

Коммуникативные стратегии лидера мнений: «чужое слово» как средство выражения оценки в PR-биографии

Communicative Strategies of an Opinion Leader: "Someone Else's Word" as a Means of Expressing an Assessment in a PR Biography

DOI: 10.12737/2587-9103-2024-13-2-67-73

Получено: 29 февраля 2024 г. / Одобрено: 12 марта 2023 г. / Опубликовано: 26 апреля 2024 г.

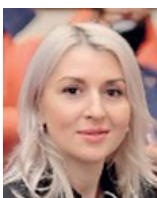


Ю.Б. Бондаренко

Преподаватель русского языка Авиационно-технологического колледжа ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», Россия, 344003, Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1, e-mail: whitemachine@mail.ru

Yu.B. Bondarenko

Teacher of Russian Language at the Aviation-Technology College of Don State Technical University, 1, pl. Gagarina, Rostov-on-Don, 344003, Russia, e-mail: whitemachine@mail.ru



Ковтуненко И.В.

Д-р филол. наук, доцент кафедры прикладной конфликтологии и медиации, ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», Россия, 344006, Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/42, e-mail: iv.kovtunenka@yandex.ru

I.V. Kovtunenka

Dr. Philol. sciences, Associate Professor of the Department of Applied Conflictology and Mediation, Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education "Southern Federal University", 105/42, Bolshaya Sadovaya str., Rostov-on-Don, 344006, Russia, e-mail: iv.kovtunenka@yandex.ru

Аннотация

В статье даётся многоаспектная характеристика частотного в PR-дискурсе жанра PR-биографии. Авторы анализируют «чужое слово» как средство выражения оценки в PR-биографии, применяя такие методы исследования, как лексико-концептуально-семантический, интерпретативный анализ, контекстуальный анализ, контент-анализ. Оценочность в PR-дискурсе выступает как значимая категория, несущая в себе общую тональность высказывания. Лидеры мнений различного социального статуса используют типовую коммуникативную стратегию, характерную для современного PR-дискурса, и в то же время несущую в себе новую тактику, транслируемую тем или иным автором/адресантом. Результаты научного исследования показаны на основе выявления механизмов, с помощью которых в PR-биографию включаются прямые положительные оценки.

Ключевые слова: коммуникативная стратегия, PR-дискурс, жанр PR-биографии, лидер мнений, оценочность.

Abstract

The article provides a multidimensional characterization of the genre of PR biography, which is frequent in PR discourse. The authors analyze "someone else's word" as a means of expressing an assessment in a PR biography, using such research methods as lexico-conceptual-semantic, interpretive analysis, contextual analysis, content analysis. Evaluativeness in PR discourse acts as a significant category that carries the general tone of the statement. Opinion leaders of various social status use a typical communication strategy typical of modern PR discourse, and at the same time carrying a new tactic, broadcast by one or another author / addressee. The results of the scientific research are shown on the basis of identifying the mechanisms by which direct positive assessments are included in the PR biography.

Keywords: communicative strategy, PR discourse, genre of PR biography, opinion leader, evaluativeness.

Введение. PR-биография представляет собой новый, активно развивающийся жанр связей с общественностью, который, несмотря на его достаточно многоаспектный анализ в ряде работ (преимущественно практической направленности), остаётся недостаточно изученным. Всестороннее исследование данного жанра с точки зрения его коммуникативно-прагматических свойств, грамматических, стилистических, композиционных признаков в контексте теории речевого жанра и теории PR-дискурса отражает тенденцию общей направленности современной лингвистики, а именно: проведение комплексного анализа речевых произведений и коммуникативных стратегий, меняющихся в соответствии с новыми вызовами времени, требующих отдельных частных лингвистических исследований.

Обзор литературы. Биография как особый жанр PR-коммуникаций упоминается в большинстве научных работ,

затрагивающих систему жанров связей с общественностью. Прежде всего, это касается работ практической направленности [6–9; 11; 12; 20 и другие работы]. PR-биография упоминается в теоретически ориентированных исследованиях, посвященных системе жанров PR и PR-дискурсу [1; 17; Селезнева, 2019; 19 и другие работы]. Также имеется ряд работ, посвященных частным аспектам PR-биографии. Например, данный жанр изучался в аспекте практической стилистики [21], в контексте теории воздействия [13]. Однако, несмотря на наличие обширного числа научных публикаций, в которых выявляются основные признаки PR-биографии как жанра, проблемы жанровой природы данного типа текстов, их типологии, стилистических и грамматических особенностей не могут считаться решёнными. Прежде всего, анализ PR-биографии как особого жанра носит либо сугубо практический характер, либо оказывается поверхностным, поскольку содержится в

