

Ю.О. Соловьева

ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОСТОВ ПРАВОВОЙ ТЕМАТИКИ

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»
119991, Москва, Ленинские горы 1*

В статье исследуются композиционные, лексические и стилистические особенности постов-статей правовой тематики, которые автор рассматривает как жанр популярно-юридического дискурса, функционирующий в виртуальной среде. Посты характеризуются гибридностью разных типов и уровней. Поликодовость, присущая постам, проявляется в комбинации вербальных и невербальных средств, что позволяет усилить воздействие на адресата. Рассмотренные посты отличает высокая частотность имплантации юридических терминов, прецизионной лексики из сферы права и профессиональных выражений в текст, написанный в рамках нейтральной литературной нормы языка (линейная гибридикация). Тексты постов образуют множественные интертекстуальные связи, представленные употреблением аллюзий и включением фрагментов текстов других жанров (кросс-жанровость). Гибридность постов проявляется также в сочетании элементов институционального и лично-ориентированного общения, что характерно для сетевого дискурса. В текстах постов встречаются вербальные «эмблемы» популярно-юридического дискурса, позволяющие адресату легко и однозначно типологизировать коммуникативную ситуацию. Для достижения эмоционального воздействия авторы постов используют разнообразный арсенал образных и оценочных средств (эмоционально-окрашенную лексику, модные слова, метафоры, риторические вопросы и т.д.). Основной целью поста-статьи как компьютерно опосредованного жанра популярно-юридического дискурса представляется популяризация закона и убеждение адресата следовать его нормам, что определяет выбор соответствующих дискурсивных стратегий и тактик.

Ключевые слова: жанр; кросс-жанр; сетевой дискурс; популярно-юридический дискурс; гибридикация; поликодовость; интертекстуальность; средства создания образности; вербальные / невербальные эмблемы.

Стремительное развитие информационно-коммуникативной среды и непрерывное совершенствование информационных технологий приводят к появлению новых каналов и способов передачи

Соловьева Юлия Олеговна – кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики, перевода и межкультурной коммуникации факультета иностранных языков и регионоведения МГУ имени М.В. Ломоносова (e-mail: solovieva-julia2009@yandex.ru).

информации. По наблюдению В.И. Карасика, медийный дискурс сегодня реализуется в трех режимах: печатные издания (газеты и журналы), электронная трансляция (телевидение и радио) и компьютерно опосредованная передача информации (интернет-СМИ) [Карасик, 2019: 293].

Границы институционального и личностно-ориентированного общения в рамках новых медиаформатов размываются и, как следствие, формируются гибридные дискурсивные образования. Так, встраиваясь в формат современных интернет-СМИ, юридический дискурс видоизменяется, приобретая многие специфические черты массмедийного и сетевого дискурсов, что приводит к образованию дискурса смешанного типа – популярно-юридического, обладающего своими собственными конститутивными признаками и жанровой организацией. Одним из таких жанров популярно-юридического дискурса, на наш взгляд, выступают посты правовой тематики.

Теория речевых жанров как направление коммуникативной лингвистики в настоящий момент активно развивается (В.В. Дементьев, Л.Р. Дускаева, В.В. Красных и др.). Большой интерес лингвистов вызывает жанровая система сетевого дискурса, в котором происходит трансформация сложившейся системы речевых жанров и возникают «диффузные жанровые образования» [Карасик, 2019: 155]. Жанровые разновидности сетевого или виртуального дискурса рассматривались такими исследователями, как Т.В. Дубровская, О.В. Лутовинова, В.И. Карасик, К.М. Шилихина, Ю.В. Щурина и др. В частности, были рассмотрены такие жанры, как «инстаграм» (Е.И. Горошко, Т.Л. Полякова), «чат», «форум», «блог» (Т.Н. Колокольцева, А.Г. Кириллов), «интернет/ веб-лекция» (А.И. Матяшевская, Л.Ю. Щипицина), обрядовые жанры (Э. Лассан), «онлайн-петиция» (Т.В. Дубровская), «разговор в мессенджере» (Л.Б. Никитина, О.К. Голошубина) и т.д.

Цель данной статьи – рассмотреть композиционные, лексические и стилистические особенности постов правовой тематики, которые еще не становились объектом лингвистического изучения. Под постом мы понимаем поликодовое информационное сообщение разной длины (от отдельной записи до целой статьи), размещенное в социальной сети, на сайте или форуме, в блоге или микроблоге и адресованное целевой аудитории. Посты имеют разную тематическую направленность (экономика, право, жизнь общества и т.д.) и могут выполнять информационную, развлекательную или рекламную функции.

