

## ТЕОРИЯ ЛИТЕРАТУРЫ / THEORY OF LITERATURE

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2023.138.154>

## ГЕНЕЗИС, СЕМАНТИКА И МЕТОДОЛОГИЯ ОСМЫСЛЕНИЯ PR-БИОГРАФИИ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО РОК-ПОЭТА

Научная статья

Локтевич Е.В.<sup>1,\*</sup><sup>1</sup> ORCID : 0000-0001-8357-9019;<sup>1</sup> Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь

\* Корреспондирующий автор (lichorad.kat[at]mail.ru)

**Аннотация**

Целью исследования стало осмысление жанровых характеристик, а также литературно-художественного и медийного потенциала PR-биографии современного русского рок-поэта. Определена генетическая парадигма, семантический потенциал и специфика содержательно-субъектной организации жанра PR-биографии в свете актуальных проблем современной гуманитарной науки. Обозначена степень культурной релевантности PR-биографии, других жизнеописательных жанров и предбиографических жанровых структур. Научная новизна исследования заключается в описании теоретико-методологического подхода к системному анализу PR-биографии современного русского рок-поэта. Выявлено, что траектория функционирования PR-биографии как жанра определяется культурным дисплеем эпохи, связана с аккумуляцией ценностных ориентаций реципиента. Установлено, что PR-биография современного русского рок-поэта имеет вариативную структуру, синтезирует вербальные, невербальные, нейромаркетинговые и иные коммуникации, оформленные актуальной медийной средой.

**Ключевые слова:** PR-биография, биография, жанр, рок-поэт, субъектная организация.

## GENESIS, SEMANTICS AND METHODOLOGY OF COMPREHENSION OF PR-BIOGRAPHY OF A MODERN RUSSIAN ROCK POET

Research article

Loktevich Y.V.<sup>1,\*</sup><sup>1</sup> ORCID : 0000-0001-8357-9019;<sup>1</sup> Belarusian State University, Minsk, Belarus

\* Corresponding author (lichorad.kat[at]mail.ru)

**Abstract**

The aim of the study was to comprehend the genre characteristics, as well as the literary-artistic and media potential of PR-biography of a modern Russian rock poet. The genetic paradigm, semantic potential and specificity of the content-subject organization of the PR-biography genre in the light of current problems of modern humanitarian science were determined. The degree of cultural relevance of PR-biography, other biographical genres and pre-biographical genre structures is outlined. The scientific novelty of the study lies in the description of the theoretical and methodological approach to the systemic analysis of PR-biography of a modern Russian rock poet. It is found out that the trajectory of PR-biography functioning as a genre is determined by the cultural display of the epoch, is connected with the accumulation of the recipient's value orientations. It is established that PR-biography of a modern Russian rock poet has a variable structure, synthesizes verbal, non-verbal, neuromarketing and other communications, designed by the actual media environment.

**Keywords:** PR-biography, biography, genre, rock poet, subject organization.

**Введение**

В современном русском языке семантическое поле слова *пиар* содержит более ста единиц, а лексема *пиар* «демонстрирует высокий экспрессивно-оценочный потенциал» [14, С. 6]. Расширение в гуманитарных науках лексической парадигмы, включающей группы слов, характеризующих функциональные возможности *пиара*, указывает на динамику популяризации связей с общественностью. Эта тенденция говорит также о востребованности PR-технологий для (ре)презентации *содержательно-субъектной организации текста* (Б. О. Корман [9, С. 183]) в культурном дисплее современной эпохи. Другая причина роста актуальности технологий Public Relations в современном вербальном или синтетическом искусстве – необходимость утверждения в разных социальных средах положительного образа-имиджа творческой личности. Медийно и художественно воплощенный образ *автора* оформляется посредством сознания *собственно автора* (Б. О. Корман [9, С. 183]) как высшего субъекта сознания и речи, сознания *медийного автора* [15, С. 23], рожденного по причине необходимости «найти личный выход, убежище в жестко запрограммированном мире» [10, С. 43], и экзистенциального опыта *биографического автора*. Несмотря на то, что генезис PR исторически отдален от современности, актуальная PR-коммуникация неизбежно включает культурные установки предыдущих эпох [14, С. 8].