работах, предлагающих общие теоретические модели коммуникации. Так, по мнению В.Ю. Меликяна, «коммуникативная стратегия подразумевает совокупность речевых и неречевых средств, используемых для реализации коммуникатором определенной цели и направленных на собеседника в ситуации общения», при этом известный исследователь-лингвист справедливо отмечает, что тщательный подбор коммуникативных тактик «позволяет говорящему умело управлять не только актом общения, но и иногда мнением своего собеседника» [15, с. 139]. Автор многочисленных публикаций по теории дискурса М.Л. Макаров известен своим особым лингвопрагматическим подходом к понятию *коммуникативная стратегия* и предлагает трактовать данное понятие как «цепь решений говорящего, его выбор определенных коммуникативных действий и языковых средств; реализация набора целей в структуре общения» [14, с. 137–138]. Языковые средства, характеризующие современный PR-дискурс, продолжают накапливаться в языке, по-своему расширяя возможности коммуникаторов, так как «активные процессы в русском языке последних лет невозможно рассматривать в отрыве от новых потребностей носителей языка» [10, с. 309].

Методы и материалы. Для комплексного лингвистического описания «чужого слова» как средства выражения оценки в современной PR-биографии был использован синтез семантико-когнитивного и дискурсивного подходов, для решения поставленных задач применялись также следующие методы и приемы лингвистического анализа: лексико-концептуально-семантический, метод лингвистического моделирования, когнитивно-семантический и лингвокультурологический.

Материалом для анализа послужили медиатексты российских соцсетей 2022–2024 гг., а также комментарии новостных лент, тексты, извлечённые из российских печатных и электронных СМИ (всего 442 единицы).

Результаты, дискуссия. Непрерывное развитие российских цифровых медиа порождает большое количество лексико-семантических трансформаций в современной коммуникации на русском языке — на основе новых знаний появляются новые смыслы, причём даже заимствованные формы общения, появляясь на русской почве независимо от желаний кого бы то ни было, приобретают русский характер общения в целом или самопрезентации/презентации коммуникатора как личности. Коммуникативное пространство становится новым резервуаром, особой коммуникационной средой, особым местом реализации языка, что помогает заполнить языковые лакуны и в живом общении. Антропоцентричность неизбежно повышает интерес к исследованию современной языковой личности, продуцирующей PR-текст, в частности представляет огромный интерес жанр PR-биографии, являющийся частотным жанром PR-дискурса. Как известно, все жанры PR можно разделить на две группы: 1) жанры, возникшие в контексте PR-коммуникаций и обслуживающие их спе-

цифические потребности (пресс-релиз, бэкграундер, факт-лист и пр.), и 2) жанры, которые были заимствованы PR-дискурсом из других сфер коммуникации. Биография (наряду с поздравлением, приглашением, письмом, поздравительной речью) представляет собой речевой жанр, который принадлежит ко второй группе. Необходимость выражения положительных оценок делает закономерным вовлечение в текст PR-биографии суждений значимых лиц. В терминологии PR для обозначения таких лиц используется принятое социологами определение «лидер мнений» (*opinion leader*). Это понятие было введено известными социологами Э. Катцем и П. Лазарсфельдом в книге *Personal influence* [22, с. 202]. В настоящее время *лидером мнений* называют человека, как правило, эксперта, который обладает авторитетом в малой или большой группе профессионалов, а потому способен оказывать влияние на членов такой группы. «Лидер мнения — это человек, обладающий высоким социальным статусом и широким доступом к информации. Интерпретируя ее, лидер может влиять на мнение и выбор других людей» [22, с. 189]. Словарь специальных терминов и понятий в области маркетинга и продаж даёт данному понятию следующее толкование: «Лидер мнения — это человек, обладающий высоким социальным статусом и широким доступом к информации. Интерпретируя ее, лидер может влиять на мнение и выбор других людей». С точки зрения PR, *лидер мнений* — это самостоятельный субъект PR-деятельности (в противоположность объекту, то есть целевым аудиториям) [4, с. 64].

