



Типология пресс-конференций в зависимости от их персуазивного потенциала

К. А. Ларина¹, Е. С. Борисова²

^{1,2}Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

¹ka_larina@mail.ru

²borisova.es@linguanet.ru

Аннотация. В статье предлагается классификация текстов италиязычных пресс-конференций в зависимости от степени их персуазивности или информативности, приводятся их основные языковые характеристики, определяется соотношение диалогической и монологической частей пресс-конференций, а также указываются внешние факторы, влияющие на природу текстов подобного рода.

Ключевые слова: пресс-конференция, информационная пресс-конференция, персуазивная пресс-конференция, диалог, монолог

Для цитирования: Ларина К. А., Борисова Е. С. Типология пресс-конференций в зависимости от их персуазивного потенциала // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 12 (880). С. 69–76.

Original article

Typology of Press Conferences Based on Their Persuasive Potential

Kristina A. Larina¹, Elena S. Borisova²

^{1,2}Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

¹ka_larina@mail.ru

²borisova.es@linguanet.ru

Abstract. The article gives a classification of the texts of Italian press conferences depending on the grade of their capability to bring persuasion or informativity, reviews their main characteristics in the field of linguistics, determines the correlation between the dialogical and monological parts and indicates external factors that affect the nature of texts of the kind.

Keywords: press conference, informational press conference, persuasive press conference, dialogue, monologue

For citation: Borisova, E. S., Larina, K. A. (2023). Typology of press conferences based on their persuasive potential. Vestnik of State Linguistic University. Humanities, 12(880), 69–76.

ВВЕДЕНИЕ

Пресс-конференция является комплексным протокольным мероприятием, проведение которого зависит от многочисленных внешних и внутренних факторов: регламента, места проведения, тематики, уровня подготовленности оратора и его целей. Неотъемлемой и основополагающей составной частью пресс-конференции, позволяющей спикеру максимально выполнить поставленные задачи, является ее лингвистическая составляющая. При этом сам текст выступления, его форма, языковые особенности определяются коммуникативными целями, которые должны быть достигнуты в ходе заседания, и могут претерпевать некоторые изменения в зависимости от постоянно меняющейся коммуникативной ситуации. Таким образом, для более подробного описания данного жанра публицистики возникает необходимость ввести лингвистическую классификацию текстов пресс-конференций в зависимости от целей, поставленных спикером, и выделить их характерные черты.

В качестве практического материала для исследования отобраны видеозаписи восьми италийских пресс-конференций таких общественно-политических деятелей, как С. Маттарелла, Л. Ди Майо, М. Ренци, М. Драги, Дж. Конте и др. за период 2015–2022 годов, представленные в виде оформате и размещенные на официальных каналах YouTube органов государственной власти Италии. Тематика выступлений затрагивала различные актуальные вопросы, связанные с политикой, экономикой, медициной, кибернетикой. Для анализа видеоматериалы были переведены в текстовый формат, объем которого составил около 30 тыс. слов.

ПРОБЛЕМЫ КЛАССИФИКАЦИИ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЙ

Поскольку пресс-конференция представляет интерес для исследователей в первую очередь как комплексное мероприятие на высшем уровне, в большинстве классификаций они рассматриваются с точки зрения международных отношений или связей с общественностью. Так, наиболее широкий перечень представлен в учебнике «Связи с общественностью» А. Н. Чумикова, который выделяет следующие виды новостных пиар-мероприятий: собственно пресс-конференции, брифинг как частный случай пресс-конференции, конференции и презентации, в состав которых обычно входит пресс-конференция, пресс-тур и клубный вечер [Чумиков, 2006]. Таким образом, пресс-конференция обычно рассматривается как неотъемлемая

составная часть мероприятия, а не обособленно, в связи с чем возникает необходимость в более узкой их классификации, особенно с лингвистической точки зрения. Для этого в первую очередь следует обратить внимание на прагматику пресс-конференции, цели и задачи, поставленные спикерами в ходе создания текста, поскольку именно они определяют его дальнейшее содержание.