В процессе создания и реализации биографии творческой личности используются разнообразные PR-тактики, рекламные стратегии, журналистские приемы. Трансформируясь в фокусе культурного запроса и коммуникативных задач современной эпохи, жанр биографии с содержательно-формальной точки зрения все более напоминает PR-текст, созданный по законам Public Relations. В завоевании социальных сетей и офлайн-пространства, указывает Е. В. Бильченко, «современные поэты используют самые разнообразные инструменты арт-пиара во имя кросс-

платформенной эффективности» [5, С. 227]. Успех такого PR зависит, по мнению ученого, не от художественных качеств созданных авторами произведений, а скорее «от новаторского и креативного использования уже известных способов и средств продвижения, а также от способности адресанта синтезировать разные виды искусств» [5, С. 227]. Это, с нашей точки зрения, относится и к реализации PR-биографии рок-поэта, комплексно представленной на интернет-платформах и в СМИ посредством серии *предбиографических жанровых структур* (интервью, дневник, автобиография, питч, сторителлинг, профайл, репортаж, ток-шоу, пресс-релиз, медиа-кит и др.). Даже очень самобытная и интригующая биография может быть рекомендована реципиенту для ознакомления в невыгодном свете, что сократит читательский интерес к рок-персоне. Вместе с тем оптимизация сведений о биографируемом посредством стратегий и тактик PR будет содействовать более эффективному анализу и интерпретации его творчества разными реципиентными группами.

В настоящее время отсутствуют научные исследования жанровой специфики биографии современного русского рок-поэта в свете задач PR-коммуникации. Разработка подходов к созданию, изучению структуры, содержания и формальных особенностей PR-биографии автора рок-поэзии как синтетического вида искусства будет содействовать расширению представления о методологии анализа жизнеописательных материалов, востребованных в разных гуманитарных науках.

### Методы и принципы исследования

Важнейшей характеристикой текста, которая влияет на его последующую внешнюю и внутреннюю оценку воспринимающим сознанием, является его «нужность» для аудитории [19, С. 100]. Культурно-ориентированный PR-текст как событие словесного искусства необходим для создания биографических материалов о творческой личности: его субъектно-объектные диалогические установки максимально близки коммуникативным задачам, интересующим большинство гуманитарных наук, особенно литературоведение. Комплексный подход к изучению PR-текста в структуре PR-коммуникаций невозможен без обращения к основным положениям научных трудов специалистов в области семиотики, текстологии, структурализма [3, С. 7], а также к аналитическим наработкам медиаисследователей, культурологов, историков, представителей сферы связей с общественностью и рекламы.

Таким образом, при осмыслении поставленной в статье научной проблемы наряду с универсальными, эмпирическими и теоретическими методами использовались элементы специальных (биографический, структурно-функциональный, сравнительно-сопоставительный, системно-субъектный, культурно-исторический, контент-анализ) методов и подходов, что позволило сделать междисциплинарные выводы о жанровой специфике PR-биографии творческой личности.

### Основные результаты

На протяжении всей истории человечества Public Relations выступает «естественным элементом общественных взаимодействий» [13, С. 18], является одним из главных средств классических маркетинговых коммуникаций [16], рассматривается как «планомерная постоянно осуществляемая деятельность по обеспечению равноправного информационного взаимодействия» [16]. Главная цель связей с общественностью, пишет Т. М. Смоликова, – «свободное мнение и гражданская позиция, информированность и диалог, симметричные равноправные партнерские отношения» [18, С. 32].