Оценки лидеров мнений в тексте PR-биографии, как правило, реализуются в виде цитат, то есть оформляются в форме прямой речи. Представляется закономерным, что в PR-биографии преобладают атрибутивные [18, с. 122–125] цитаты, то есть цитаты, которые, во-первых, явно оформлены как цитаты, а, во-вторых, содержат в себе прямое указание на автора. Подобного рода цитаты характеризуются также как эксплицитные, маркированные, прямые [2, с. 668]; некоторые авторы считают цитатами только выделенные кавычками слова, при которых указан источник, и противопоставляют их аппликациям и парафразам [16, с. 64].

Единственный признак атрибутивной цитаты, который не реализуется в цитатах, транслируемых в PR-биографиях, абсолютно последовательно, — это указание на претекст, т.е. текст, из которого заимствуется суждение. Причин отсутствия такого указания, по всей видимости, довольно много. Можно предположить, что отсутствие указания на источник обусловлено либо техническими причинами, а именно невозможностью или нежелательностью введения источника во избежание излишней «загромождённости» текста, либо тем фактом, что такие высказывания были получены напрямую или, например, придуманы реальным автором текста (возможно, с согласия лица, которому приписывается суждение о герое PR-биографии), либо стремлением выдержать избранную стилистику.

Впрочем, как следует из приводимых далее примеров, в отдельных случаях авторы PR-биографий включают в текст ссылки на источники. По всей видимости, здесь правомерно говорить о наличии у автора PR-биографии выбора, причем каждый вариант этого выбора может быть мотивирован. Наличие ссылок на источники высказываний лидеров мнений, несомненно, повышает надежность и достоверность изложения: недоверчивому адресату как бы предлагается проверить точность цитат. Кроме того, наличие ссылок позволяет предложить читателю сторонние материалы, что может оказаться полезным и для поклонника/фаната, и для журналиста. С другой стороны, наличие ссылок может нарушить стилистическую цельность PR-биографии, которая может планироваться как увлекательное повествование, которое читатель должен прочитать от начала до конца.

При анализе цитат в составе PR-биографий необходимо учитывать не только их структуру, но и их прагматику, тем более что «любая цитата, являясь актом коммуникации, осуществляет определенную иллокуцию, т.е. выступает как утверждение, вопрос, ответ, жалоба, требование, просьба, предупреждение... и т. д.» [5, с. 147]. Тщательный анализ материала показывает, что основная иллокутивная сила цитат в PR-биографии заключается в положительной оценке героя.

Разумеется, оценка *лидера мнений* должна исходить от человека, который обладает авторитетом. В частности, этот человек может быть признан таковым за его реальные заслуги. Ср.: *По мнению композитора и продюсера Игоря Матвиенко, который являлся членом жюри конкурса, музыка Григорьева явилась «новым словом в жанре шоу-бизнеса на Первом канале» (Григорьев).*

В следующем примере мнение также имеет необходимый вес в силу особенностей того, кто его выражает. Музыкальный критик А. Троицкий известен своим прекрасным знанием европейской музыки и ассоциируется с современной европейской культурой в целом. Ср.: *Артём Троицкий так потом прокомментировал эту работу: «Меня потрясло, как правильно он пел по-английски, практически безупречно интонировал... Мимика, жесты, “смайлы” Лас-Вегасовский — это было просто обворожительно! Это было в точку!» (Киркоров).* В другом примере из биографии Ф. Киркорова оценка исполнения песни исходит от другого певца, который исполнял ту же песню первым: *«Я послушал альбом Филиппа и, услышав в его исполнении SikiDim, был очень удивлен, потому что его версия очень похожа на мою версию... Мне понравилось... На вашем языке она звучит сексуально и душевно. Мне нравится его голос», — сказал Таркан (Киркоров).*

В следующем фрагменте из биографии Пелагеи в качестве *лидеров мнений*, авторитетных экспертов — источников оценки — выступают Президент Франции и Президент России. Здесь необходимо обратить внимание на использование в рассматриваемом контексте кавычек, что сле-

дует интерпретировать в том смысле, что их слова представляют собой более или менее точную цитату. Ср.: *Впервые со времен 2-ой Мировой войны встречаются главы сразу трех держав: Франции, Германии и России. И на этой встрече единственной культурной программой Протоколом предусматривается небольшой сольный концерт Пелагеи. Информационные агентства разносят по всему миру: Жак Ширак назвал девочку «русской Эдит Пиаф!», а Борис Ельцин, прослезившись, — «символом возрождающейся России» (Пелагея).*