Для анализа нами были выбраны посты-статьи правового центра «Человек и Закон», официально зарегистрированного средства массовой информации, деятельность которого направлена на правовое

просвещение граждан. Для сравнения нами были рассмотрены посты двух разных рубрик: «Новости» и «Все расследования». Посты обеих рубрик имеют аналогичную структуру: заголовок, за которым следует дата публикации, подзаголовок, знакомящий читателя с проблемой или событием, о которых пойдет речь, фотографию действующих лиц или относящуюся к теме поста, основное содержание поста и указание на источник. Самоидентификация автора (имя и фамилия) присутствовала только в постах рубрики «Новости», посты рубрики «Все расследования» публиковались от лица редакции сайта. Тематически посты были посвящены спорам между физическими лицами, намеренным нарушениям автомобилистами правил дорожного движения, новым поправкам в законопроект об ответственности граждан за распространение недостоверной информации и, наконец, недобросовестному расследованию жестокого преступления. В основном тексте постов комментарии и рассказ автора сочетались с приводимыми цитатами экспертов и лиц, имеющих отношение к описываемым событиям.

Как и другим текстам интернет-СМИ, постам-статьям присуща поликодовость, при которой вербальная часть контента сочетается с фотографиями и видеофрагментами, дублирующими или дополняющими информацию поста. Подобная комбинация различных каналов и способов передачи информации типична для современной медиакommunikации и позволяет усилить воздействие медиатекста на адресата.

Для установления контакта с читателем авторы прибегают к использованию в заголовках метафор и аллюзий, известных всему языковому коллективу («Бандитский Шлиссельбург: оправдать_нельзя_осудить», «*Кто в доме хозяин? Земельные споры Краснодарского края*»). Подобная тактика позволяет заинтересовать читателей и продемонстрировать, что автор поста находится «на их стороне» и призван отстаивать права и интересы рядовых граждан. Для поддержания контакта в основной части поста журналисты включают вопросы, обращенные напрямую к читателям, и риторические вопросы (*Кто же тогда убийца? Но всегда ли цель оправдывает средства?*). В качестве контактопрерывающей тактики используются следующие типовые паттерны: «*Редакция “Человек и Закон” будет следить за развитием событий*», а также «*Смотрите в специальном репортаже Северо-Западного правового центра “Человек и закон”*».

Будучи виртуальным жанром популярно-юридического дискурса, посты-статьи также выполняют информативную и разъяснительную функции и направлены на повышение уровня знаний читателя об обсуждаемой правовой проблеме. С этой целью авторы / редакция

включают в тексты постов отсылки к релевантным законодательным документам, сопровождая их соответствующими пояснениями:

«12.15. ч. 1 (КоАП РФ «Нарушение правил расположения транспортного средства на проезжей части дороги, встречного разъезда, а равно движение по обочинам или пересечение организованной транспортной или пешей колонны либо занятие места в ней» – Прим. ред.) знаете? – интересуется у Дениса Таташвили остановивший его инспектор ГИБДД» [1]¹.

Посты характеризуются высокой степенью интертекстуальности. Нередко журналисты обращаются к статистике или ссылаются на мнения экспертов для убеждения читателя в своей позиции:

«В 2004 году на территории Санкт-Петербурга в ДТП погибло 825 человек, – сообщили нам в Управлении ГИБДД по г. Санкт-Петербургу и Ленинградской области...» [1].

«Суровая статистика гласит: в России оправдательный приговор выносится лишь в двух случаях из тысячи. Так, в 2017 году осудили 697 тысяч человек. В то время, как оправдали – всего полторы тысячи!» [4].

В текстах постов также распространены аллюзии, знакомые коллективному реципиенту:

«Неудивительно, что к ней подключились и «герои нашего времени» – блогеры» [1].

«Бандитский Шлиссельбург: оправдать_нельзя_осудить» (двойная аллюзия в заголовке) [4].

«Проведя полтора года за решеткой, вдали от семьи, признанный присяжными невиновным, но вновь попавший под суд Артур уже сомневается в справедливости российской Фемиды» [4].

