

ПРОГРАММА ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПАРТИИ В СИСТЕМЕ ТЕКСТОВ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА И ЕЁ ПЕРСУАЗИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ИЗБИРАТЕЛЯ

И.В. Смирнова

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

Благодаря различным информационным источникам члены любого общества могут быть хорошо осведомлены о мировых политических процессах и событиях, о представителях политической власти. Политические силы, в свою очередь, рассматривают человека (потенциального избирателя) как объект для внешнего информационного воздействия, что позволяет им использовать политическую коммуникацию в борьбе за власть. В современном демократическом обществе эта борьба осуществляется путём парламентских дебатов, речей политических деятелей, изучения программ политических партий, политической агитации, голосования. Политический дискурс, ориентированный на массового адресата, реализует функцию политического информационного воздействия. Поскольку цель любой программы политической партии (как самостоятельного типа текста в системе политического дискурса) – победить на выборах и прийти к власти, то функция воздействия на адресата в тексте программы политической партии является одной из основных и текстообразующих. Сам же текст программы характеризуется своей персуазивной направленностью на адресата, которая раскрывается в приёмах убеждения, аргументации, манипуляции и оценочности. Все политические программы делятся на программы правящих и участвующих во власти партий и партий, находящихся в оппозиции. И те, и другие направлены на электорат. В основе программ оппозиционных партий – критика власти, своих политических соперников и обещания в адрес избирателей. Программы правящих партий сконцентрированы на утверждении правильности выбранной ими политики и предпринятых действий. Текст программы обычно является результатом коллективной деятельности. Он становится официальным документом после прохождения регламентированной процедуры. Письменная форма предъявления допускает многократное обращение и тщательный анализ текста. В данной статье анализируются тексты предвыборных программ двух ведущих политических партий Испании (Испанской социалистической рабочей партии и народной партии Испании).

Ключевые слова: политический дискурс, политическая партия, партийная программа, воздействие на избирателя, персуазивность, убеждение, речевая манипуляция, аргументативность, оценочность.

Политический дискурс соотносится с такими коммуникативными сферами, как законодательство, внутрипартийное строительство, политическая реклама, которые, в свою очередь, представлены в специальных типах текстов: законопроекте, законе, протоколе, партийной программе, рекламном лозунге. Политическая программа выступает в качестве особого типа текста в политической коммуникации. Термин «тип текста» означает продуктивную модель, образец текстового построения с определёнными инвариантными функциональными и структурными особенностями конкретных текстов различной тематики [1, с. 21]. Политический текст функционирует в сфере политики, обладает определённой тематикой, связанной с различными политическими вопросами, создаётся человеком, занимающимся политической деятельностью, имеет, как правило, коллективного автора и множественного адресата. Он нацелен на воздействие на людей для получения конкретного результата [2, с. 7].

Сам же термин «программа» означает «способ пошаговой (поэтапной) организации деятельности по развёртыванию какого-либо содержания... Конечная цель, которая призвана реализовать программа, всегда формулируется как возможная, желательная, должная, соотносимая с каким-либо идеалом, предполагающая вариативные пути своего достижения и не содержащая изначальных гарантий своей реализуемости» [3, с. 549]. Каждая программа обязательно содержит конкретные указания дальнейших действий по устранению существующего несовершенного порядка. Таким образом, можно присвоить данному типу текста такую наиболее общую характерную черту как «алгоритмичность», выраженную в виде рекомендаций и описания конкретных шагов в будущем [1, с. 23].

Все политические программы можно разделить на программы правящих партий и партий, находящихся в оппозиции. И те, и другие направлены на электорат, их основная цель – обеспечить победу на выборах. В основе программ оппозиционных партий – критика власти, своих политических соперников и обещания в адрес избирателей. Программы правящих партий содержат множество утверждений о правильности выбранной политики и предпринятых действий. Цель программы любой политической партии – добиться у адресата согласия с политическими целями, программами, мероприятиями предстоящей политики, объяснить, обосновать, подвергнуть критике или оправдать проводившуюся ранее политику и в конечном итоге – победить на выборах, прийти к власти.