Основная задача пресс-конференции – показать аудитории позицию оратора. Таким образом, сама структура текста должна способствовать максимальному воздействию на слушателей. При этом пресс-конференция направлена на охват широкой аудитории. Так, в качестве главной цели пресс-конференции А. Н. Чумиков выделяет «получение максимального выхода материалов в СМИ», обозначая в качестве второстепенных «расположение к себе журналистов» [Чумиков, 2006, с. 370], что также обуславливает необходимость применения всевозможных средств воздействия на аудиторию, включая языковые. При этом главным критерием для успешного осуществления коммуникации в рамках пресс-конференции выступает информативность. Следовательно, для достижения желаемого эффекта оратор в своем выступлении должен выбирать между персуазивностью и информативностью.

Пресс-конференция обычно состоит из шести частей:

- 1) открытие и представление ораторов;
- 2) вступительное слово ведущего (в его роли обычно выступает секретарь или пресс-атташе);
- 3) выступления спикеров (информационные сообщения);
- 4) вопросы и ответы;
- 5) закрытие;
- 6) неофициальная часть.

При этом основной объем выступления составляют информационные сообщения, представляющие собой монолог одного или более спикеров, и вопросно-ответная часть, имеющая форму диалога. Однако на самом деле диалог в пресс-конференции представляет собой скорее «псевдиалог», поскольку фактически состоит из развернутых монологов ораторов и кратких реплик журналистов, задающих тему коммуникации, но не несущих информационную нагрузку. Несмотря на это, монологическая часть пресс-конференции имеет большее количество черт, присущих монологу и характерных для подготовленной в письменном виде речи, а диалогическая часть, несмотря на преобладающую монологичность, в языковом плане тяготеет к «живой», неподготовленной речи. Также следует отметить, что в некоторых пресс-конференциях диалогическая часть полностью отсутствует или

сильно сокращена. Поскольку вторая часть отличается от первой преимущественно подачей информации в виде псевдиалога, очевидно, что он не несет информационную нагрузку, а является прежде всего средством языкового воздействия на аудиторию [Борисова, Ларина, 2023].

Столь неравное распределение диалогической и монологической формы в пресс-конференциях заставляет задуматься о практической необходимости их употребления спикерами. Так, использование монолога позволяет говорящему наиболее полно, структурированно и обоснованно изложить свою позицию, а диалога – уверенно ее доказать, повысить свой авторитет и обратить внимание на ключевые моменты выступления. Таким образом, именно информационная часть выступления обеспечивает информативность, являющуюся основным и неотъемлемым критерием успешности выступления. А вопросно-ответная часть, в свою очередь, позволяет спикеру обратить на себя внимание слушателей (в первую очередь – журналистов, затем – более широкой аудитории, для которой освещаются материалы в СМИ).

Исходя из этого, в пресс-конференциях можно выделить те, в которых основное внимание обращено на информационную часть, а вопросно-ответная – сокращена или опущена, и те, где диалогическая часть преобладает. Следовательно, в зависимости от цели оратора, можно условно разделить пресс-конференции на два типа: *информационные* и *персуазивные*.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИИ

Целью информационных пресс-конференций является выражение оратором однозначной позиции, отчет о проделанной работе, а также выражение благодарности коллегам или аудитории. Соответственно, структура выступлений первого типа ограничена преимущественно или исключительно монологической частью, а речь больше тяготеет к письменной, чем к устной. Тематика подобного выступления часто связана с официальными и этикетными мероприятиями, заинтересованными слушателями которых является ограниченное число лиц. Яркий пример – выступление премьер-министра Италии М. Драги в занимающемся исследованием элементарных частиц Лаборатории Гран-Сассо, состоящее только из одной части и в основном зачитываемое. Продолжительность рассмотренного выступления составила около 11 минут. Это позволяет отнести его к особому типу пресс-конференций – брифингу (А. Н. Чумиков оценивает длительность брифинга максимум

в 15–30 минут). Брифинг характеризуется тем, что «вопрос, поднимаемый на нем, не требует обсуждения, и организация, проводящая брифинг, имеет однозначную позицию по этому вопросу» [Чумиков, 2006, с. 375]. Стоит отметить, что данное выступление было очень близко по форме к другому подвиду интервью, возникшему относительно недавно, но получившему в итальянской публицистике широкое распространение, а именно видеосообщению (*um. videomessaggio*). В его рамках так же тезисно и кратко выражается недвусмысленная позиция спикера или отчет о результатах проделанной работы.