Основной целью текстов популярно-юридического дискурса, которой подчинен выбор лексических средств и используемых дискурсивных стратегий и тактик, является популяризация правовых знаний среди населения. Чтобы привлечь внимание адресата, авторы постов зачастую включают в свои тексты модные слова, ориентируясь на определенные возрастные группы читателей, чье правовое просвещение и формирование идеологии представляется особенно важным для государства:

«Хайп любой ценой: блогерам закон не писан» [1].

«Автор скандального влога – Денис Таташвили» [1].

«Депутаты Госдумы внеслиправки в законопроекты об ответственности за распространение фейковых новостей и оскорбление государственных символов в интернете, кратко повышающие штрафы за эти деяния» [3].

¹ Примеры даны из интернет-источников.

Вышеупомянутая гибридность постов проявляется не только в присущей им поликодовости, но и прежде всего в скрещивании единиц взаимодействующих дискурсов. Так, рассмотренные посты отличаются высокой частотностью имплантации юридических терминов, прецизионной лексики из сферы права и профессиональных выражений в текст, написанный в рамках нейтральной литературной нормы языка.

«По факту кровопролитного конфликта Следственный комитет возбудил уголовное дело по особо тяжкой категории преступлений» [4].

«Дело по вымогательству также возбудили. Но, по словам семьи Акоюн, уже больше года по нему не проводится никаких следственных действий» [4].

«В обновленной версии закона депутаты предложили изменить размер штрафа для физических лиц от 30 до 100 тысяч рублей, для должностных лиц — от 60 до 200 тысяч рублей и для юридических лиц — от 200 до 500 тысяч рублей» [3].

Лексика правовой тематики функционирует в постах без каких-либо комментариев и объяснений, что предполагает определенную степень подготовленности читателя к ее восприятию и адекватной интерпретации. Это наблюдение на примере жанра «пост» позволяет нам сделать вывод о таргетизации популярно-юридического дискурса, т.е. нацеленности на конкретного адресата, что отличает его, в частности, от массмедийного дискурса, адресат которого, как правило, размыт.

В рассмотренных текстах постов встречаются также газетные клише. Однако по количеству они, безусловно, уступают юридическим и зачастую сами содержат лексемы, принадлежащие к разным лексико-семантическим полям понятийной сферы права:

«Его канал с провокационным названием пестрит не менее громкими заголовками, а под каждым видео красуется реклама юридических услуг с контактами» [1].

«На защиту Артура поднялась общественность Шлиссельбурга» [4].

«Подробности этого резонансного преступления вот уже почти три года остаются загадкой, а многие следы и вещдоки безвозвратно утрачены» [4].

«И последние рано или поздно могут попасть на полосу криминальной хроники» [1].

Гибридные типы дискурса могут содержать не только полифонические включения из разных институциональных дискурсов, но и элементы личностно-ориентированного общения. Так, в посте «Бандитский Шлиссельбург: оправдать_нельзя_осудить», например,

журналист намеренно прибегает к использованию слов и выражений разговорного регистра, чтобы создать положительный образ героя своего расследования, близкий и понятный читателю, которому тема статьи могла бы быть интересна:

*«Но вместо опаздывающей **родни** (разг.) в гаражи ворвались трое неизвестных»* [4].

*«Увидев, что его сыну грозит смертельная опасность, дядя Артура Грайр **схватил** (разг.) отвертку и бросился на налетчиков»* [4].

*«Формулировка обвинения, **правда** (разг.), была довольно расплывчатая»* [4].

Тексты рассматриваемых постов являются смешанными по составу информации. Как и в газетно-журнальных статьях, в них преобладает когнитивная и эмоциональная информация. Для достижения эмоционального воздействия на адресата авторы постов используют разнообразный арсенал образных и оценочных средств:

Эмоционально-окрашенную лексику:

*«Такое **страшное** обвинение стало настоящей **трагедией** для семьи Артура»* [4].

*«Люди недоумевали: почему парня, выросшего у всех на глазах, по-прежнему обвиняют в таких **зверских** преступлениях?»* [4].

Идиоматические выражения:

*«Артур и Ольга были вместе **со школьной скамьи**»* [4].

*«У молодой семьи не было конфликтов с окружающими, а Артур, по словам его жены, и вовсе – **душа любой компании**»* [4].

*«**Хайп любой ценой**: блогерам закон не писан?»* [1].

Метафоры:

*«Утром на место происшествия прибыли **стражи правопорядка** и изъяли вещдоки»* [4].