Текст программы обычно готовится тщательно, окончательный вариант лишён единоличного авторства и является результатом деятельности коллектива. Он становится официальным документом после прохождения

регламентированной процедуры. Письменная форма предъявления допускает многократное обращение и тщательный анализ текста. Указанные свойства позволяют говорить об информативной, оценочной и воздействующей (манипулятивной) функции данных текстов. Одна из задач составителей партийной программы состоит в привлечении сторонников и изменении их поведения в интересах партии. Это заставляет согласовывать внутригрупповые цели с ценностными установками потенциальных реципиентов, что сближает анализируемый тип текста с рекламным текстом.

К важнейшим функциям программы политической партии как регулятивного текста следует отнести:

1. *Информационную* функцию, которая позволяет общественности ознакомиться с идеологией, осуществлением политических действий, провозглашенными идеями и постулатами партии, тем самым предоставляя возможность опираться на программу, ссылаться и цитировать как легитимно сформулированную стратегию партии.

2. *Идентифицирующую* функцию, которая направлена на положительную самопрезентацию партии, конкретизирует её цели и деятельность, определяет внутренний состав партии, выделяет оппозицию «свои–чужие».

3. *Правоустанавливающую* функцию, которая указывает на легальное право партии на существование в обществе в соответствии с нормативными документами.

4. *Рекламно-агитационную* функцию воздействия на избирателя в целях привлечения как можно больше сторонников в ряды партии.

Важная характеристика, присущая тексту программы любой политической партии, – её полисубъектность. В коммуникативной системе политической программы выделяют наличие трёх обязательных участников:

Sb-1 (адресант); Sb-2 (прямой адресат – политический противник); Sb-3 (избиратель). Автор является ведущим субъектом речевой деятельности в тексте программы. Особенность текста программы политической партии заключается в его коллективном характере, поэтому всегда делается попытка включить потенциального избирателя (Sb-3) в категорию соавтора. Адресатом данного типа текста выступают одновременно широкие массы электората, политики и как особый тип адресата – оппоненты. Типы адресата определяют цели программы, прагматическую направленность её коммуникативных стратегий – самовыдвижение и «принижение» оппонента. Таким образом, программа политической партии является полисубъектной текстовой формой, отражающей процесс активного межсубъектного взаимодействия.

В качестве самостоятельных компонентов содержательной структуры текста партийной программы можно назвать:

– полное наименование партии;

- краткое самоопределение путём провозглашения основной ценности; – указания социальных групп, поддерживающих партию;
- краткая характеристика положения в стране с обязательной негативной оценкой через перечисление недостатков «антиценностей», противопоставление прошлому;
- указание причин кризиса и конкретного виновника;
- выделение основной ценности и главной цели;
- интерпретация ценностей и целей, их конкретизация через описание приоритетов, идей, принципов деятельности, задач;
- определение важнейших проблем и способов их решения, указание препятствий и путей их преодоления;
- выделение отличий данной партии от остальных партий;
- заключение в виде обобщения, лозунга, подтверждающего готовность к борьбе и веру в успех, призывы вступить в ряды партии и поддержать её.

Большинство компонентов являются факкультативными, но демонстрация ценностных ориентиров легко достигается в рамках любого текста партийной программы. Только наименование партии, определение и объяснение ценностей, целей и задач можно признать обязательными. Эти компоненты представлены в каждой программе, для их реализации используется множество форм, наиболее частотными из которых являются: название общечеловеческих ценностей, определение стратегии государственного развития, оценка внешней и внутренней политики правительства, обещание изменить положение в различных сферах общества. Отметим, что в каждой программе затронуты экономическая и социальная сферы, показано отношение к собственности и труду.

Частотным является обращение к таким ценностям, как здоровье и семья, реже демонстрируется отношение к религии, к другим народам. Признание ценности жанрообразующим фактором объясняется тем фактом, что, несмотря на нежелательность эксплицитного выражения истинных ценностей и целей в политическом дискурсе, в ряде программ они открыто названы – это борьба за власть. Сопоставление текстов программ двух ведущих испанских политических партий (Испанской социалистической рабочей партии – ИСРП и народной партии Испании – НПИ) показало, что главными ценностями провозглашаются человек, его права и свободы, закон, справедливость, сильное государство. Важнейшими нормами признаются закон и народовластие. Основная цель видится в гуманизации общества.

