

Ю.О. Соловьева

**СЕМАНТИКО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ
МОДЕЛИРОВАНИЯ ИМИДЖА СОВРЕМЕННОГО
АДВОКАТА**

(НА МАТЕРИАЛЕ ЖУРНАЛА «РОССИЙСКИЙ АДВОКАТ»)

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва,
Россия; solovieva-julia2009@yandex.ru*

Аннотация: Статья представляет исследование в области лингвопрагматики и посвящена анализу эксплицитных и имплицитных средств, служащих конструированию положительного образа современного российского адвоката в текстах печатных изданий правовой тематики. По наблюдениям автора, в настоящее время в России ощущается необходимость замещения отрицательных стереотипов о правозащитниках, функционирующих в коллективном сознании, так как именно представители закона формируют паттерны правового поведения. Средства массовой информации играют значительную роль в создании образов представителей закона, «внедряя» необходимые конструкты в обыденное сознание граждан, большая часть которых не имела личного опыта общения с юристами. Такие гибридные жанры популярно-юридического дискурса как «интервью с юристом» и «биографический очерк о юристе» демонстрируют большой потенциал в плане моделирования желаемого образа юриста/адвоката, так как позволяют адресату получить представление не только о профессиональной деятельности, но и личной жизни и внутреннем мире представителей закона. В статье выделяются и анализируются три аспекта, которые, по мнению автора, имеют наибольшее значение для создания положительного имиджа адвоката в современном российском обществе.

Ключевые слова: адвокат/юрист; имидж; конструирование; стереотип; эксплицитные/имплицитные средства; популярно-юридический дискурс

doi: 10.55959/MSU-2074-1588-19-27-3-5

Для цитирования: Соловьева Ю.О. Семантико-прагматический аспект моделирования имиджа современного адвоката (на материале журнала «Российский адвокат») // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. Т. 27. № 3. С. 75–84.

Соловьева Юлия Олеговна — кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики, перевода и межкультурной коммуникации факультета иностранных языков и регионоведения МГУ имени М.В. Ломоносова; solovieva-julia2009@yandex.ru.



Профессиональная деятельность и частная жизнь правоприменителей (судей, прокуроров, следователей, адвокатов и др.) всегда вызвали повышенный общественный интерес, так как именно представители закона прежде всего задают модель поведения в правовом обществе. От их деятельности зависит эффективная защита прав граждан, и, как следствие, уровень доверия власти. Т.И. Снегова приходит к выводу о том, что реформирование правовой системы в России повлекло существенные изменения как в профессиональном облике представителей института права, так и в восприятии их деятельности гражданами, что находит свое отражение в публицистических, научно-популярных и художественных текстах [Снегова, 2005: 1]. Так, исследователь отмечает, что, если в начале XX века образ юриста представлял собой только образ профессионала в суде, то современный юрист предстает перед читателем и как «частное лицо, как семьянин» [Снегова, 2005: 20]. Т.И. Снегова высказывает мысль о том, что выявление и описание характеристик образа современного юриста будет не только способствовать совершенствованию профессиональной деятельности представителей закона, но и косвенно способствовать построению правового общества в России [Снегова, 2005: 1].

К сожалению, как показывают многочисленные исследования в данной области (Васильева, 2017; Возженикова, 2017; Дубнякова, 2013; Золотайко, 2022; Нестерова, 2022; Снегова, 2005; Соловьева, 2023 и др.), образ юриста/адвоката прочно стереотипизирован в сознании российских граждан и на протяжении многих лет неизменно остается отрицательным. Большую роль в формировании и поддержании данного стереотипа играют как недостаточная информированность граждан о деятельности представителей юридической профессии, так и акцентирование внимания на негативных ситуациях с их участием в средствах массовой информации [Соловьева, 2023: 220]. По наблюдениям В.И. Карасика и О.А. Дмитриевой, в основе стереотипа лежит дефицит информации и личный опыт индивида, в результате чего стереотипы нередко оказываются ложными [Карасик, Дмитриева, 2005: 12].