Вместе с тем в современных PR-коммуникациях фигурирует, по мнению Т. М. Ланиной, не только стремление к равноправию, но и «манипулятивный перекосяк»: манипуляция демонстрирует не воздействие на поведение друга или партнера, а выступает частью технологии власти, «манипуляция – это не насилие, а соблазн» [13, С. 31]. Привлекая манипулятивные приемы в PR-сфере, сложно соблюдать «грань между скрытым и открытым воздействием», и «несмотря на возмущение общественности, негодующие статьи в прессе, – подчеркивает В. Ф. Кузнецов, – паблик рилейшнз без манипуляции невозможен» [12, С. 79–80], так же, как и реклама «вольно или не вольно направлена на манипуляцию общественным мнением» [12, С. 114]. Отметим, что в обозначенном ракурсе PR сблизается не только с рекламой, но и со СМИ, манипулятивный арсенал которых ориентирован на «преднамеренное искажение реального положения вещей путем замалчивания одних фактов и выпячивания других, публикацию ложных сообщений, пробуждение у аудитории ложных эмоций с помощью визуальных средств или словесных образов и т.д.» [8, С. 229–230]. Перечисленные приемы направлены на утверждение в субъектах разных коммуникативных групп (/ организаций, объединений) конкретных психологических установок и ценностных ориентаций.

Целью манипуляции является мягкое подведение реципиента к какому-либо выбору, предмету обсуждения, культурному объекту, и потому реализуется «иллюзия самостоятельности принятия решения» [4, С. 131]. Биографический PR-текст также ненавязчиво подводит воспринимающее сознание к некоторому выбору – философии биографируемого, его мировоззренческой «истине», ценностным ориентирам, духовно-нравственным приоритетам. Таким образом, PR-биография современного рок-поэта неизбежно характеризуется манипулятивными речевыми конструкциями, созданными менеджером (/ агентом) для популяризации имиджа героя PR-жизнеописания. Обозначенная проблема делает актуальным исследование стратегии создания PR-биографии творческой личности в условиях развития современной культуры: речевое манипулирование посредством СМИ и интернет-технологий делает затруднительным осмысление рок-поэта как личности, человека со своей уникальной судьбой. Успешные манипулятивные тактики, реализуясь в PR-биографиях множества рок-поэтов, стирают уникальный «код» личности, типологически сближают несхожих людей, размывают индивидуальный образ биографического автора и собственно автора (автора-творца).

В фокусе рок-творчества продвижение исполнителя на музыкальный рынок может рассматриваться, по мнению М. В. Жижинной, как «социально-психологический феномен, представляющий собой собственно процесс, а также проектную деятельность по “раскрутке” и популяризации исполнителя, по изменению восприятия и отношения к исполнителю со стороны слушательской аудитории, мероприятия по изменению социально-экономического поведения

потребителей и по стимулированию сбыта продукции» [7, С. 74]. В контексте имиджологии *продвижение PR-биографии рок-поэта* необходимо понимать как оптимизированное конкурентоспособное представление личности в культурной среде и как социально-психологическое воздействие на целевую аудиторию с целью реализации заданного образа-имиджа через культурный продукт (рок-альбом, книга, мерч, билет на концерт и др.).

Однако такая трактовка PR в связи с деятельностью русских рок-поэтов входит в конфликт с устоявшимся представлением об образе рокера, как человека, не зависящего от стратегий продвижения и материальной стороны бытия. На современном этапе развития рок-культуры происходит очевидная трансформация позиционирования рок-поэта в общественной среде и в лояльных реципиентных группах. Рок-культура не имеет ничего общего с массовой культурой [6, С. 10], ведь главный «симптом» масс – деперсонализация индивидов, затруднение в самоидентификации [20, С. 180]), а рок-поэт всегда стоит в оппозиции к иному – не-романтическому – типу мышления, он занят самопознанием через уединенное созидание. Канонические представления о свободе от массовой культуры и ее приоритетах дольше всего сохраняли панк-рокеры, например, А. Фишев и К. Ступин, однако сегодня и русский панк-рок все чаще демонстрирует личность лидера с учетом PR-стратегирования, в том числе актуализированного в современном поп-мейнстриме. Так, Дмитрий Соколов («Йорш») активно сотрудничает со СМИ, осуществляет творческое партнерство с представителями других музыкальных направлений, ведет многоаспектный диалог с разными реципиентными группами, использует реализацию в соцсети фан-атрибутики, что повышает узнаваемость его имиджа. Сабрина Амо («Аборт мозга») дает интервью, анонсируемые в традиционных СМИ и новых медиа, создает медийно-художественные тексты (книга «Сделайте мне Аборт Мозга»), участвует в креативных коллаборациях (например, в записи альбома 2023 г. группы «АХСМС3»), информация о которых продвигается в Интернете.