Большинство номинантов ценностей в текстах совпадает, позволяя максимальному числу реципиентов идентифицировать их как собственные. Отличия проявляются в расстановке приоритетов, расположении, интерпретации,

контекстном окружении. «Слово имеет большую силу воздействия на людей... Силу слов высоко ценят те, кто, понимая народную психологию, многие свои идеи доводит до сознания людей наикратчайшим способом, используя гибкость языковых выражений» [4]. В лингвистике эта «сила слов» нашла своё выражение в термине «персуазивность». Под этим термином мы будем понимать определённое воздействие автора устного или письменного сообщения на его адресата в целях убеждения в истинности своего высказывания, призыва к совершению или несовершению им определённых действий [5, с. 120]. «Персуазивность» также означает тип ментального речевого взаимодействия коммуникантов, при котором адресантом осуществляется попытка преимущественного вербального воздействия на ментальную сферу реципиента с целью изменения его поведения. Соответственно любое речевое действие, нацеленное на то, чтобы вызвать определённое отношение / действие реципиента, может быть названо персуазивным.

В испанском языке существуют два синонимичных глагола со значением «убеждать»: «convencer» и «persuadir». Наличие этих двух лексем отражает тот факт, что убедить разумного человека сделать что-либо (persuadir), можно, лишь сделав некоторые убеждения (convicciones) его достоянием. Следовательно, convencer – значит произвести желаемые изменения в когнитивных структурах адресата, в его иерархии ценностей и системе оценок, а persuadir – изменить поведение адресата так, чтобы оно соответствовало желаниям говорящего.

При осуществлении персуазивного речевого акта возникают две коммуникативно-прагматические интенции:

- 1) воздействовать на *сознание* адресата, его мнения, оценки;
 - 2) побудить его к совершению определённых *действий*, так или иначе изменить его поведение. Эти интенции реализуются двумя возможностями:
- а) интеллектуальной, основанной на рациональных аргументах;
 - б) аффективной, с опорой на воображение, на субъективное – эмоциональные оценки, стереотипы.

В политическом контексте особую исследовательскую значимость приобретает понятие «*манипулятивность*», «речевые манипуляции».

Речевая манипуляция – это побуждение адресата к совершению определённых действий. Цель манипуляции – склонить манипулируемое лицо к тому, чтобы принять определённые высказывания за истинные без опоры на доказательную силу всех релевантных аргументов. Таким образом, языковое манипулирование как особый тип персуазивного действия является одной из функционально-прагматических установок программы.

Одной из прагматических характеристик программы политической партии является *ар-*

гуманитарность, которая ориентирована на логический (рациональный) компонент воздействия и тесно связана с перзуазивностью. Аргументация неразрывно связана с речевой деятельностью, направленной на то, чтобы вызвать определённый эффект, добиться какого-либо результата, поэтому относится к лингвопрагматической области. Примером аргументативной стратегии в политическом тексте могут служить цитация, опровержение, симуляция, демаскирование, ирония, уступка, использование эпиграфов.

Необходимым элементом общей перзуазивной направленности текста выступает *оценочность*. Через оценочность также осуществляется функция языкового воздействия на реципиента, так как одной из главных задач автора текста программы является эмоциональное воздействие на потенциального избирателя с помощью необходимых языковых средств. Одним из эффективных средств убеждения является апелляция к оценкам, основанным на ценностях, которые представляют собой неотъемлемую часть сознания адресата. Воздействие на сознание адресата, реконструирование его картины мира идёт через репрезентацию в политических текстах оценочных концептов.