Стереотипы, функционирующие в обыденном сознании, отличаются наибольшей шаблонностью и устойчивостью. Как следствие, негативные стереотипы, прочно укоренившиеся в коллективном сознании, мешают адресату сформировать объективное мнение о представителях закона. Э.С. Камалетдинов в данной связи приходит к выводу о том, что в российском обществе назрела необходимость культивирования «идеального типа» юриста «как профессионала, примера для подражания, духовного авторитета» [Камалетдинов, 2012: 1859]. Мы полностью разделяем мнение уче-

ного о том, что «идеальный образ» юриста не может быть навязан адресату [Камалетдинов, 2012: 1859]. Более эффективным, на наш взгляд, представляется путь поэтапного и последовательного конструирования у целевого адресата позитивного имиджа представителя закона, поведение которого будет служить моделью законопослушного образа жизни.

Для решения задачи по искоренению сложившихся стереотипов журналисты прибегают к широкому арсеналу языковых средств, которые мы попытаемся выявить и описать в данной статье. Таким образом, цель проводимого исследования — рассмотреть эксплицитные и имплицитные средства, используемые журналистами корпоративных СМИ для конструирования положительного имиджа современного российского адвоката. В качестве материала исследования послужили публикации корпоративного правового журнала «Российский адвокат» за 2023 г. Общий объем анализируемого материала составил 200 страниц. Методом сплошной выборки были отобраны все текстовые фрагменты, служащие цели создания имиджа современного российского адвоката. Далее они рассматривались в качестве единиц исследования. Для достижения цели исследования использовались методы контент-анализа, лингвостилистического и лингвопрагматического анализа.

Прежде всего считаем важным указать, что модель реальности, создаваемая СМИ, не может считаться ни полностью объективной, ни даже нейтральной. Тексты СМИ оказывают значительное суггестивное воздействие, легко «внедряя» необходимые конструкты в обыденное сознание граждан, большая часть которых не имела личного опыта общения с юристами. В таком случае общественное мнение формируется преимущественно именно на основе текстов СМИ, в частности, биографических очерков и интервью с известными представителями профессии.

«Интервью с юристом» и «биографический очерк о юристе» мы относим к гибридным жанрам популярно-юридического дискурса, являющегося производным от юридического дискурса. Посредством популярно-юридического дискурса, как правило, в адаптированной форме происходит передача адресату-неспециалисту субстанциональных и процедурных правовых знаний. Таким образом, к основным функциям популярно-юридического дискурса мы относим не только разъяснительную, но и просветительскую (в данном случае, создание положительного имиджа представителя института права), реализации которой, в частности, служат тексты указанных жанров.

Имидж — это образ человека, создаваемый для чужих [Карасик, Дмитриева, 2005: 18]. Г.Г. Почепцов полагает, что значение имиджа в наши дни резко возрастает в связи с необходимостью обработки

огромного информационного контента. Поскольку человеческий мозг не в силах хранить весь этот объем информации, люди начинают пользоваться «ярлычками, отсылающими на стоящие за ними ситуации» [Почепцов, 2009: 21]. Имидж как раз и является таким «ярлычком», позволяющим заменить портрет человека, отражая либо его основные черты, либо те черты, которые имиджмейкеры хотят спроецировать на адресата. На наш взгляд, успешное конструирование положительного имиджа адвоката в массовом сознании заключается прежде всего в выделении тех черт его личности, которые наиболее значимы для современного российского общества и коррелируют с его национально-специфическими ценностями. Акцентируя выделенные характеристики при помощи вербальных и невербальных средств, адресант сможет скорректировать и со временем даже полностью заменить сложившиеся в сознании адресата представления.

Анализ эмпирического материала позволил нам выделить три аспекта создаваемого образа адвоката, которые так или иначе присутствовали во всех рассматриваемых текстах, в связи с чем мы полагаем, что адресанты считают их наиболее важными для конструирования положительного образа адвоката. Остановимся подробнее на каждом из них и проиллюстрируем их примерами.

1. Адвокат — человек с закаленным характером, не боящийся трудностей.

Вот что рассказывает корреспонденту журнала о детских годах своей жизни президент Палаты адвокатов Нижегородской области Николай Рогачев:

Моя судьба неразрывно связана с суровым Архангельским краем, где я родился в военном 1942 г. в деревне Целенская, и где прошло мое детство [Румянцева-Томашевич, 2023: 16].