В теории связей с общественностью *биография* – это «жанр PR-текста, который в оптимизированном виде представляет биографические сведения о публичной персоне, фактическую информацию о конкретном человеке» [2, С. 117]. Н. Б. Руженцева утверждает, что такие жанры, как PR-автобиография, PR-биография и PR-характеристика, включающие биографические данные о медийной личности, трансформировались из каноничных жанров – автобиографии, биографии и характеристики, используемых в официально-деловом стиле речи [17, С. 83]. Однако в случае с анализом генезиса PR-биографии творческой личности, следует учитывать и семантические интенции филологического звучания биографических жанров. Это принципиально важно в случае последующего определения коммуникативных стратегий и задач, стоящих перед создателем биографии такого типа. В этой связи PR-биография рок-поэта будет включать семантические маркеры официально-делового, литературного и публицистического стилей речи, а также элементы разговорного стиля, что определяется самой спецификой рок-культуры, предполагающей, например, использование обсценной лексики.

PR-биография рок-поэта (ре)презентируется посредством *внутреннего и внешнего PR*, и в случае с междисциплинарной позицией исследуемого жанра предполагает актуализацию *внутренних коммуникативных стратегий* (самопрезентация в рок-коллективе, создание положительного образа автобиографии) и *внешних коммуникативных PR-факторов* (восприятие аудиторией и субъектами активной медиасреды, публичная самопрезентация, кино- и нейромаркетинг, геймификация, перформанс и др.).

Биографическая информация, отмечает А. Д. Кривоносов, всегда представляется общественности в виде блоков, формирующих ее структуру (общая презентация, образование, карьера, награды, семейное положение и др.), и имеет несколько разновидностей: биография-конспект, биография-рассказ, биография-повествование [11, С. 219]. *Биография-конспект* («безглагольный» вариант биографической информации) представляет собой совокупность дат и основных периодов карьерного становления медийного персонажа. *Биография-рассказ* («оглаженный» вариант биографической информации) является комплексом самостоятельных предложений со сказуемым. *Биография-повествование* (близок литературному жанру портретного очерка) призвана прежде всего не осветить основные этапы жизни человека медийного, а поведать о его качествах, идейных установках, ценностных ориентирах [11, С. 219–220].

В обозначенном семантическом аспекте биография-конспект генетически сближается с научной (/ интеллектуальной / аналитической) биографией, биография-рассказ – с литературоведческой биографией, а биография-повествование – с литературной (/ литературно-художественной / писательской) биографией. В этой связи нельзя не отметить связь PR-биографии с биографическими жанрами литературоведения, культурологии, социологии и исторической науки, что позволяет разработать такую методологию создания и реализации биографических материалов, которая, с одной стороны, оптимизирует их вхождение в культуру посредством историко-литературного и социального контента, а с другой, – через каналы PR и рекламы. Особенно востребованным это видится в свете специфики современного героя PR-биографии – рок-поэта как медийной личности и представителя синтетического искусства. Созданная и реализованная таким образом биография будет содействовать продвижению образа-имиджа творческой личности не только в культурной среде (прежде всего, в литературе и музыке) и в сфере гуманитарных наук, но и в области социальных коммуникаций, рекламной информационной среды.

Системное научное осмысление PR-биографии современного русского рок-поэта в контексте стратегий реализации в медийной среде требует использования разнообразных теоретико-методологических материалов. Такой подход будет способствовать всестороннему рассмотрению специфики PR-биографии как культурного явления, имеющего предельно широкую амплитуду исторического и теоретического развития (с античных времен [12, С. 21]) и пережившего ряд этапов переосмысления в гуманитарном знании. С нашей точки зрения, можно выделить восемь научных направлений, результаты которых будут актуальны для исследования жанровых особенностей и содержательно-формальной организации PR-биографии современного русского рок-поэта.