Обращает на себя внимание способ, которым передаются слова французского Президента. Такое оформление речевого акта, безусловно, является аномальным. Оценка, высказываемая французским Президентом, оформляется при помощи восклицательного знака, который в нарушение существующих норм относится не к предложению в целом, а к словосочетанию в творительном падеже, которое взято в кавычки и занимает в предложении подчиненную позицию. Очевидно, что такое оформление имеет целью передать восхищение, которое выразил президент Франции. Однако с точки зрения норм русской пунктуации было бы более приемлемым оформление слов Президента Франции как цитаты, например: *Жак Ширак восхитился: «Русская Эдит Пиаф!»* Допустимым также представляется оформление как восклицательной всей фразы: *Жак Ширак назвал девочку русской Эдит Пиаф!* Но последний вариант изменил бы характеристику высказывания по цели и сделал бы его выражением гордости автора текста достижениями соотечественницы, а не выражением восхищения французского Президента.

В случае с передачей слов Президента России мы имеем дело с более каноническим оформлением чужой речи, которая, по всей видимости, сопровождается изменением грамматической формы.

Впрочем, в данном контексте существенно то, что для выражения оценки привлекаются значимые политические фигуры. Хотя ссылка на авторитеты является одним из наиболее распространенных аргументов, в контексте PR-биографии её использование позволяет решить специфическую задачу. Прибегая к высказываниям *лидеров мнений*, автор PR-биографии получает возможность выразить положительную оценку напрямую и одновременно снять ответственность за эту оценку как с себя, так и с базисного субъекта PR, от чьего имени PR-биография будет распространяться. При этом такая оценка всё равно сохраняет некоторую (и довольно высокую) степень объективности, поскольку она выступает в составе чужой речи (формально — прямой или косвенной). В силу этого такие высказывания не могут быть напрямую отождествлены ни с автором текста, ни с базисным субъектом PR-коммуникации.

Эта объективность, несомненно, иллюзорна: автор текста осуществляет отбор высказываний, которые будут фигурировать в тексте, а потому можно утверждать, что все суждения в тексте, в том числе и цитируемая чужая речь, в некотором смысле принадлежат ему. При этом

очевидно, что из множества реально существующих высказываний о публичном лице можно отобрать суждения, содержащие самые разные оценки. Тем не менее наличие у цитируемого высказывания непосредственного источника, который прямо указывается, создает дистанцию между этим высказыванием, с одной стороны, и лицом, изображаемым в PR-биографии, а также автором PR-биографии — с другой.

Еще один существенный момент заключается в том, что в контексте PR-биографии чрезвычайно важным оказывается не только указание на автора положительного оценочного суждения, но и статус автора такого суждения. Прежде всего, автор сам должен быть публичным лицом — мнение рядового человека не имеет того же веса, что и мнение известного человека, обладающего репутацией. В этом заключается первичная функция указания автора цитаты в PR-биографии. Вторичная функция заключается в том, что наличие такой цитаты, приписываемой некоторому публичному лицу, ставит героя биографии в один ряд с этим публичным лицом. При этом в контексте PR-биографии оказывается значимой не только компетентность источника положительной оценки, но и его статус, причем последний может перевешивать. Например, в биографии певицы Пелагеи, размещенной на её персональном сайте, содержатся ссылки на оценочные суждения, приписываемые Б.Н. Ельцину и Ж. Шираку. Политики не представляют особой ценности как источники объективной оценки творчества, поскольку не являются ни музыкантами, ни деятелями искусства. Однако по-настоящему значимым в данном случае является их статус, который, по большому счету, превосходит статус подавляющего большинства деятелей культуры. Типичное для PR-биографии отсутствие указания на текст, источник цитаты, содержащей оценку, может также служить косвенным подтверждением того, что для PR-биографии более важным является автор высказывания, причем он важен именно как лицо, обладающее статусом, авторитетом, известностью. Указание на авторство цитаты в PR-биографии гораздо более частотно, чем указание на текст, из которого эта цитата взята.

К оценкам *лидеров мнений* можно также отнести ссылки на оценки прессы. В некоторых случаях такие оценки остаются анонимными, в тексте содержится только указание на источник — издание, из которого взято то или иное суждение. Ср.: *Начало 2012 года ознаменовалось участием Игоря Григорьева в очередном четвёртом сезоне шоу Первого канала «Две звезды», в котором он выступил в неожиданном дуэте с шансонной дивой Любовью Успенской.*

«Проект „Две звезды“ на Первом канале уже не раз скреживал ужа с ежом, получая на выходе дуэты различной степени занятности. Однако на этот раз тандем получился бесповоротно сногшибательным: Игорь Григорьев, завершивший недавно запись своего дебютного альбома в Лондоне, и шансондива Любовь Успенская» (журнал «Афиша», февраль 2012) (Григорьев).