Выбор лексики «суровый» для описания места рождения эксплицирует для читателя информацию о том, что адвокат с юных лет столкнулся с трудностями и испытаниями, связанными с географическими особенностями положения Архангельской области. Из данного сообщения адресат самостоятельно может вывести некоторые инференции, способствующие возникновению чувства эмпатии. По наблюдению Д.В. Антошиной, «умозаключения, сделанные слушающим на основе высказывания говорящего, называются инференциями, при этом не все инференции, выведенные слушающим, являются импликатурами» [Антошина, 2018: 98]. В данном случае читатель понимает, что адвокат вырос в месте со сложными климатическими условиями (в частности, долгими холодными зимами), и, как следствие, с детства привык преодолевать трудности, имеет закаленный характер.

Выводимая инференция подкрепляется упоминанием о «военном 1942 г.», на который пришлось появление на свет Николая Рогачева. Большое значение в данном предложении имеет его прагматический контекст. Е.Ю. Калташкина считает, что прагматический контекст, «включает в себя как лингвистические, так и экстралингвистические компоненты, сопровождающие ситуацию общения: социальные, этнические, биологические характеристики участников коммуникации, их отношения и т.д.» [Калташкина, 2012: 28]. Мы солидарны с исследователем в том, что анализ компонентов прагматического контекста способствует пониманию механизмов порождения и бытования языковых единиц в дискурсе. Е.Ю. Калташкина также полагает, что прагматический контекст определяет выбор используемых социокультурно маркированных единиц, адаптированных к когнитивной базе определенного лингвокультурного сообщества [Калташкина, 2012: 30]. Таким образом, можно утверждать, что успех коммуникации непосредственно зависит от совпадения или несовпадения фоновых знаний адресанта и адресата (культурных, профессиональных и др.). Отсутствие необходимых фоновых знаний лишает адресата возможности правильно воспринимать и интерпретировать имплицитную информацию, заложенную адресантом в высказывании. Возвращаясь к анализируемому фрагменту, заметим, что и адвокат, и интервьюер убеждены в правильном «считывании» смысла сообщения читателями. Совершенно очевидно, что любой представитель русской лингвокультуры понимает, какие угрозы и испытания были связаны с рождением в годы Великой Отечественной войны (в особенности, в ее начале).

Далее адвокат Николай Рогачев описывает годы военной службы на подводном флоте:

*В учебном отряде все было суперсекретно, оттого дисциплина была жесткая, а правила **спартанские** <...> Оттого, наверное, служба укрепила во мне силу воли, способность к преодолению страха* [Румянцева-Томашевич, 2023: 18].

Помимо эксплицитной оценки дисциплины («жесткая»), в данном текстовом примере содержится импликатура, рассчитанная на фоновые знания адресата сообщения: «правила спартанские». Термин «импликатура» (implicature) был предложен П.Г. Грайсом в его работе «Логика и речевое общение» [Грайс, 1985]. Ученый отмечал, что из одного и того же высказывания может быть выведено несколько импликатур или смыслов. П.Г. Грайс выделял *конвенциональные* импликатуры, выводимые, собственно, из значений слов, и *коммуникативные или конверсационные* импликатуры, выводимые адресатом непосредственно из контекста высказывания [Грайс, 1985: 223]. Согласно теории П.Г. Грайса, информация, передаваемая в ре-

чевом сообщении (акте), делится на две части: «что сказано» и «что имелось в виду», а внутри этой оппозиции находится импликатура. ИмPLICITная информация, даже не будучи выраженной вербально, является частью общего смысла высказывания. Возвращаясь к анализу вышеупомянутого текстового фрагмента, отметим, что знакомый с мировой историей адресат понимает, что «спартанские» условия связаны с определенными лишениями, испытаниями и отказом от привычного образа жизни, как правило, ради служения своей стране. ИмPLICITный смысл, вкладываемый адвокатом при выборе данной аллюзии, на наш взгляд, заключается в том, что адвокатская деятельность, как и воинская служба — это осознанный выбор, предполагающий отказ от личных интересов ради служения обществу, а адвокат — это сильный, волевой человек, готовый бесстрашно отстаивать права своих подзащитных.

