legen*» (Rede im Landtag Nordrhein-Westfalen am 08.10.2009). Со временем данное понятие так прочно закрепилось в языке, что даже вошло в первый словарь неологизмов немецкого языка после 1990 года (www.ids-mannheim.de) и в 24-ое издание словаря Duden (*Zeit Online*, 07.08.2017).

2) *Begriffe besetzen*

Как было указано выше, одно и то же слово может вызывать в сознании разные ассоциации, в зависимости от вкладываемого в него смысла. Присвоить слово-знамя политического противника, наполнив его другими (своими) смыслами или дискредитировать слово-знамя, лишив его положительного значения и превратив его в слово-ярлык – вот что значит завладеть по-

нятием. Так, когда миграция в Германию стала приобретать всё более хаотичный характер, когда принцип мультикультурализма стал давать сбой, в политической коммуникации всё чаще стал мелькать термин «ведущая культура» (*Leitkultur*). Впервые это понятие упомянул ещё в 1998 году немецкий политолог сирийского происхождения Бассам Тибби в книге «Европа без идентичности? Кризис мультикультурного общества», чтобы описать базирующийся на европейских демократических ценностях общественный консенсус, который должен служить связующим звеном между коренным населением Европы и мигрантами: «Если немцы хотят интегрировать мигрантов в своё культурное пространство, они должны определить ведущую культуру: составляющей любой идентичности является ведущая культура! <...> Без ведущей культуры невозможно мирное сосуществование» [6, с. 189]. В политической коммуникации Германии это понятие впоследствии было политически инструментализировано и стало предметом ожесточённых дискуссий. Первые сложности появились в начале 2000-х гг., после принятого правительством закона о либерализации гражданства, и заставили представителей консервативных христианских партий (ХДС/ХСС) обратиться к понятию *Leitkultur* и потребовать, чтобы миграционная политика проводилась в первую очередь не в интересах мигрантов, но в интересах коренного населения Германии с учётом существования в стране свободно-демократической немецкой ведущей культуры: «*Zuwanderer, die auf Dauer hier leben wollen, müssten sich einer freiheitlichen deutschen Leitkultur anpassen*» (Friedrich Merz, Vorsitzender der Bundestagsfraktion der CDU/CSU am 16.10.2000). Понятие «ведущая немецкая культура» спровоцировало жёсткую критику со стороны политических противников христианских демократов: представители СДПГ (*SPD*), Свободной демократической партии Германии (*FDP*), партии Зелёных (*Die Grünen*) и Левых (*Die Linke*) упрекали их в использовании опасной «националистической лексики», дискриминирующей «этнической эксклюзивности» и провозглашении превосходства своей культуры по отношению к другим. Пробудив в общественном сознании негативные ассоциации с нацистским лексиконом, оппоненты христианских демократов смогли вызвать общественное неприятие данного понятия и превратить его в слово-ярлык. По версии одного из ведущих немецких издательств PONS оно даже

было объявлено антисловом года (*Tagesspiegel.de*, 15.11.2000) и какое-то время в политической коммуникации почти не употреблялось. Вновь склонить общественное мнение на сторону христианских демократов заставили развитие миграционного кризиса и первая волна терактов с участием немецких мусульман иностранного происхождения. Христианские демократы смогли вернуть положительное значение понятия *deutsche Leitkultur* как «обязательной рамочной культуры», способствующей формированию чувства принадлежности к единому государству и сохраняющей традиционные ценности европейской культуры эпохи Просвещения и «христианские корни немецкой культурной идентичности» [2, с. 254]: «*Wer das christliche Menschenbild nicht akzeptiert, der ist bei uns fehl am Platze*» (*Bundeskanzlerin Angela Merkel, Spiegel.de*, 15.10.2010). Ситуацией вокруг спорного понятия воспользовались немецкие националисты и правые радикалы. На фоне страхов и истерии, вызванных всплеском нелегальной миграции второй половины 2000-х гг. и участившимися нападениями на немцев со стороны мигрантов, они стали требовать принудительной адаптации мигрантов к немецкой ведущей культуре и немецким ценностям в качестве гарантии защиты от засилья иностранцев, исламистского террора и посягательств на немецкую идентичность. В 2016 году партия Альтернатива для Германии (*AfD*) также использовала в качестве слова-знамени понятие *deutsche Leitkultur* в своей программе, сведя это понятие до «немецкости» и понимая под ним единственную альтернативу «угрозе распада немецкой идентичности и уничтожения Родины, <...> залог сохранения социального мира и нации как культурной единицы» (www.afd-thl.de).