Хотелось бы обратить внимание на тот факт, что ссылка на журнал «Афиша», интегрированная в текст, не является единственной: в процитированной биографии приводятся более точные ссылки на электронные источники с указанием URL-адреса.

В других случаях ссылка на источник интегрируется в текст: *Британская газета The Independent в рубрике «Альбомом недели» отмечала: «Этот впечатляющий двойной CD с концертами Листа, плюс “Орфей” и “Героическая элегия”, воплощает всю русскую мощь. Пианизм Мацуева обладает героической силой и точно выверенным контролем...» (Мацуев).* В данном случае ссылка на рубрику популярной газеты косвенно «работает» на положительную характеристику героя PR-биографии — пианиста Д. Мацуева. В результате аналогичные рубрики специально создаются для продвижения тех или иных исполнителей, причем двусмысленность названий таких рубрик не случайна. В частности, в данном случае название может интерпретироваться и как указание на лучший альбом недели, и как указание на альбом, который редакция решила оценить на данной неделе.

Цитата на журналистский источник может сопровождаться указанием на её автора. Пример этого мы находим в биографии Д. Мацуева: *«Первый фортепианный концерт Чайковского был записан такое множество раз, что справедливо возникает вопрос — нужна ли нам еще одна запись? Послушайте этот диск, и все сомнения рассеются. Неважно, насколько хорошо вы знакомы с этим произведением — я гарантирую, что данное исполнение полностью перевернет ваше представление о нем, — пишет Джереми Николас. — Я уже не говорю о том, что эталонных интерпретаций Первого и Второго концертов для фортепиано Чайковского на одном диске практически не существует в природе — а это именно то, что мы обретаем здесь, поскольку трактовка Мацуевым и Гергиевым Второго фортепианного концерта столь же впечатляюща» (Мацуев).* Указание на автора цитаты является не случайным, поскольку Джереми Николас является довольно известным деятелем культуры, причем не только музыкальным критиком, но и актером, радиоведущим, композитором и поэтом. В силу этого данная оценка воспринимается как исходящая от другого человека творческой профессии, добившегося широкого признания, и работает на усиление соответствующих черт образа героя биографии, фактически смыкаясь с таким средством, как соседство со значимыми персонажами.

В отдельных случаях ссылки на мнение прессы не обязательно отсылают к конкретным журналистам и изданиям, они могут носить обобщенный характер. Ср.: *Зарубежная пресса не раз отмечала уникальный тембр голоса, прекрасную технику, широкий диапазон, чувство стиля, артистизм и музыкальность (Басков).* Впрочем, такие ссылки на лидеров мнений не являются абсолютно безупречными. С одной стороны, они работают на создание образа героя и обладают довольно мощным весом, поскольку отсылают к

разным источникам оценки, потенциально многочисленным. Однако, с другой стороны, они могут быть восприняты читателем как голословные, так как текст не содержит ни указаний на конкретные источники, ни даже самих высказываний.

В качестве примера, который одновременно подтверждает и опровергает важность мнения значимых личностей, можно привести характерное и необычное оспаривание лидеров мнений и, шире, высказываний других личностей.

В автобиографии певицы Линды (*Линда*) имеется раздел «Слухи», который строится как пара «высказывание — комментарий»: Линда, как героиня PR-биографии, отвечает на отдельные суждения, высказанные в её адрес. Например, PR-биография становится неким «полигоном» для продолжения полемики с её бывшим продюсером Максимом Фадеевым (пунктуационные особенности оформления текста воспроизводятся без изменений). Ср.: **Максим Фадеев**: «*Линда, как артистка, создана мной от А до Я, а ее внешний облик как стилист придумывала моя жена... К этой работе я привлёк всех своих друзей. Привез группу «Конвой», где я пел с юности лет и даже оплачивал им жильё... Тащил в поте лица за собой целую толпу... Ел голубей и содержал всю команду.»* **Линда**: «*Без комментариев... или совсем немного «такое тотальное ЧУДО» так гордиться этим эпизодом в своей парадоксально-гениальной жизни. Как говорил М. Жванецкий о насыщенной, нескучной жизни: «Весь день не спишь, всю ночь не ешь! — конечно, устаёшь!»* (Линда).