В отличие от эксплицитной информации, которая выражена с помощью конкретных языковых средств и вызывает более или менее прогнозируемую реакцию адресата, имPLICITная информация в меньшей степени контролируется его сознанием. Как полагает Е.Ю. Калташкина, данное свойство имPLICITной информации может использоваться адресантом с целью манипулирования сознанием адресата. Особое место, по мнению ученого, данный прием занимает в массмедийном дискурсе, где «формирование определенного взгляда на тот или иной вопрос нередко является непосредственной задачей автора и служит для воплощения идеологической стратегии издания» [Калташкина, 2012: 30]. Залогом успеха коммуникации в таком случае является способность адресата проникнуть в коммуникативный замысел адресанта.

2. Адвокат безвозмездно помогает людям.

ЖУРНАЛИСТ: *Вы также участвовали в подготовке адвокатов, оказывающих бесплатную юридическую помощь. А вы сами как часто оказываете помощь по системе БЮП или берете дела по принципу pro bono?*

СЕРГЕЙ КРАЗУЗЕ: *В делах по системе БЮП я не участвовал. А насчет дел pro bono — доводится, но редко. Помню, ко мне обратилась одна пожилая женщина, пенсионерка, которая никак не могла добиться возбуждения гражданского дела — судья откровенно придиралась к ее исковому заявлению. Я пытался ограничиться консультацией, объяснить, что такое бывает на практике, нужно лишь исправить то, что хочет судья. Оплатить помощь по подготовке процессуальных документов доверитель не смогла бы. В итоге решил помочь безвозмездно, подготовил необходимые документы, сделал копии, объяснил, что и как нужно подать. Она поблагодарила и заплакала [Сидоренко, 2023: 50].*

Отвечая на вопросы журналиста, советник Федеральной палаты адвокатов РФ Сергей Краузе достаточно скромно оценивает свое участие в программах оказания бесплатной юридической помощи (БЮП) населению. Однако из его рассказа читатель все равно приходит к выводу о том, что адвокат не может равнодушно пройти мимо нуждающегося в помощи, но неспособного оплатить юридические услуги человека (*«решил помочь безвозмездно, подготовил необходимые документы, сделал копии, объяснил, что и как нужно подать»*). Данный эпизод из жизни Краузе призван разрушить стереотип о том, что все адвокаты — меркантильные люди, которых интересует только личная выгода.

Обратим внимание на использование адресантами профессионального юридического жаргона (*«оказываете помощь по системе БЮП»*, *«по принципу pro bono»*, *«насчет дел pro bono»*, *«в делах по системе БЮП»*) и юридической терминологии (*«возбуждение гражданского дела»*, *«исковое заявление»*, *«процессуальные документы»*, *«доверитель»*). Их презентация в тексте без дополнительных объяснений предполагает совпадение фоновых знаний адресантов и адресатов, либо практикующих, либо интересующихся правом. В случае расхождения этих знаний необходимые пробелы восполняются контекстом. В качестве импликатуры отмечаем противопоставление адвокатом себя судье несмотря на принадлежность к одной юридической профессии (*«судья откровенно придиралась к ее исковому заявлению»*). Выводимая адресатом инференция в данном случае — восприятие адвоката как «своего», а судьи — как «чужого» с формированием соответствующих образов.

3. Адвокат выбирает профессию по зову сердца, а не из корыстных соображений.

ЖУРНАЛИСТ: Почему Вы выбрали именно эту профессию?

НАРИНЕ АЙРАПЕТЯН: <...> все произошло как-то **по науку**. Выбрала профессию адвоката, потому что она **свободная**, полностью **соответствует моему духу**, я в ней просто растворяюсь [Сидоренко, 2023: 22].

ЖУРНАЛИСТ: В какой момент Вы решили, что хотите обучиться юриспруденции и стать адвокатом? Как к Вам пришло это решение?

СЕРГЕЙ КРАУЗЕ: Может показаться странным, но **право мне нравилось всегда** <...> Адвокатом стал, потому что **мне всегда хотелось быть юристом**, который выступает в суде [Сидоренко, 2023: 46–47].

Ни один из интервьюируемых не упоминает о материальном достатке как одном из факторов выбора профессии. Особенно интересна метафора в первом примере. Идея свободы не только экспли-

цируется соответствующей лексемой («свободная»), но и получает дальнейшее смысловое развитие посредством глагола «растворяюсь», вызывая ассоциации с воздухом как символом свободы. Импликатура данной метафоры состоит в том, что адвокат — это человек, отличающийся свободой мысли, которую невозможно ограничить извне.