*Теория и история связей с общественностью.* Основные принципы и концепции PR (Public Relations) способствуют пониманию структуры PR-биографии современного рок-поэта в контексте методов и методик создания и продвижения реального образа и оптимизированного образа-имиджа, а также содействуют грамотной трактовке

стратегий коммуникации с аудиторией в СМИ и Интернете, направленных на популяризацию жизненной позиции и философии творчества рок-поэта как медийной личности.

*Теория и история рекламы.* Исследования в сфере рекламы являются неотъемлемым теоретико-методологическим основанием для комплексного осмысления процесса создания, функционирования и стратегий реализации PR-биографии современного русского рок-поэта в медиасреде. Наработки ученых в этой области помогают понять принципы эффективной рекламы биографических материалов, определить целевую аудиторию медийной личности, разработать успешную PR-стратегию, задействуя современные инструменты рекламы.

*Теория и методология биографических исследований* в свете научных достижений литературоведения, социологии, психологии и политологии. Изучение PR-биографии рок-поэта в этом контексте позволяет определить формальные, содержательные, идейные, нравственно-этические и эстетические особенности жанра (повествовательные схемы, субъектная организация, сюжет, композиция, архитектоника, образные средства, хронологические характеристики, манипулятивные тактики, архетипические модели и др.), увидеть его трансформацию в социокультурной динамике современной эпохи.

*Медиаисследования.* Использование наработок в области методологии медиаисследований позволяет рассмотреть PR-биографию рок-поэта в связи с трансформациями, происходящими в настоящее время в «теле» текста и образном «фокусе» контекста, в рецепции биографических данных в Интернете и СМИ, во взаимодействии с аудиторией. Научные достижения этого научного направления помогают увидеть воздействие медиатехнологий (актуализация текстовых, звуковых и визуальных данных и каналов их реализации) и практик на создание и распространение PR-биографии современного русского рок-поэта.

*Философско-культурологические исследования.* Этот вектор научного осмысления PR-биографии современного русского рок-поэта необходимо выделить как самостоятельное направление, так как философия PR-биографии творческой личности находится в зоне презентации этого жанра как культурного события и феномена. Философско-культурологические научные работы позволяют увидеть PR-биографию рок-поэта в контексте культурных концепций и сдвигов, традиционных и новаторских философских практик, ценностных ориентиров, национальной (само)идентичности, межкультурной коммуникации. Рассмотрение влияния культурно-философских факторов на создание и рецепцию PR-биографии современного русского рок-поэта является важной составляющей исследования в области связей с общественностью.

*Риторическая поэтика и стилистика.* Системное изучение научных работ, представленных этим гуманитарным направлением, способствует определению и описанию стилистических черт и риторических приемов, используемых при создании PR-биографии современного русского рок-поэта, помогает осветить специфику влияния риторических стратегий, языковых единиц и условий языкового общения на восприятие и эффективность коммуникации творческой личности и разных реципиентных групп в медиасреде.

*Исследования специалистов-практиков.* Труды специалистов-практиков ориентированы на оптимизацию всех этапов создания PR-биографии, поэтому результаты их исследований лежат в области качественных методов и методик. Специалисты-практики задействуют анализ документов разных типов и видов, индивидуальное глубокое интервью, групповое / фокусированное интервью (фокус-группы), неструктурированное наблюдение, анкетирование, опрос и другие методы, поэтому высокая степень верификации их наработок помогает существенно дополнить представление о специфике функционирования PR-биографии в медиасреде.

*Педагогические исследования.* Гуманитарный базис учебной и учебно-методической литературы помогает увидеть динамику педагогической мысли, акцентированной на различных аспектах осмысления PR-биографии медийной личности. Выводы, сделанные педагогами-гуманитариями, выявляют основные изменения канона биографических жанров, предлагают экспериментальные методики анализа жизнеописательного материала с учетом его воспитательного и обучающего значения.