Наличие социального и индивидуально-го начала в системе ценностей также можно проследить на примере параметра оценки. В частности, рассматривая типы прилагательных, А.А. Масленникова выделяет в имени прилагательном особый класс реляционных прилагательных, которые, как правило, обладая оценочными свойствами, передают отношение между собственными признаками предмета и воспринимающим их субъектом [6, с. 37]. Значимость объекта приобретает в ходе оценочной деятельности человека, то есть ценность и оценка неразрывно связаны. В этой связи для соответствующего воздействия на адресата в текстах программ испанских политических партий особенно часто используются такие лексические средства, как слова с оценочной коннотацией (чаще всего прилагательные). Например: *la España vitalista y tolerante* (жизнеспособная и толерантная Испания), *la España optimista* (оптимистичная Испания), *la España positiva* (позитивная Испания), *la España unida en la diversidad* (Испания, единая в своем многообразии), *la España democrática* (демократичная Испания), *la España del siglo XXI* (Испания XXI века), *Estado del Bienestar* (государство благосостояния) [7], [8]; *sociedad avanzada* (развитое общество), *sociedad económicamente avanzada* (экономически развитое общество), *sociedad dinámica* (динамичное общество), *sociedad justa* (справедливое общество), *sociedad democrática* (демократичное общество), *sociedad actual* (современное общество), *sociedad abierta* (открытое общество), *sociedad competitiva y cohesionada* (конкурентоспособное и сплочённое общество), *España como uno de los países avanzados* (Испания как одна из

развитых стран), *uno de los mejores territorios de Europa* (одна из лучших стран Европы), *Estado de Derecho* (правовое государство) [7].

Наряду с прилагательными, которые по умолчанию содержат положительную оценочную нагрузку (*vitalista, optimista, positivo*), употребляются прилагательные нейтральные в семантическом отношении (*actual, abierto*), но в сочетании с концептами *España, sociedad* приобретающие положительное оценочное значение. Таким образом, оценка является одним из эффективных средств перзуазивности.

Вследствие того что важнейшая функция любой партийной программы состоит в том, чтобы отождествлять партийную политическую силу с ожиданиями народа, а себя – с партией или блоком и их целями, идентифицировать себя как сторонника данного субъекта выборов, система наиболее значимых для избирателей социально-политических проблем одинакова в программных документах ИСПП и НП. Анализ текстов партийных программ показывает, что большинство номинантов главных ценностей совпадает, что даёт возможность максимально-му количеству адресатов идентифицировать их как собственные. На роли главных ценностей выдвигаются свобода, конституция, общество, благосостояние, прогресс:

«...*Debemos seguir trabajando ... haciendo más fuerte el sistema de protección social ... Por ello, apostamos por seguir ofreciendo mejores prestaciones sociales para todos los ciudadanos y mayor seguridad para las futuras generaciones, mediante las medidas planteadas a continuación.*» – «Мы должны продолжать работать, ... укреплять систему социальной защиты... Поэтому мы берем на себя обязательство продолжать предоставлять качественные социальные услуги для всех граждан и гарантируем уверенность будущим поколениям, руководствуясь поставленными нами задачами». [8, с. 53].

«*Defendemos la libertad porque es el fundamento del motor del progreso y el bienestar de las sociedades... Defendemos que la Constitución es la mejor garantía de futuro para la libertad, el progreso y el bienestar de los españoles.*» – «Мы защищаем свободу, потому что это основа и движущая сила прогресса и благосостояния любого общества... Мы будем твердо стоять на той позиции, что конституция – это надёжная гарантия свободы, прогресса и благосостояния испанцев в будущем» [7, с. 25].

Перзуазивное воздействие на реципиента также осуществляется благодаря концептам, выражающим позитивную самопрезентацию партии и её позитивные действия: *resolver los problemas* (решить проблемы), *dar impulso* (придать импульс), *cambios positivos* (позитивные изменения), *transparencia* (прозрачность), *posición de liderazgo* (лидирующая позиция) [7], [8]. Большую роль в реализации перзуазивной стратегии в текстах программ испанских политических партий играют глаголы в форме 1-го

лица множественного числа. Данные формы предполагают причисление представителей той или иной партии ко всему испанскому народу, убеждают избирателей в том, что вместе они сила, способная осуществить поставленные цели, а употребление будущего времени выражает нацеленность на будущее, например:

crearemos (создадим), *desarrollaremos* (будем развивать), *potenciaremos* (усилим), *recuperaremos* (восстановим), *modificaremos* (изменим), *garantizaremos* (гарантируем) и др. [7], [8].

Нацеленность на будущее в риторике обеих партий проявляется также в использовании таких концептов, как прогресс, импульс, развитие, инновация и др. Приведём примеры:

ИСПП: *futuro* (будущее), *progreso* (прогресс), *innovación* (инновация), *modernización* (модернизация), *desarrollo* (развитие), *impulso* (импульс) [8].