3) *Begriffe beschönigen*

Часто маскировать истинные мотивы, смягчать грубую или негативную нагрузку на слова помогает замена считающихся неуместными, табуированными или неприличными выражений политкорректными высказываниями. Тактически приукрасить действительность с целью создания нужных образов можно благодаря использованию метафор или эвфемизмов. Их сила заключается в том, что благодаря скрытому за более красивой формой смыслу и нейтральной нагрузке они обладают эмоциональной притягательностью и проникают в общественное со-

знание, которое следует за предложенной идеологической моделью. Так, например, выступая в Бундестаге за оперативное насильственное выдворение мигрантов, не получивших разрешения на пребывание в Германии, депутат ХДС Армин Шустер заявил: «Нам теперь нужна культура прощания» (*Abschiedskultur*) (*zeit.de*, 26-07-2016). С одной стороны – это намёк на провозглашённую канцлером политику тёплого приёма беженцев, не оправдавшую себя (*Willkommenskultur*). С другой стороны – это отсылка к существующей в Германии культуре прощания с неизлечимо больными людьми, служащей практическим руководством обращения с умирающими. Употребив это понятие из области медицины и здоровья в несвойственной ему плоскости, он вывел понятный для всех образ и позволил этому образу в человеческом сознании разграничить людей на больных и здоровых: беженцы – это больные, не способные выразить свои чувства люди, требующие скорейшей изоляции. Так называемая культура прощания – это новый концепт безопасности «здоровых» людей, который может успешно защитить от постоянных нападений извне (но не вирусов, а беженцев). Для защиты здоровья принято полагаться на мнение профессионалов, в данном случае на мнение не врачей и психологов, но политиков. А они, прокламируя *Abschiedskultur*, перетягивают внимание на то, что «прощание» с почти 200 000 человек – это вполне миролюбивая и вполне преодолимая задача, а не принудительное выдворение или режущая слух «депортация» (*die Abschiebung, die Vertreibung*).

Общая суть всех стратегий борьбы за лексику очевидна: необходимо повысить значимость своей позиции в общественном мнении и одновременно понизить значимость позиции противника. Ответственно и осознанно выбирая слова, маскируя истинные мотивы говорящего, используя межличностные чувства и направляя человеческие порывы, язык политики отравляет общественный образ мыслей. Однажды сказанное слово становится впоследствии образцом для подражания и разгадкой политических убеждений и поступков политически мыслящего и политически действующего. Ведь язык как способ мышления – это одновременно и инструмент политики, и условие её существования.

Список литературы

1. Воробьева О. И. Политическая лингвистика: Политический язык как сфера социальной коммуникации. М.: Изд-во Икар, 2011. 295 с.
2. Пинюгина Е.В. Проблема иммиграции и концепция «ведущей культуры» в немецкой политике // Россия и мир: анатомия современных процессов. М.: Международные отношения, 2014. С. 246 -273.
3. Dieckmann W. Deutsch: politisch – politische Sprache im Gefüge des Deutschen // Sprache und Politik. Duden Band 6. – Mannheim: Dudenverlag, 2005. S. 11–30.
4. Girnth H. Sprache und Sprachverwendung in der Politik. Eine Einführung in die linguistische Analyse öffentlich-politischer Kommunikation. Tübingen: Niemeyer Verlag, 2002. S. 127.
5. Hermanns F. Slogans und Schlagwörter //Sprachliche Kürze. Konzeptuelle, strukturelle und pragmatische Aspekte. Berlin: Walter de Gruyter, 2007. S. 459-478.
6. Tibi B. Europa ohne Identität? Die Krise der multikulturellen Gesellschaft. // Leitkultur oder Werte-Beliebigkeit. München: Bertelsmann Verlag, 1998. 154 S.