Подведем некоторые итоги. Современные средства массовой информации вносят большой вклад в формирование как положительных, так и отрицательных представлений граждан о служителях Фемиды. При этом имплицитные средства, используемые адресантами (как журналистами, так и самими юристами), играют не меньшую, если не большую роль в создании желаемого образа. Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что современный российский адвокат репрезентируется как человек, готовый преодолевать трудности, возникающие на жизненном, в том числе профессиональном, пути, способный к самопожертвованию ради интересов доверителя и искренне любящий свою профессию. Выделяемые адресантами аспекты образа адвоката, на наш взгляд, коррелируют с аксиологическими доминантами русской культуры, такими как верность долгу, служение обществу, трудолюбие, бескорыстие и т.д. Мы полагаем, что, обладая большим кумулятивным потенциалом, СМИ посредством повторяющихся публикаций, содержащих положительную репрезентацию юристов, могут коренным образом изменить доминирующие в обществе негативные представления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Антошина Д.В. Термин «импликация» и его аналоги в прагматике // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 7 (85). Ч. 1. С. 97–102.
2. Грайс Г.П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. Лингвистическая прагматика. 1985. Вып. 16. С. 217–237.
3. Калташкина Е.Ю. Прагматические аспекты изучения политического медиа-дискурса // Известия Саратовского университета. 2012. Т. 12. С. 27–32.
4. Камалетдинов Э.С. «Идеальный тип» юриста в современном российском обществе: сущность и качественные характеристики // Вестник Башкирского университета. 2012. Т. 17. № 4. С. 1859–1861.
5. Карасик В.И., Дмитриева О.А. Лингвокультурный типаж: к определению понятия // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажы. Волгоград: Парадигма, 2005. С. 5–23.
6. Павловская А.В. «Ученые образует ум, воспитанье — нравы»: Исторические традиции российского образования // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2022. № 3. С. 29–40.
7. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. М.: Смартбук, 2009.
8. Румянцева-Томашевич Ю. Романтик адвокатуры // Российский адвокат. 2023. № 1. С. 15–24.

9. *Сидоренко Е.* Адвокат, преподаватель, яхтсмен // *Российский адвокат*. 2023. № 1. С. 45–53.
10. *Сидоренко Е.* Спортсменка, комсомолка... и так далее // *Российский адвокат*. 2023. № 1. С. 45–29.
11. *Снегова Т.И.* Стереотипный образ юриста в языковом сознании россиян XX столетия: Автореф. дисс...канд. филол. наук. М., 2005.
12. *Соловьёва Ю.О.* Герой или злодей: образ адвоката в современной американской популярной культуре // *Вестн. Моск. ун-та*. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. № 1. С. 81–89.
13. *Соловьёва Ю.О.* Образ полиции в современном российском дискурсе правового просвещения // *Современная российская аксиосфера: семантика и прагматика идентичности*. 2023. С. 220–225.

Yulia O. Solovyeva

**SEMANTIC AND PRAGMATIC ASPECTS OF MODELING
THE IMAGE OF A RUSSIAN ADVOCATE (BASED ON THE
JOURNAL “RUSSIAN ADVOCATE”)**

*Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia;
solovieva-julia2009@yandex.ru*

Abstract: The article presents the results of a linguopragmatic study of explicit and implicit means used by journalists of law-related corporate mass media to model the positive image of a modern Russian lawyer. The author observes that at present there is a social need to replace deeply rooted negative stereotypes about lawyers/advocates in the collective consciousness, since it is the representatives of the law who form patterns of law-abiding behavior. Mass media play a significant role in forming images of lawyers whom many Russian citizens rarely meet in person. Analyzed interviews with lawyers and lawyer biographies enable the recipients to learn more not only about the professional activities but also about personal life and inner world of lawyers, thus, demonstrating a great potential in modeling their images. The article highlights and analyzes three aspects that, in the author’s opinion, are of greatest importance for creating a positive image of a lawyer in modern Russian society.