В данном разделе комментируется еще три высказывания, которые, правда, не приписываются конкретным личностям, их авторство остается неясным и обозначается посредством ремарок «кто-то из журналистов» и «в одной из газет». Это высказывания различной тематики: мнимых занятий певицы магией, её употребления наркотиков, а также скандала, связанного с клипом на песню «Ворона», идею которого у нее якобы украла известная зарубежная поп-дива Мадонна.

Примечательно, что в данном случае высказывания используются не как подкрепление, т.е. еще одно средство формирования положительного образа, а как основание для полемики и даже для очищения образа певицы. Отчасти это можно объяснить её имиджем, стремлением подчеркнуть нонконформизм и нежелание участвовать в челове-

ческой «возне». И действительно, биография Линды представляет собой единственный пример подобной явной полемики в исследованных текстах. В более широком контексте это демонстрация того, что публичные высказывания о герое в составе PR-биографии могут использоваться не только в положительном ключе, хотя обязательно в итоге работают на образ героя. Тем не менее, в исследованном материале подобные примеры встречаются в минимальном количестве, а это позволяет прийти к заключению, что оценки лидеров мнений по преимуществу используются в PR-биографии как дополнительное средство формирования положительного образа.

Выводы. Подводя итоги, необходимо отметить основные коммуникативные признаки PR-биографии — неадекватность традиционных форм изложения, которая ведет к переосмыслению квазиавтобиографичности PR-биографии и находит отражение в системе средств выражения положительной оценки. С одной стороны, PR-биография, будучи инструментом связей с общественностью, предполагает обязательное изображение её героя в положительном ключе. Однако, с другой стороны, такая положительная характеристика в силу распространения PR-биографии от лица базисного субъекта PR воспринималась бы как самовосхваление, которое не является положительным качеством. Это парадоксальное сочетание приводит к формированию в PR-биографии особой системы выражения положительной оценки. В основе этой системы лежит принцип метонимического смещения с личности биографируемого лица. В результате этого смещения внимание читателя переводится на 1) действия и достижения героя биографии; б) фон, на котором изображается герой PR-биографии, включая окружение; в) положительные суждения *лидера мнений* о герое. В первом случае положительная оценка не только выражается, но и аргументируется; во втором случае герой изображается в одном ряду с другими значимыми личностями или культурными объектами, которые выражают его статус. Использование хвалебных суждений, исходящих от лидеров мнений (экспертов, авторитетных личностей и т.д.), позволяет включить в PR-биографию прямые положительные оценки, поскольку ответственность за них несет автор суждения, а не автор PR-биографии или её герой.

Литература

1. Аксенова А.В. Принципы построения системы PR-жанров [Текст] / А.В. Аксенова, Т.В. Анисимова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2 «Языкознание». — 2014. — № 1. — С. 20–25.
2. Арутюнова Н.Д. Чужая речь: «свое» и «чужое» [Текст] // Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. — 2-е изд. — М.: Языки русской культуры, 1999. — 896 с.
3. Бизнес термины: словарь специальных терминов и понятий в области маркетинга и продаж [Текст]. — URL: <https://bakunin.com/biznes-terminy> (дата обращения: 11.11.2022).
4. Галактионова Н.А. Преподаватель высшей школы в оптике PR-деятельности: лидер мнений или целевой объект [Текст] / Н.А. Галактионова // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. — 2017. — № 22-1. — С. 63–64.
5. Гриднева Н.А. О прагматическом потенциале цитат (на материале современных англоязычных словарей цитат) [Текст] / Н.А. Гриднева // Вестник Самарского государственного университета. — 2008. — № 1. — С. 145–153.
6. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации [Текст] / М.В. Гундарин. — СПб.: Питер, 2008. — 368 с.