Сведения об авторах:

Кашенкова Ирина Соломоновна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры немецкого языка МГИМО (Россия, Москва). Сфера научных и профессиональных интересов: методика преподавания немецкого языка, межкультурная коммуникация, политический дискурс, общественно-политический перевод.
E-mail: ikashenkova@yandex.ru.

Кашенков Роман Юрьевич – студент 4 курса факультета МЖ, МГИМО (Россия, Москва). Сфера научных и профессиональных интересов: журналистика, история, международное право, PR и реклама, маркетинг.
E-mail: kashenkov.roma@yandex.ru.

SPECIFICITY OF MODERN POLITICAL COMMUNICATION IN GERMANY: FIGHT FOR LEXICON

Irina S. Kashenkova, R.Y. Kashenkov

Moscow State Institute of International Relations (University),
76, Prospect Vernadskogo, Moscow, 119454, Russia.

Abstract: *The article highlights some aspects of modern political communication in Germany. Various linguistic and extralinguistic factors determine the relevance of the problem. The main purpose of the article is to look at the sphere of “language and politics” from the point of view of their interrelation, to demonstrate the power of the language of politics on public opinion and on the political situation in the country. To this end, the article describes the language of politics within the terms of political linguistics, offers a classification of political vocabulary, and characterizes the word-symbols, such as **Liberty, Safety, Democracy, Terrorism** as a reasonable way of expression and differentiation between words and political content. It is noted, that political communication as an ideological discourse is aimed at the fight for power, while the main task of the language of politics is the fight for vocabulary, which ultimately is the fight for the voter. The desire to influence the political preferences of voters in conditions of aggravation of the migration crisis in Germany dictates the need to consciously choose the words: to increase the importance of their position in public opinion or to mobilize their own supporters, use positive words-banners, such as **Peace, Fairness and Safety**. To reduce the importance of the position of the enemy or verbally attack his political opponent, use negative words-labels, such as **Terrorist, Islamist and Extremism**. On the example of actual concepts of migration discourse **welcome culture, leading culture, farewell culture** the article examines the strategies and tactics through which political communication is a struggle for vocabulary, thus showing the correlation of language and policy.*

Key Words: *language of politics, political vocabulary, words-symbols, words-banners, words-stigma, term, fight for vocabulary, strategies.*

References

1. Vorobiova O. I. Politicheskaya lingvistika: Politicheskii iazyk kak sfera socialnoi kommunikatsii [Political linguistics: Political language as a sphere of social communication]. M.: Ikar, 2011, 295 p.
2. Piniugina E.V. Problema immigratsii i konceptsiya «vedushchei kultury» v nemetskoj politike [The problem of immigration and the concept of “leading culture” in German politics]// Rossiya i mir: anatomiya sovremennykh protsessov [Russia and the world: anatomy of modern processes]. M.: Mezhdunarodnye otnosheniya, 2014, pp. 246 -273
3. Dieckmann W. Deutsch: politisch – politische Sprache im Gefüge des Deutschen // Sprache und Politik. Duden Band 6. – Mannheim: Dudenverlag, 2005, S. 11–30
4. Girnth H. Sprache und Sprachverwendung in der Politik. Eine Einführung in die linguistische Analyse öffentlich-politischer Kommunikation. Tübingen: Niemeyer Verlag, 2002, S. 127
5. Hermanns F. Slogans und Schlagwörter //Sprachliche Kürze. Konzeptuelle, strukturelle und pragmatische Aspekte. Berlin: Walter de Gruyter, 2007. S. 459-478
6. Tibi B. Europa ohne Identität? Die Krise der multikulturellen Gesellschaft. // Leitkultur oder Werte-Beliebigkeit. München: Bertelsmann Verlag, 1998, 154 S.

About the authors:

Irina S. Kashenkova – Candidate of Pedagogics, Associate Professor at the Department of the German Language, MGIMO University (Moscow, Russia). Research and professional interests: German language teaching methods, intercultural communication, political discourse, socio-political translation. E-mail: ikashenkova@yandex.ru.

Roman Y. Kashenkov – Fourth-year student at the Faculty of International Journalism, MGIMO University (Moscow, Russia). Research and professional interests: Journalism, history, international law, PR and advertising, marketing. E-mail: kashenkov.roma@yandex.ru.

* * *