## **Заключение**

В процессе своего развития жанр PR-биографии откликается на культурный запрос каждой эпохи: происходят изменения в его целевых установках, содержании, композиционной структуре, субъектной организации, формальном облике, принципах реализации в социуме. Этот жанр отличается аккумулятивным характером ценностных ориентаций, в своей динамике он отдален от формального культурного посыла и приближается к экзистенциальной парадигме традиционных биографических жанров. Современная PR-биография характеризуется вариативной структурой, в которой образно-имиджевый план смещается с вербальной коммуникации в область невербальных, нейромаркетинговых и иных контактов, востребованных в современной медиасреде.

Субъектная организация PR-биографии творческой личности, активно позиционирующей себя в разных культурных сферах, демонстрирует интерференцию нескольких субъектов сознания (биографического автора, медийного автора и собственно автора), а также лирического героя и героев ролевой лирики. В этой связи возникает смещение художественного и медийного планов творчества рок-поэта, когда оптимизированный образ-имидж, представленный в PR-биографии, наделяется чертами лирического героя и иных форм авторского сознания или входит в конфликт с этими формами сознания и речи, явленными в вербальном тексте. Сравнительно-сопоставительное исследование PR-биографии рок-поэта и его творчества позволяет прояснить уникальные черты индивидуально-авторского типа коммуникации, обращенной в область *креативной памяти культуры* (А. Ассман [1, С. 32]).

Системный подход к созданию и продвижению биографии современного русского рок-поэта способствует выявлению символических маркеров реального облика автора-творца и его идеального (мифологизированного в контексте PR-технологий) образа-имиджа. Методика разработки PR-биографии требует междисциплинарного подхода, что объясняется повышенным интересом гуманитарной науки к осмыслению жизнеописательных жанров, а также существенными изменениями в принципах оценки созидательного мышления творческой личности современной культурной антропологией.

**Конфликт интересов**

Не указан.

**Рецензия**

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

**Conflict of Interest**

None declared.

**Review**

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

**Список литературы / References**

1. Ассман А. Длинная тень прошлого: Мемориальная культура и историческая политика / А. Ассман — Москва: Новое литературное обозрение, 2014. — 328 с.
2. Балахонская Л.В. PR-текст: структура, содержание, оформление / Л.В. Балахонская — СПб.: Свое издательство, 2015. — 198 с.
3. Володина С.В. Тексты в коммуникационной системе Паблик Рилейшнз: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Светлана Владимировна Володина. — Москва, 2007. — 29 с.
4. Гуляйкина С.О. Имплицитность высказывания как атрибут вербальной манипуляции / С.О. Гуляйкина // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. — 2011. — № 23. — с. 128–131.
5. Данилова С.А. Феномен креатива в медиастратегиях поэтов XXI века / С.А. Данилова, Е.В. Бильченко // Полилингвильность и транскультурные практики. — 2020. — № 2. — с. 221–230. DOI: 10.22363/2618-897X-2020-17-2-221-230.
6. Доронин В.В. Рок-культура как современное воплощение традиции героев: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 24.00.01 / Владимир Викторович Доронин. — Тюмень, 2011. — 22 с.
7. Жижина М.В. Структурно-функциональный анализ продвижения музыкального проекта на рынок / М.В. Жижина // Российский психологический журнал. — 2007. — Т. 4. — № 4. — С. 63–76.
8. Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации / Н.Б. Кириллова. — М.: Академический Проект, 2005. — 400 с.
9. Корман Б.О. Избранные труды по теории и истории литературы / Б.О. Корман; предисл. и сост. В.И. Чулкова. — Ижевск: Издательство Удмуртского университета, 1992. — 236 с.
10. Корман Б.О. Лирика и реализм / Б.О. Корман. — Иркутск: Издательство Иркутского университета, 1986. — 96 с.
11. Кривоносов А.Д. Основы теории связей с общественностью / А.Д. Кривоносов, О.Г. Филатова, М.А. Шишкина. — СПб.: Питер, 2012. — 384 с.
12. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии / В.Ф. Кузнецов. — М.: Аспект Пресс, 2007. — 302 с.
13. Ланина Т.М. «Манипулятивный перекося» в PR-коммуникациях современного российского общества: дис. канд. филос. наук: 09.00.11 / Таисья Михайловна Ланина. — Красноярск, 2014. — 117 с.
14. Леванова Т.В. Слово «пиар» и его производные в современном русском языке: системно-структурный и лингвокультурологический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Татьяна Владимировна Леванова. — Волгоград, 2019. — 27 с.
15. Локтевич Е.В. Предбиографическое лицо рок-поэта в фокусе интернет-дискурса (Статья первая) / Е.В. Локтевич // Культура и текст. — 2022. — № 1 (48). — С. 19–30. DOI 10.37386/2305-4077-2022-1-19-30
16. Маркетинговые коммуникации: проблемы, возможности и перспективы развития: монография. — URL: <http://scipro.ru/conf/monographmarketing.pdf> (дата обращения: 07.09.2023)
17. Руженцева Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов / Н.Б. Руженцева. — М.: ФЛИНТА : Наука, 2017. — 184 с.
18. Смоликова Т.М. Исторические предпосылки становления и развития общественных связей в Германии (1949 – нач. XXI в.) / Т.М. Смоликова // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў. — 2021. — № 3 (41). — С. 31–38.
19. Тертычный А.А. Коммуникативные стратегии и журналистский текст / А.А. Тертычный // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2006. — № 4. — С. 93–104.
20. Философия коммуникации: проблемы и перспективы: монография / Под ред. С.В. Клягина и О.Д. Шипуновой. — СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2013. — 260 с.