7. Данилина В.В. Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика [Текст] / В.В. Данилина, М.В. Луканина, Л.В. Минаева, Л.К. Салиева. — М.: Аспект Пресс, 2008. — 288 с.
8. Егорова-Гантман Е.В. Политическая реклама [Текст] / Е.В.Егорова-Гантман, К.В. Плешаков. — М.: Никколо М, 1999. — 240 с.
9. Игнатъев Д. Настольная книга Public Relations [Текст] / Д. Игнатъев, Д. Бекетов. — 2-е изд. — М.: Альпина-Бизнес Букс, 2004. — 496 с.
10. Китанина Э.А. Журналистика в 2022 году: творчество, профессия, индустрия [Текст] / Э.А. Китанина: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. — М.: Фак. журн. МГУ, 2023. — С. 308–310.
11. Кривоносов А.Д. Жанры PR-текста [Текст] / А.Д. Кривоносов. — СПб.: Изд-во СПбГУ, 2001. — 135 с.
12. Кривоносов А.Д. Основы теории связей с общественностью [Текст] / А.Д. Кривоносов, О.Г. Филатова, М.А. Шишкина. — СПб.: Питер, 2012. — 384 с.
13. Култышева И.В. Анализ использования средств речевого воздействия в официальных биографиях губернаторов Свердловской области [Текст] / И.В. Култышева // Убеждение и доказательство в современном политическом дискурсе: Материалы международной научной конференции (Екатеринбург, 26–28 августа 2014 г.). — Нижний Тагил: Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия, 2014. — С. 53–57.
14. Макаров М.Л. Основы теории дискурса [Текст] / М.Л. Макаров. — М.: Гнозис, 2003. — 280 с.
15. Меликян В.Ю. Коммуникативные стратегии и тактики: понятие и виды [Текст] / В.Ю. Меликян, Д.И. Ляшенко // Филологический аспект. — 2019. — № 4. — С. 134–139.
16. Москвин В.П. Цитирование, аппликация, парафраз: к разграничению понятий [Текст] / В.П. Москвин // Филологические науки. — 2002. — № 1. — С. 63–70.
17. Огнева К.П. Ключевые жанры политических PR-текстов [Текст] / К.П. Огнева // Убеждение и доказательство в современном политическом дискурсе: материалы Международной научной конференции / гл. ред. И.В. Култышева; ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т»; ФГБОУ ВПО «Нижнетагил. гос. соц.-пед. акад». — Екатеринбург, 2014. — С. 76–89.
18. Фатеева Н.А. Интертекст в мире текстов [Текст] / Н.А. Фатеева. — СПб.: КомКнига, 2007. — 282 с.
19. Хакхалева А.Ю. Типологические признаки PR-дискурса [Текст] / А.Ю. Хакхалева // Вестник Московского государственного лингвистического университета. — 2013. — № 8. — С. 81–96.
20. Чуников А.Н. Связи с общественностью [Текст] / А.Н. Чуников. — 3-е изд. — М.: Дело, 2001. — 296 с.
21. Широкова Е.В. Лингвостилистический анализ PR-биографии: учебно-методический аспект [Текст] / Е.В. Широкова // Общественные науки. 2015. — № 6-1. — С. 245–258.
22. Katz E., Lazarsfeld P.F. Personal Influence: The part played by people in the flow of mass communications. Glencoe, IL: The Free Press, 1955. 400 p.
Источники цитируемого материала
23. Басков — Биография [Электронный ресурс] // Николай Басков — Официальный сайт. — Режим доступа: <http://baskov.ru/life/bio/> (дата обращения: 13.12.2023).
24. Григорьев — О герое [Электронный ресурс] // Игорь Григорьев — Официальный сайт. — URL: <https://web.archive.org/web/20160921121135/http://igorgrigorev.com:80/site/about> (дата обращения: 11.11.2023).
25. Киркоров — Филипп Киркоров. Полная биография [Электронный ресурс] // Филипп Киркоров: официальный сайт. — URL: https://kirkorov.ru/uploads/KIRKOROV_Biographiya.pdf (дата обращения: 24.02.2022).
26. Линда — Эмоциогрмма [Электронный ресурс] // LINDA — официальный сайт. — URL: <http://lindamusic.ru/bio> (дата обращения: 12.02.2022).
27. Мацуев — Биография [Электронный ресурс] // Денис Мацуев (официальный сайт). — URL: <http://matsuev.ru/about> (дата обращения: 24.02.2024).
28. Пелагея — Биография [Электронный ресурс] // Пелагея — официальный сайт — рок-этно арт-фолк группа. — URL: <http://www.pelagea.ru/biography> (дата обращения: 21.03.2023).