В информационных пресс-конференциях можно отметить большое количество конструкций, характерных именно для письменной речи, а именно пассивных форм (*si sono chiusi, si affermano, non può esservi*), конъюнктивов (*possiate*), аналитических глагольных форм (*aver visitato*), терминов (*fisica delle particelle elementari*), клише и этикетных формул (*Voglio ringraziarvi moltissimo per la calorosa accoglienza...; Siete una delle grandi eccellenze del Paese...*), цитирований и ссылок на авторитетные лица или источники (так, спикер несколько раз за довольно короткое выступление упоминает коллегу, лауреата Нобелевской премии по физике Дж. Паризи, с которым он совершал визит в Лабораторию. Это делает его собственное выступление более весомым как для широкой аудитории, так и для профессионалов: *come ci ricorda il Professor Parisi...; il Professor Parisi ha rappresentato; come ricordava ora il Professor Parisi*). Повествование ведется либо от 1-го лица единственного числа, либо в безличной форме.

ПЕРСУАЗИВНЫЕ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИИ

Персуазивность – одно из ключевых понятий, связанных с языковым воздействием и манипуляциями. Так, В. Е. Чернявская и И. Ю. Логинова определяют персуазивность следующим образом: «Под персуазивностью понимается определенное воздействие автора устного или письменного или устного сообщения на его адресата с целью убеждения в чем-то, призыва к совершению или несовершению им определенных действий. <...> [Это] учение о принципах и стратегиях коммуникации, которые призваны модифицировать отношения и действия» [Чернявская, Логинова, 2005, с. 65]. Целью персуазивных выступлений является в первую очередь воздействие на слушателя и утверждение позиции спикера. Следует обратить внимание, что в отличие от текстов первого типа, где диалогическая часть может быть опущена как незначительная, в персуазивных выступлениях

монологическая часть по необходимости может быть сокращена, но не убрана вовсе, поскольку именно она составляет базу композиции текста пресс-конференции и обеспечивает ее целостность и связность.

Наличие обеих значимых частей пресс-конференции также обуславливает стремление спикера проецировать потенциал воздействия второй части на первую. С этим связано проявление многочисленных особенностей устной речи в монологической части и некоторых письменных аспектов речи во второй. Возможность такого явления в монологе описана в словаре-справочнике по эффективному речевому общению, где отмечено, что внешне монологический текст может заключать в себе признаки и средства как собственно диалога, так и выработанные в процессе письменного общения, и связано оно с таким свойством текста, как диалогичность¹.

Стремление к диалогичности является важной чертой персуазивных выступлений. В современных словарях она определяется как «свойство, помимо адресованности, включающее ответственность, выражение в речи взаимодействия двух или нескольких смысловых позиций, многоголосия общения для достижения эффективности коммуникации в той или иной сфере общения» [там же]. Как отмечает Н. Д. Арутюнова, которая отождествляет диалог в своем основном значении с «разговором между двумя или несколькими лицами», благодаря диалогичности «рассказчик / повествователь предстает не столько как сторонний наблюдатель, сколько как участник сюжетобразующих сцен» [Логический анализ языка, 2010, с. 7–8]. Следовательно, это явление уравнивает говорящего и слушающего, чем увеличивает вовлеченность последнего в проблематику выступления и таким образом позволяет первому эффективно на него воздействовать.

Диалогичность также способствует тому, что подобные выступления сильно зависят от коммуникативной ситуации и могут видоизменяться в зависимости от внешних факторов. Так, Т. Б. Трошина ставит диалог в прямую зависимость от коммуникативной ситуации, определяя его как «форму речи, которая характеризуется сменой высказываний (реплик) двух или нескольких (полилог) говорящих и непосредственной связью высказываний с ситуацией» [Стилистический энциклопедический словарь, 2011, с. 44]. В исследованных текстах