*«Можно представить, какие **тернии преодолеваются** на пути к таким решениям»* [4].

Риторические вопросы:

«Но насколько законны методы такого противостояния?» [1].

«Как предотвратить подобные преступления?» [4].

Иронию:

*«Неудивительно, что к ней подключились и **герои нашего времени**» – блогеры»* [1].

*«Суд проходил с участием присяжных заседателей. 12 человек скрупулезно разбирались в **детективе с лихо закрученным сюжетом**»* [4]. (В данном примере автор считает нужным ввести пояснение о количестве присяжных в жюри, предполагая, что читатель может быть незнаком с деталями работы данного судебного института.)

Вышеупомянутые средства создания образности и стилистические приемы, безусловно, призваны оказать воздействие на читателя и сформировать у него определенное мнение об обсуждаемой правовой проблеме. Таким образом, реализуется идеологическая функция поста как жанра популярно-юридического дискурса.

И, наконец, еще один аспект, который мы считаем необходимым затронуть при анализе постов как жанровой разновидности популярно-юридического дискурса, это наличие в них вербальных и невербальных «эмблем». Эти легко узнаваемые и однозначно интерпретируемые знаки характеризуют коммуникативную среду, в которой находится говорящий, могут быть культурно-детерминированными или носить универсальный характер. Они моментально считываются адресатом и ассоциируются с конкретными коммуникативными ситуациями/личностями [Карасик, 2014: 184–185]. Эмблемы могут быть невербальными, как, например, форма сотрудника правоохранительных органов или статуя/изображение Фемиды как символ системы правосудия. Однако особый интерес для нас представляют дискурсивные эмблемы, позволяющие типологизировать коммуникативную ситуацию и отнести ее к определенному дискурсу. К вербальным индикаторам юридического дискурса в текстах рассмотренных постов можно отнести следующие:

«Из тех материалов уголовного дела, с которыми мы ознакомились, следовало...» [4].

«В отношении них была избрана мера пресечения в виде заключения под стражу...» [2].

«Документы предъявите...» [1].

Подводя некоторые итоги, можно сделать вывод о том, что «пост» как кросс-жанр, принадлежащий как сетевому дискурсу, так и компьютерно опосредованному популярно-юридическому дискурсу, еще недостаточно исследован. Если пост-запись в сетевом дискурсе может рассматриваться как субжанр (одноактное высказывание) таких гипержанров, как блог или форум, то пост-статья, обладающая своими собственными композиционными и стилистическими признаками, может быть выделена в отдельный жанр. Его изучение представляется весьма интересным, в том числе для понимания механизма гибридации на стыке разных институциональных дискурсов. Поста-статьям правовой тематики, по нашим наблюдениям, присуща гибридность разных типов и уровней. Во-первых, в них имеет место линейная гибридизация, при которой юридические термины «вклиниваются» в текст, написанный в рамках нейтральной литературной нормы языка. Во-вторых, тексты данного жанра характеризуются поликодовостью, проявляющейся в комбинации вербальных и невербальных компонентов/средств. Тексты постов