**Список литературы на английском языке / References in English**

1. Assman A. Dlinnaja ten' proshlogo: Memorial'naja kul'tura i istoricheskaja politika [The Long Shadow of the Past: Memorial Culture and Historical Politics] / A. Assman — Moscow: New Literary Review, 2014. — 328 p. [in Russian]
2. Balahonskaja L.V. PR-tekst: struktura, sodержanie, oformlenie [PR-text: Structure, Content, Design] / L.V. Balahonskaja — SPb.: Svoe Publishing House, 2015. — 198 p. [in Russian]
3. Volodina S.V. Teksty v kommunikatsionnoi sisteme Pablik Rileishnz [Texts in the Public Relations Communication System]: abst. dis. ... PhD in Philology: 10.01.10 / Svetlana Vladimirovna Volodina. — Moscow, 2007. — 29 p. [in Russian]

4. Guljajkina S.O. Implitsitnost' vyskazyvaniya kak atribut verbal'noj manipuljatsii [Implicitity of a Statement as an Attribute of Verbal Manipulation] / S.O. Guljajkina // News of Perm State Pedagogical University named after. V. G. Belinsky. — 2011. — № 23. — p. 128–131. [in Russian]
5. Danilova S.A. Fenomen kreativa v mediastrategijah poetov XXI veka [The Phenomenon of Creativity in the Media Strategies of Poets of the 21st Century] / S.A. Danilova, E.V. Bil'chenko // Multilingualism and Transcultural Practices. — 2020. — № 2. — p. 221–230. DOI: 10.22363/2618-897X-2020-17-2-221-230. [in Russian]
6. Doronin V. V. Rok-kul'tura kak sovremennoe voploshchenie traditsii geroev [Rock Culture as a Modern Embodiment of the Tradition of Heroes]: abst. dis. ... PhD in Philology: 24.00.01 / Vladimir Viktorovich Doronin. — Tyumen, 2011. — 22 p. [in Russian]
7. Zhizhina M.V. Strukturno-funksional'nyi analiz prodvizheniya muzykal'nogo proekta na rynek [Structural and Functional Analysis of the Promotion of a Musical Project to the Market] / M.V. Zhizhina // Rossiiskii psikhologicheskii zhurnal [Russian Journal of Psychology]. — 2007. — Vol. 4. — № 4. — p. 63–76. [in Russian]
8. Kirillova N.B. Mediasreda rossiiskoi modernizatsii [Media Environment of Russian Modernization] / N.B. Kirillova. — M.: Akademicheskii Proekt, 2005. — 400 p. [in Russian]
9. Korman B.O. Izbrannye trudy po teorii i istorii literatury [Selected Works on the Theory and History of Literature] / B.O. Korman; preface and comp. by V.I. Chulkov. — Izhevsk: Publishing House of Udmurt University, 1992. — 236 p. [in Russian]
10. Korman B.O. Lirika i realism [Lyrics and Realism] / B.O. Korman. — Irkutsk: Publishing House of Irkutsk University, 1986. — 96 p. [in Russian]
11. Krivonosov A.D. Osnovy teorii svyazei s obshchestvennost'yu [Fundamentals of the Theory of Public Relations] / A. D. Krivonosov, O. G. Filatova, M.A. Shishkina. — SPb.: Piter, 2012. — 384 p. [in Russian]