итальянских пресс-конференций, отнесенных к персуазивным, действительно, наблюдается следующая тенденция: на одну реплику представителя СМИ приходится несколько реплик каждого спикера, при этом и сам журналист может время от времени дополнять свой вопрос, что уменьшает степень формальности и придает фактически монологичной вопросно-ответной части больше черт диалога в прямом его значении. Также иногда в диалогической части участвует и модератор (часто его роль берет на себя один из спикеров), чьи высказывания не имеют прямого отношения к повестке дня и полностью зависят от коммуникативной ситуации. Например, так выглядят реплики ведущего в пресс-конференции В. В. Путина и Дж. Конте:

– Alcune domande? E partiamo con il quotidiano “La Stampa”. Ilario Lombardo. Prego.

<...>

– Possiamo ripetere la domanda? Grazie

<...>

– Sia “Russia Oggi”.

<...>

– Proseguiamo con la terza domanda, la fa l’agenzia “Ansa” con Paola Tamburini. Prego.

<...>

– L’agenzia “Itar-TASS”.

<...>

Традиционно считается, что в пресс-конференциях диалог, приравняемый по функциям к разговору, недопустим. Так, А. Н. Чумиков отмечает, что «форма пресс-конференции не предполагает дискуссии или даже обмена мнениями» [Чумиков, 2006, с. 368]. Этой точки зрения придерживается и К. А. Зорин, отмечающий близость данного формата к новостному сообщению, а также указывающий на его преимущественную подготовленность и даже срежиссированность². Однако анализ практических материалов показывает, что именно в персуазивных пресс-конференциях подобное явление встречается. Наиболее часто оно проявляется в виде, который в противовес диалогической форме (или псевдиалогу) мы назовем «истинным диалогом». Он представляет собой вкрапленный в вопросно-ответную часть выступления краткий диалог между спикерами или спикером и журналистом, чаще всего эмоциональный и отстоящий полностью или частично от заданной темы. К нему можно отнести также и упомянутые выше реплики модератора.

¹ Эффективное речевое общение. Словарь-справочник. Электронное издание / под ред. А. П. Сковородникова. 2-е изд., перераб. и доп. Красноярск: СФУ, 2014. С. 130. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24493285>

² Эффективное речевое общение. 2014. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24493285>

С одной стороны, истинный диалог ухудшает качество выступления, поскольку отвлекает внимание слушателей от информационной повестки, с другой – придает речи спикера живость и делает более сильной его позицию как коммуниканта. Часто в таком случае реплики ироничны или содержат отсылки, понятные ограниченному числу слушателей. Таким образом, в текстах подобного рода наличие истинного диалога является подтверждением преобладания персуазивной функции, т. е. воздействия на журналистов и широкую аудиторию, над информационной составляющей.

Примером истинного диалога может послужить следующая цитата:

Gabrielli: Ha sbagliato Sottosegretario. Mi chiamo Franco Gabrielli, e non Moles.

Baldoni: Si occupa in sicurezza!

Без контекста по этим репликам можно было бы предположить, что одного человека приняли за другого. Однако на самом деле спикеру был задан вопрос, не относящийся к направлению его деятельности (обеспечение кибербезопасности, что далее подчеркнул и его коллега), и с помощью иронии он попытался уйти от ответа. А Дж. Молес, глава Департамента печати и массовых коммуникаций, далее нигде не упоминающийся и не имеющий отношения к данному выступлению, был приведен для контраста в качестве отсылки, к кому нужно обращаться по затронутой теме.

Тема выступления в таких текстах чаще является остросоциальной или новаторской, что также свидетельствует о необходимости использования языковых манипуляций.

Ярким примером персуазивной пресс-конференции может служить выступление Ф. Габриелли и Р. Бальдони, посвященное Национальной стратегии кибербезопасности, из которой взят приведенный выше пример. Тема данного мероприятия связана с новейшими технологиями, поэтому информационная часть, в которой освещаются важнейшие аспекты повестки дня, составила чуть меньше половины (около 50 минут из 110 минут выступления). Однако следует отметить, что на соотношение частей выступления оказали серьезное влияние внешние факторы: монологическая часть была проиллюстрирована наглядным материалом, сопровождаемым комментариями со стороны спикеров, что увеличило ее длительность, а вопросно-ответная часть велась в более быстром темпе, была сильно сокращена и затем прервана из-за превышения запланированного времени мероприятия. Таким образом, акцент на диалогической части сокращается.