НП: *progreso* (прогресс), *futuro* (будущее), *desarrollo* (развитие), *dinámica* (динамика), *vanguardia* (авангард), *impulso* (импульс), *reforma* (реформа) [7].

В тексте программы ИСПП, которая на момент последних всеобщих выборов (ноябрь 2011г.) являлась правящей партией, в отличие от НП (оппозиционная партия на тот момент), частотным является употребление глаголов *Preterito Perfecto*. В испанском языке *Preterito Perfecto* – это время, которое выражает действия законченные, совершенные, связанные с моментом речи и несущие в себе внутреннюю завершенность, результативность. Употребление глаголов в этом времени даёт понять потенциальному избирателю, что данная политическая сила выполнила обещания, взятые на себя на предыдущих выборах, что ей можно доверять, потому что она не даёт пустых обещаний, а следовательно, отдать за неё свой голос:

«*El gobierno socialista ha aprobado una reforma del sistema financiero para ayudar a resolver los problemas de las entidades bancarias*». – «Социалистическое правительство предприняло реформу финансовой системы, чтобы помочь банкам в решении проблем» [8, с. 12].

«*... los socialistas hemos trabajado para desarrollar un sistema sanitario público, universal, gratuito y de calidad*». – «Мы, социалисты, много работали над тем, чтобы развить государственное всеобщее, бесплатное и качественное здравоохранение». [8, с. 15].

Употребление терминов в тексте программы политической партии имеет большое значение, так как даёт возможность автору проявить осведомлённость в том или ином вопросе и поднять свой престиж среди избирателей. В программах ИСПП и НП мы находим такие примеры:

ИСПП: *superavit* (профицит), *impuesto sobre la renta de las personas físicas* (налог на годовой доход физических лиц), *carga tributaria* (налогообложение), *impuestos sobre el Patrimonio* (налог на наследственное имущество), *beneficios fiscales* (налоговая прибыль), *IVA* (НДС), *PIB* (ВВП), *emisiones de CO2* (выбросы CO2), *cambio climático* (изменение климата), *efecto invernadero* (парниковый эффект) и др. [8].

НП: *IVA* (НДС), *PIB* (ВВП), *cambio climático* (изменение климата), *efecto invernadero* (парниковый эффект), *contaminación atmosférica* (загрязнение атмосферы), *procesos de erosión y desertificación* (процессы эрозии почвы и опустынивание земель), *regadío* (орошение), *gases fluorados* (фторсодержащие газы), *degradación del suelo* (деградация почвы), *CO2* и др. [7].

Употребление точных данных и цифр имеет большое перзудативное значение, так как это позволяет адресанту дать понять адресату, что он располагает некоторой объективной информацией, которая объясняет его позицию и достижения:

«*... hemos destinado 8.500 millones al Plan de Vivienda, hemos beneficiado con ayudas a 700000 familias...*» – «Мы выделили 8500 млн евро на строительство жилья, помогли 700000 семей...» [8, с. 118];

«*Desde 2004, la política cultural del gobierno socialista ha puesto en valor, por primera vez, el aspecto económico de la cultura española... que supone un 4% de nuestro PIB y genera 750000 puestos de trabajo de alta cualificación*». – «Начиная с 2004 года политика социалистического правительства в области культуры впервые была направлена прежде всего на её экономический аспект,... вложенные в неё средства составляют 4% от нашего ВВП и создают 750000 высококвалифицированных рабочих мест» [8, с. 134].

«*Nos comprometemos a que la rebaja media del impuesto a lo largo de la próxima legislatura se sitúe en el entorno del 16 por ciento*». – «Мы обещаем, что среднее снижение налогов за следующий отчетный период будет составлять примерно 16%» [7, с. 65].

«*Avanzaremos de forma paulatina hacia la obtención del 50 por ciento de energía de fuentes no emisoras de CO2 en 2030*». – «К 2030 году мы постепенно придем к тому, чтобы использовать 50% источников энергии, не выделяющих CO2. [7, с. 130].

Таким образом, набор адекватных языковых средств программы любой политической партии играет существенную роль в привлечении внимания избирателя и оказания на него перзудативного воздействия.

Список литературы

1. Логинава И.Ю. Лингвопрагматические особенности текста программы политической партии (на материале английского языка): Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук: СПб., 2004. 195 с.