образуют множественные интертекстуальные связи, представленные употреблением аллюзий и включений фрагментов текстов других жанров (тексты законов, официальные сводки). Гибридность постов проявляется также в сочетании элементов институционального и лично-ориентированного общения, что характерно для сетевого дискурса, в частности, в сочетании юридических терминов с лексикой разговорного и сниженного регистров. Основной целью поста-статьи как жанра популярно-юридического дискурса, функционирующего в виртуальной среде, является популяризация закона и убеждение адресата следовать его нормам, что определяет выбор авторами соответствующих дискурсивных стратегий и тактик.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Дементьев В.В.* Онлайн-тесты в новостном браузере: лингвистические и речевые характеристики // *Жанры речи.* 2020. № 1 (25). С. 62–79.
2. *Дускаева Л.Р.* О жанровых текстовых категориях // *Жанры речи.* 2016. № 2 (14). С. 25–33.
3. *Дубровская Т.В.* Жанр онлайн-петиции в контексте феминистского дискурса // *Жанры речи.* 2017. № 1 (15). С. 111–118.
4. *Ефремова Т.Ф.* Толковый онлайн-словарь русского языка. URL: <https://lexicography.online/explanatory/efremova> (дата обращения: 22.03.2021).
5. *Карасик В.И.* Языковое проявление личности. Волгоград, 2014. С. 184–202.
6. *Карасик В.И.* Языковые мосты понимания. М., 2019. С. 141–298.
7. *Кириллов А.Г.* Трансформация жанра блога в программах обмена мгновенными сообщениями // *Жанры речи.* 2017. № 2 (16). С. 260–267.
8. *Колокольцева Т.Н.* Диалогичность в жанрах-интернет коммуникации (чат, форум, блог) // *Жанры речи.* 2016. № 2 (14). С. 96–105.
9. *Красных В.В.* Жанры речи сквозь призму многомерности бытия Человека говорящего // *Жанры речи.* 2015. № 1 (11). С. 9–15.
10. *Матяшевская А.И.* Интернет-лекция как особый жанр // *Жанры речи.* 2020. № 3 (27). С. 238–245.
11. *Толстова Т.В.* Корпусный анализ жанровых конвенций в российских и зарубежных аннотациях к научным статьям // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация.* 2020. № 1. С. 118–130.
12. *Ульянова М.А.* Классификация жанров интернет-дискурса // *Lingua mobilis.* 2014. № 3 (49). С. 102–110.
13. *Щиткина Л.Ю.* Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации: Монография. Архангельск, 2009.
14. *Щурина Ю.В.* Жанровое своеобразие социальной сети Instagram // *Жанры речи.* 2016. № 1 (13). С. 156–168.

ИНТЕРНЕТ-ИСТОЧНИКИ

1. Хайп любой ценой: блогерам закон не писан? URL: <https://chelovek-zakon.ru/2019/03/12/hot/hajp-lyuboj-tsenoj-blogeram-zakon-ne-pisan/> (дата обращения: 23.01.2021).
2. Кто в доме хозяин? Земельные споры Краснодарского края. URL: <https://chelovek-zakon.ru/2019/05/22/hot/kto-v-dome-hozyain-zemelnye-spory-krasnodarskogo-kрая/> (дата обращения: 14.12.2020).

3. Штрафы для граждан за фейковые новости. URL: <https://chelovek-zakon.ru/2019/02/13/law/shtrafy-dlya-grazhdan-za-fejkovye-novosti-podnimut-v-20-raz/> (дата обращения: 20.01.2021).
4. Бандитский Шлиссельбург: оправдать нельзя осудить. URL: https://chelovek-zakon.ru/2018/12/26/hot/banditskij-shlisselburg-opravdat_nelzya_osudit/ (дата обращения: 23.01.2021).

Yulia O. Solovyeva

GENRE AND STYLISTIC FEATURES OF LAW-RELATED POSTS

*Lomonosov Moscow State University
1 Leninskie Gory, Moscow, 119991*

The author examines compositional and stylistic features of law-related posts as a cross-genre of popular legal discourse, functioning in a virtual setting. Posts comprise hybridity of different types and levels. The combination of verbal and non-verbal elements makes posts polycode and enhances the impact of the online media text on the target audience. Legal terms and professional expressions are implanted into the texts of posts (linear hybridization). Much attention is given to multiple intertextual connections, represented by the use of allusions and cross-genre inclusions. Elements of institutional and personal discourse are intertwined, which is characteristic of virtual discourse. A mention is made of verbal indicators of popular legal discourse, which enables the reader/listener to easily identify and typologize the communicative situation as law-related. A wide variety of figurative and evaluative tools (emotionally colored words, fashionable words, metaphors, rhetorical questions, etc.) is employed by text authors to make a profound emotional impact on the target audience. The main goal of the articles of the post genre which belongs to computer-mediated popular legal discourse is to popularize the law and convince the audience to follow its norms, which determines the choice of appropriate discourse strategies and tactics.

Key words: genre; cross-genre; virtual/online discourse; popular legal discourse; hybridization; polycode; intertextuality; figurative use of language; verbal/non-verbal discourse indicators.

About the author: *Yuliya O. Solovyeva* – PhD, Associate Professor, Department of Linguistics, Translation and Intercultural Communication, Faculty of Foreign Languages and Area Studies, Lomonosov Moscow State University (e-mail: solovieva-julia2009@yandex.ru).