Данному тексту присуще частое обращение к элементам устной речи, а также значительное количество истинных диалогов (например, диалог, процитированный выше).

Характерной особенностью конференции по кибербезопасности является частое использование аббревиатур и заимствований из английского языка, что обусловлено не только спецификой темы, но и желанием оратора продемонстрировать свои компетентность и новаторство, например: *KPI, ENISA, PNRR, CVCN, EDL-82, MitD; cyber index, hardware, "Killnet", digital divided, password, gang, ransomware, alert*. Часто эти заимствования не только излишни, поскольку имеют аналоги в итальянском языке, но и используются наравне с ними. Так, слово *cloud* расшифровывается далее самим спикером как *nuvola*, а для термина «кибербезопасность» в тексте есть три вариации: *cybersecurity* (произносится по-английски), *cybersicurezza* (первая часть слова произносится по-английски, вторая – по-итальянски), а также **cybersicurezza* (читаемое полностью по-итальянски как **chibersicurezza*). В некоторых случаях был заимствован только один из корней сложного слова, к примеру, *cyberattacchi*.

Англоязычные заимствования часто встречаются в современном итальянском языке. Особенно это явление характерно для текстов технической и научной направленности, к которым можно отнести и рассматриваемую пресс-конференцию. Итальянский лингвист М. Палермо следующим образом отзывается об этой тенденции: «Использование английского как международного языка науки – международная тенденция. Она обусловлена глобальными явлениями, в первую очередь культурной гегемонией Северной Америки, а также относительной простотой английской грамматики»¹ [Palermo, 2020, с. 232–233]. При этом, как отмечает М. Палермо, «в современном итальянском языке англицизмы более тяготеют к письменной речи, чем к устной» [там же, с. 232]. Таким образом, их частое использование в пресс-конференции можно объяснить не только ее тематикой, но и общей близостью жанра к письменной речи (как было указано выше, текст пресс-конференции подготавливается заранее). По частотности обращения спикера к международным научным терминам можно судить о его профессиональном авторитете, что обуславливает также и предпочтение английских терминов аналогичным итальянским.

В то же время следует отметить, что использование англицизмов характерно и для вопросно-ответной части. Это придает ей большую научность и также укрепляет позицию оратора как передового специалиста. Однако при более детальном

¹Зд. и далее перевод наш. – К. Л.

рассмотрении оказывается, что термины, употребляемые в диалогической части, уже были использованы в монологической части и, возможно, спикер играет ими для большей убедительности. Он пытается повысить научность выступления, не снижая его диалогичности, нацеленной на вовлечение аудитории в проблематику.

В диалогической части персуазивных пресс-конференций встречаются устойчивые выражения: *mettersi il cuore in pace* (успокоиться), *mettere il dito nella piaga* (сыпать соль на рану), *essere pesci nell'acqua* (быть как рыба в воде), *i quattro pilastri* (четыре столпа), *fare come la volpe con l'uva* (представлено в виде *le volpi che non arrivano all'uva* – лисы, когда не могут дотянуться до винограда), *mettere in ginocchio* (поставить на колени). Среди них есть также пословицы и цитаты на латинском языке: *in pectore, dominus*. Многие из них сразу же переводятся самим спикером: *...unicuique suum – a ciascuno il suo*. Иногда используются и узкоспециальные выражения: *la barra a dritta* (это связано с тем, что если на судне повернуть штурвал налево, борт поворачивает направо).

Усилению позиции спикеров также способствуют риторические фигуры. Например: *Ma se ognuno in questo paese facesse il proprio – ah, che paese!..* (Но если бы каждый в этой стране занимался своим делом – ах, какая страна [была бы]!..) Здесь риторическое восклицание имеет контактоустанавливающую функцию – спикер сетует на недостаток итальянцев, которые любят давать советы, но не занимаются своей работой. Он уравнивает себя с простым равнодушным гражданином, таким же, как и зрители, которые его слушают.