2. Репина Е.А. Психолингвистические параметры политического текста: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. М., 2001. 24 с.
3. Новейший философский словарь. Минск, 1998. 896 с.
4. Брутян Г.А. Гипотеза Сепира-Уорфа: Луйс, Ереван, 1968. С. 63 – 64.
5. Гончарова Е.А. Персуазивность и способы её языковой реализации в дискурсе рекламы / *Studia linguistica*. № 10. СПб.: Изд-во РГПУ, 2001. 120 с.
6. Масленникова А.А. Семантико-функциональный анализ реляционных прилагательных: Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Ленинград, 1980. 180 с.
7. Programa del PP Elecciones generales 2011 «Lo que España necesita». 170 с.
8. PSOE Programa electoral Elecciones generales 2011. 150 с.

Об авторе

Смирнова Ирина Владимировна – преподаватель кафедры испанского языка МГИМО(У) МИД России.
E-mail: irina-smirnova1402@yandex.ru

MEANS OF DISCOURSE MANIPULATIONS IN POLITICAL PARTY PROGRAMS IN SPAIN

I.V. Smirnova

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

Abstract: *Thanks to different mass media sources, members of any society are well aware of political developments and events and politicians. Every person has his or her own formed political beliefs and affirmations, interpreters other people's actions during political developments and evaluates events that take place. Political forces, in turn, see a person (a potential elector) as an object of external information influence. This lets them use political communication when competing for the power. In the modern democratic society this competition is carried out via parliamentary debates, politicians' speeches, examining political parties' programs, political agitation and voting.*

General audience-oriented political discourse implements its function of political information influence. As the goal of any political party's program (as an independent form of text in the system of political discourse) is to win the elections and come to power, thus the audience influence function is one of the most fundamental and serve as the basis for the text. The text of a program itself is characterized by its persuasive orientation towards the audience, which reveal itself in such methods as convincing, argumentation, manipulation and evaluation.

All the political programs pertain to parties which are at the power or which are in opposition. The main characteristic of oppositional programs is the criticism of the power, vice versa, the dominant party's programs confirm the correctness of their policy.

All the political programs are multi-authored. The written form of any political program lets put into practice a detailed text analysis. This article presents the analysis of the texts of two leading Spanish political parties (the Spanish socialist worker's party and the people's party of Spain).

Key words: political discourse, political party, party's program, persuasive influence, persuasion, convincing, verbal manipulation, argumentation, evaluation.

References

1. Loginova I.Y. Lingvopragmaticheskie osobennosti teksta programmi politicheskoy partii (na mateteriale angliyskogo yasika) [Linguopragmatic particularities of the political party program text (on the English language material)]: Thesis in Philological Science: S-Petersburg, 2004. 195 p.
2. Repina E.A. Psikholingvisticheskie parametri politicheskogo teksta [Psycholinguistic characters of the political text]: Abstract of the thesis in Philological Science, Moscow, 2001. 24 p.
3. Noveishiy Filosofskiy Slovar [The Newest Philosophical Dictionary]: Minsk, 1998. 896 p.
4. Brutian G.A. Gipoteza Sepira-Uorfa [Hypothesis of Sapir-Whorf]: Luis, Erevan, 1968. 66 p.

■ Филология

5. Goncharova E.A. Persuasivnost i sposobi yeio yasikovoy relisatsii v diskurse reklami [Persuasion and the methods of its linguistic realization in the publicity discourse] / Studia linguistica. N 10. S-Petersburg: Isdatelstvo RGPU, 2001. 120 p.
6. Maslennikova A.A. Semantco-funktsionalniy analiz reliatsionnikh prilagatelnikh [Semantic and functional analysis of the relational adjectives]: Thesis in Philological Science: Leningrad, 1980. 185 p.
7. Programa del PP Elecciones generales 2011 «Lo que España necesita» [Program of the PP General election 2011 «What does Spain need»]. 170 p.
8. PSOE Programa electoral Elecciones generals 2011 [PSOE Electotoral program General election 2011]. 150 p.

About the author

Irina V. Smirnova – lecturer at Moscow State Institute of International Relations (University).
E-mail: irina-smirnova1402@yandex.ru.