REFERENCES

1. Dement'ev V.V. 2020. Onlain-testy v novostnom brauzere: lingvisticheskie i reche-zhanrovye kharakteristiki [Online tests in a news browser: linguistic and speech genre characteristics]. *Zhanry rechi*, no. 1 (25), pp. 62–79. (In Russ.)
2. Duskaeva L.R. 2016. O zhanrovyykh tekstovyykh kategoriyyakh [About genre text categories]. *Zhanry rechi*, no. 2 (14), pp. 25–33. (In Russ.)

3. Dubrovskaya T.V. 2017. Zhanr onlain-petitsii v kontekste feministского diskursa [Online petition as a genre in the context of feminist discourse]. *Zhanry rechi*, no. 1 (15), pp. 111–118. (In Russ.)
4. Efremova T.F. *Tolkovyy onlayn-slovar' russkogo yazyka* [Explanatory online dictionary of the Russian language] (accessed: 22.03.2021).
5. Karasik V.I. 2014. *Yazykovoe proyavlenie lichnosti* [Language manifestation of personality]. Volgograd, Paradigma, pp. 184–202 (In Russ.)
6. Karasik V.I. 2019. *Yazykovye mosty ponimaniya* [Language bridges of understanding]. Moscow, Diskurs, pp.141–298. (In Russ.)
7. Kirillov A.G. 2017. Transformatsiya zhanra bloga v programmakh obmena mgnovennymi soobshcheniyam [Transformation of blogs as a genre in instant messaging applications]. *Zhanry rechi*, no. 2 (16), pp. 260–267. (In Russ.)
8. Kolokol'tseva T.N. 2016. Dialogichnost' v zhanrakh-internet kommunikatsii (chat, forum, blog) [Dialogism in the genres of internet communication (chat, forum, blog)]. *Zhanry rechi*, no. 2 (14), pp. 96–105. (In Russ.)
9. Krasnykh V.V. 2015. Zhanry rechi skvoz' prizmu mnogomernosti bytiya Cheloveka govoryashchego [Speech genres through the prism of multidimensionality of homo loquens]. *Zhanry rechi*, no. 1 (11), pp. 9–15. (In Russ.)
10. Matyashevskaya A.I. 2020. Internet-lektsiya kak osobyi zhanr [E-lecture as a special genre]. *Zhanry rechi*, no. 3 (27), pp. 238–245. (In Russ.)
11. Tolstova T.V. 2020. Korpusnyi analiz zhanrovyykh konventsii v rossiiskikh i zarubezhnykh annotatsiyakh k nauchnym stat'yam [Corpus analysis of genre conventions in Russian and international research article abstracts]. *Moscow State University Bulletin. Series 19: Linguistics and Intercultural Communication*, no. 1, pp. 118–130. (In Russ.)
12. Ul'yanova M.A. 2014. Klassifikatsiya zhanrov internet-diskursa [Classification of genres of Internet discourse]. *Lingua mobilis*, no. 3 (49), pp. 102–110. (In Russ.)
13. Shchipsina L.Yu. 2009. *Zhanry komp'yuterno-oposredovannoi kommunikatsii: monografiya* [Genres of computer-mediated communication: monograph]. Arkhangel'sk, Pomorskii un-t. (In Russ.)
14. Shchurina Yu.V. 2016. Zhanrovoe svoeobrazie sotsial'noi seti Instagram [Genre individuality of Instagram social net]. *Zhanry rechi*, no. 1 (13), pp. 156–168. (In Russ.)

ONLINE SOURCES

1. Khaip lyuboi tsenoi: blogeram zakon ne pisan? URL: <https://chelovek-zakon.ru/2019/03/12/hot/hajp-lyuboj-tsenoj-blogeram-zakon-ne-pisan/> (accessed: 23.01.2021).
2. Kto v dome khozyain? Zemel'nye spory Krasnodarskogo kraja. URL: <https://chelovek-zakon.ru/2019/05/22/hot/kto-v-dome-hozyain-zemelnye-spory-krasnodarskogo-kraja/> (accessed: 14.12.2020).
3. Shtrafy dlya grazhdan za feikovyie novosti. URL: <https://chelovek-zakon.ru/2019/02/13/law/shtrafy-dlya-grazhdan-za-fejkovyie-novosti-podnimut-v-20-raz/> (accessed: 20.01.2021).
4. Banditskii Shlissel'burg: opravdat' nel'zya osudit'. URL: https://chelovek-zakon.ru/2018/12/26/hot/banditskij-shlisselburg-opravdat_nelzya_osudit/ (accessed: 23.01.2021).