12. Kuznetsov V.F. Svyazi s obshchestvennost'yu: Teoriya i tekhnologii [Public Relations: Theory and Technology] / V.F. Kuznetsov. — M.: Aspekt Press, 2007. — 302 p. [in Russian]
13. Lanina T.M. «Manipulyativnyi perekos» v PR-kommunikatsiyakh sovremennogo rossiiskogo obshchestva [«Manipulative Distortion» in PR Communications of Modern Russian Society]: dis. PhD in Philosophy: 09.00.11 / Tais'ya Mikhailovna Lanina. — Krasnoyarsk, 2014. — 117 p. [in Russian]
14. Levanova T.V. Slovo «piar» i ego proizvodnye v sovremenном russkom yazyke: sistemno-strukturnyi i lingvokul'turologicheskii aspekty [The Word «PR» and Its Derivatives in the Modern Russian Language: System-structural and Linguoculturological Aspects]: abst. dis. ... PhD in Philology: 10.02.01 / Tat'yana Vladimirovna Levanova. — Volgograd, 2019. — 27 p. [in Russian]
15. Loktevich E.V. Predbiograficheskoe litso rok-poeta v fokuse internet-diskursa (Stat'ya pervaya) [Pre-biographical Face of a Rock-poet in the Focus of Internet-discourse (Article One)] / E.V. Loktevich // Kul'tura i tekst [Culture and Text]. — 2022. — № 1 (48). — P. 19–30. DOI 10.37386/2305-4077-2022-1-19-30 [in Russian]
16. Marketingovye kommunikatsii: problemy, vozmozhnosti i perspektivy razvitiya: monografiya [Marketing Communications: Problems, Opportunities and Development Prospects: monograph]. — URL: <http://scipro.ru/conf/monographmarketing.pdf> (accessed: 07.09.2023). [in Russian]
17. Ruzhentseva N.B. Stilistika i literaturnoe redaktirovanie reklamnykh i PR-tekstov [Stylistics and Literary Editing of Advertising and PR Texts] / N.B. Ruzhentseva. — M.: FLINTA: Nauka, 2017. — 184 p. [in Russian]
18. Smolikova T.M. Istoricheskie predposylki stanovleniya i razvitiya obshchestvennykh svyazei v Germanii (1949 – nach. XXI v.) [Historical Preconditions for the Formation and Development of Public Relations in Germany (1949 – early XXI century)] / T.M. Smolikova // Vesnik Belaruskaga dzyarzhaynaga yuniversityeta kul'tury i mastatstvažy [Bulletin of the Belarusian State University of Culture and Arts]. — 2021. — № 3 (41). — p. 31–38. [in Russian]
19. Tertychnyi A.A. Kommunikativnye strategii i zhurnalistickii tekst [Communication Strategies and Journalistic Text] / A.A. Tertychnyi // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika [Bulletin of Moscow University. Episode 10. Journalism]. — 2006. — № 4. — p. 93–104. [in Russian]
20. Filosofiya kommunikatsii: problemy i perspektivy: monografiya [Philosophy of Communication: Problems and Prospects: monograph] / Ed. by S.V. Klyagin i O.D. ShipunovA. — SPb.: Publishing House of Polytechnic University, 2013. — 260 p. [in Russian]