В тексте часто встречаются повторы. Они помогают не только связать фразы и сфокусировать внимание аудитории на ключевых словах, но еще и завоевать симпатии слушателей: *lo faremo, sono certo che lo faremo; tutti i miei ragazzi e le ragazze che lavorano con me; noi dobbiamo, abbiamo un dovere; redditi che non sono i redditi; se è vero come è vero che...; livelli assolutamente di eccellenza, e i livelli di eccellenza; che fate, come lo fate, e quanto bene lo fate; è amica, che amica di amici*. Другой риторический прием, параллелизм, позволяет распространить потенциал воздействия на всю фразу. Например, в следующем случае использован неполный синтаксический параллелизм, скомпенсированный с помощью клитики: *ci sono strutture che sono in grado di reggerlo e strutture che lo sono un po' meno*.

Можно сделать вывод о том, что язык итальянских выступлений с высокой степенью персуазивности яркий и образный, а сам текст направлен на максимальное сближение оратора с аудиторией.

ОСОБЫЕ СЛУЧАИ ПЕРСУАЗИВНЫХ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЙ

Некоторые пресс-конференции обладают чертами, характерными как для информационных, так и для персуазивных типов, или наоборот, лишены некоторых важных особенностей, которые могли бы помочь однозначно их классифицировать. Так, в некоторых пресс-конференциях, обладающих большим потенциалом воздействия, может отсутствовать вопросно-ответная часть. Тем не менее поскольку информационная составляющая присуща в той или иной мере всем пресс-конференциям, мы условно относим подобные тексты к персуазивным. Основные их характеристики – это элементы устной речи в подготовленной монологической части, а также резонансная тематика. Подобная тенденция характерна для большинства современных пресс-конференций на «среднем» уровне (например, обращения сотрудников министерств и членов рабочих групп внутри страны). Международные заявления обычно более консервативны в языковом плане, в частности из-за языковых различий, и их в основной своей массе можно отнести к информационному типу.

Например, конференция министра здравоохранения Р. Сперанцы и экспертов в области охраны здоровья, как и приведенное выше выступление М. Драги, относится к научной тематике, однако в ней освещаются в первую очередь новейшие достижения итальянской науки и актуальные проблемы в данной сфере.

В выступлении можно услышать конструкции параллельного синтаксиса (*o se si è vaccinati oppure se si è guariti...; il governo da parte sua sta alzando il livello di attenzione, sta alzando il livello delle precauzioni*), неосложненные предложения, в том числе те, которые выражают этикетные и контактоустанавливающие формулы, не соответствующие языку мероприятий на высоком уровне (*Siamo collegati? Va bene. Buonasera a tutti.*), иностранные заимствования, часто используемые в качестве терминов, но не всегда ими являющиеся, либо имеющие эквиваленты в языке (*booster, super Green Pass*), обращения к аудитории, в частности риторические (*come sapete, gli italiani hanno capito...*), описательные и объяснительные конструкции, метонимии, эвфемизмы, смягчающие категоричность выступления (*avere un esito fatale, conflitto*), подбор нейтральных или разговорных слов и выражений вместо терминов (*andare in ospedale = ammalarsi, [autorità sanitarie] sono al lavoro = operano*).

Повествование в данной пресс-конференции ведется преимущественно от 1-го лица

множественного числа (*noi*), что также связано с отождествлением оратора с аудиторией.

ВЫВОДЫ

В ходе исследования была представлена лингвистическая классификация итальянских пресс-конференций, основанная на их прагматически обусловленной персуазивности. Тексты пресс-конференций были подразделены на информационные, задача которых заключается в максимально точном описании событий или отражении однозначной позиции говорящего, и персуазивные, направленные на максимальный контакт с аудиторией и воздействие оратора на слушателей.

Помимо целей и задач спикера, факторами, влиявшими на классификацию конференций, было присутствие вопросно-ответной части и ее объем, тематика выступления и наличие истинного диалога в диалогической части.