Keywords: advocate/lawyer; image; modeling; stereotype; explicit/implicit means; popular legal discourse

For citation: Solovyeva Yu.O. (2024). Semantic and pragmatic aspects of modeling the image of a Russian advocate (based on the journal “Russian advocate”). *Lomonosov Linguistics and Intercultural Communication Journal*, no 3(27), pp. 75–84. (In Russ.)

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; solovieva-julia2009@yandex.ru.

REFERENCES

1. Antoshina D.V. 2018. Termin «implikatsiya» i ego analogi v pragmatike [The Term “Implication” and its Analogues in Pragmatics]. *Philology. Theory and Practice*, no. 7 (85), pp. 97–102. (In Russ.)
2. Grice H.P. 1985. Logika i recevoe obshchenie [Logic and Conversation]. *New in foreign linguistics. Linguistic pragmatics*, pp. 217–237. (In Russ.)
3. Kaltashkina E.Yu. 2012. Pragmaticheskie aspekty izucheniya politicheskogo mediadiskursa [Pragmatic Aspects of Political Media Discourse]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta*, no. 12. pp. 27–32. (In Russ.)
4. Kamaletdinov Eh.S. 2012. “Ideal’nyi Tip” yurista v sovremennom rossiiskom obshchestve: sushchnost’ i kachestvennye kharakteristiki [The “Ideal Type” of a Lawyer in Modern Russian Society: Essence and Qualitative Characteristics]. *Vestnik Bashkirskogo universiteta*, no. 4, pp. 1859–1861. (In Russ.)
5. Karasik, V.I., Dmitrieva O.A. 2005. Lingvokul’turnyi tipazh: k opredeleniyu ponyatiya [Linguistic and Cultural type: to the Definition of the Concept]. *Aksiologicheskaya lingvistika: lingvokul’turnye tipazh*. Volgograd: Paradigma. (In Russ.)
6. Pavlovskaya A.V. 2022. Uchen’e obrazuet um, vospitan’e — nravY»: Istoricheskie traditsii rossiiskogo obrazovaniya [“Studying Feeds Intellect, while Upbringing provides Morals”. The Main traditions of education in Russia]. *Moscow State University Bulletin. Series 19: Linguistics and Intercultural Communication*, no. 3, pp. 29–40. (In Russ.)
7. Pocheptsov G.G. 2009. Imidzhelogiya [Imagelogy]. Moscow: Smartbook. (In Russ.)
8. Rumyantseva-Tomashevich YU. 2023. Romantik advokatury [Romantic of the Bar]. *Rossiiskii advokat*, no. 1, pp. 15–24. (In Russ.)
9. Sidorenko E. 2023. Advokat, prepodavatel’, yachtsmen [Lawyer, Teacher, Yachtsman]. *Rossiiskii advokat*, no. 1, pp. 45–53. (In Russ.)
10. Sidorenko E. 2023. Sportsmenka, komsomolka... i tak dalee [Athlete, Komsomol Member ... and so on]. *Rossiiskii advokat*, no. 1, pp. 45–29. (In Russ.)
11. Snegova T.I. 2005. Stereotipnyi obraz yurista v yazykovom soznanii rossiyan XX stoletiya. Avtoreferat diss...kandidata fil.n. [Stereotypical Image of a Lawyer in the Linguistic Consciousness of Russians in the 20th Century]. Author. dis. ... cand. philol. sci. Moscow. (In Russ.)
12. Solovyeva Yu.O. 2020. Geroi ili zlodei: obraz advokata v sovremennoi amerikanskoj populyarnoi kul’ture [A Hero or a Villain: the Image of a lawyer in contemporary American Pop Culture]. *Moscow State University Bulletin. Series 19: Linguistics and Intercultural Communication*, no. 1, pp. 81–89. (In Russ.)
13. Solovyeva Yu.O. 2023. Obraz polititsii v sovremennom rossiiskom diskurse pravovogo prosveshcheniya [The Image of the Police in Modern Russian Discourse of Public Legal Education]. *Sovremennaya rossiiskaya aksiosfera: semantika i pragmatika identichnosti*, pp. 220–225. (In Russ.)

Статья поступила в редакцию 04.03.2024;
одобрена после рецензирования 26.03.2024;
принята к публикации 08.04.2024;

The article was submitted 04.03.2024;
approved after reviewing 26.03.2024;
accepted for publication 08.04.2024