References

1. Aksenova A.V., Anisimova T.V. Principles of system construction PR-genres // Bulletin of the Volgograd State University. Series 2: Linguistics, 2014. no. 1, pp. 20–25.
2. Arutyunova N.D. Alien speech: "own" and "alien" // Arutyunova N. D. Language and the human world. 2nd ed. Moscow: Languages of Russian Culture, 1999. 896 p.
3. Business terms: dictionary of special terms and concepts in the field of marketing and sales. URL: <https://bakunin.com/biznes-termyny> (accessed: 11.11.2022).
4. Galaktionova N. A. Teacher of higher education in optics PR activities: opinion leader or target object // Linguistic paradigm: theoretical and applied aspects, 2017, no. 22-1, pp. 63–64.
5. Gridneva N. A. On the pragmatic potential of quotations (based on the material of modern English-language dictionaries of quotations) // Bulletin of Samara State University. 2008, no. 1, pp. 145–153.
6. Gundarin M.V. The book of the head of the PR department: practical recommendations. St. Petersburg: Peter, 2008. 368 p.
7. Danilina V.V., Lukanina M.V., Minaeva L.V., Salieva L.K. Public relations. Drafting documents: Theory and practice. M.: Aspect Press, 2008. 288 p.
8. Egorova-Gantman E.V., Pleshakov K.V. Political advertising. Moscow: Niccolo M, 1999. 240 p.
9. Ignatiev D., Beketov D. The handbook of Public Relations. 2nd ed. M.: Alpina-Business Books, 2004. 496 p.
10. Kitanina E.A. Journalism in 2022: creativity, profession, industry: sat. mat. international scientific and practical conference. M.: Fac. Moscow State University Journal, 2023, pp. 308–310.
11. Krivonosov A.D. Genres of PR text. St. Petersburg: St. Petersburg State University, 2001. 135 p.
12. Krivonosov A.D. Fundamentals of the theory of public relations / A.D. Krivonosov, O.G. Filatova, M.A. Shishkina. St. Petersburg: Peter, 2012. 384 p.
13. Kultysheva I.V. Analysis of the use of means of speech influence in the official biographies of the governors of the Sverdlovsk region // Persuasion and proof in modern political discourse: Materials of the international scientific conference (Yekaterinburg, August 26–28, 2014). Nizhny Tagil: Nizhny Tagil State Socio-pedagogical Academy, 2014, pp. 53–57.
14. Makarov M.L. Fundamentals theories of discourse. M.: Gnosis, 2003. 280 p.
15. Melikyan V.Yu., Lyashenko D.I. Communicative strategies and tactics: concepts and types // Philological aspect, 2019, no. 4, pp.134–139.
16. Moskvin V.P. Citation, application, paraphrase: towards the differentiation of concepts // Philological sciences, 2002, no. 1, pp. 63–70.
17. Ogneva K.P. Key genres of political PR texts // Persuasion and proof in modern political discourse: materials of the International Scientific Conference / ch. ed. by I.V. Kultyshev; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Ural State Pedagogical University. un-t"; FGBOU VPO "Nizhnetagil. gos. sots.-ped. acad." Yekaterinburg, 2014, pp. 76–89.
18. Fateeva N.A. Intertext in the world of texts. St. Petersburg: KomKniga, 2007. 282 p.
19. Khakhaleva A.Y. Typological features of PR discourse // Bulletin of the Moscow State Linguistic University, 2013. no. 8, pp. 81–96.
20. Chumikov A.N. Public relations. 3rd ed. Moscow: Delo, 2001. 296 p.

21. Shirokova E.V. Linguistic and stylistic analysis of PR biography: educational and methodological aspect // Social sciences. 2015, no. 6-1, pp. 245–258.
22. Katz E., Lazarsfeld P. F. Personal Influence: The part played by people in the flow of mass communications. Glencoe, IL: The Free Press, 1955. 400 p.
Sources of the cited material
23. Baskov — Biography [Electronic resource] // Nikolai Baskov — Official website. — Access mode: <http://baskov.ru/life/bio/> (date of reference: 12/13/2023).
24. Grigoriev — About the hero [Electronic resource] // Igor Grigoriev — Official website. URL: <https://web.archive.org/web/20160921121135/http://igorgrigorev.com:80/site/about> (accessed: 11.11.2023).
25. Kirkorov — Philip Kirkorov. Full biography [Electronic resource] // Philip Kirkorov: official website. URL: https://kirkorov.ru/uploads/KIRKOROV_Biographiya.pdf (accessed: 02/24/2022).
26. Linda — Emotionogram [Electronic resource] // LINDA — official website. URL: <http://lindamusic.ru/bio> (accessed: 02/12/2022).
27. Matsuev — Biography [Electronic resource] // Denis Matsuev (official website). URL: <http://matsuev.ru/about> (date of access: 02/24/2024).
28. Pelageya — Biography [Electronic resource] // Pelageya — official website — rock-ethno-art-folk group. URL: <http://www.pelagea.ru/biography> (accessed: 03/21/2023).