В работе были определены основные внутренние характеристики, присущие каждому из типов итальянских пресс-конференций. Так, в информационных пресс-конференциях основная информационная нагрузка лежит на части выступлений (монологической), а вопросно-ответная часть может быть опущена или сокращена. Длительность подобной конференции обычно близка

к продолжительности брифинга (до 15–30 минут). Сам же текст в этом случае тяготеет к письменной речи. Из исследованных практических материалов к этой категории были отнесены выступления В. В. Путина и М. Ренци, В. В. Путина и С. Маттареллы, а также М. Драги.

В персуазивных пресс-конференциях максимально выражено стремление оратора сблизиться с аудиторией, и соответственно, диалогическая часть становится в них основной. При этом, в отличие от случая информационных пресс-конференций, опущение малозначимой части (здесь монологической) недопустимо, поскольку именно в ней содержится неотъемлемый для подобного жанра элемент информативности. Текст же в данном случае, несмотря на ярко выраженную монологичность, характерную для всех итальянских пресс-конференций, стремится к диалогичности и несет черты диалога: риторические вопросы и восклицания, истинный диалог и т. д. Также характерной чертой персуазивных пресс-конференций является остро-социальная тематика и отчасти избыточное использование заимствований (чаще англоязычных), устойчивых и крылатых выражений и риторических фигур. К этой группе можно отнести конференции В. В. Путина и Дж. Конте, С. В. Лаврова и Л. Ди Майо, Ф. Габриелли и Р. Бальдони, а также условно конференцию, посвященную коронавирусу.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учеб. пособие. / 3-е изд., перераб. и доп. М.: Дело, 2006.
2. Борисова Е. С., Ларина К. А. Особенности устного дискурса пресс-конференций на итальянском языке // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 4 (872). С. 9–15.
3. Чернявская В. Е., Логинова И. Ю. Программа политической партии как персуазивный текст // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена, 2005. Вып. 5 (11). С. 64–75.
4. Логический анализ языка. Моно-, диа-, полилог в разных языках и культурах / Российская академия наук, Ин-т языкознания. / Отв. ред. Н. Д. Арутюнова. М.: Индрик, 2010.
5. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. / Под ред. М. Н. Кожинной. / 2-е изд., стер. М.: Флинта, Наука, 2011.
6. Palermo M. *Linguistica italiana*. 2° edizione. Bologna.: Il Mulino, 2020.

REFERENCES

1. Chumikov, A. N., Bocharov, M. P. (2006). *Svyazi s obshchestvennost'yu: teoriya i praktika = PR: theory and practice: textbook*. 3rd ed. Moscow: Delo. (In Russ.)
2. Borisova, E. S., Larina, K. A. (2023). Features of the discourse of Italian press conferences. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 4(872), 9–15. (In Russ.)
3. Cherniavskaya, V. E., Loginova, I. Yu. (2005). A political party programme as a persuasive text. *Izvestia: Herzen University Journal of Humanities and Sciences*, 5(11), 64–75. (In Russ.)

4. Arutyunova, N. D. (ed.). (2010). Logicheskij analiz yazyka. Mono-, dia-, polilog v raznyh yazykah i kul'turah = Logical analysis of language. Mono-, dia-, polylogue in different languages and cultures. Institute of Linguistics RAS. Moscow: Indrik. (In Russ.)
5. Kozhina, M. N. (Ed.). (2011). Stilisticheskij enciklopedicheskij slovar' russkogo yazyka = Stylistic encyclopedic dictionary of the Russian language. 2nd ed. Moscow: Flinta, Nauka. (In Russ.)
6. Palermo, M. (2020). Linguistica italiana. 2° edizione. Bologna: Il Mulino.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Ларина Кристина Александровна

аспирант

преподаватель кафедры итальянского языка переводческого факультета

Московского государственного лингвистического университета

Борисова Елена Сергеевна

кандидат филологических наук

и.о. заведующего кафедрой итальянского языка переводческого факультета

Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Larina Kristina Aleksandrovna

Postgraduate Student

Lecturer of the Italian Language Department

Faculty of Translation and Interpreting, Moscow State Linguistic University

Borisova Elena Sergeevna

PhD (Philology)

Head of the Italian Language Department

Faculty of Translation and Interpreting, Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию	22.08.2023	The article was submitted approved after reviewing accepted for publication
одобрена после рецензирования	11.09.2023	
принята к публикации	18.10.2023	